

Pedro Carvalho de Almeida

Licenciado em Design de Comunicação pela Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto. Mestre em Design, Materiais e Gestão de Produto pelo Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro. Presentemente, Aluno de doutoramento no Central Saint Martins College of Art and Design, University of the Arts London. Como designer gráfico especializou-se no desenvolvimento de programas de identidade visual, colaborou ainda em projectos do Centro Português de Design ligados ao estudo do design em Portugal e formação em Gestão do Design. Docente no Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro desde 2001.

MARCAS COMERCIAIS, IDENTIDADE E MEMÓRIA: A REVALORIZAÇÃO DE PATRIMÓNIO VISUAL DO PERÍODO DO ESTADO NOVO

Pedro Carvalho de Almeida

Resumo

O presente trabalho é parte de um projecto de doutoramento presentemente em curso. Nele é proposto a articulação entre influências do design e da história, como meio para a construção de mecanismos de recuperação e de preservação da memória, atendendo a manifestações culturais específicas, tais como identidades visuais locais. Numa perspectiva do design, este projecto relaciona-se com uma leitura do imaginário de marcas e produtos Portugueses do período do Estado Novo (1926-1974) que se converteram em ícones culturais, objectivando compreender a relevância que uma intervenção do design sobre esta herança cultural pode representar no contexto actual. Através da construção de narrativas visuais suportadas por evidências e factos históricos, o projecto visa contribuir para uma prática de design informada. Ainda que de forma breve, o principal estudo de caso apresentado neste artigo diz respeito ao processo de reconstituição histórica da marca e produtos Sanjo, através de uma abordagem curatorial e exposição onde é explorado o conceito de “Imaginários Portáteis”.

Palavras-chave: Estado Novo, Marcas Comerciais, Sanjo, Exposição, Imaginários Portáteis

Abstract

The present work is part of a larger research project that is currently being undertaken. There it is proposed the articulation of historical and design influence as a means to the retrieval and preservation of memory, concerning the cultural specific such as local visual identities. From a design perspective the project relates to a reading of Portuguese trademarks' imagery from the "Estado Novo" period (1926-1974) which have become cultural icons. The research process addresses the relevance of such imagery to the present design context. Through the construction of narratives supported by the retrieval of historical information, the project aims at a contribution to better inform design practice. The main case study that is briefly introduced in this paper relates to the retrieval and reconstitution of the iconic "Sanjo" sports shoes and their related imagery throughout a curatorial approach and exhibition, exploring the concept of "Portable Imageries".

Keywords: Estado Novo, Trademarks Sanjo, Exhibition, "Portable Imageries"

1 – Uma intervenção de design

O presente trabalho integra-se num projecto de investigação em design de âmbito mais alargado, que propõe a articulação entre as influências da história e do design como meio para a preservação da memória e de identidades locais, incidindo sobre o universo das marcas Portuguesas que emergiram durante o período do Estado Novo, e em particular a Sanjo, uma marca ícone do calçado Português.

Numa perspectiva do design, é proposta a reconstituição histórica da Sanjo através de narrativas visuais, construídas a partir das fontes primárias obtidas no âmbito desta investigação. O processo incluiu o registo de entrevistas, fotografias e objectos dispersos que agora conformam um arquivo e colecção únicos.

O design é considerado aqui enquanto disciplina de carácter prático e processo de investigação, que recorre aos visual methods das ciências sociais (Pink, 2001; Rose, 2007) e aos participatory design methods (Gaver et. al, 1999; Loi, 2006) como metodologias ligadas à investigação etnográfica para a identificação, recolha e análise de informação, depoimentos, histórias de vida.

Um dos objectivos do projecto, sobre o qual esta parte do trabalho se debruça, visa precisamente o desenvolvimento de processos e ferramentas de investigação em design que contribuam para promover o envolvimento de comunidades locais em processos de preservação da memória. A aplicação destes processos diz respeito a contextos onde património cultural e memória tendem a não ser preservados ou mesmo a desaparecer rapidamente.

2 – Investigação, design e “Imaginários Portáteis”

Considerando a escassez de informação relativa ao calçado Sanjo que a investigação de campo iniciada em 2002 poderá testemunhar (P.C. Almeida, 2006, 2009), sugere-se que a participação da comunidade de S. João da Madeira no presente projecto – região onde a Sanjo teve a sua origem – poderá contribuir para o rigor e enriquecimento do processo de recolha de informação através de diferentes contributos (e.g. registo de entrevistas, depoimentos, imagens, documentos, objectos, artefactos).

