

Eduardo Aires

DARDO magazine 36



contenidos / contents

FRANCISCO PROVIDÊNCIA

Eduardo Aires Design. Estrategias creativas minuciosas
para combatir lo trivial

04

Eduardo Aires Design. Comprehensive Creative
Strategies to Combat the Trivial

14

DAVID BARRO

Palabras de oro sobre azul.
Conversación con Eduardo Aires

24

Words of Gold on Blue.
A Conversation with Eduardo Aires

46

DAVID BARRO

Palabras de oro sobre azul

CONVERSACIÓN CON
EDUARDO AIRES

No soy diseñador, pero si lo fuera, creo que una de las cosas más atractivas puede ser trabajar a gran escala el contexto de una ciudad. En los últimos años, el caso de Oporto resulta paradigmático y me atrevo a decir que está en línea con algunos de los logros más interesantes en lo que se refiere a sistemas de representación gráfica, trabajos que comienzan a imponerse en acontecimientos internacionales como los Juegos Olímpicos en la segunda mitad del siglo xx. Lo conseguido por Eduardo Aires y White Studio se escribe también con mayúsculas. En este caso azules. Aunque como veremos, también doradas.

Foto: © Alexandre Delmar



Algunos de sus pictogramas podrían llevarnos a los representados en tablillas de marfil de 5.000 años de antigüedad, como la conocida Piedra Rosetta del 197 a. de C. Por supuesto, en el mismo siglo xx existen precedentes interesantes como el trabajo de Gerd Arntz, que desarrolló una serie de símbolos acerca del trabajo, la economía, la política y la vida doméstica a partir de representaciones pictóricas simplificadas de cara a que todo el mundo las comprendiese. Arntz se había incorporado al movimiento conocido como Isotype (International System of Typographic Picture Education), creado por el sociólogo vienes Otto Neurath con el fin de establecer conexiones a partir de pictogramas elementales que desarrollaban datos complejos. Con la importante colaboración de la matemática Marie Reidermeister a la hora de transportar a diagramas los datos numéricos o estadísticos, la comunicación visual de este lenguaje mundial sin palabras será un precedente clave de los sistemas de señalización que se harán populares ya en los años setenta con autores como Otl Aicher, que trabajará para los Juegos Olímpicos de Múnich en 1972. Aicher conseguirá sistematizar todavía más lo logrado por Lance Wyman y Eduardo Terrazas cuatro años antes para los Juegos celebrados en México, donde la funcionalidad de la señalización llevó a la siguiente afirmación en *The New York Times*: «Aunque sea analfabeto en cualquier idioma, podrá desenvolverse en su entorno, mientras no sea daltónico». El éxito y la experiencia adquirida por Wyman en México 68 lo llevará a trabajar en muchas aplicaciones globales de diseño para parques zoológicos o centros comerciales. White Studio lo ha llevado a una ciudad como Oporto. Con el azul del mar y de sus azulejos. Y punto.



Identidad visual para la ciudad de Oporto. Câmara Municipal do Porto, 2014. Foto: © Alexandre Delmar



Identidad para el Mercado Temporário do Bolhão. Câmara Municipal do Porto, 2018. Fotos: © Alexandre Delmar

DAVID BARRO (DB) / Al caminar por los alrededores del lugar de trabajo de Eduardo Aires en el centro de Oporto la imagen creada para la ciudad nos sale al paso en mupis, coches de policía o grandes banderolas que cubren los espacios en obras. Su estudio está en un edificio de los años veinte diseñado por el arquitecto Marques da Silva, autor de la conocida casa rosa de la Fundação de Serralves, de la estación de São Bento en Oporto o del Teatro Nacional São João. Pero tuvo otros estudios, como White Studio, que debe su nombre a su primera localización, un estudio totalmente blanco...

EDUARDO AIRES (EA) / Todo fue creciendo de una manera natural.

DB / No eres de planificaciones...

EA / En eso no.

