

O DESIGN PROVIDENCIAL DE FRANCISCO

THE PROVIDENCIAL DESIGN OF FRANCISCO

Lúcia Bergamaschi Costa Weymar
Pós Doutora/Universidade Federal de Pelotas
luciaaweymar@gmail.com

Jorge dos Reis
Doutor/Universidade de Lisboa
j.dosreis@belasartes.ulisboa.pt

RESUMO

O Design Providencial de Francisco faz parte de uma pesquisa maior, acerca de design e cartografia de cidades portuguesas, vinculada a Estágio Pós Doutoral na Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa e apresenta a transcrição de uma entrevista com Francisco Providência, designer baseado na cidade do Porto e professor da Universidade de Aveiro. O roteiro da entrevista pretende problematizar categorias conceituais duais no design e na arte tais como simplicidade e complexidade, funcionalidade e racionalidade, autoria e mercado, identidade e alteridade e, por fim, técnica e poética. O encontro, ocorrido no estúdio Providência Design, no Porto, acaba por ampliar o espectro do roteiro na medida em que dá a conhecer as relações entre abstração e empatia propostas pelo teórico alemão Worringer, relações essas que tornam-se fundamentais para a compreensão do design de marcas atual. Para além de respostas estritas, Providência, cujo portfólio de design de identidade demonstra processos de redução gráfica para a conquista do simples, discorre sobre abstração nas produções primitivas e concretude na tradição clássica, monosemia e polissemia na comunicação visual, complexidade e simplicidade na relação do ser humano com a natureza e, sobretudo, sobre tristeza e felicidade, recuperando o que Fernando Pessoa já havia proferido: “Toda a poesia - e a canção é uma poesia ajudada - reflete o que a alma não tem. Por isso a canção dos povos tristes é alegre e a canção dos povos alegres é triste”.

Palavras-chave: Francisco Providência. Abstração e empatia. Simplicidade e complexidade. Design de identidade.

ABSTRACT

The Providencial Design of Francisco is part of a larger research about design and cartography of Portuguese cities, linked to Post Doctoral Internship at the Faculty of Fine Arts of the University of Lisbon and presents the transcript of an interview with Francisco Providência, Porto-based designer and professor at the University of Aveiro. The interview script intends to problematize dual conceptual categories in design and art such as simplicity and complexity, functionality and rationality, authorship and market, identity and alterity and, finally, technique and poetics. The meeting, which took place at the Providência Design studio in Porto, widens the scope of the script as it reveals the relations between abstraction and empathy proposed by the German theorist Worringer, which become fundamental for understanding of current brands design. In addition to strict answers, Providência, whose identity design portfolio demonstrates processes of graphic reduction to the achievement of the simple, discusses abstraction in primitive productions and concreteness in the classical tradition, monosemia and polysemy in visual communication, complexity and simplicity in the relationship between human being with nature and, above all, about sadness and happiness, recovering what Fernando Pessoa had already said: “All poetry - and the song is a helped poetry - reflects what the soul does not have. Therefore the song of the sad people is joyful, and the song of the joyful people is sad.

Key-words: Francisco Providência. Abstraction and empathy. Simplicity and complexity. Identity design.

Introdução

O Design Providencial de Francisco, pesquisa apresentada no Seminário de História da Arte realizado em meados de setembro de 2019 no Centro de Artes da Universidade Federal de Pelotas, refere-se ao resultado de uma entrevista concedida à pesquisadora Lúcia Weymar pelo designer português Francisco Providência no ano anterior, em Portugal. Tal entrevista faz parte de sua pesquisa de pós doutoramento, sob supervisão do Professor Jorge dos Reis, vinculada a Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa. Interessa, à pesquisa maior, o design de viagem – ou a viagem no design – de uma pesquisadora brasileira em terras lusas. Ou seja, naquela pesquisa, denominada jocosamente Os Lucíadas em homenagem ao grande poema épico português (Fig. 1), apresentamos uma cartografia de determinadas cidades de Portugal sob o ponto de vista de suas gentes, lugares e artes.

