

Coleção D

Eduardo Aires

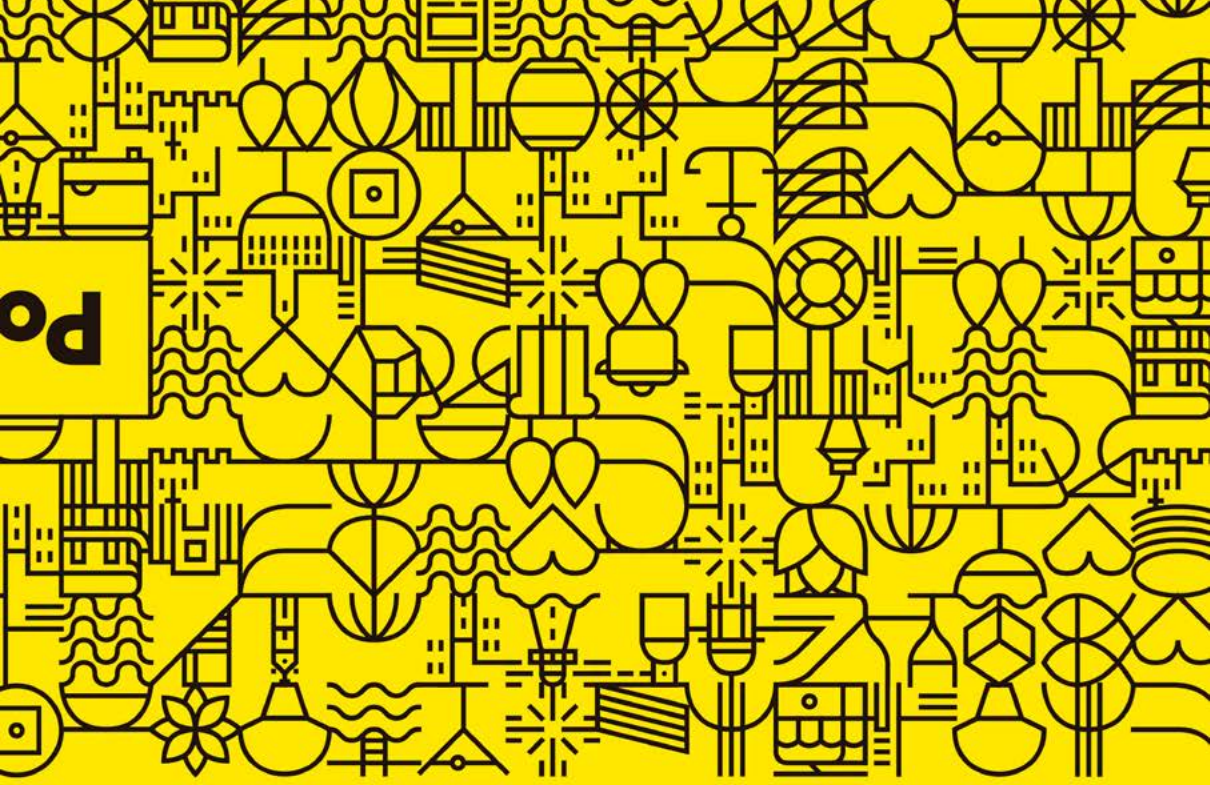
Eduardo Aires

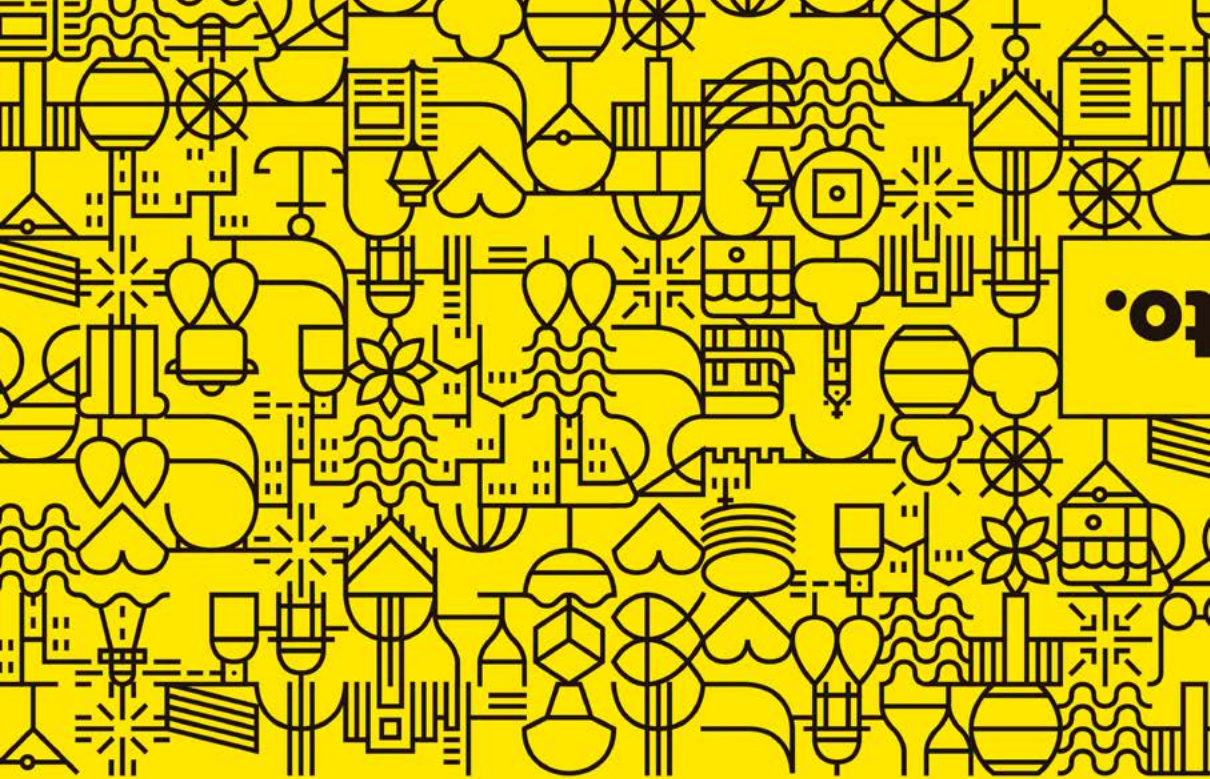
Coleção D

**A obra de Eduardo Aires comunica erudição,
desde logo confirmada pelos múltiplos prémios
internacionais com que tem sido distinguido pelos seus
pares, mas também pelos inúmeros convites a comunicar
a sua obra em plateias da academia e da comunidade.**

**That Eduardo Aires' work communicates
with erudition is confirmed in the many international
prizes received from his peers and in the countless
invitations to discuss his work with academic
and community audiences.**

Francisco Providência





Coleção D

- D1 R2
- D2 Victor Palla
- D3 Pedro Falcão
- D4 Paulo-Guilherme
- D5 Marco Sousa Santos
- D6 Fred Kradolfer
- D7 Fernando Brízio
- D8 Luís Miguel Castro
- D9 João da Câmara Leme
- D10 Roberto Nobre
- D11 Carlos Guerreiro
- D12 Luís Filipe Abreu
- D13 Dorindo Carvalho

Eduardo Aires

Design de comunicação
Communication design

D é uma coleção dedicada aos designers portugueses de várias gerações. Autores de várias disciplinas, da comunicação aos objetos, da moda ao grafismo, da publicidade à ilustração. São monografias essencialmente visuais, que pretendem ser um primeiro encontro com a rica mas ainda mal estudada história do design português, sublinhando a sua excelência e importância no presente e no futuro do ensino e da prática do design.

D is a collection devoted to Portuguese designers from various different generations. Artists in several disciplines, from communication to objects, fashion to graphic arts, and from advertising to illustration. In essence, they are visual monographs that aim to provide an initial encounter with the rich yet relatively unexamined history of Portuguese design, highlighting its excellence and significance for the present and future of design teaching and practice.