DB / Sin embargo, mucha gente te ve como alguien que cumple las reglas.

EA / Sí, pero en realidad yo no soy nada recto, absolutamente nada, porque no proyecto. No soy de esas personas que piensan cómo y cuándo tener su estudio y qué harán después. Me gusta dejar correr la vida y hacer caso a aquella vieja máxima de que la vida cambia en un día normal.

DB / Dejar que la vida ocurra y provoque alteraciones...

EA / Claro. Hay varias circunstancias que me llevan a redefinir aquello que va siendo mi día a día. En eso soy bastante irreverente. Cuando comencé con un espacio de trabajo con mi colega António Modesto, el objetivo principal no era vender diseño. Era un espacio de trabajo sin más. Poco a poco fue creciendo porque el trabajo que acabamos haciendo ambos se fue autopromocionando y la prueba es que en treinta y dos años nunca hice una promoción publicitaria del estudio. Solo una vez en la revista de la TAP Air Portugal hice un anuncio diciendo «Gracias Oporto»,

con motivo de los seis años de la imagen de Oporto. Fue para mí un gesto personal público en agradecimiento a la ciudad de Oporto pero nunca hice publicidad directa sobre la actividad del estudio. Siempre fue creciendo bajo la premisa de que son los propios trabajos los que se ayudan unos a otros en la autopromoción.

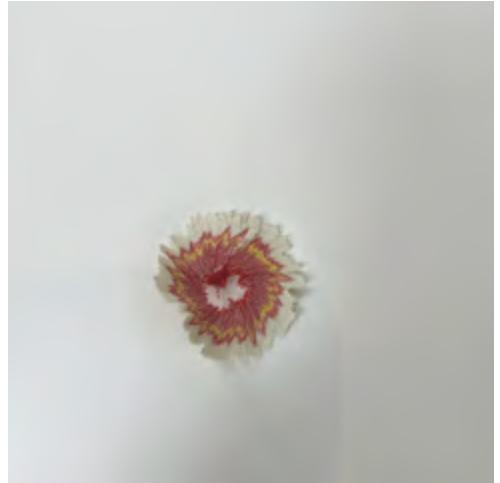
En lo que respecta a los nombres del estudio, en un principio tenía la designación de Eduardo Aires Design. Después hubo un período en el que tenía otra empresa paralela, también editorial, llamada Quatro Cores, en la que llegué a tener colaboradores que únicamente hacían los libros, pero terminé descomponiendo esa estructura porque no era feliz con esa actividad. Todo esto tuvo un recorrido, un ciclo, hasta que llegó un momento en el que, en parte por mi admiración por aquello que se hace en Japón, así como por mi admiración por mi colega diseñador Kenya Hara, pensé en el nombre White Studio.

DB / Precisamente iba a hablar ahora sobre esa especie de mentor tuyo que

es Kenya Hara, uno de los diseñadores de Muji o de la marca de moda Kenzo, así como el responsable de diseñar los programas de las ceremonias de apertura y clausura de los Juegos Olímpicos de Nagano en 1998. Kenya Hara se inspira en la tradición y en el arte de su país, en la simplicidad y en la delicadeza, en la minuciosidad japonesa o en el concepto del vacío; características que acostumbran a cobrar presencia en tus trabajos.

EA / Efectivamente es un diseñador que admiro bastante, por su carga filosófica y no solo por el carácter exento de sus trabajos. Muji en japonés quiere decir sin marca, sin nombre. A partir de ahí formulé esta idea de que mi taller debía ser sin marca, blanco, porque imaginaba mentalmente que la coloración, todo el entorno, debía ser dado al cliente; la intervención del diseño debe ser un agente neutro. Es como cuando diseñas una casa, que debe ser para quien la habita, o cuando diseñas un catálogo, que debe ser para el artista. Personalmente, siempre detesté las cuestiones de estilo, porque lo que me interesa es el territorio y en alguna





ocasión anterior ya hablábamos sobre eso: no hay mejor forma que mirar a un territorio de una forma inédita, como me decías a propósito del artista y diseñador gallego Luis Seoane...