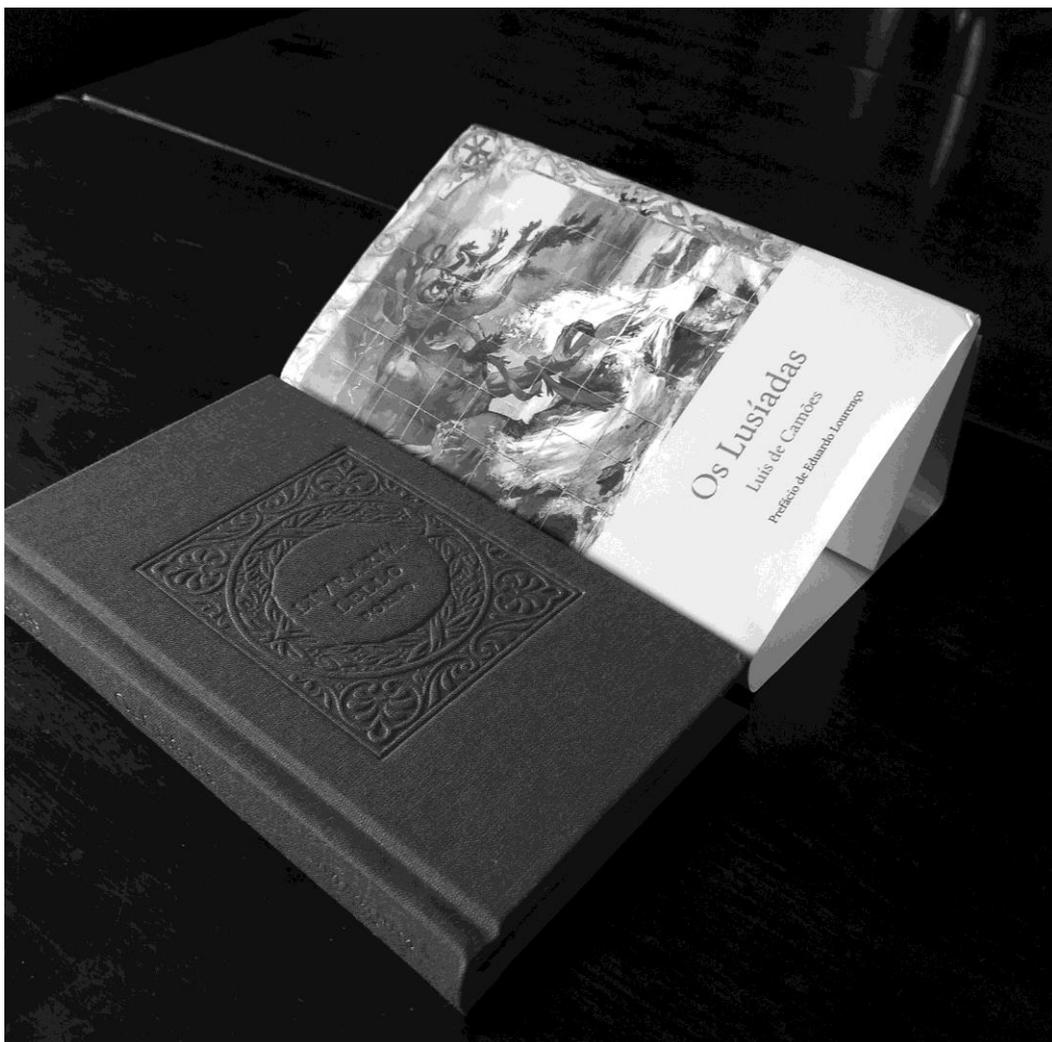


Figura 1: Os Lusíadas, de Luis de Camões.

Fonte: Acervo da autora; livro adquirido na Livraria Lello, no Porto, em 2018.

Todavia, a este artigo interessa, apenas, conhecer parte do design produzido na bela cidade do Porto a partir do estilo gráfico de um de seus maiores representantes caracterizado como minimalista, econômico e simples. A pesquisa justifica-se, então, na medida em que a compreensão do pensamento lacônico de Francisco Providência é fundamental para o entendimento de parte do elegante design produzido atualmente naquela cidade. Sendo assim, o roteiro da entrevista do tipo semi-aberta pretende problematizar categorias conceituais duais tais como simplicidade e complexidade; funcionalidade e racionalidade; autoria e alteridade; técnica e poética e, enfim, tristeza e felicidade. Porém, o encontro acaba por ampliar o espectro do roteiro na medida em que dá a conhecer, dentre outras, as relações entre abstração e empatia propostas pelo teórico alemão Worringer, relações essas que tornam-se fundamentais para a compreensão do design de identidade atual. Para além de respostas estritas, Providência, cujo portfólio de design de identidade demonstra processos de redução gráfica para a conquista do simples, discorre sobre abstração nas produções primitivas e concretude na tradição clássica, monossemia e polissemia na comunicação visual, simplicidade e complexidade na relação do ser humano com a natureza, técnica e poética na linguagem artística e, sobretudo, acerca de tristeza e felicidade. Ei-la.