Eduardo Aires

Design de comunicação
Communication design

D14

Coleção D
Eduardo Aires

Imprensa Nacional
é a marca editorial da **INCM**

Edição / Publisher
Imprensa Nacional-Casa da Moeda, S. A.
Av. de António José de Almeida
1000-042 Lisboa
www.incm.pt
www.facebook.com/ImprensaNacional
editorial.apoiocliente@incm.pt

Conceito / Concept
Jorge Silva

Design e coordenação
Graphic design and coordination
Silvadesigners

Textos / Texts
Francisco Providência
Vasco Rosa

Fotografia / Photography
Óscar Almeida
(pp. 13, 14, 15, 28, 29, 30, 32, 33, 36, 39,
42, 43, 47, 60, 61, 65, 70, 71, 76, 77)
Jorge Almeida
(pp. 54, 75, 80, 81)
Alexandre Delmar
(pp. 56, 57, 62, 63, 72, 73, 74, 82,
83, 88, 90, 91, 93, 94, 95, 102, 103,
104, 105, 110, 111, 113, 116, 118)
Nuno Moreira
(pp. 64, 66, 68, 69, 86, 87, 114, 115)
Joana Machado
(pp. 78, 79)
Reinaldo Rodrigues / Global Images
(p. 89)
Fernando Guerra
(pp. 97, 120, 121)
INCM
(p. 122)

Revisão / Proofreading
INCM
Kennis Translations

Tradução / Translation
Kennis Translations

Fonte / Typeface
Sharp Grotesk

Papel / Paper
Arcoprint Edizioni 1.7 90 g
Symbol Tatami Ivory 250 g
Symbol Tatami Ivory 115 g

Pré-impressão, impressão
e acabamento / Pre-press,
printing and binding
Imprensa Nacional-Casa da Moeda, S. A.

Reservados todos os direitos
de acordo com a legislação
em vigor / All Rights Reserved

© 2019, Imprensa Nacional-
Casa da Moeda, S. A.
© dos textos e das fotografias /
© texts and photographs
The authors / Os autores

1.ª edição, setembro de 2019
1st edition, September 2019

ISBN
978-972-27-2806-5
Depósito legal / Legal deposit
460140/19
Edição n.º / Edition no.
1023521

Sem me dar conta, o que talvez
signifique que o fiz com prazer, fui
construindo ao longo do tempo o corpo
de trabalho que aqui se apresenta.
Todos estes projetos, como outros
que aqui não couberam, apenas
foram possíveis graças à talentosa
colaboração de muitos profissionais.
No momento de execução deste projeto
editorial um especial destaque à minha
atual equipa: Dário Cannatà (Sócio
& Diretor Artístico) André Pimentel
Santos, Inês Gonçalves, Guillermo
Zetek, Victor Magalhães Silva e Luísa
Tormenta. A todos, o meu reconhecido
agradecimento pelo seu contributo.

I built the body of work presented
here over many years without realising
it, which probably means I enjoyed
doing it. All these projects, like the
others that did not fit here, were only
possible thanks to the contributions
of many talented professionals.
In relation to this publishing project,
a special mention is due to my
current team: Dário Cannatà (Partner
& Artistic Director), André Pimentel
Santos, Inês Gonçalves, Guillermo
Zetek, Victor Magalhães Silva and
Luísa Tormenta. I would like to thank
everyone for their contribution.

Alexandra Forssén
Alexandre Delmar
Ana Murmur
Ana Ranlto
Ana Simões
António Modesto
Aurélia Garová
Axelle Verhoustraeten
Bayard Christ
Bernardo Carvalho
Cláudia Alves

Constance Buseyne
Constance De Revel
Dário Alves
Diogo Alves
Fátima Mendes
Fernando Pendão
Francisca Nogueira
Guilherme Tomás
Helena Sofia Silva
Isabel Rodrigues
Jorge Afonso
Joana Mendes
Joana Pestana
Joana Sobral
João Aires
João Lima
Jorge Almeida
Jorge Amador
José Cardoso
Joseph Jackson Askew
Júlio Dolbeth
Léo Tanguy
Luís Trindade
Luís Taklim
Luísa Beato
Mafalda Nobre
Manuela Teles
Maria João Sampaio
Marla Sousa
Mariana, A Miserável
Mariana Aires Pereira
Marilana La Fuente
Marina Lewandowska
Mário Moura
Marta Wittchen
Martin Czeller
Mónica Ribeiro
Miguel Carvalhais
Nuno Moreira
Óscar Almeida
Oscar Maia
Paulo Pereira
Raquel Rei
Ricardo Gomes
Rita Braga Alves
Rita Lima Lemos
Rita Robalinho
Rita Silvestre
Rosa Cantante
Rui Cardoso
Rui Parada
Rui Vitorino Santos
Sara Martino
Sérgio Alves
Sérgio G. da Costa
Sofia Miranda
Susana Vassalo
Tiago Campeã

Dedico este livro aos meus quatro filhos /
I dedicate this book to my four children:
Joana, Iñaki, Maria Paz e / and Santiago.

