



VIII CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA

40 anos de democracias: progressos, contradições e prospetivas

ÁREA TEMÁTICA: Arte, Cultura e Comunicação [ST]

NOVOS ESPAÇOS DE INTERMEDIÇÃO CULTURAL, DE PRODUÇÃO E PARTILHA DE CONHECIMENTO: UMA REFLEXÃO ACERCA DOS BLOGUES SOBRE *DESIGN* EM PORTUGAL

QUINTELA, Pedro

Doutorando em Sociologia,

Faculdade Economia da Universidade de Coimbra

pedroquintela@ces.uc.pt

Resumo

Os blogues e, mais recentemente, as redes sociais adquiriram uma crescente relevância nos últimos anos, alterando os modelos de acesso, partilha e difusão de opinião, extravasando os limites dos media tradicionais. Analisando estes novos espaços comunicacionais deparamo-nos com uma grande pluralidade de temáticas abordadas, verificando-se frequentemente um elevado grau de especialização e profissionalismo que colocam em causa os papéis tradicionalmente atribuídos a “peritos” e “especialistas”, mas também aos “amadores”.

Este artigo centra-se no campo do *design*, procurando explorar o papel que, no início do século XXI, alguns blogues e *bloggers* têm vindo a desempenhar enquanto contextos de mediação cultural, favorecendo a partilha, reflexão e discussão sobre a disciplina e contribuindo, assim, para a construção de uma certa ideia de comunidade, no contexto internacional e, mais recentemente, também em Portugal.

A história do *design* em Portugal é bastante recente, surgindo apenas em meados do século passado. É, por isso, importante enquadrar a emergência recente destes novos espaços de comunicação num contexto de institucionalização também recente da disciplina em Portugal, o que se reflete não só num tecido académico ainda em processo de consolidação, mas sobretudo na escassez de espaços de divulgação, crítica e reflexão sobre *design* nos media mais institucionais. Como se procura aqui evidenciar, alguns blogues sobre *design* em Portugal têm vindo a desempenhar este papel, contribuindo para a criação de fóruns de discussão mais alargada sobre a disciplina – a sua história, protagonistas, relevância. Constituem ainda espaços importantes de confronto de posições, de construção de reputações e de afirmação do protagonismo crescente no “meio” de um grupo de atores muito particular – os *bloggers*.

Abstract

Weblogs and more recently social networks become increasingly important in recent years. They are changing the models of opinion' access, sharing and dissemination, and going beyond the boundaries of traditional media. Analyzing these new communication spaces we see that a great plurality of topics are addressed here, often revealing a high degree of expertise and professionalism that put into question the roles traditionally assigned to "experts" and "specialists" but also to "amateurs" .

This paper focus on the design field, exploring the role that in the early years of twenty-first century some blogs and bloggers have been playing as cultural mediators, encouraging the sharing, reflection and discussion on discipline. In this sense, the blogs and the bloggers contribute to build-up a certain sense of design as community, in the international context and, more recently, also in Portugal.

The history of design in Portugal is quite recent, emerging only in the last century. Therefore it is important to understand the emergence of these new spaces of communication in the context of a recent institutionalization of this discipline, which is clearly reflected not only in an academic field which is still in consolidation, but especially in a lack of attention on design in more institutional media. As we try to highlight here, some blogs about design in Portugal have been playing this role, contributing to the creation of a wider discussion forums on Portuguese design - its history, main players, and relevance. Blogs are still key places for the confrontation of different positions, building-up reputations and the statement in this specific "milieu" of the growing leadership of a very particular group of actors – the bloggers.

Palavras-chave: blogues; *design*; mediação cultural; peritos e amadores; processos de institucionalização.

Keywords: weblogs; design; cultural mediation; experts and amateurs; processes of institutionalization.

1. Introdução

Os anos de viragem do século XX para o XXI foram profundamente marcados pela emergência e afirmação de um conjunto de novos espaços de comunicação e de mediação que, de diferentes formas têm alterado os processos comunicacionais nas sociedades contemporâneas (Cardoso, 2013). Neste contexto, torna-se necessário a sociologia interrogar os múltiplos e diferenciados contextos e modalidades em que hoje ocorrem os processos de consumo, receção, mediação, produção e apropriação de conteúdos despoletados pelos novos contextos de comunicação numa “sociedade em rede”, promovidos pela Internet (Castells, 2007).

Os primeiros blogues surgem em 1997 tornando crescentemente populares, à medida que o acesso à Internet se foi gradualmente alargando e globalizando. Tratam-se de páginas que estão alojadas gratuitamente na Internet onde se arquivam (em geral por ordem cronológica) os conteúdos – *posts* – gerados pelos seus autores – os *bloggers*. Atualmente existem várias plataformas gratuitas (como o *wordpress*, o *blogger* ou o *livejournal*) que tornam bastante fácil a criação de um blogue e a sua atualização através da publicação de conteúdos em diferentes suportes – texto, imagem ou vídeo. Diversos autores referem que os blogues são um terreno propício para a expressão individual, através da publicação de textos e imagens que, de diferentes modos, remetem para o universo pessoal do *blogger*, os seus interesses e opiniões. De algum modo, os *bloggers* constroem narrativas de si próprios através do uso que fazem dos seus blogues. É, por isso, frequente os blogues estarem associados a um único indivíduo (que pode estar, ou não, identificado), embora também existam muitos blogues de autoria coletiva, em que participam vários *bloggers*, que podem assinar individual ou coletivamente, ou ainda optar pelo anonimato. Também existem blogues institucionais, associados a diferentes organizações, assumindo-se enquanto espaços de comunicação que podem, ou não, adotar lógicas comerciais, sejam mais declaradas ou mais subtis. Embora nem sempre tal aconteça, muitos blogues permitem que os leitores comentem os *posts*, possibilitando, assim, uma certa bi-direcionalidade e rapidez na troca de mensagens entre o produtor do blogue e os seus leitores (cf. nomeadamente, Amaral, Recuero e Montardo, 2009; Rettberg, 2008).

Os blogues – e, mais recentemente, outras redes sociais como o *Twitter* ou o *Facebook*, por exemplo – adquiriram uma grande relevância nos últimos anos, alterando profundamente os modelos tradicionais de acesso, partilha e difusão de informação e de opinião, muitas vezes extravasando os limites da “agenda mediática” tradicional. É, contudo, importante não deixar de reconhecer que existe na blogosfera uma enorme diversidade, não só nas temáticas abordadas, mas também no grau de especialização, seriedade, rigor e profissionalismo com que, por vezes, alguns *bloggers* abordam determinados temas, colocando mesmo em causa os papéis que são tradicionalmente atribuídos a determinados “peritos” e “especialistas” (como, por exemplo, os académicos, críticos e jornalistas), mas também aos “amadores” (Arora e Vermeulen, 2013).

Este artigo centra-se num campo particular da atividade cultural e criativa – o *design* – procurando explorar o relevante papel que, desde o início dos anos 2000, alguns blogues e *bloggers* que escrevem sobre *design* têm vindo a desempenhar enquanto contextos de mediação cultural, favorecendo lógicas de partilha, reflexão e discussão, mais ou menos crítica, sobre a disciplina e, deste modo, contribuindo para a construção de uma certa ideia de “*design* como cultura e como comunidade” (Moura, 2011: 16), quer no contexto internacional, como também, mais recentemente, no contexto nacional. Neste sentido, procurar-se-á aqui apresentar alguns resultados preliminares de uma análise que se encontra em curso, realizada no âmbito de uma investigação de doutoramento mais abrangente sobre trabalho criativo em *design* de comunicação em Portugal¹, tentando identificar e discutir as principais temáticas que são aqui abordadas, bem como refletir acerca do perfil dos *bloggers* e do papel que, neste contexto, estes têm vindo a assumir enquanto “intermediários culturais” (cf. nomeadamente, Bovone, 2001; Ferreira, 2002, 2009)

Estruturou-se o presente artigo do seguinte modo:

- Começa-se por tecer algumas considerações, de âmbito geral, acerca do campo do *design* e do modo como este se tem vindo a transformar no decurso das últimas décadas;
- Seguem-se algumas considerações, de cariz igualmente genérico, acerca do contexto em que surgem os blogues sobre *design* e a relevância que estes vieram a assumir no seio da disciplina;

- De seguida, olhamos para algumas das especificidades que caracterizam o caso português, enquadrando brevemente o contexto da emergência e desenvolvimento do *design* entre nós;
- Centramo-nos então nalguns aspetos especificamente relacionados com os blogues sobre *design* em Portugal, apresentando os resultados preliminares da análise em curso;
- Concluiu-se sistematizando algumas questões que resultam da análise realizada, salientando alguns aspetos sobre os quais consideramos ser relevante refletir.