DB / Él aseveraba que «existen formas inéditas, en las herramientas de los oficios y en los objetos heredados. Ahí están para quien sepa recogerlas».

EA / Eso me toca bastante. White Studio era un poco eso, un ideal desde el que conseguí interpretar lo real sin influenciarlo para hacer diseño. No deja de ser una paradoja. Después, por una serie de situaciones, comencé a impartir conferencias por todo el mundo y me llegaban al oído las dificultades de personas que querían contactar conmigo. Entonces empecé a pensar que el nombre White comenzaba a ser demasiado simple y que además respondía a un propósito conceptual que únicamente estaba en mi cabeza. Ahora encuentro compañías aéreas White, clínicas dentales White, fotógrafos White, hasta que en una

conferencia en Atenas para unas cuatrocientas personas, se me acercó al final alguien y me dijo: —«me gustó mucho su conferencia y vine a propósito a escucharlo, pero voy a decirle que me suena muy común, White Studio»—. Fue una oportuna y curiosa observación. Poco a poco fueron llegándose señales para el cambio y esta fue realmente la señal definitiva para volver al origen. Como acostumbro a decir, pasé de Eduardo Aires Design a atribuir al estudio mi nombre, Studio Eduardo Aires. Lo cierto es que con este cambio conseguimos más contactos.

DB / Y en cuanto a número de gente, el estudio creció y decreció naturalmente. ¿Se trabaja mejor con equipos más pequeños?

EA / Llegamos a tener más de veinte personas. Yo tenía dos secretarías; una para asuntos más personales y otra para asuntos de logística de proyectos. Mi hermano era el asesor financiero; estaba formado en gestión y lo invitó a dirigir el estudio. Ese proceso de crecimiento fue muy interesante. Pero intento de una

«Personalmente, siempre detesté las cuestiones de estilo, porque lo que me interesa es el territorio»

forma muy realista rehacer las cosas. Voy percibiendo lo que hago con el tiempo. Me di cuenta de que no era feliz. Comencé a ver trabajos en la calle y sobre todo en la exposición pública, en los que no me veía reflejado. No me veía en esa voracidad de proyectos, en querer hacer tantas cosas al mismo tiempo. Entonces le propuse a mi hermano cerrar el estudio y negociamos la rescisión de todas las personas y en seis meses pusimos fin a aquella gran estructura. Fue un proceso doloroso, pero fue un proceso de enorme crecimiento, porque hicimos experimentos desde el lado más maquinal del diseño,

del lado menos artístico, proyectos que muchas veces alimentaban la estructura invisible del estudio. Pagábamos el alquiler, pagábamos los contadores, pagábamos el aire acondicionado, pagábamos los sueldos, pero sobraba poco y casi no había retorno. Comencé así a trabajar con una sola persona. Decidí hacer lo opuesto. Escogí entre las personas que trabajaban conmigo a aquella persona con la que me llevaba peor, porque a pesar de todo, tenía una gran profesionalidad. Trabajamos más de diez años juntos y fui muy feliz, porque percibí que los equipos muy pequeños pueden ser muy poderosos. En equipos grandes tu límite de responsabilidad está diluido. En equipos más pequeños ese límite está ya con el cliente. Eso para mí fue fundamental y pasé a ser un *free controller*, y a que me importasen todos los detalles.

DB / Ese esmero encaja con la minuciosidad japonesa que antes citábamos a propósito de Kenya Hara.