Parceiros / Partners



LISBOA
CÂMARA MUNICIPAL

MUDE
MUSEU DO DESIGN E DA MODA LISBOA

Eduardo Aires

Prefácio / Preface

Francisco Providência

Eduardo Aires design, estratégias criativas da minúcia para combater o trivial.

Nisi utile est quod facimus stulta est gloria (Fedro)

A obra de Eduardo Aires não se vincula à cultura do design por via da crítica, mas pelo prazer de uma prática artística. Sobre ele poderemos dizer que é um designer anterior ao *pecado original*, no sentido em que não se desvincula em si o *pensar do fazer*. O seu pensamento converge no fazer e o seu fazer não pára de nos surpreender em cada mupi, em cada enoteca, em cada jornal, profundamente enraizado na comunidade e no território. O seu grande prazer criativo está na *real-ização*, que se derrama à sua passagem, contribuindo eficazmente para o sucesso material das organizações com que colabora, sejam editoras, autarquias, quintas ou fundações.

Observamos, por isso, um autor realizado, satisfeito consigo mesmo que, como gosta de afirmar, «não se queixa» da sorte que tem.

A obra de Eduardo Aires comunica erudição, desde logo confirmada pelos múltiplos prémios internacionais com que tem sido distinguido pelos seus pares, mas também pelos inúmeros convites a comunicar a sua obra em plateias da academia e da comunidade. Erudição, porque serve a instrução, quer na sua prática docente dentro da escola, quer fora dela. A obra de Aires comunica conhecimento e o conhecimento alarga o domínio disciplinar do Design. Por isso se reconhece como autor (do latim *actor* ou, segundo Ortega y Gasset, aquele militar romano que, pelas suas conquistas, aumentava o domínio do Império). Mas em que é que a obra de Aires aumenta o domínio do Design?

Desde 1996, ano em que ganhou o concurso para a marca do Europarque (Santa Maria da Feira) — concurso particularmente disputado por cerca de 3000 propostas — que Eduardo Aires tem vindo a tomar presença reconhecida na vida pública portuguesa. Em 2002 desenhando a marca da Fundação Calouste Gulbenkian, em 2003 a da Orquestra de Câmara de Coimbra, em 2004 a comunicação da Águas do Douro e Paiva, a partir de 2008 fazendo a comunicação dos produtos e serviços do Esporão, em 2009 redesenhando a marca da Imprensa Nacional-Casa da Moeda, em 2014 a marca *Porto.*, no ano seguinte a comunicação do Teatro Municipal do Porto — Rivoli/Campo Alegre e em 2016 redesenhando as embalagens *Musgo Real* para a *Claus Porto*.

Poderíamos continuar a citar obras de referência que ilustram a sua prática profissional, mas nestes vinte anos temos já matéria bastante para o apresentar como autor de design.

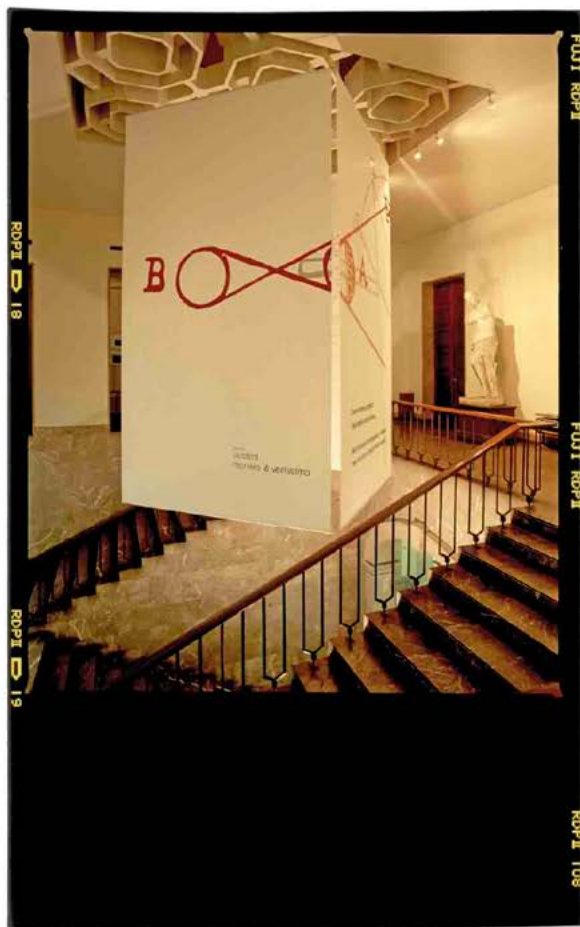
Observando as suas obras, compreendemos que a intenção de responder aos imperativos de cada cliente, garantindo pelo desenho o domínio da sua reputação, parece sobrepor-se à construção de uma linguagem própria, totalitária e hegemónica. O estilo da sua obra caracteriza-se por uma intenção de clareza e rigor formal, aliado à exploração de diversas estratégias criativas, mas sob uma minúcia tipográfica com que ensaia relações com o estrangeiro, com as outras culturas, com o antigo e com o distante, numa longa tradição portuguesa da arte híbrida, miscigenada, global, construída com o outro, de que o estilo indo-português será exemplo.