2. O campo do *design*: brevíssimas notas de enquadramento geral

O *design* constitui hoje, em certa medida, um campo exemplar para analisarmos algumas das mais profundas transformações que ocorreram na relação entre arte, cultura, economia e sociedade nas últimas décadas. Caracterizando-se, desde o início, por ser uma área de charneira entre a arte e o sistema produtivo, onde se confrontam e compatibilizam formas de criatividade diversas (Dubuisson & Hennion, 1995; Julier & Moor, 2009), as origens do *design* estão ligadas à Revolução Industrial (Pevsner, 2001; Maldonado, 1999), embora somente após a 2ª Guerra Mundial se inicie uma fase mais acelerada e intensa do seu desenvolvimento, impulsionado pelo ímpeto fordista da produção e consumo em larga escala (Bony, 2006; Julier, 2004; Dormer, 1993). Durante as décadas de 1960-70, ocorrem nas profundas transformações que irão conduzir à consolidação e institucionalização da profissão de *designer*, no contexto internacional, com o alargamento da oferta de ensino especializado em *design*, nomeadamente em Inglaterra, Alemanha, Itália e França.

Nas últimas décadas deu-se um fulgurante crescimento do *design*, em termos globais, que é hoje amplamente reconhecido como um setor estratégico em termos culturais, políticos, económicos, sociais, urbanos culturais (Bryson & Rusten, 2011; Julier, 2008; Julier & Moor, 2009). Simultaneamente, os contornos da disciplina transformaram-se profundamente no sentido, por um lado, de um incremento dos níveis de especialização dos *designers* e, por outro, de uma crescente abrangência da profissão. Resumidamente, pode afirmar-se que, por um lado, estas mudanças estão relacionadas com processos mais vastos de transformação e reestruturação do capitalismo contemporâneo que tornaram o *design* num elemento-chave da economia pós-fordista, crescentemente culturalizada e eminentemente simbólica (Lash & Urry, 1994; Featherstone, 2007). Mas também correspondem, por outro lado, a um processo gradual de diferenciação, autonomia e reconhecimento social da profissão de *designer* (Julier, 2008: 43).

Desde meados da década de 1990 estes processos têm-se aprofundado, designadamente através da ascensão de uma certa “ideia do *design* como cultura e como comunidade” (Moura, 2011: 16) que se encontra patente, nomeadamente, na realização de um número crescente de iniciativas públicas – exposições, *workshops*, debates, lançamento de publicações, etc. – que, em comum, partilham da ambição de desenvolver novas abordagens ao *design*, entendendo-o enquanto expressão cultural. Simultaneamente, um número crescente de *designers* começam a trabalhar por motivação própria, assumindo-se enquanto “produtores” (Lupton, 2005; Bártole, 2011 e 2014) e “autores” (Rock, 2005), produzindo por motivação própria e tendo muitas vezes como audiência outros designers (Moura, 2011; McCarthy, 2013).

Interessa, pois, considerar o conjunto de profundas alterações que têm ocorrido no *design* contemporâneo, aqui muito brevemente enunciadas, na medida em que, como veremos adiante, elas permitem-nos compreender a relevância que os blogues vieram a assumir, no início de 2000, no interior do próprio campo, possibilitando um significativo alargamento dos espaços de crítica, reflexão e debate acerca da disciplina, do seu papel na sociedade contemporânea e das condições de exercício da prática profissional de *design* hoje.

3. Os blogues de *design* no contexto internacional: da emergência à afirmação

Os blogues sobre *design* começam a adquirir relevância essencialmente nos primeiros anos do século XXI. Efetivamente, surgem nesta época alguns dos mais influentes e referenciados blogues internacionais dedicados à divulgação e crítica de *design*, como é o caso do *Speak Up* (blogue norte-americano, criado em 2002 e extinto em 2009ⁱⁱ) e o *Design Observer* (blogue inglês, criado em 2003, mantendo-se ativo até hojeⁱⁱⁱ). Assumindo, em geral, um tom de grande informalidade na escrita, muitos destes blogues propunham-se a

fomentar a partilha de informações sobre *design*, alargando decisivamente as oportunidades de diálogo e reflexão crítica sobre teoria e prática de design que, neste período, era ainda bastante restrita. Neste contexto, não admira que a primeira década dos anos 2000 seja recorrentemente considerada como um período particularmente fértil e dinâmica deste ponto de vista, em que ocorreu uma profusão de blogues que frequentemente assumiram um importante papel enquanto espaços alternativos quer relativamente ao tipo de abordagens mais superficiais que eram, em geral, propostas pelos *media* convencionais, quer relativamente aos contextos mais restritos de discussão académica sobre *design*.

Mário Moura (2014) sugere que a emergência bem-sucedida dos blogues sobre *design* está estreitamente relacionada com a própria natureza da profissão que, nos últimos vinte anos, sofreu profundas mudanças que obrigam muitos designers a passarem longas horas sentados em frente ao computador, geralmente ligados à Internet. Os *designers* são, portanto, um tipo de utilizadores da Internet muito particular, na medida em que estão, em geral, bastante bem familiarizados e atualizados relativamente às novas tecnologias e, também por isso, bastante disponíveis para acompanhar e participar nestes contextos de discussão *online*.

“No caso de um *designer*, a possibilidade de escrever ou ler um texto no mesmo computador que usa para trabalhar é provavelmente a grande causa da explosão crítica que ocorreu nos primeiros anos deste século. Em vez de depender unicamente do consumo de revistas e livros, o *designer* começou a consumir boa parte da sua informação e discursos *online*, um consumo que não é passivo, sabendo que as competências do designer típico não só o obrigam a passar boa parte do seu tempo na net como lhe dão o conhecimento e as ferramentas para publicar, não apenas textos, mas fotografias, vídeos, etc.” (Moura, 2014: 140).

Mas, por outro lado, importa recordar que, como vimos, os próprios *designers* assumem-se crescentemente enquanto se enquanto “produtores” (Lupton, 2005; Bártolo, 2011 e 2014) e “autores” (Rock, 2005), constituindo a blogosfera um meio bastante fácil e imediato para concretizarem este novo tipo de ambições. Numa área que, pelo menos até início dos anos 1990, era ainda muito marcada por uma vertente de prática profissional que, frequentemente, estava ainda muito dissociada quer da investigação académica em *design*, quer da intervenção pública alargada sobre design (Littlejohn, 2013; Soar, 2012), os blogues assumiram um papel muito importante no processo de alargamento da reflexão e discussão sobre design, contribuindo decisivamente para afirmar gradualmente, no seio da disciplina, a crítica de design a sua importância. Blogues como o *Speak Up* e, em especial, o *Design Observer* contribuíram não só para o surgimento de novos autores – a escrita e do pensamento crítico sobre *design*, entendidos enquanto possibilidade de exercício profissional em design, inserem-se justamente nos processos de transformação recente na disciplina –, mas sobretudo para criar e alargar públicos interessados em ler, refletir e discutir sobre o tipo de temáticas abordadas nestes blogues.

Com efeito, é relevante notar que a institucionalização, no contexto académico, de uma crítica sobre *design* dá-se tardiamente, já no final da primeira década de 2000, altura em que surgem as primeiras pós-graduações, mestrados e doutoramentos em crítica de design, em Inglaterra e nos EUA. A este propósito, parecem-nos bastante significativos os paralelismos que autores como Rick Poynor (2004) ou Teal Trigs (2013), entre outros, que insistem em estabelecer entre o campo do *design* e outros campos artísticos – como o cinema, a música ou a arquitetura – em que a prática de uma escrita crítica já se encontra amplamente estabelecida e reconhecida, não só no interior do campo, mas também externamente, motivando a leitura de públicos interessados que não são necessariamente profissionais ou investigadores.

“...I’m optimist about the future of design writing and criticism. If we look to sister disciplines such as film, music, and architecture, the role of the critic has become better defined and established as the professions themselves have matured. Writers need something to write about and the discipline needs critical engagement and reflection in order to move forward” (Triggs, 2013: 36-37).

Esta institucionalização da escrita pública sobre *design* – escrita essa que pode assumir diferentes contornos: divulgação, investigação ou crítica – parece inserir-se, assim, num processo mais amplo da gradual afirmação do *design* enquanto campo autónomo de reflexão e produção cultural. É justamente neste contexto que os blogues sobre *design* assumem relevância, ao contribuírem para difundir, ampliar e alargar o impacto

destas discussões, tanto no plano internacional, como à escala local – conforme veremos adiante, a propósito do caso português. Os blogues podem ser, neste sentido, interpretados enquanto contextos de intermediação cultural, funcionando como espaços de referência no interior do campo, onde se operam estratégias específicas de afirmação e de divulgação de determinados autores, obras e eventos na esfera do *design*.