Entrevista com Francisco Providência

Massarelos, Porto, quinta-feira, sete de junho de dois mil e dezoito, 9h da manhã. O estúdio Providência Design, de Francisco Providência, situa-se a poucos metros do belo Rio Tejo. Em um dia frio e chuvoso no início do verão europeu a autora lança a primeira pergunta, sobre o modo como Francisco Providência define os estilos gráficos mais simples ou os mais complexos, e as respostas surgem calma e refletidamente.

Francisco Providência: As construções de identidade visual, por um lado, nascem de certas circunstâncias; por outro lado, ambicionam outras. Não há uma relação direta entre as circunstâncias e o produto desenhado. Estou a dizer isto porque, porventura, num momento de maior complexidade, a simplicidade pode trazer, digamos assim, uma compensação e a tentativa de criar uma ordem na complexidade. Eu tinha um professor que fazia um pouco esta oposição que era chorar na pintura para rir na vida, ou seja, esta oposição entre obra e existência. As marcas podem ter esta ambição lacônica de simplicidade para garantir uma vida mais complexa ou, o contrário, muitas vezes as marcas ganham uma complexidade que resulta de uma vida demasiado simples. E, portanto, pode haver aqui este sentido de oposição



Figura 3: Miolo do Dicionário Museu Arte Nova de Aveiro; design: Francisco Providência.
Fonte: Acervo pessoal; livro adquirido no Museu Arte Nova, em Aveiro, em 2018.

FP: Fiz este trabalho com meu irmão que se chama Paulo Providência e percebemos que, mais importante do que ter um catálogo da exposição, era mais interessante fazer, não um catálogo, mas um Dicionário da Arte Nova que, de algum modo, ajudasse a compreender o fenômeno; e um dos itens para definir essa origem é a publicação deste livrinho que eles

têm lá à venda. Uma das entradas é sobre Worringer, um pensador alemão que tem um texto que se chama *Abstração e Empatia* e que viveu na passagem do século XIX para o XX. É um historiador da arte que se preocupa, primeiramente, em encontrar uma explicação para o Expressionismo e para a Arte Primitiva que emergia àquela época.

LW: Aqui, no próprio Dicionário Arte Nova (2011, p. 4), consta que a tese, no original *Abstraktion und Einfühlung*, escrita em 1907 por Wilhelm Worringer, fala em dois modos, de grande sucesso naquela época, para interpretar nossa produção ocidental: “a tendência para a abstração, visível nas produções primitivas, ou para a empatia, que é interpretada como a imitação da natureza (na tradição clássica)”. O senhor pode comentar?

FP: O que tem nessa teoria, se calhar também influenciada pelo pensamento de Nietzsche, é que a arte resulta da relação do homem com o ambiente, isto é, quando o homem se sente ameaçado tende a produzir uma arte mais abstrata e direta, e primitiva. Simples. E quando o homem se expressa com uma arte mais complexa é porque tem a percepção de dominar o ambiente. Por exemplo, a arte do Iluminismo, em que há todo o controle tecnológico da intervenção humana, é uma arte que resulta dessa sensação de empatia. Empatia com o ambiente e de domínio sobre o ambiente; e, portanto, de algum modo, a passagem de uma arte da Arte Nova para o Pós Expressionismo ou para o Minimalismo, no fundo, caracteriza momentos históricos em que o homem, por um lado, tem uma percepção de que já domina tecnologicamente o ambiente, descobre as vacinas e meios terapêuticos, mas depois, por outro lado, é confrontado com períodos de guerra e destruição. E isso provoca nele uma arte mais abstrata e mais primitiva. De algum modo podemos pensar que essa relação da estilística com a forma também pode resultar dessa percepção na relação com o mundo. Portanto uma arte, uma expressão, mais abstrata e simples, resulta em uma percepção de maior ameaça. Ou, o contrário, uma expressão mais empática resulta de uma percepção de maior domínio. Essa oposição entre a simplicidade – a dimensão do lacônico – como resposta à complexidade resultou de uma preocupação de natureza moral e, também, por via de um professor meu chamado Álvaro Lapa. Aparece nesse livro, logo no início, uma citação que diz “condição de decidir moralmente sobre a beleza”. Isto é, a forma não pode ser entendida em si, ela deve ser reconhecida também como um depoimento, como uma forma de materializar as ideias e as ideias não são todas igualmente justas. Ou seja, as formas também não são, todas, igualmente justas. Há uma intenção ideológica na forma e que deve ser, se não

respeitada, ao menos observada; por isso o lacônico – esta forma no limite de sua simplicidade – tem esta intenção moral. Que também é uma intenção política.