Paralelamente, considera-se que a realização de uma exposição no Museu da Chapelaria em S. João da Madeira – sito onde era a antiga Empresa Industrial de Chapelaria, Lda (EIC) e fábrica da Sanjo – constitui uma oportunidade para dar a conhecer localmente o projecto de investigação e os resultados até aqui alcançados. Simultaneamente, pretende-se abrir a possibilidade de envolver a própria comunidade local no processo de reconstituição histórica da Sanjo. Este

processo inclui o desenvolvimento, implementação e teste de metodologias de investigação participativas no projecto de curadoria da exposição (e.g. História Oral, Antropologia Visual, Life Stories, Cultural Probes).

A exploração dos resultados da investigação sob a forma de uma exposição, constitui em si uma abordagem metodológica. Aos conteúdos expositivos que se pretendem explorar estarão associados os Imaginários Portáteis – uma intervenção de design próxima da arte postal, para a construção de narrativas visuais e contentores de memórias. Estes visam a criação de experiências junto de diferentes públicos. A implementação e teste dos Imaginários Portáteis funcionará como ferramenta auxiliar de investigação, através da interacção do público com um conjunto de artefactos presentes na exposição. O objectivo é estimular sensorialmente memórias no seio da audiência, no sentido da sua participação na construção de uma narrativa maior.

A ideia de explorar o carácter físico e a transportabilidade da arte postal como veículo de comunicação, ganha especial importância ao considerarmos a passagem de informação física para o formato digital e vice-versa. Este tipo de abordagem foi testado em projectos anteriores, designadamente no âmbito da formação em design na Universidade de Aveiro (disciplina de Design Estratégico, 2005-2007), tendo originado, entre outros resultados, a construção de artefactos de comunicação portáteis – postais sensoriais de carácter tridimensional – que têm funcionado como contentores de memória e meio para a partilha de elementos da cultura Portuguesa em diferentes contextos. A construção destes suportes de comunicação inclui, por exemplo, a exploração da imagem em narrativas visuais, de texturas, som e cheiro, tendo já sido exibidos em Portugal (Fórum 3E, Universidade de Aveiro, 2005), na Austrália (School of Architecture and Design, Royal Melbourne Institute of Technology, 2005) e em Inglaterra (Explorations: Advancing Research at Central Saint Martins, The Innovation Centre, University of the Arts London, 2008).

3 – Para uma reconstituição do Imaginário Sanjo

Sanjo: ícone do calçado português

Tendo uma expressão inicial preponderantemente associada à prática desportiva, a Sanjo converteu-se num ícone do calçado Português na medida em que a sua utilização é trans-geracional e se verificou em contextos que vão muito para lá do desporto. O facto do conceito sapatilha de ter introduzido em Portugal em larga medida por intermédio da Sanjo – um produto macio e confortável com características muito distintas do calçado que se usava na década de 1940 em termos de materiais, desenho e propósito de uso – contribuiu entre outras razões

para o fenómeno de popularidade em que se converteu. As Sanjo encontram-se hoje associadas ao futebol de salão e aos desportos de pavilhão (basquetebol, andebol, voleibol), às ruas, à escola, ao lazer, à música e ao trabalho. Registos fotográficos, uma monografia (Neto & Silva, 1999) e depoimentos em entrevistas provam os diferentes contextos onde estas foram usadas.

A Sanjo no contexto do Estado Novo

Embora não tenham sido identificadas influências directas e visíveis do Estado Novo nos produtos e imaginário da Sanjo, algumas das características e políticas económicas do regime tiveram influência na conduta da empresa, entre outros, a Lei do Condicionamento Industrial (Rosas, 1994). Contudo, algumas das influências do regime são explicitamente visíveis em representações gráficas de marcas comerciais da mesma época e da mesma região, como é exemplo uma embalagem de lápis Viarco representativa da Mocidade Portuguesa.

Empresa Industrial de Chapelaria: “Servir Portugal da cabeça aos pés”

As áreas de negócio da Empresa Industrial de Chapelaria para lá da produção de chapéus, em especial a produção de calçado em lona e borracha vulcanizados em autoclave, constitui matéria de investigação ainda por explorar (Almeida, 2006). A vertente do calçado da EIC para a qual este projecto visa contribuir, corresponde a uma parte da história de um ícone cultural à qual muito pouco estudo foi ainda dedicado. A informação relativa ao imaginário da marca Sanjo obtida na âmbito deste projecto, que se apresenta por ora superficialmente, constitui matéria única para análise. (Fig. 1)