No âmbito desta discussão, importa ainda compreender e debater qual a relevância do papel desempenhado por alguns destes *bloggers* enquanto intermediários culturais. Como iremos ver, estes atores participam frequentemente em processos de seleção, valorização e divulgação de determinadas abordagens, trabalhos ou ideias, contribuindo, direta ou indiretamente, para processos de construção ou de consagração das carreiras de determinados *designers*, ou ateliers de design. Interessa, portanto, questionar em que medida a condição de *blogger* – pelo poder de afirmação de um determinado tipo de discurso ao qual se reconhece a capacidade de identificar, seleccionar e classificar os trabalhos e os autores tidos como os mais pertinentes, interessantes ou inovadores dentro de um determinado *art world* – poderá contribuir para conquistar ou reforçar posições de destaque ou mesmo de liderança no interior de um determinado campo (neste caso, o do design).

5. Design em Portugal no contexto pós-1974: uma breve introdução

À luz do contexto europeu, a história do *design* em Portugal é ainda relativamente recente. Efetivamente, apenas a partir da década de 1950 é que parece começar a surgir na sociedade portuguesa “uma consciência mais clara do papel do *design* e do designer na sociedade, generalizada a um leque alargado de sectores” (Souto, 1992: 26). Contudo, o processo de institucionalização do *design*, durante o período do Estado Novo, decorreu de um modo lento e progressivo (Almeida, 2009), pelo que será somente no contexto democrático que o design vai conseguir, de forma bastante gradual, afirmar, consolidar e legitimar a presença enquanto domínio disciplinar dotado de autonomia, tanto em termos científicos como profissionais (Lopes, 2000).

Ao longo dos últimos quarenta anos a oferta de ensino profissional e superior alargou-se substancialmente, assistindo-se a uma proliferação da oferta e da procura de cursos nesta área de estudos. Recorde-se que as primeiras licenciaturas públicas em *design* surgiram apenas em 1975, nas Escolas Superiores de Belas Artes de Lisboa e Porto (Almeida, 2009; Gomes, 2003). Na sequência do chamado processo de Bolonha, assiste-se, a partir dos anos 2000, a um verdadeiro *boom* de mestrados e doutoramentos em design, no âmbito dos quais tem sido produzida parte substancial da investigação nesta área, sendo ainda relativamente incipiente a investigação realizada autonomamente em centros de investigação especializados.

O reconhecimento público da importância do *design* dá-se essencialmente a partir de fins da década de 1980, consolidando-se nas décadas seguintes. Para tal concorreram, por um lado, iniciativas de promoção e sensibilização para a relevância do *design* levadas a cabo por alguns organismos públicos, ainda que muitas vezes de forma hesitante e irregular, como o Centro Português de Design, o Instituto Português da Qualidade e o Instituto do Comércio Externo de Portugal. Por outro lado, a partir de inícios dos anos 1990 surgem em alguns eventos em torno do *design* que vão beneficiar de um grande impacto mediático – entre outros, incluem-se eventos como, por exemplo, a *Moda Lisboa*, que surge em 1991, a grande exposição *Design*, realizada no âmbito da Lisboa 94 - Capital Europeia da Cultura; ou ainda a bienal *Experimenta Design*, realizada desde 1999.

Estes eventos foram fundamentais para afirmar em Portugal um novo discurso público sobre a disciplina, muito centrado nas questões da autoria – de algum modo contrapondo-se à retórica estatal sobre *design*, que tendia a enfatizar o papel do design ao serviço da indústria e da inovação económica. Desde então várias outras iniciativas, pontuais ou regulares, têm procurado divulgar e debater diferentes aspetos relacionados com o *design* contemporâneo, no plano nacional e internacional. Simultaneamente, têm sido realizados, com uma crescente regularidade, várias outras iniciativas (exposições e publicações, sobretudo) que têm contribuído para a construção de um novo discurso em torno da memória e do património do *design* em Portugal (Quintela, 2014). Mais recentemente, surgiram mesmo alguns museus e galerias específicas ou maioritariamente dedicados à problemática do *design*, como o MUDE - Museu do Design e da Moda, em Lisboa, criado em 1999; a Galeria Quadra, em Matosinhos, em 2001; e o MADE - Museu do Artesanato e do

Design de Évora que, substituindo os anteriores Centro de Artes Tradicionais e Museu do Artesanato, reabriu ao público em 2011.

Concluindo, podemos afirmar que, na viragem para o século XXI, se assistiu em Portugal à consolidação, diversificação e multiplicação dos contextos de estudo, reflexão e divulgação sobre *design* em Portugal, à medida que surgem, com crescente regularidade, um conjunto relativamente amplo e heterogéneo de novas iniciativas: exposições, debates, seminários, *workshops*, publicações (livros, revistas, *fanzines*) e... blogues.

6. Blogues de *design* em Portugal: mapeamento (preliminar) de alguns autores, blogues e temáticas

Os primeiros blogues sobre *design* surgem em Portugal em 2004 – o que, como vimos, corresponde a um pequeno desfasamento, de aproximadamente dois anos, relativamente ao panorama internacional. Frequentemente é atribuído o pioneirismo nesta matéria ao blogue *Designer X*, de autor desconhecido, publicado entre Fevereiro de 2004 e Março de 2006 (Moura, 2013). Em seguida, surge aquele que é provavelmente o blogue português de crítica de *design* mais lido e referenciado entre os designers nacionais – o *Ressabiator* – cuja autoria é do designer e professor universitário Mário Moura. Criado a 26 Março de 2004, o *Ressabiator* continua em plena atividade, tendo celebrado recentemente o seu décimo aniversário e contando já com mais de 1600 *posts*.

Ao longo dos anos seguintes, sobretudo até 2009-2010, assistiu-se ao surgimento de vários outros blogues sobre *design* em Portugal que, na sua maioria, acabaram por “desaparecer”^{iv}. Os níveis de visibilidade destes blogues foram, como seria exetável, muito diversos, tal como os próprios ritmos de atualização dos blogues que, nalguns casos eram bastante regulares, mas que em muitos outros eram bastante mais pontuais ou irregulares.

Blogues de design em Portugal: uma tipologia preliminar

Em traços gerais, e correndo o risco de uma simplificação excessiva – necessariamente redutora –, podem identificar-se três grandes tipologias de blogues sobre *design* em Portugal, que se apresenta de seguida. Note-se, contudo, que estas categorias não são, evidentemente, estanques, existindo uma certa fluidez no modo como, ao longo do tempo e em função do contexto, os *bloggers* decidem como pretendem utilizar estes espaços de comunicação.

1. Blogues dedicados à divulgação de eventos, concursos e outro tipo de acontecimentos relacionados com universo do *design*, nacional e internacional, que frequentemente funcionam como mera enunciação de links, nem sempre acompanhados de descrição;
2. Blogues de apresentação de *portfolio* de trabalhos na área de *design* (que podem estar associados ou a uma única pessoa, ou a um coletivo de designers, ou mesmo a um *atelier* ou empresa);
3. Blogues de reflexão e crítica sobre diferentes aspetos relacionados com o campo do *design* em Portugal, existindo, dentro desta tipologia, duas subtipologias importantes:
 - 3.1. *bloggers* que optam por uma postura mais genérica, abordando diversos temas relacionados com o que José Bártolo (2014) apelida de “campo expandido” do *design* (ou seja, o *design* entendido nas suas múltiplas relações com a paisagem, a arquitetura, a arte contemporânea e o próprio contexto político, social e económico contemporâneo);
 - 3.2. e *bloggers* que decidem por centrar-se na análise e reflexão sobre aspetos bastante mais específicos dentro desta área disciplinar (como, por exemplo, a ilustração, o cartaz, a tipografia, a sinalética urbana, os rótulos de garrafas de vinhos, capas de livros e *design* editorial).