LW: Como os modernistas.

FP: Exatamente... Só que os modernistas, por exemplo, tinham uma relação com a forma mais funcionalista. E, no meu caso... Porventura estou fora do meu tempo.

LW: (“Também me sinto fora, professor”, penso calada). Ah sim, o senhor poderia me falar um pouquinho sobre funcionalidade?

FP: Exato, e quando aqui, neste convite para a abertura de um bar (aponta para um material gráfico sobre a mesa), utiliza-se a apresentação dos pictogramas funcionalistas para a indicação das instalações sanitárias e, neste aqui, para o relacionamento amoroso, neste caso heterossexual (aponta para outro material), há um sentido diferente, portanto. Já passou certa época da minha vida em que usei muitos pictogramas. Também construí pictogramas; mas usei-os como expressão de humor (Fig. 4). Ou seja, este pictograma, aqui, já não corresponde à intenção de identificação universal do masculino. Também corresponde, ainda mais, enfim, a uma expressão poética que é mais que uma expressão funcional. Já não se trata de caracterizar os gêneros e as relações sanitárias, mas de fazer algum comentário sobre a oposição entre uma sociedade hiper organizada e racional européia com uma sociedade desorganizada, ou organizada por outra ordem.



Figura 4: Pictogramas; design: Francisco Providência.
Fonte: Montagem pela autora a partir de Providência, 2013.

LW: Mais dionisíaca.

FP: Outra ordem; sim, mais dionisíaca.

LW: O senhor acha que o turismo que trabalha com signos do tipo raízes, isto, signos óbvios...

FP: ...Eu acho que marcas criam uma expectativa sobre o lugar.

LW: Os signos em geral?

FP: Sim, os signos em geral. Na verdade quem faz o símbolo não é o signo; quando o signo é acolhido pelas pessoas é que se transforma em símbolo. Portanto, há uma dimensão protocolar e por isso algumas marcas não constituem valor simbólico porque as pessoas não se veem nela. Uma vez começamos uma discussão grande (não era uma discussão, mas um confronto de idéias) eu e uma amiga que morreu ano passado, Anna Calvera, que era designer e professora na Faculdade de Belas Artes, de Barcelona. E falou-se sobre a questão das marcas, sua presença, e sobre a marca da Repsol, aquela marca de gasolina que traduz, em minha opinião, toda expressão ibérica, sobretudo para quem tem a experiência de atravessar a Espanha no verão para ir de Portugal a França, para ir para Europa. De grandes planícies, de grandes planaltos; rasos, quentes, secos, naquela relação com o sol muito vermelho que, na minha experiência, era exatamente a expressão disto. E ela, irritadíssima, disse: “nem pensar, isso é uma treta de um designer inglês”, um que agora me esqueci o nome; é um designer famoso, ele que fez a marca. E, portanto, ela, como espanhola, não se sentia representada naquela marca.

LW: Aloísio Magalhães criou uma marca bastante funcional para o quarto centenário do Rio de Janeiro na qual o número quatro, rebatido, sugere a cruz de malta. E a marca teve tal penetração na cidade que até nas tangas das mulheres aparecia; pintaram-na nos morros das favelas, no carrinho do picolezeiro... E ela, mesmo racional e funcional, entrou no imaginário popular.

FP: Essa é a dimensão simbólica.

LW: Sim, e quando a cidade fez quatrocentos e cinquenta anos, há pouco, uma marca toda visceral foi projetada, toda orgânica; e não funcionou. Essa marca nova tinha tudo a ver

com o corpo das mulheres, com o samba, com a festa. E não funcionou, o que funcionou foi aquela marca modernista lá dos anos 1960, no auge do Estilo Internacional.