EA / Sí, porque más que por los proyectos comerciales, yo tengo una enorme admiración por la forma en que él consigue atribuir conceptos y sobre todo optimizar relaciones a las que de partida nosotros, por la simplicidad de la cuestión, no otorgamos valor. La exposición que más me marcó en la vida no fue de ningún artista, sino una exposición comisariada por Kenya Hara llamada *Subtle*; una exposición que vi en Milán en dos salas y que me retuvo allí, disfrutándola, casi cuatro horas. La exposición está volcada exclusivamente en la relación o intervención del hombre subyugada a una determinada temática, con el papel, por eso se llama *Subtle*. Como espectador obtienes una relación tan dialéctica, tan simple, y resultados tan sorprendentes, tan minuciosos, que conducen a la contemplación. Me compré el libro, que siempre recomiendo.

Detalles de la exposición *Subtle, The Takeo Paper Show*, comisariada por Kenya Hara. La Triennale di Milano, 2016. Cortesía de Studio Eduardo Aires



DB / Conozco la exposición. Itinerante, viajó por distintas partes del mundo exhibiendo un display expositivo que resultaba fundamental para proyectar ese juego entre los límites del propio papel y sus posibilidades conceptuales.

EA / Sí. Básicamente la exposición vivía prosaicamente de un conjunto de mesas donde el papel estaba expuesto. Las mesas, lo más transparentes y frágiles posible, se disponían de manera muy geométrica, con un ambiente sonoro muy acertado. Para mí, que soy muy sensorial y me gusta casar materiales, así como relacionar la música con los materiales, ver una exposición de estas características fue un punto de inflexión; percibir que la exposición y lo que ofrecía es algo que me llenaba y satisfacía. Ya antes había tenido una experiencia con un libro suyo, *Redesign*, en el que hay una reapropiación de objetos comunes. Está lleno de ejemplos que son realmente motivadores, a partir de la mayor simplicidad posible no tengo que instalar, no tengo que invertir, no tengo que mover montañas para realmente alimentar la fascinación, que es una de

las cosas que más me atrae. La mayor misión para este estudio, y yo paso esta información a mi equipo constantemente, es que nosotros sepamos conjugar en nosotros mismos la capacidad de sorprendernos y, sobre todo, me interesa también que exista esta prolongación para el cliente, porque entramos también en cuestiones de sostenibilidad. No me interesa producir trabajo y que el cliente diga, uno más, y que pueda ir a la basura, sino que deseo que el cliente lo cuestione, tenga interés en guardar, y esto solo ocurre en verdad, cuando te superas a ti mismo. De Kenya Hara, de su trabajo, de su práctica curatorial, consigo extraer esta capacidad para la sorpresa dentro de cosas muy simples, eso es lo que más admiro. Tengo la certeza de que esta exposición sorprendía a cualquiera por la sutileza y así fue como mi estudio pasó a ser White Studio.

DB / La propia metodología de trabajo entiendo que es como muy serendípica. Esa idea de sorpresa, de hallazgo, de casualidad buscada. Serendipity deriva del vocablo árabe «Serendib», un nombre persa del país fabuloso árabe de la

◀ Eduardo Aires en su estudio de Oporto. Cortesía de Studio Eduardo Aires

▼ Escultura de Vicente Gajardo. Cortesía de Studio Eduardo Aires



historia de Simbad, *Las mil y una noches*. Por otro lado, existe una antigua fábula persa del siglo XVIII, con el título de *Los tres príncipes de Serendip*, en la que se cuentan las aventuras de tres príncipes, dotados con el don de descubrir accidentalmente soluciones a sus problemas. Porque si comienzas buscando un tesoro es posible que acabes encontrando un tesoro mucho mayor que el que buscabas inicialmente. Porque las cosas salen al paso, pero hay que ir a la búsqueda de algo.