Atendendo ao enquadramento teórico anteriormente desenvolvido e considerando ainda a impossibilidade de serem aqui abordados, de um modo equilibrado e aprofundado, os diferentes tipos de blogues sobre *design* existentes em Portugal, optou-se por centrar a análise nos blogues de análise, reflexão e crítica de *design*. Assim, podem referir-se dentro desta tipologia, e sem procurar ser exaustivo, os seguintes blogues:

- *Designer X*: blogue de autor anónimo, criado em Fevereiro de 2004 e extinto em Março de 2006^v
- *Ressabiator*: blogue de Mário Moura, criado em Março de 2004^{vi}
- *Reactor*: blogue de José Bártolo, criado em Outubro de 2006^{vii}
- *Isto Não é uma Tese!*: blogue de Joana Baptista Costa e Mariana Leão Cunha (Joana & Mariana), criado em Junho de 2006 e desativado em Outubro de 2008^{viii}
- *Montag: by their covers: resgate do fogo*: blogue de Pedro Piedade Marques, criado em Julho de 2007^{ix}
- *Desígnio*: blogue de Luís Inácio, encerrado em Novembro de 2010^x; posteriormente, em Julho de 2012, Luís Inácio criou o blogue *Design da Mente*^{xi}
- *Cursivo*: blogue de Ricardo Lafuente, criado em Maio de 2005 e extinto em Fevereiro de 2007^{xii}
- *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^{xiii}, funcionando desde então em *website* próprio^{xiv}
- *Almanaque Silva*: blogue de Jorge Silva, criado em Janeiro de 2011^{xv}

O surgimento destes blogues insere-se, conforme vimos, num contexto internacional em que blogues de cariz semelhante começavam a ganhar um crescente destaque no “meio” – o que, de algum modo, parece ter servido de inspiração para os primeiros *bloggers* iniciarem um movimento de renovação da escrita sobre *design* em Portugal, trazendo uma nova dimensão de divulgação e sobretudo de reflexão crítica que era, nessa altura, praticamente inexistente no país. Com efeito, com a notável exceção de António Sena da Silva – que assumiu um papel pioneiro na divulgação e reflexão sistemática sobre *design* em Portugal, entre as décadas de 1950 e 1990 (Coutinho, 2009) –, o espaço para a divulgação e crítica sobre *design* em Portugal, tanto na imprensa generalista, como na especializada, sempre foi exíguo e feito de um modo, em geral, pouco especializado e com um carácter pontual. Neste sentido, pode-se considerar que a escrita em blogues sobre *design* veio, de algum modo, colmatar uma evidente escassez de espaços de divulgação, crítica e reflexão sobre *design* nos meios de comunicação social portugueses.

Mas a emergência destes novos espaços de comunicação enquadra-se igualmente, conforme foi já referido, num contexto de institucionalização recente da disciplina em Portugal, refletindo as debilidades de um tecido académico ainda em processo de consolidação, em que as práticas de investigação e publicação científica são ainda relativamente escassas. Com efeito, muitos *bloggers* têm relações estreitas com o meio universitário – são professores, investigadores ou estudantes – utilizando frequentemente os blogues para ensaiar aproximações aos seus universos de interesse académico e profissional; partilhar reflexões e inquietações; divulgar trabalhos e iniciativas, nacionais e internacionais, que consideram notáveis (ou que, pelo contrário, julgam ser criticáveis); e ainda para desenvolver e afirmar no “meio” a sua voz “autoral”, enquanto críticos de *design* com capacidade de apresentar, de forma original, pontos de vista específicos sobre diversos aspetos relacionados com a disciplina, frequentemente equacionados à luz contexto específico nacional.

6.2 Principais temáticas presentes em blogues de análise, reflexão e crítica sobre *design* em Portugal

Pela sua diversidade – em termos de longevidade dos blogues, das temáticas abordadas, da extensão dos textos e ainda do próprio estilo de escrita de cada *blogger* – revelou-se extremamente difícil desenvolver uma análise comparativa entre os diferentes blogues de análise, reflexão e crítica sobre *design* em Portugal. De seguida, apresenta-se então uma primeira identificação de algumas das principais questões ou temáticas que, ao longo do tempo, foram sendo recorrentemente abordadas e discutidas em diferentes blogues – importando reconhecer, contudo, o carácter necessariamente preliminar e exploratório deste exercício.

História do design português

Possivelmente pelo carácter recente da disciplina, e atendendo à relativa escassez de investigação nesta área, esta é uma das temáticas mais abordadas, sob diferentes pontos de vistas e com níveis de aprofundamento muito diversos, em muitos destes *blogues*.

Entre outros aspetos, encontramos vários *posts* sobre a presença em Portugal de diversas gerações e “escolas” (Porto e Lisboa), discutindo-se o modo como estas marcam, ou não, o desenvolvimento do *design* português. *Bloggers* como José Bártolo, Jorge Silva ou Pedro Piedade Marques, entre outros, tem-se dedicado de forma especialmente notório ao exercício da identificação dos principais protagonistas em cada época – ilustradores, designers, ateliers de design, agências de publicidade, editoras e publicações marcantes em termos gráficos (livros, jornais e revistas), assinalando ainda alguns acontecimentos singulares ou especialmente relevantes nesta área. Em alguns destes textos (e na seleção de imagens que frequentemente os acompanham) encontramos com certa recorrência um olhar algo nostálgico sobre o passado que, de alguma forma, parece tender a mitificar o papel da chamada 1ª e 2ª geração de *designers* portugueses (finais dos anos 1950 e 70), muitas vezes encarados como verdadeiros “heróis” de um período “de ouro” do design nacional.

Um outro tópico que tem despertado o interesse de alguns destes *bloggers* prende-se com as relações que historicamente o *design* português foi estabelecendo, de diversos modos, com outras esferas da atividade artística e cultural no país (nomeadamente, com a arquitetura, o cinema, as artes plásticas, a música, a literatura ou a poesia). Ao procurarem inserir o processo de desenvolvimento da disciplina no seio de processos mais abrangente, relacionados com o próprio desenvolvimento das artes e da cultura em Portugal, alguns destes *posts* parecem reforçar um entendimento do *design* de cariz mais “cultural” que claramente contrasta com a clara ausência de uma reflexão sobre a presença do design em setores produtivos e industriais – apesar de alguma reflexão pontual em torno da publicidade.

A análise e discussão em torno do processo de institucionalização da disciplina em Portugal é um outro grande tópico de análise e de reflexão em alguns destes *blogues*, aspeto que frequentemente se relaciona com o debate crítico sobre como se estruturaram e desenvolveram as políticas públicas de apoio ao *design*.

Finalmente, a ausência de uma história do *design* em Portugal também constitui, como seria expectável, um outro tópico de interesse para muitos *bloggers*. São habituais textos a propósito da realização de exposições, publicações e outro tipo de movimentos de “patrimonialização” do *design* português (Quintela, 2014).

Design português contemporâneo

O acompanhamento crítico do “meio” no tempo presente constitui outra preocupação bastante evidente, especialmente em *blogues* como o *Reactor* e o *Ressabiator*, nos quais são frequentes *posts* relacionados com:

- a identificação e análise de trabalhos de ateliers e designers contemporâneos notáveis;
- a identificação de “novos valores” emergentes no design português contemporâneo (Bártolo chegou a ter, no seu *blogue Reactor*, uma secção temática que apropriadamente intitulou de “Seleção de Esperanças”);
- a identificação dos momentos mais marcantes da primeira década do século XXI;
- a divulgação e/ou crítica de eventos relacionados com o “campo expandido” do design contemporâneo (bienais, exposições, conferências, lançamento de publicações, etc.);
- a análise da presença do design português contemporâneo na imprensa nacional e internacional;
- a discussão em torno da ideia de uma identidade (ou, numa outra formulação, de um “ADN”) do design português contemporâneo (o retro; as diferentes “escolas” ou “estilos”);
- a divulgação e recensões críticas de novas publicações sobre design em Portugal;
- a realização e publicação de entrevistas com designers portugueses contemporâneos.

Design, política e crise

Nos últimos anos tornaram-se recorrentes as referências neste tipo de blogues ao contexto político, económico e social que marca a sociedade portuguesa e europeia contemporâneas, com vários *posts* em que se reflete acerca das múltiplas repercussões da crise (económica, social, política) nas condições para o exercício da profissão. Entre outros aspetos, identificou um conjunto significativo de *post* que abordam as seguintes questões:

- o desemprego e a generalização da precariedade laboral no setor, sobretudo entre os jovens designers, recém-licenciados, com a preponderância do modelo do estágio não remunerado);
- a associação de um decréscimo de produção gráfica interessante à escassez de apoios ao setor cultural (onde estão os clientes mais estimulantes em termos criativos);
- as implicações no design gráfico da atual crise no mercado editorial português;
- as alterações que a crise produz na profissão, levando os designers a envolverem em novas áreas de trabalho (nomeadamente, envolvendo-se em novas áreas de intervenção como a escrita, a curadoria e a produção cultural, entre outras).
- as debilidades das associações profissionais de designers em Portugal e o debate em torno da necessidade de vir a constituir uma Ordem de Designers, enquanto estratégia de proteção da profissão.