FP: Sim, mas eu julgo que as marcas devem propor a representação de qualquer coisa que constitui, em si, uma dimensão de possibilidades de liberdade, uma dimensão do ser. E é nessa medida que elas podem constituir um fator de afirmação e identidade. Não tanto por condicionar, digamos, a representação daqueles cidadãos, mas também por prometer, de algum modo, uma dimensão de liberdade, uma possibilidade de liberdade, uma possibilidade de realização. E, nesse sentido, elas resultam, ou podem resultar, numa tradição herdada; e devem constituir uma ambição sobre o futuro porque se elas se projetam unicamente no passado elas também perdem a sua validade e seu...

LW: Espírito de tempo?

FP: Sim, e essa possibilidade de constituírem, em si, uma porta para...

LW: Interpretações? Difícil equacionar a valorização do tradicional e a abertura ao novo.

FP: Pois é, muito difícil.

LW: Em se tratando da questão de autoria e neutralidade: o percurso do autor é reconhecido em sua trajetória de designer. Joana Quental, por exemplo, reconhece unidade na sua diversidade através da economia formal. O senhor considera que seus processos de redução no design de marcas implicam em maior monossemia ou em maior polissemia? Porque, se a gente consegue maior monossemia, mais eficaz é a comunicação. E, se a gente busca polissemia, a marca abre-se a interpretações, e correm-se riscos.

FP: Sim, eu acho que a simplicidade pode valorizar a polissemia porque ao reduzir o seu discurso ao maior denominador comum, ganhando uma maior simplicidade, a marca pode ser menos impositiva e, no limite, será abstrata (Fig. 5). Será quase um sinal. É um pouco também como este fenômeno do design ligado ao desenvolvimento de produtos. Quando as marcas procuram respeitar todo mercado ou desenvolver o seu produto com vista ao mercado, a partir das intenções do mercado, acabam por perder sua identidade enquanto marca, se ficar a serviço desse mercado. Entende?



Figura 5: Design de identidade territorial; design: Francisco Providência.
Fonte: Montagem pela autora a partir de Providência, 2013.

LW: Mas, ao mesmo tempo, temos que conhecer muito esse mercado ao qual a gente se dirige pra saber com quem se está falando.

FP: Sim, mas o ideal é que as marcas não tentem resolver os problemas do mercado, mas criem novos problemas ao mercado. Só assim elas conseguem adquirir uma dimensão de liderança e também de expectativa. Porque, senão, é mais do mesmo, das coisas que já foram ditas.

LW: Como a gente tem visto muito nessas grandes empresas.

FP: Como a gente tem visto. Devemos enfrentar essa lógica americana de que o mercado é que é determinante ou que o mercado é que deve condicionar a forma.

LW: E como é que a gente pode pensar a conquista do simples ao trabalhar a funcionalidade da grelha e da tipografia? Como a gente pode equacionar a construção de uma autoria – eu percebi que quando falei em autoria o senhor ficou mais resistente –, conjuntamente à operacionalidade do sistema?

FP: Bem, eu acho que o design tem essa ambição de operacionalizar o sistema. Às vezes é mais uma fé, uma crença, do que propriamente um resultado fundamentado e validado; pelo menos validado cientificamente, validado tecnicamente. Do meu ponto de vista, minha principal fonte de despesa do tempo – a minha principal ocupação no design – é a de deitar fora. Desenhar para reprovar, para desenhar de novo. Nesse sentido, o design e o resultado, que depois parece elementar, simples, óbvio... Eu acho que essa é a grande dificuldade: pode parecer que o resultado é um resultado rápido porque é tão simples.

LW: Nesse sentido, o design é o resolvido.

FP: Sim, mas pelo menos, na minha metodologia, ele resulta de um sistemático redesign. Redesenho. Iteração.

LW: Em termos de alteridade como se consegue ser autor de modo coletivo? Como exercitar a inclusão do *outro* nos projetos? Vejo colegas meus que falam muito na diferença e na inclusão, mas que, efetivamente, são individualistas na criação.