EA / Sí, tienes que ir al encuentro del trabajo, no estar esperando a que el trabajo llegue. Es algo que aprendí con un gran amigo y gran escultor chileno con el cual me identifico mucho que es Vicente Gajardo. Con él me di cuenta de que cuando tú inicias ese recorrido, ese camino, la casualidad te va a ayudar, y si lo inicias con un propósito, todavía te va a suceder más. Tú trabajas, tú realmente te esfuerzas y si haces un equipo, si compartes todo con generosidad —que es otra cosa que aprendí también, que la generosidad ayuda y no tiene que ver únicamente con la relación financiera sino con el reparto de tu tiempo, de ese tiempo que guardas para tu equipo en el recorrido de esa búsqueda—, las cosas suceden. Eso tiene que ver con el feedback. Para proyectar acostumbro a hacer un dibujo, dibujamos mucho y en mi estudio puedes fijarte en la gran cantidad de libretas que tenemos con los diseños, porque todos los diseñadores de mi equipo tienen una y esto tiene que ver con el sentido de pertenencia. Aquí el trabajo se hace desde una perspectiva horizontal y todos los diseñadores tienen sus cuadernos en los que diseñan y compartimos ideas. Es algo que fui descubriendo, que a medida que trabajas y te envuelves en ese encargo y comienzas a completar etapas de tu proyecto, hay un momento en que todo ese caos hace que vayas a encontrar algo mayor que deviene justamente de haber estado trabajando en el proyecto. Es lo que yo llamo auto gestión, y se lo explico así a los alumnos en estos términos, el proyecto está ya hablando por sí mismo y encuentras relaciones o soluciones que te sorprenden. A veces, digo, ¿cómo es posible que hayamos llegado a este refinamiento? ¿cómo es posible que hayamos llegado a este intrincado de soluciones que nosotros en un inicio ni siquiera nos habríamos imaginado? Por tanto, vamos siempre a encontrar ese tesoro del que hablabas, mucho mayor que aquello inicial que estábamos buscando.



DB / En algunas de tus amenas charlas pones la imagen de una mesa bastante opulenta que parece salida de un bodegón flamenco, o del barroco español, lo que da pie a hablar de la integración de las artes. Un ejemplo es Quinta dos Murças, en donde integraste a una geógrafa, a una documentalista, a un historiador, a un profesor de letras, a arquitectos y a un director agrícola, con esa idea de tener diferentes capas y lecturas del objeto de estudio y a través de ahí surgió la idea. ¿Cómo es ese proceso? ¿Cómo fue y dónde está esa riqueza de integrar las artes para ti?

EA / Cuando muestro esa imagen que citas, tiene un propósito muy específico, porque en el fondo yo estoy pensando en aquello que es la cultura visual de una persona, lo que la vuelve más rica, con capacidad de ver más cosas mirando el mismo paisaje. Conseguimos ver el mismo paisaje por diversos prismas. De ahí que, cuando cito esa imagen, que es una imagen en una tienda de un anticuario y con una mesa que fue preparada por diseñadores, por

arquitectos, y fue iluminada por personas con *know how* sobre iluminación, hay que entender que fue preparada por la capacidad para la composición del propio anticuario, que tiene una noción propia sobre la comprensión del objeto, es decir, aquello fue fruto de la interrelación de varias personas, de varios valores, y retratado por un fotógrafo. Aunque el remate fue una comida que tuvimos ahí, en el escaparate de la tienda, en la que terminamos todos borrachos y fue otra insinuación, por lo que todo continuaba; incluso quien transportó el mobiliario también fue invitado y trajo vino. Por tanto, hay una apertura total a los diferentes valores que aquella mesa tan bonita representaba pero más que eso, para mí es una suerte de sumatorio visual de aquello que fue mi formación en cuanto diseñador. Porque soy de una generación que bebe de varias fuentes. Yo llegué a estar en la mesa con Fernando Távora, con Eduardo Souto de Moura, con Álvaro Siza, con Alberto Carneiro, con Gustavo Bastos, con tantos maestros... pero era el joven, aquel que estaba en la esquina.