O designer e o(s) cliente(s)

Sobretudo no início da blogosfera do *design*, assistiu-se a um amplo interesse de blogues como *Design X*, o *Reactor* e sobretudo o *Ressabiator* em analisar e debater a complexa relação entre o designers e os seus clientes, nomeadamente, focando os processo de trabalho em design e, maior ou menor, capacidade negocial dos designers para dialogarem com os clientes – existem, por vezes, tentativas de “tipificação” de clientes”.

Uma outra questão que suscita e anima algum debate entre *bloggers* tem que ver com a forma como o sistema de ensino superior problematiza o mercado de trabalho, sendo frequentemente acusado de “mitificar” a questão do diálogo com o cliente e as suas implicações no processo de resposta ao *briefing* (encomenda).

Por fim, e acompanhando os debates internacionais sobre o tema, também em Portugal o debate acerca das questões da autoria em *design* suscitou bastante interesse junto destes *bloggers*, sobretudo entre 2007 a 2009.

A crítica em design

Em alguns blogues encontramos uma profícua e interessante reflexão sobre a importância da crítica de *design*, quer contexto internacional, quer (sobretudo) no contexto nacional – que assume, por vezes, uma dimensão de autoreflexão que culmina, ou não, na assunção de uma autodefinição do *blogger* enquanto “crítico”, como por vezes pareceu acontecer como José Bártolo (*Reactor*), por exemplo.

Entre outros aspetos, suscitou o interesse da blogosfera debater:

- o papel do crítico e o que o distingue de um “mero” divulgador;
- a crítica de design em Portugal: a sua história, as dificuldades em fazer crítica em Portugal e a sua importância atual (nomeadamente, qual a importância da crítica de design em blogues num país em que, como vimos, o design ocupa ainda um reduzido espaço na imprensa generalista e especializada);
- a afirmação, ou não, de uma “cultura do design” em Portugal, identificando quais os principais atores que têm participado neste processo;
- a emergência de novas formas de crítica sobre design que vão para além do exercício da escrita, identificando e analisando novos eventos de natureza curatorial, bem como as novas modalidades de intervenção do crítico enquanto ativista/ participante;
- o papel e relevância dos blogues de crítica de design, no contexto nacional e internacional, e como este se tem vindo a alterar nos últimos anos.

As relações entre o Estado e o design em Portugal

Pela sua relevância específica, optou-se por destacar este tema do debate mais genérico em torno do *design* português contemporâneo. A análise crítica da escassa atenção concedida pelo Estado ao design, assim como da ausência de medidas sistemáticas de políticas públicas destinadas a apoiar o desenvolvimento desta área tem despertado o interesse vários *bloggers* que, nos seus *posts*, têm debatido aspetos como:

- o papel e o trabalho desenvolvido pelo Centro Português de Design no apoio ao design português;
- o modo como o design está presente na comunicação de organismos, entidades e eventos públicos;
- o modelo dos concursos públicos e à frequente falta de transparência nos critérios e nos procedimentos;
- a apropriação do design pela retórica política em Portugal.

O ensino do design em Portugal

Estreitamente relacionado com o tema anterior – a relação do Estado com o *design* – o tema do ensino tem sido recorrentemente abordado por alguns *bloggers*, em especial aqueles que assumem funções de docência universitária, partilharem neste contexto as suas reflexões, inquietações e expectativas relativamente ao rumo do ensino e a investigação em design em Portugal. Possivelmente, este interesse está ainda relacionado com o facto do período de maior dinâmica da blogosfera coincidir, pelo menos em parte, a fase de discussão e implementação do chamado “Processo de Bolonha”.

O ditame da aproximação das escolas ao mercado de trabalho, a par dos desafios da empregabilidade dos *designers* recém-licenciados são outros temas recorrentemente analisados e debatidos nestes blogues.

Finalmente, identificam-se ainda alguns textos acerca do papel decisivo que as universidades podem hoje assumir enquanto polos de dinamização cultural (através de workshops, conferências, exposições, etc.), na tentativa de também elas contribuírem para a ampliação de públicos interessados pelo *design* em Portugal.

Design internacional: debates e tendências

Sobretudo durante os primeiros anos do surgimento da blogosfera de *design* em Portugal (2004-2007), alguns blogues assumiram um importante papel de divulgação de alguns dos principais debates disciplinares contemporâneo, iniciando, a partir da discussão internacional, uma reflexão sobre as suas possíveis relações e articulações com a realidade portuguesa. É caso, nomeadamente, da longa discussão acerca da importância da noção de autoria em *design*, tanto do ponto de vista teórico, como das mudanças que este debate trouxe nas práticas profissionais dos designers, anteriormente já referida, mas também da reflexão sobre novas áreas de investigação e de intervenção dos designers: da escrita à curadoria, passando pela edição, mais ou menos independente, a participação ativa em processo de produção cultural e ainda a reflexão sobre o *design* enquanto ferramenta ao serviço da inovação e responsabilidade social.

Para além disso, são ainda frequentemente produzidos no âmbito dos blogues outros conteúdos, tais como:

- a elaboração de obituários de designers internacionais de referência (norte-americanos, ingleses, brasileiros);
- o desenvolvimento de análises comparativas (em termos estéticos, técnicos e temáticos) entre trabalhos gráficos realizados por designers gráficos nacionais e internacionais;
- a divulgação de espaços (livrarias, museus, escolas de design) e acontecimentos internacionais (exposições, bienais e outros eventos) relacionadas com a área, bem como sugestões e recessões críticas de algumas publicações internacionais (revistas, livros);
- a realização e publicação pontual de algumas entrevistas com designers internacionais de referência e/ou emergentes (nomeadamente, designers argentinos, brasileiros, ingleses).

Os blogues enquanto contextos de interação e mediação

Apesar a sistematização das várias temáticas abordados, ao longo do tempo, em diferentes blogues de análise e crítica de *design* constitua um exercício importante para compreendermos quais os temas em discussão,

parece-nos ser também importante aprofundar, ainda que de um modo necessariamente breve, a forma relativamente interativa como se processa o debate e o diálogo num contexto bastante específico como são este tipo de blogues. Existem, na verdade, diferentes níveis de discussão: a discussão interna, que decorre em cada blogue; a discussão um pouco mais alargada, ainda que restrita à blogosfera, envolvendo vários blogues e *bloggers*; e, finalmente, o diálogo que a blogosfera estabelece com outros espaços de divulgação, reflexão e crítica sobre *design*, quer em contextos *offline* – nomeadamente, como já vimos, nos diversos colóquios, exposições, bienais e também em publicações relacionadas com o universo do *design* – mas também *online*, através das reflexões e discussões que se desenrolam em redes sociais como o *facebook*, por exemplo.

Embora a definição da “linha editorial” de cada blogue – isto é, dos temas a tratar – decorra, em princípio, dos interesses e das opções pessoais do seu autor, importa referir que a motivação para a escrita de um determinado *post* é frequentemente suscitada por um qualquer acontecimento externo (um evento, o lançamento de um publicação, uma notícia, etc.), por um texto publicado num outro blogue ou mesmo por um comentário de um *blogger*. Por vezes, a escrita de um determinado *post* decorre justamente de uma troca de comentários capaz de suscitar o debate num outro blogue, com o qual o *blogger* pretende dialogar. Neste sentido, os blogues podem ser interpretados enquanto “espaços de escrita coletiva, já que, por mais que os leitores não possam modificar um *post*, podem escrever junto com o blogueiro através dos comentários, muitas vezes influenciando a criação de novos *posts*” (Aquino, 2009: 253).

Vejamos o seguinte exemplo: num *post* intitulado “O Trabalho do Crítico”, publicado no blogue *Reactor*, José Bártolo (2010) escreveu um texto suscitado pelo comentário do *designer* João Alves Marrucho a um outro *post*, escrito por Mário Moura, no blogue *Ressabiator*.

“Num comentário a um texto recente de Mário Moura, João Alves Marrucho escrevia que “Talvez pudessem (os críticos) dedicar menos tempo às conferências XPTO, às exposições, experimentas *designs*, velhotes empresários, que muitas vezes se estão nas tintas para o que vocês escrevem, talvez não fosse má ideia andar um passo atrás das palas das influências académicas, para que consigam, com a necessária leveza, sentir no ar, colher o que está solto, e prever o tempo.”. Não só é natural como, por inúmeras razões, desejável que um *designer* da geração e do contexto cultural de João Alves Marrucho considere a revista *Eye*, o *Design Observer*, o *Reactor* ou uma conferência dos *Personal Views* “coisas *mainstream*”, literalmente de retaguarda, por ter sido formado dentro (e em certa medida a partir) dessa retaguarda. O desafio que João Alves Marrucho lança aos críticos é, sem dúvida, estimulante e saudável, o que constringe é que tal desafio não seja lançado a nenhum crítico de *design* da geração de João Alves Marrucho mas apenas a mim e ao Mário Moura.”