FP: Depende um pouco do caráter das pessoas; sobretudo seu trajeto de vida. Há condições psicológicas da formação, do desenvolvimento, que nos tornam mais tolerantes para o *outro*, ou menos. Claro que em design quanto mais tomamos o *outro* em consideração mais sofremos também. Ontem estive numa sessão de representação da universidade em uma ação com micro e pequenos industriais de mobiliários da zona de Ourém, pequena cidade; não sei se é cidade ou se é vila, ali perto de Fátima. Todas aquelas pessoas... Aquelas pessoas querem é ganhar dinheiro e ponto final. Toda sua construção de vida resultou em uma fábrica que porventura lhes dá mais sofrimento do que benefícios porque, enfim, é o preço da autonomia. Querem naturalmente sair daquela situação de escravatura, mas sem ter que trabalhar para o *outro*. Está, aqui, uma complexidade social, mesmo nos empresários. Temos essa ideia que empresário é alguém que vive acima da capacidade de realização material,

acima do comum; mas depois, quando vamos ver, aquilo é uma trapalhada. Vidas complicadas. São escravos, escravos deles próprios. Como é que vai falar a essa assembléia sobre as questões da dimensão poética, sobre a importância da inovação poética? Não querem saber disso para nada a não ser que eu garantisse que com este discurso conseguiriam vender o dobro ou o triplo. Portanto, se eu decido tomar este grupo de pessoas como meus clientes, e passar a fazer um trabalho com eles, eu já sei que vou ter que sofrer muito porque eu não vou mudar certas coisas. É toda uma dificuldade que vem desse impacto, dessa importância que damos ao *outro*. Julgo que a alteridade pode nos permitir, sobretudo, uma observação mais evidente das questões de identidade. Ou seja, identidade não deve ser vista como alguma coisa que eu me imponho por alguma razão, mas qualquer coisa que resulta do distanciamento. Eu percebo o que é cultura brasileira quando estou no Brasil ou eu, português, percebo o que é cultura portuguesa quando vou para Austrália. É na alteridade, é na relação com o *outro*, com a diferença, que eu percebo aquilo que pode constituir um fator de identidade: em discussões culturais, em questões de comida, em questões de representação, na questão da língua. No meu escritório há uma frase muito interessante de um poeta, não lembro bem como ele a constrói, mas no fundo ele refere-se à autoria e a essa identidade da autoria como uma espécie de confronto com a morte. Isto é, a autoria não entendida como uma imposição do *marketing* no sentido de se fazer vender de forma inequívoca, de se apresentar e de se afirmar junto ao mercado. Não com este sentido, que é um sentido muitas vezes atribuído ao pensamento de esquerda que se opõe a ideia de um design de autor porque é um design muito associado às manifestações do capitalismo, às coleções reduzidas ou às peças numeradas...

LW: ...Que dariam protagonismo, uma aura...

FP: ...Uma idolatria do autor. É mais o autor como aquele que desenha a possibilidade no confronto com a morte. E, portanto, é essa a relação que depois permite, ou da qual decorre, esse tal enunciado da forma, o enunciado da morfologia, o enunciado da forma como uma expressão moral; digamos, da forma que representa o modo como vale a pena pensar, em alternativa.

LW: Seria, como o senhor já escreveu, a “materialização da falta de garantia de ser feliz, da utopia”.

FP: Sim, sim, e é um pouco também aquilo que diz o Heidegger em um discurso em que opõe a linguagem técnica à linguagem poética. E a linguagem poética, se bem percebi aquilo que ele escreveu, é essa linguagem que devolve a verdade ao homem e, portanto, nesse sentido, ela devolve a linguagem da poética, a casa do ser. O homem na linguagem técnica faz-nos escravos da própria técnica, da própria sobrevivência, fazendo-nos perder a relação com a própria existência. E a linguagem poética faz esta retroação, este recuperar da dimensão do ser. Muitas vezes decorrendo não de um exercício de racionalidade, mas de um exercício de irracionalidade. Inconsciente. O ébrio, o poeta, o louco, o que dizem, o que fazem... Sentenças que, por vezes, nos surpreendem pela clarividência de usar e de estar num estado aparentemente de semiconsciência ou de inconsciência... Portanto, a poesia tem um pouco disso, de uma crueza da reposição da verdade não a fazendo de forma lógica ou dedutiva, não a fazendo como os designers racionalistas aprendiam a fazer no Modernismo. Mas, para que introduzam um lado mais inconsciente, que eu acho relevante, nos produtos do design, para lidarem com a moral, com a política. Para que façam sentido. No fundo é isso, para que façam sentido! O sentido do design não decorre apenas de um processo de dedução lógica, de um processo de racionalidade; pode depender de alguma irracionalidade. Claro que o resultado disso pode ser péssimo (risos).

LW: (Risos). Sim. Afinal nós, na nossa trajetória, temos momentos que conseguimos resultados positivos e outros negativos.