Tenía un padrino, que era Darío Alves y me invitaba a comidas espontáneas, y aquello para mí era una biblioteca funcionando en vivo. En algunas ocasiones, del restaurante nos venían a preguntar si queríamos las hojas en las que dibujaban porque aquello eran documentos. Como también soy muy inquieto, y muy curioso, comencé a interesarme por los interiores y empecé a comprar revistas de la época. En ellas advertí que el trabajo de diseñadores como William Morris o Peter Behrens es global. Ellos no se interesaban solo por la actividad del diseño en sí. Ellos intercomunicaban las cosas. Pasaban del diseño a la arquitectura, de la arquitectura a la impresión, de la impresión al texto; aquello funcionaba de una forma intercomunicada. Comienzo a entender todo esto y entonces, en un momento epifánico, es cuando pienso en el programa de la Bauhaus y aquel círculo donde todo está unido. Como en la citada mesa del anticuario, es la interacción de las artes



Diseño editorial. *Arquitectura com Autor*. Ayuntamiento de Guimarães. Capital Europea de la Cultura. Guimarães, 2012-2014.
Fotos: © Alexandre Delmar



Identidad visual y packaging Quinta dos Murças, 2012. Foto: © Óscar Almeida

del programa de la Bauhaus. Pienso que soy quien soy porque formé parte de aquellas mesas. Lo cierto es que eso contribuyó a mi actividad del día a día para que me interesé por cuestiones paralelas al diseño.

DB / La investigación desde la curiosidad...

EA / Efectivamente. Porque obviamente quiero saber más sobre determinadas cosas. La naturaleza de mi profesión me lleva a interesarme por cuestiones relacionadas con mi profesión, pero me gusta la naturalidad, por ejemplo, me gusta correlacionar maderas con libros. Es mi idea de la investigación. Esto es lo que consigo con generosidad con mi equipo; es la integración de las artes. Si no fuese diseñador me gustaría ser carpintero, solo que los carpinteros trabajan únicamente con encajes, no usan hierro; el carpintero percibe los materiales; la mesa es mucho eso. Es el sitio de dónde vengo y tiene mucho que ver con cómo veo el diseño hoy en día.

DB / Antes hablábamos de las formas inéditas. El encargo de Esporão es un ejemplo de todo ello, en esa manera de colocar las espalderas en relación con la ladera y todo lo que dio lugar a ese proceso.

EA / Básicamente es lo que este equipo hace, porque yo creo que tus fuentes son retóricas, por eso muestro también los zapatos, porque son una metáfora de esta idea máxima del control sobre el detalle y al mismo tiempo aquello que permite recorrer el territorio, hacer varias cosas. En ese recorrido los documentalistas llegaron a la conclusión de que las espalderas fueron con el alineamiento de las viñas y fue la primera quinta en el Douro en utilizar el alineamiento vertical. Solo que cuando tú analizas el paisaje, ves que los ángulos de las espalderas no son todos verticales, no son todos una línea.

Vamos a pensar que el río es una línea cero y estas se comportan de acuerdo con la

inclinación de las propias cuestas. Lo que hice aquí deviene de toda esta información. El historiador fue Gaspar Martins Pereira, el director del Museo do Vinho do Porto, que llevó a un equipo documentalista. Fue el territorio el que dio la respuesta. El resultado de diseño es la combinación de los variados ángulos de las viñas. Él no estaba buscando eso. Este diseño es así porque surgió con naturalidad. Ahora, el diseño en sí es un proceso de síntesis muy grande y cuando presenté esta marca pensé, esto va a parecer el diseño para Warner Brothers o Volkswagen, pero esto solo sucede porque hay efectivamente un proceso de síntesis. El trabajo surge o nace fruto de ese equipo. Lo que hicimos es una pieza que tiene varias aplicaciones y que también da para hacer muchas animaciones. La historia continúa.

DB / Valoras y cuidas mucho el mundo del embalaje...

EA / Independientemente de que se trate de libros, de vinos o lo que sea, me interesa este control, esta especificidad, este detalle y aquello en cómo nosotros llegamos a la marca. Piensa en cómo alimenta el packaging a los diferentes productos.