Significativamente, em resposta a este *post* de José Bártolo, João Alves Marrucho haveria de escrever um novo comentário, no qual procurou esclarecer a sua posição, prosseguindo assim com o diálogo.

Este pequeno exemplo parece-me que ilustra bem o importante papel que tem sido muitas vezes assumido em alguns destes blogues: constituem espaços de mediação, nos quais os *bloggers* expõem publicamente os seus argumentos relativamente a diferentes temáticas relacionadas com o universo do *design*, mas são também espaços de discussão, onde os autores dos textos também podem ser – e são-no por vezes – confrontados com leitores com opiniões divergentes. As interações entre *bloggers* em contexto *online* constituem, assim, um elemento-chave na análise e compreensão da dinâmica da blogosfera (Aquino, 2009). Neste sentido, Amaral, Recuero e Montardo sustentam que “os comentários são elementos significativos da cultura dos *blogs*, e que são, se não essenciais, muito importantes como elementos de motivação para os blogueiros e fundamentais como ferramentas de interação social” (2009: 37).

No entanto, importa sublinhar que esta dinâmica de discussão e de participação *online* presente nos vários blogues de reflexão e crítica sobre *design* – aqui entendida enquanto formulação de comentários de *bloggers* a *posts* – é bastante irregular, constatando-se mesmo que, frequentemente, ela não só é escassa em diálogo, como parece estar relativamente delimitada a conjunto restrito de “habituéis” deste tipo de blogosfera.

Tal não significa, contudo, que este tipo de blogues não tenha permitido alargar significativamente os espaços de debate e discussão sobre *design* em Portugal. A escassa participação *online* parece ser

frequentemente compensada pela discussão *offline*, entre pares, acerca de temas abordadas na blogosfera sobre design, uma prática referida por diversos designers em entrevistas realizadas.

Por outro lado, ao permitirem o arquivo e a fácil pesquisa dos vários textos, imagens e vídeos que foram sendo publicados no decurso de anos, os blogues acabaram por se constituir numa base bastante importante para obter informação atualizada sobre *design* em Portugal – sobretudo num período inicial, em que o número de publicações, exposições e conferências era ainda bastante escasso – tornando-se, assim, num elemento importante de formação para uma nova geração de designers e estudantes de design portugueses. Justamente neste sentido, o *designer* e professor universitário inglês, radicado no Porto, Andrew Howard, sublinha a importância decisiva da Internet e, em particular, dos blogues, na mudança da “cultura do design” em Portugal durante a primeira década do século XXI:

"A internet é aqui, provavelmente, a maior influência. Os alunos passam muito tempo visitando *sites* de design e blogues. Eles parecem achar que esta é uma forma mais fácil de chegar à informação do que consultar livros – o que é um facto. O *Design Observer*, por exemplo, cresceu grandemente em influência e tornou-se numa referência central. Em Portugal, blogues de *design* como o *Reactor* e o do Mário Moura contribuíram igualmente para um maior interesse sobre o design, não apenas como uma opção profissional mas realçado como uma prática criativa que possui uma história e temas teóricos que se prestam a ser debatidos." (Bártolo, 2008).

7. Notas finais: o declínio dos blogues de *design*?

Ao longo deste artigo descrevemos o contexto em que, no início do século XXI, surgiram em Portugal diversos *blogues* e *bloggers* sobre *design*, procurando analisar o papel que alguns deles têm desempenhado na partilha, reflexão e discussão crítica sobre a disciplina no nosso país, afirmando-se enquanto contextos particulares de mediação cultural. Contudo, a verdade é que partir do final da primeira década dos anos 2000 começa-se a assistir a um gradual declínio de uma certa efervescência em torno da criação e da participação em blogues sobre *design* em Portugal.

Importa começar por enquadrar este processo de declínio da blogosfera da escrita crítica e reflexiva sobre *design* em Portugal num contexto internacional mais amplo que parece ser cada vez mais marcado pela ascensão de uma certa *portfolio culture* digital, para utilizarmos a terminologia de José Bártolo, que é potenciada pelo surgimento de novas “ferramentas de arquivo e partilha [*online*] – como o *Tumblr*, *Stumble Upon*, *Flickr*, *VVork* 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, 2014: 114). De algum modo, o encerramento do *Speak Up*, em Abril de 2009, parece marcar simbolicamente o final de uma “época de ouro”, em que o entusiasmo pelo debate e discussão crítica sobre *design*, em contexto *online*, foi de algum modo marcante e “contagante”.

Efetivamente, dos vários blogues sobre *design* criados em Portugal, entre 2004 e 2009, atualmente apenas se mantêm ativos – e com visibilidade – um núcleo relativamente mais restrito de *bloggers* que insistem em continuar a escrever, com regularidade, textos de reflexão e crítica sobre design. Em todo o caso, parece ser evidente que uma certa “urgência” se foi perdendo no decorrer do tempo, o que também levou a alterações não só na escrita, mas também nalgumas das temáticas abordadas nestes blogues.

A título de exemplo, vejamos o caso do blogue *Ressabiator* – o mais antigo e possivelmente o mais dinâmico blogue sobre *design* em Portugal ainda no ativo –, em que as mudanças de estilo de escrita e nas estratégias de abordagem são evidentes. Por um lado, os *posts* tornaram-se, em geral, bastante mais curtos e sintéticos: em geral não excedem as 300 palavras, contrastando com os textos iniciais do blogue que eram notoriamente mais longos (rondando frequentemente as 700-800 palavras, por vezes mais) e também mais desenvolvidos do ponto de vista teórico (isto é, textos em que as referências teóricas se encontravam mais claramente explicitadas, permitindo mais facilmente ao leitor identificar quais os autores e as obras em discussão). Assistiu-se, por outro lado, a uma crescente dispersão no tipo de temáticas abordadas, extravasando o campo restrito do *design*. Significativamente, no caso particular do *Ressabiator* verificou-se um incremento de *posts*

em que se abordam temas relacionados quer com a cultura e arte contemporânea, quer com temas da atualidade, essencialmente de âmbito político e económico.

De igual modo, revela-se importante procurar compreender quais os motivos que levaram alguns dos *designers bloggers* a deixarem de escrever em blogues. Como é evidente, os motivos para tomar esta decisão podem ser vários e assumir características bastantes diversificadas. Embora o presente artigo não disponha de dados suficientes para abordar esta questão em profundidade, arriscamos identificar um ou dois motivos, ainda que de modo necessariamente provisório.

A decisão de criar, mas também de encerrar um blogue parece estar, por vezes, associados a momentos marcantes e a mudanças no ciclo de vida pessoal. Vejamos, por exemplo, o caso da dupla de designers gráficas Joana & Mariana (Joana Baptista Costa e Mariana Leão Cunha) que, entre Junho de 2006 e Outubro de 2008, assinavam em coautoria o blogue *Isto Não É Uma Tese!*, em que se debruçavam sobre diversas temáticas relacionadas com a história do design em Portugal, com particular destaque para as décadas de 1970 e 80. Como explicaram, em entrevista concedida no âmbito desta investigação de doutoramento, a criação e dinamização do blogue esteve estreitamente relacionado com o período em que frequentavam a licenciatura (e, em especial, aos últimos anos do curso, dedicada à fase de investigação e da escrita dos trabalhos finais). Uma vez concluído o curso, parece perde algum sentido manter o blogue, até porque o período que se seguiu correspondeu a um momento de transição para a vida ativa, abandono as Caldas da Rainha, onde estudavam, dando início à sua atividade profissional como *designers* gráficas, respetivamente, em Lisboa e no Porto. Saliente-se, contudo, que muitos dos temas abordados no blogue vieram a ser prosseguidos, tanto no contexto do trabalho “autoral” do *atelier* – em trabalhos comissariados como aconteceu, por exemplo, no caso da exposição “Portugal Imaginado”, realizada no âmbito da edição de 2009 da bienal Experimenta Design –, como no quadro da investigação académica de ambas as designers.

Mas existem certamente outros motivos, possivelmente até mais abrangentes e transversais, que, nos últimos anos, levaram muitos *bloggers* a progressivamente desinteressarem-se pela escrita sobre *design* em blogues. O professor universitário, curador, crítico e editor José Bártolo – cujo blogue *Reactor* se mantém ativo, embora com uma atividade muito menor do que noutros tempos – num *post* intitulado “Quente Frio”, publicado a 14 de Julho de 2012, refletia sobre a dinâmica ligada à cultura de design em Portugal, salientando o notável alargamento dos contextos de intervenção. Bártolo (2012) afirmava então o seguinte:

“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.”