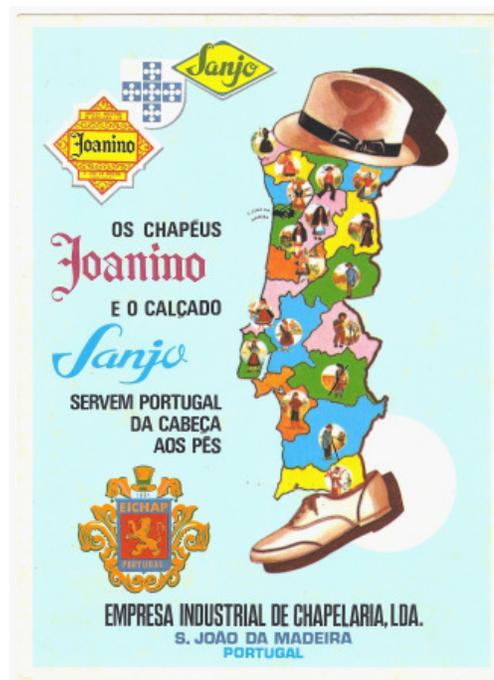


Fig. 1 – Postal da Empresa Industrial de Chapelaria. Impresso pela Empresa Gráfica Feirense. Neste exemplo são visíveis as influências de representação geo-etnográfica, característica na comunicação de empresas e produtos portugueses durante o período do Estado Novo. Cortesia de Daniel Regalado Neto.

Um fenómeno de popularidade

Em termos de produto, as semelhanças do desenho original do principal modelo da Sanjo com o modelo de ténis da marca francesa Spring Court que ainda hoje se mantém inalterado, criado em 1936 por Georges Grimmeisen (Spring Court, 2009), poderá ter contribuído decisivamente para a evolução e sucesso da Sanjo em Portugal. A amostra recolhida para análise da evolução cronológica dos produtos Sanjo incorpora o primeiro modelo que se conhece, este remete para a existência da Sanjo em finais dos anos 1940 (Neto & Silva, 1999), até aos modelos associados ao declínio da marca que se verifica a partir da década de 1990. Esta análise considera ainda o fenómeno de popularidade em que o produto se converteu durante as décadas de 1960 e 1970 (Fig. 2), as sucessivas tentativas menos bem sucedidas de ampliação da gama e de transformação da imagem, que ocorreram nas décadas de 1980 e 1990. Nesta análise foi também incluída a fase de renascimento da Sanjo no mercado nacional, iniciada em 1997 pela empresa Fersado, depois desta ter adquirido os direitos da marca em hasta pública.



Fig. 2 – Um dos modelos mais populares da marca Sanjo. Fotografia de Pedro Carvalho de Almeida, 2004.

Longevidade e declínio da marca

Ao nível dos registos gráficos da marca, vulgo logótipo, verifica-se a passagem de um longo período de estabilidade na aplicação do desenho original, para a situação de grande instabilidade que também caracterizou o encerramento da EIC em 1996. A versão original do registo gráfico da Sanjo perdurou enquanto registo único desde a década de 1940 até finais da década de 1980. A partir da década de 1990, a instabilidade da marca é demonstrada pela existência de várias versões do desenho, muito distintas umas das outras aplicadas no mesmo produto. A constatação deste facto em vários modelos de diferentes gamas permite questionar a identidade e a consistência da marca nesta fase. Em 2008, mais de umadécada depois da marca ter sido adquirida pela Fersado, verifica-se a tentativa de recuperação do desenho original. Contudo, esta tentativa não pode ser considerada como bem sucedida devido à distorção do desenho. A ausência de uma matriz original com qualidade gráfica suficiente para permitir a sua replicação com rigor, conduziu a uma interpretação bastante deficiente quando comparada com o original, resgatado em 2004 no âmbito de investigação de campo (Almeida, 2006). A ausência de informação histórica rigorosa tem igualmente contribuído para uma comunicação distorcida da marca. Em 2008, a embalagem de alguns produtos Sanjo incluía a frase “Since 1960”.



Fig. 3 – O quadro de evolução do registo gráfico da marca Sanjo sugere um regresso à versão original. Recolha dos registos originais e reconstituição gráfica de Pedro Carvalho de Almeida, 2008.

Das sapatarias de luxo às feiras populares

Sem excluir o contexto de monopólio que beneficiou a Sanjo durante o período do Estado Novo, a identificação de lojas e o contacto com antigos comerciantes ligados à representação e comercialização das sapatilhas Sanjo – através de entrevistas, registos fotográficos e documentação avulsa tanto relativos à fase da E.I.C. como posteriormente – tem permitido uma melhor caracterização do contexto comercial e evolução histórica da Sanjo.

A questão da preservação da memória

A relevância que a Sanjo ainda hoje representa para a comunidade de S. João da Madeira é demonstrada pela importância e impacto social que a EIC teve na região, pelo orgulho que os Sanjoanenses ainda manifestam pelo facto da Sanjo ter sido uma marca concebida e produzida localmente, e desta ser ainda representativa de um produto com larga expressão a nível nacional durante várias décadas. Além da comunidade local, reacções semelhantes relativas à Sanjo foram registadas em diversos pontos do país (Fig. 4). Em contraste, por razões adversas de saúde ou de transformação social que afectaram algumas das pessoas contactadas durante o processo de investigação no terreno, verificou-se nalguns casos a perda de informação relevante, talvez para sempre, incluindo um raro catálogo, exemplos de produto e documentação original timbrada.