FP: Só que este falar sobre o design é um bocado como a Laurie Anderson dizia em uma entrevista: falar sobre música é como dançar sobre a arquitetura. Quer dizer, são linguagens diferentes.

LW: Eu vou terminar e vou deixar o senhor trabalhar. Sobre liberdade e felicidade, como alcançar a liberdade pelo simples? E, para tentar finalizar, Sebastião Rodrigues – que foi o primeiro designer português que conheci quando aqui cheguei – fala em alegria, em projetar com alegria. Eu poderia associar o senhor, então, a uma procura pela felicidade?

FP: Acho que sim. O Fernando Pessoa também tem uns versos que falam desta oposição entre alegria e tristeza. Dizem que uma arte alegre é a expressão de um povo triste. E eu julgo que ele estava a se referir ao inverso, que uma arte triste pode ser o resultado de um povo alegre... A questão do fado, da melancolia. Sim. A felicidade tem um problema porque não existe, não é? Existem, quanto muito, pequenos momentos felizes que às vezes nos dão a

dimensão da transcendência e eu acho que acabamos por procurar isso. Depois, há várias técnicas. Os budistas procuram educar o corpo para se tornarem distantes da necessidade do desejo o que configura uma relação com a existência mais livre, e por isso mais feliz. Outra possibilidade é ter experiências, e toda gente tenta durante sua existência, ter a experiência dessa felicidade. Essa felicidade ocorre às vezes de forma inusitada, portanto, devemos ter sempre ter essa humildade de esperar a felicidade, uma coisa que pode acontecer e que não depende diretamente de nós. *Providencial*, diríamos assim.

LW: O senhor fica feliz quando resolve um projeto pela simplicidade? Ele sendo, ou não, aceito e incorporado pelos outros?

FP: Sim, exato. Por acaso, uma coisa que tenho procurado fazer são pequenas publicações, como esta (Dicionário de Aveiro). Muitas vezes aparecem trabalhos publicados por mim de coisas que não chegaram a ser nada – de gente que não aceitou ou reprovou – mas, pra mim, isso realmente não é relevante porque há um momento de felicidade quando a coisa acontece. As pessoas não sabem disso, nem têm que saber, ou seja, a minha felicidade nesse aspecto também não depende do modo como esses produtos foram ou não aceitos. Se eu fiz aqueles produtos para o *outro*, e o *outro* não os compreende e rejeita-os, eu não posso dar a ele aquilo que eu sei que lhe faz mal, não? Vivemos assim.

Conclusão

Alguns meses depois, de volta ao Brasil, os diálogos são transcritos ao sabor da calma voz daquele homem imponente e elegante. Na transcrição percebemos o quanto o roteiro ampliou-se abarcando os conceitos de abstração e empatia, em Worringer; de linguagem técnica e poética, em Heidegger; de marcas de identidade enquanto possibilidade de liberdade e enquanto signos de afirmação; de oposição entre obra e existência e sua relação com tristeza e felicidade, em Pessoa. Mas, sobretudo, percebemos o quanto suas respostas sobre simplicidade e complexidade superaram o prévio roteiro. Ao afirmar que “porventura, num momento de maior complexidade, a simplicidade pode trazer, digamos assim, uma compensação e a tentativa de criar uma ordem na complexidade”, Francisco é providencial.

Se projetar a marca de um território é ajudar a projetar um país, inferimos que, oportunamente, um designer português (Fig. 6) e seus colegas como o co-autor deste texto podem ensinar uma pesquisadora e professora brasileira (e em consequência seus leitores e

alunos) que um design simples pode compensar, por exemplo, a desordem atual de um país como o Brasil.



Figura 6: Eu, Francisco Providência e a equipe do estúdio Providência Design.
Fonte: Fotografia digital, Porto, junho de 2018.

REFERÊNCIAS

Site

Providência Design Official Website. Disponível em: <<http://www.fprovidencia.com>>. Acesso em: 22.08.2018

Entrevista concedida

Providência, Francisco. Entrevista concedida sobre simplicidade e complexidade no design de identidade. Porto, Portugal, junho de 2018.

Anais de Evento

PROVIDÊNCIA, Francisco. Um ser imaginado: a identidade dos lugares como influência estereotipada. **ARTEC 23 Gênese, Simpósio de Design e Artes Gráficas**. Escola Superior de Tecnologia de Tomar, Instituto Politécnico de Tomar, 17,18 e 19 de abril de 2013.