Significativamente, este *blogger* sublinha importantes mudanças no exercício de divulgação, discussão e crítica sobre *design* em Portugal que ocorreram nos últimos anos: por um lado, houve um substancial alargamento dos contextos disponíveis para o desenvolvimento de tal exercício; por outro lado, deu-se uma significativa diversificação dos formatos escolhidos. Encontramos ainda no testemunho de Bártolo indícios de que a dinâmica gerada na blogosfera assumiu, sobretudo durante a primeira década de 2000, um papel instrumental, contribuindo para alargar o público interessado ver e refletir sobre *design* em Portugal, o que veio a favorecer, mais tarde, o crescimento e intensificação de uma nova dinâmica *offline*, que privilegia outros contextos e formatos comunicacionais – as exposições, os debates, as publicações, etc. Com efeito, encontramos hoje entre os principais promotores de muitas das mais relevantes iniciativas deste tipo (exposições, debates, conferência, publicações, etc.) aqueles que foram, algum tempo antes, os principais dinamizadores da blogosfera crítica sobre design em Portugal. É o caso, nomeadamente, de *designers* e investigadores em design como José Bártolo, Mário Moura, Jorge Silva, Frederico Duarte ou Pedro Piedade Marques que, em diferentes contextos e com graus de envolvimento muito diversificados nos últimos anos têm estado envolvidos em atividades como a escrita de textos para diferentes publicações (revistas, livros,

textos críticos para catálogos, etc.); a edição; o comissariado de exposições; a organização e participação em conferências, seminários e eventos de cariz semelhante, com maior ou menor informalidade; etc.

Este conjunto de observações levam-nos a retomar o debate “clássico” da Sociologia da Arte e da Cultura acerca do papel e da relevância dos “intermediários culturais” ou *gatekeepers* (cf. nomeadamente, Becker, 2010; Bovone, 2001; Heinich, 2009; DiMaggio & Hirsch, 1976; Ferreira, 2002 e 2006), questionando em que medida é que os blogues permitiram aos seus principais intervenientes – os *bloggers* – construir e consolidar reputações no “meio”. Num contexto como o português em que, como vimos, o *design* em Portugal era ainda, na viragem para o século XXI, um campo relativamente restrito e, de certo modo, “fechado” sobre si próprio, parece ser plausível admitir a hipótese de que a criação e dinamização destes blogues permitiu a alguns destes intervenientes criarem um espaço próprio no interior do “meio”, no qual podiam expor determinadas ideias e, neste processo, criar e consolidar audiências interessadas em discuti-las. Note-se ainda, por outro lado, que muitos destes blogues também permitiram aos seus autores divulgarem, junto de um público relativamente alargado, os projetos em que se foram envolvendo ao longo do tempo. Como vimos, quando analisamos os percursos profissionais de alguns destes *bloggers* constata-se que alguns deles têm conseguido trilhar, certamente também a partir da sua atividade na blogosfera e do reconhecimento aí granjeado, novas hipóteses de desenvolvimento da sua atividade profissional, explorando, nomeadamente, os universos da investigação, da escrita e da crítica remunerada, do comissariado de exposições e da edição.

Neste contexto, um dos desafios que se colocam passa necessariamente por procurar compreender as potencialidades e os constrangimentos que estes novos suportes comunicacionais colocam a uma reflexão e crítica sobre *design*, nomeadamente em contextos extra-académicos. Em especial, parece-nos importante acompanhar e refletir sobre os impactos associados a esta aparente perda de centralidade dos blogues sobre reflexão e crítica de *design*, à medida que assiste à ascensão de uma nova *portfolio culture* (Bártolo, 2014) que, como referi anteriormente, se caracteriza pela proliferação de redes sociais dedicada a uma disseminação de trabalhos realizados por designers. Se, por um lado, este novo tipo de dispositivos permite dar visibilidade ao trabalho realizado por *designers*, que se tornam, deste modo, eles próprios produtores ativos de conteúdos, que selecionam e comunicam de uma forma bastante direta e com um alcance “viral”, sendo potencialmente geradores de novas oportunidades profissionais para os designers; importa, contudo, reconhecer que, por outro lado, estes novos dispositivos de partilha de *portfolios* se têm revelado muito pouco adequados à escrita e reflexão – que, cada vez mais, parece hoje estar, quase exclusivamente, cingida à esfera da investigação e do debate realizado em contextos estritamente académicos. Será que o processo gradual de alargamento dos contextos de reflexão e discussão crítica sobre *design* em Portugal, a que se assistiu na última década – e para o qual também contribuíram alguns dos blogues analisados neste artigo –, poderá vir a ser substituído pelas novas redes sociais de arquivo e partilha de informação? E quais são, por outro lado, os riscos de uma excessiva “academização” do discurso de análise e reflexão crítica sobre *design* que, ao abandonar a blogosfera, não poderá estar a correr o risco de se encerrar sobre si próprio, intervindo apenas em conferências, artigos científicos e em outro tipo publicações de acesso substancialmente mais restrito?

Este aspeto foi justamente apontado por Rick Poynor (2012) num artigo recente em que alerta para os riscos de um gradual empobrecimento de um pensamento crítico entre os *designers*, à medida que a reflexão e o pensamento crítico sobre design ficam cada vez mais delimitados a uma esfera estritamente académica.

“... the generation and transmission of knowledge, which ought to be a matter of wider public interest, has become thoroughly institutionalized within academia. (...) I can entirely appreciate the appeal of the academic life as a relatively secure haven, even in these times of cutback, for people with intellectual talents and interests, and a thirst to think, research and write, as well as to teach. But I also believe that design culture is impoverished without the public participation — regularly — of those in the fortunate position of being paid to think for a living about the history, theory and practice of design. (...) Venture outside the conference-circuit paper-mill and the peer-reviewed safety blanket, design academics! Everyday design debate needs your voices. You can make a difference.”

Naturalmente, o processo de institucionalização do *design* em Portugal é substancialmente mais recente, pelo que as questões que aqui se colocam são certamente relativamente diferentes das preocupações de Poynor (que têm por referência o Reino Unido). Contudo, a verdade é que também em Portugal o *design* se tem

vindo a consolidar no seio da academia, com um número crescente de publicações e eventos científicos. Importa, por isso, prosseguir com a análise e interpretação sociológica destes múltiplos sinais de mudança que, como procuramos evidenciar, se sucedem hoje a um ritmo cada vez mais acelerado e que, por vezes, geram processos contraditórios na forma como reorganizam este tipo de campos de atividade artística e criativa, alterando os contextos e os intervenientes que participam nos processos de intermediação cultural.

Referências bibliográficas

- Almeida, Victor (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
- Amaral, Adriana; Recuero, Raquel; Montardo, Sandra (2009). *Blogs: mapeando um objeto*. In Adriana Amaral, Raquel Recuero e Sandra Portella Montardo (orgs.), *Blogs.Com: estudos sobre blogs e comunicação*. São Paulo: Momento Editorial, 27-53
- Aquino, Maria Clara (2009). Os *blogs* na web 2.0: publicação e organização coletiva de informação. In Adriana Amaral, Raquel Recuero e Sandra Portella Montardo (orgs.), *Blogs.Com: estudos sobre blogs e comunicação*. São Paulo: Momento Editorial, 237-256
- Arora, Payal; Vermeulen, Filip (2013). The end of the connoisseur? Experts and knowledge production in the visual arts in the digital age, *Information, Communication and Society*, 16 (2), 194-216
- Bártolo, José (2008). Entrevista a Andrew Howard, *Magazine Arte Capital*. Recuperado em 20 de Julho, 2014, de <http://www.artecapital.net/entrevista-51-andrew-howard>
- Bártolo, José (2010). O Trabalho do Crítico, *Reactor*, publicado a 22 de Maio de 2010. Recuperado em 20 de Julho, 2014, de <http://reactor-reactor.blogspot.pt/2010/05/o-trabalho-do-critico-crossing-line-foi.html>
- Bártolo, José (2011). O *designer* como produtor, *ForoAlfa*, de 24 de Fevereiro. Recuperado em 20 de Agosto, 2013, de <http://foroalfa.org/articulos/o-designer-como-produtor>
- Bártolo, José (2012). Quente Frio, *Reactor*, publicado a 14 de Julho de 2012. Recuperado em 20 de Julho, 2014, de <http://reactor-reactor.blogspot.pt/2012/07/quentefrio.html>
- Bártolo, José (2014). Modos de produção: notas para uma economia política do *design*. In Emílio Távora Vilar (coord.), *Design et al. Dez Perspectivas Contemporâneas*. Lisboa: D. Quixote, 97-117
- Becker, Howard S. (2010). *Mundos da Arte*. Lisboa: Livros Horizonte
- Bony, Anne (2006). Histoire du design dans la second 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, 37-65
- Bovone, Laura (2001). Os novos intermediários culturais. In Carlos Fortuna (org.), *Cidade, Cultura e Globalização: Ensaio de Sociologia*. Oeiras: Celta
- Bryson, John; Rusten, Grete (2011). *Design Economies and the Changing World. Economy, Innovation, Production and Competitiveness*. London/New York: Routledge
- Cardoso, Gustavo (coord.) (2013). *A Sociedade dos Ecrãs*. Lisboa: Edições Tinta-da-china
- Carvalho, Tiago; Casanova, José Luís (2010). Esfera pública, democracia e internet: os *bloggers* em Portugal, *Observatório (OBS*) Journal*, vol.4, 2, 91-118
- Castells, Manuel (2007). *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. A Sociedade em Rede*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Coutinho, Bárbara (coord.) (2009). *Sena da Silva*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian
- Davis, Meredith (2013), Research Writing In Design, *Design and Culture, Volume 5, 1*, 7-12