Fig. 4 – Sr. Álvaro Santos Chaves, “Casa Bambi”, Coimbra. Fotografia de Pedro Carvalho de Almeida, Julho 2008.

4 – Abordagem do design em aproximação à curadoria

Os conteúdos expositivos a explorar compreendem diferentes fontes e tipos de registo. Entre outros, estes registos incluem entrevistas realizadas a antigos comerciantes e a ex-administradores da EIC, documentação original, fotografias, evolução do registo gráfico da marca, uma colecção de aproximadamente 100 pares

de sapatilhas Sanjo e as respectivas embalagens, que incluem modelos que vão desde o final da década de 1940 a 2008.

A análise e a exploração gráfica destes registos permitem considerar várias possibilidades para a construção de narrativas visual e escrita, relacionando um conjunto de temas que se complementam entre si e que podem ser combinados de diferentes formas (Quadro 1). Estes registos incluem:

- Influências do contexto social, político, económico e cultural do Estado Novo através do imaginário de marcas comerciais portuguesas da época;
- Cronologia da EIC, dos produtos e marca Sanjo
- Evolução do produto, incluindo as principais morfologias e tipologias, processos produtivos, materiais e desenvolvimento de produto;
- Evolução da marca através da análise das diferentes versões em embalagens e escassa comunicação publicitária;
- Os diferentes contextos de utilização do produto que conduziram a marca ao fenómeno de popularidade em que se converteu em Portugal;
- Depoimentos sobre a comercialização e uso das sapatilhas Sanjo;
- Estímulo à participação de pessoas, agentes e instituições de S. João da Madeira no processo de investigação;

5 – Conclusões e desenvolvimentos futuros

Considerando a relevância que a Sanjo representa para o contexto local, para a região e mesmo para o país, a par da informação que foi possível entretanto recolher, verifica-se que há ainda um longo caminho a percorrer no sentido de uma reconstituição histórica rigorosa para a compreensão do fenómeno em toda a sua dimensão. Esta dificuldade verifica-se também em relação a outras marcas Portuguesas do mesmo período que carecem de estudos aprofundados. Trata-se por isso de um território vasto e rico para o qual o design pode contribuir, nas vertentes do ensino, da investigação e da prática projectual. A abordagem desenvolvida no âmbito deste trabalho, incluindo a implementação e teste dos Imaginários Portáteis no contexto expositivo da Sanjo, ainda que de forma exploratória pode vir a confirmar-se como ferramenta do design que potencia o desenvolvimento de processos de preservação de património cultural e da memória colectiva. Esta abordagem tem facilitado o desenvolvimento de processos de investigação etnográfica orientados pelo design e contribuído para a partilha de uma parte da cultura Portuguesa junto de diferentes públicos. Em termos de desenvolvimentos futuros, espera-se que esta abordagem possa contribuir para o estímulo e a auto-estima de comunidades locais, e ferramenta aplicável ao estudo de outras identidades culturais específicas.

Referências

- ALMEIDA, P.C. (2006), *Identidade e Marca – Recursos Estratégicos para a Competitividade das Organizações da Indústria Portuguesa do Calçado*. Dissertação de Mestrado. Universidade de Aveiro
- ALMEIDA, P.C. (2009), “Portuguese Design Heritage and Product Innovation: The Re-evaluation of Trademarks from The “Estado Novo” Period”. In: *8th European Academy Of Design Conference Proceedings*, 1-3 April 2009, The Robert Gordon University, Aberdeen, Scotland
- GAVER, B., DUNNE, T., PACENTI, E. (1999), “Design: Cultural Probes”, *Interactions*, v.6 n.1, p.21-29, Jan./Feb. 1999
- LOI, D. (2006), “Reflective Probes, Primitive Probes and Playful Triggers”. In: *EPIC 2006 Proceedings*.
- NETO, D., & Silva, P. (1999), *Associação Desportiva Sanjoanense: 75 anos de História (1924-1999)*, Laborpress: S. João da Madeira
- PINK, S. (2001), *Doing Visual Ethnography: Images, Media and Representation*. London: Sage.
- ROSAS, F. (1994), “Estado Novo e desenvolvimento económico (anos 30 e 40): uma industrialização sem reforma agrária”. In: *Análise Social*, vol.XXIX (128), 1994 (4.º), 871-887
- ROSE, G. (2007), *Visual Methodologies – An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*, 2nd edition. London: Sage
- SPRING COURT (2009), “History”, in: <http://www.springcourt.com/springcourt/index.html>. (acedido em 9 Setembro 2009)
- TUFTE, E.R. (1997), *Visual Explanations*. Cheshire, Connecticut: Graphics Press