Concretista na capa do livro para a Águas do Douro e Paiva, minimalista na marca da Imprensa Nacional, neoclássico humanista na marca da Gulbenkian, modernista na Fundação Bissaya Barreto, maximalista nas declinações da marca *Porto.*, funcionalista nos jornais de Coimbra e Leiria, moderno nos cosméticos *Musgo Real* e no restaurante dos Clérigos, mas também historicista na marca do Turismo do Centro — Lugares do Património da Humanidade, romântico pela apropriação da cultura vernacular dos rótulos da *Herdade de Coelheiros* e no grafismo arcaizado mexicano aplicado a garrafas de rum, minimalista digital repetitivo na imagem do festival DDD — Dias da Dança e, sobretudo, modernista na composição dos rótulos para o Esporão. Um clássico, mais do que um tradicionalista, porque tudo parece querer conservar. Como Ortega y Gasset se questionou sobre a saudade dos portugueses, também sobre Aires se poderá perguntar: de que tem saudades Aires? Se tem saudades tanto do passado como do futuro?

Sacrificando-se como mediador em prol da receção do conteúdo, o seu estilo eclético justifica-se no condicionamento, na sedução, na conquista do destinatário, podendo-se por isso dizer que a sua obra é simbolicamente funcionalista.

Nesse sentido, vemos os seus olhos cheios de uma cultura mundana que reconverte com elegância em novos produtos irresistíveis ao consumo, explorando o que há de mais (des)-humano: o desejo (por direito próprio) ao luxo, como um programa de vida contra a morte.

Na embalagem para *Saké*, atribuindo opacidade vermelha ao frasco cristal, Eduardo Aires empresta-lhe um interesse visual de perfume, de *baton*, de representação da representação do feminino, que a transparência da água ardente de arroz não tem, fazendo do álcool um objeto de cosmética.



Design expositivo / Exhibition design

Exposição de fotografia: A escrita pela luz /
Photography exhibition: A escrita pela luz
Faculdade de Belas-Artes da Universidade do Porto
1994



Símbolo, Logótipo / Symbol, Logo

Programa de identidade visual Fundação Calouste Gulbenkian /
Visual identity programme of the Fundação Calouste Gulbenkian
Fundação Calouste Gulbenkian
2002



Agenda Diário / Diary

DIY – Do It Yourself
Studio Eduardo Aires
2012



Design editorial / Editorial design

Inside Outside
Eduardo Aires
2014



INCM
IMPRESA NACIONAL CASA DA MOEDA

Identidade / identity

**Logomarca INCM /
Logo brand INCM**

INCM – Imprensa Nacional-Casa da Moeda
2010

Moeda / Coin

**Moeda Euro «Idade do Ferro e do Vidro» /
Euro coin 'Idade do Ferro e do Vidro'**

INCM – Imprensa Nacional-Casa da Moeda
2017



1763-2018

IMPRENSA
NACIONAL
DUZENTOS E
CINQUENTA
ANOS
PORTUGAL
MCMXVIII

2018

**A obra de Eduardo Aires comunica erudição,
desde logo confirmada pelos múltiplos prêmios
internacionais com que tem sido distinguido pelos seus
pares, mas também pelos inúmeros convites a comunicar
a sua obra em plateias da academia e da comunidade.**

**That Eduardo Aires' work communicates
with erudition is confirmed in the many international
prizes received from his peers and in the countless
invitations to discuss his work with academic
and community audiences.**

Francisco Providência