- DiMaggio, Paul; Hirsch, Paul M. (1976), Production Organizations in the Arts, *American Behavioral Scientist*, 19, 735-752
- Dormer, Peter (1993). *Design Since 1945*. London: Thames & Hudson
- Dubuisson, Sophie; Hennion, Antoine (1995), Le design industriel, entre création, technique et marché, *Sociologie de l'art*, 8 (*Les Frontières de l'art*), 9-30
- Fallan, Kjetil (2013), De-tooling Design History: To What Purpose and for Whom Do We Write?, *Design and Culture*, Volume 5, 1, 13-20
- Featherstone, Mike (2007). *Consumer Culture and Postmodernism*. London/California/New Delhi/Singapore: Sage
- Ferreira, Claudino (2002), Intermediação cultural e grandes eventos. Notas para um programa de investigação sobre a difusão das culturas urbanas, *Oficina do CES*, 167. Recuperado em 20 de Junho, 2014, de <http://www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/ficheiros/167.pdf>
- Ferreira, Claudino (2009), Intermediários culturais e cidade. In Carlos Fortuns e Rogério Proença Leite (orgs.), *Plural de Cidade: Novos Léxicos Urbanos*. Coimbra: Almedina, 319-336
- Gomes, Alexandra Cruchinho (2003). *Design em Portugal. Qualidade e Ensino*. Castelo Branco: Edições IPCB
- Hall, Peter (2013), Changes In Design Criticism, *Design and Culture*, Volume 5, 1, 7-12
- Heinich, Nathalie (2009). *Faire Voir. L'art à l'épreuve de ses médiations*. Paris: Les Impressions Nouvelles
- Julier, Guy (2004). *Design Since 1900*. London: Thames & Hudson
- Julier, Guy (2008). *The Culture of Design (Second Edition)*. London: Sage
- Julier, Guy; Moor, Liz (ed.) (2009). *Design and Creativity. Policy, Management and Practice*. Oxford/London: Berg
- Lash, Scott; Urry, John (1994). *Economies of Signs and Space*. London: Sage
- Lopes, Nuno Lacerda (2000). O Novo Design e a Transformação dos Modos de Habitar, *O Tempo do Design. Anuário 2000*. Lisboa: Centro Português de Design, 80-85
- Littlejohn Deborah (2013). Becoming a Discipline: Problems in the Emergence of Design Criticism as a Field of Inquiry, *Design and Culture*, Volume 5, 1, 29-32
- Lupton, Ellen (2005). The Designer as Producer, In Steven Heller (ed.), *The Education of a Graphic Designer. Second Edition*. New York: Allworth Press, 214-219
- Maldonado, Tomás (1999). *Design Industrial*. Lisboa: Edições 70.
- McCarthy, Steven (2013). *The designer as author, producer, activist, entrepreneur, curator & collaborator*. Amsterdam: BIS
- Moura, Mário (2011). *O Big Book: uma arqueologia do autor no design gráfico*. Tese de Doutoramento. Porto: FBAUP
- Moura, Mário (2013). A crítica de *design* enquanto moda: 2002-2009. In Raul Cunca, Isabel Dâmaso-Rodrigues, Victor M. Almeida (coord.), *Design, Crise e Depois*. Lisboa: FBAUL, 54-59
- Moura, Mário (2014). Escrever sobre *design* na internet. In Emílio Távora Vilar (coord.), *Design et al. Dez Perspectivas Contemporâneas*. Lisboa: D. Quixote, 135-143
- Pesner, Nikolaus (2001), *Origens da Arquitectura Moderna e do Design*, São Paulo: Martins Fontes
- Rock, Michael (2005), Graphic Authorship, in Steven Heller (ed.), *The Education of a Graphic Designer. Second Edition*. New York: Allworth Press, 200-209

- Poynor, Rick (2004). The Time for Being Against. In M. Beirut, W. Drenttel e S. Heller (eds), *Looking Closer 4: Critical Writings on Graphic Design*. New York: Allworth Press, 121 –130
- Poynor, Rick (2012). *The Closed Shop of Design Academia*. Recuperado em 20 de Junho, 2014, de <http://observatory.designobserver.com/feature/the-closed-shop-of-design-academia/33658/>
- Quintela, Pedro (2014), Processos de “patrimonialização” do *design* em Portugal: algumas reflexões, *Cabo dos Trabalhos*, 10. Recuperado em 20 de Junho, 2014, de http://cabodostrabalhos.ces.uc.pt/n10/documentos/9.1.2_Pedro_Quintela.pdf
- Rettberg, Jill Walker (2008), *Blogging*. Cambridge/Malden: Polity
- Soar, Matthew (2002), *Graphic Design/Graphic Dissent: Towards a cultural economy of an insular profession*. Ph.D Dissertation. University of Massachusetts Amherst
- Souto, Maria Helena (1991), «Design» em Portugal 1980-1990 – Dispersão Pluralista. In José-Augusto França (Programação e Introd.), *Portugal Moderno. Artes e Letras*. Lisboa: Pomo, pp. 99-117
- Souto, Maria Helena (1992). O Design Moderno em Portugal, *Cadernos de Design*, 1. Lisboa: Centro Português de Design, 17-29
- Trigs, Teal (2013). Writing Design Criticism into History, *Design and Culture, Volume 5, 1*, 33-38
- Willis, Anne-Marie (2013). On Design Writing, *Design and Culture, Volume 5, 1*, 39-44

ⁱ Este artigo enquadra-se na pesquisa de doutoramento intitulada “O trabalho criativo em Portugal: uma análise a partir do caso do *design* de comunicação”, realizada no âmbito do Programa de Doutoramento em Sociologia da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra (FEUC), contando com a orientação científica do Professor Doutor Claudino Ferreira (CES-FEUC) e o apoio da Fundação para a Ciência e Tecnologia. Investigador associado ao Centro de Estudos Sociais (CES) da Universidade de Coimbra, instituição de acolhimento da investigação de doutoramento.

ⁱⁱ O blogue *Speak Up* já não se encontra *online*; contudo, é possível consultar um arquivo da atividade do blogue, entre Agosto de 200 e Abril de 2009, no seguinte endereço eletrónico: www.underconsideration.com/speakup/

ⁱⁱⁱ O blogue *Design Observer* permanece *online* no seguinte endereço eletrónico: <http://designobserver.com/>

^{iv} Utilizamos aqui este termo, de um modo algo impreciso, para nos referirmos aos blogues que ficaram sem atividade, embora frequentemente não sejam “encerrados” – isto é, os seus conteúdos permanecem disponíveis *online*

^v Endereço eletrónico: <http://designerx.blogspot.pt/>

^{vi} Endereço eletrónico: <http://ressabiator.wordpress.com/>

^{vii} Endereço eletrónico: <http://reactorblogue.wordpress.com/>

^{viii} Endereço eletrónico: <http://www.teseapuros.blogspot.pt/>

^{ix} Endereço eletrónico: <http://pedromarquesdg.wordpress.com/>

^x Endereço eletrónico: <http://designio.com.sapo.pt/>

^{xi} Endereço eletrónico: <http://designdamente.wordpress.com/>

^{xii} Endereço eletrónico: <http://cursivo.blogspot.pt/>

^{xiii} Endereço eletrónico: <http://typeforyou.blogspot.pt/>

^{xiv} Endereço eletrónico: <http://www.typeforyou.org/>

^{xv} Endereço eletrónico: <http://almanaguesilva.wordpress.com/>