DB / Hablas de ese parecido por Warner Brothers o Volkswagen. ¿Cómo se puede medir la honestidad intelectual de un proyecto? ¿Cómo se diferencia el parecido casual del plagio?

EA / Ese es un tema que nos acompaña siempre en nuestra actividad, un tema delicado porque no tiene suficiente notoriedad. En primer lugar depende de nuestra cultura visual. Porque el diseñador en sí mismo es un bicho curioso. Nosotros retenemos mucha información que nos pasa por delante, miles de imágenes. No somos inmunes a esa capacidad de retener imágenes; o soluciones, o cualquier cosa que nos evoca los propios trabajos. Es muy difícil. Nosotros no trabajamos de una forma abstracta o exenta. Hay que asumir que somos fruto de esa cultura visual.



Foto: © Pedro Lobo



Campaña publicitaria. Lanzamiento de la temporada 2018-2019 del Teatro Municipal do Porto - Rivoli/Campo Alegre. Câmara Municipal do Porto, 2018. Fotos: © Alexandre Delmar



«Tengo la costumbre de decir que Internet es nuestra ignorancia por orden alfabético»

Hoy los aviones nos llevan por todas partes, internet nos trae todo a casa. Tengo la costumbre de decir que Internet es nuestra ignorancia por orden alfabético, porque tú tienes cualquier duda, tecleas y rápidamente sabes el significado. También piensas en esa imagen, pero con la misma rapidez que la encontraste, la vas a olvidar.

DB / Siempre queda algo...

EA / Sí, alguna reminiscencia visual. Por eso cuando vas a hacer un trabajo, de algún modo vas a reflejar lo que has visto, más aquello que el programa del proyecto te pide. De ahí yo creo que deviene la honestidad intelectual. Hay un libro muy interesante que se llama *Anatomía del diseño* que demuestra las diferentes capas de información que vamos teniendo y que nos llevan a las mismas soluciones. El diseño es sintetizador, condensa y es un agregador de valores, de significados. ¿Cómo no vas a tener fórmulas visuales parecidas si reduces al máximo un conjunto de valores y significados? Es obvio que las vas a tener. Si yo te dijera: —«represéntame la seguridad de una forma visual»— tú representarías un triángulo y un cuadrado. Si yo hiciese esa misma pregunta a un japonés o a un americano, él respondería de la misma forma. Por tanto, puedo tener un punto de partida para la imagen de un banco. Un rectángulo o un cuadrado son naturalmente las imágenes más mimetizadas. El plagio es cuando percibimos que más allá del resultado existe todo un lenguaje ligado a él que es empleado también. Cuando diseñas de una determinada forma y pasa a ser tu manera de expresarte, si ves que los otros usan exactamente los mismos modelos gramaticales, entonces sí que estamos ante un plagio. Lo delicado es cuando te das cuenta de que la imagen gramatical y visual es la misma; y la cromática también, lo cual es aún más grave. Cuando unes un punto a una palabra y añades iconos azules dices: —«alto, esto parece

una cosa que nosotros creamos con un vocabulario». Después pasamos por un estado más elevado que es cuando ya no nos importa, ya no nos interesa que haya esta idea de seguidismo y lo vemos como un tributo. Problema de ellos.

DB / Ante la dificultad de ser original, por la cantidad de ideas que tenemos en la cabeza muchas veces de una manera inconsciente, recomiendas citar las fuentes para sacar de dudas. Me gustaría hablar sobre qué afinidades electivas o qué influencias reconocidas te han inspirado o ayudado a ver las cosas de otra manera.

EA / Creo que eso es algo mucho más del momento. En este sentido, te diría que no tengo. Intento colocarme siempre a los hombros del cliente. Por supuesto tengo puntos de contacto y me identifico con algunos diseñadores, como es el caso de Massimo Vignelli. Creo que me aproximo a su manera de expresarse pero en general son relaciones puntuales, que se fijan en la diversidad. Diría incluso que me inspiran más los artistas plásticos que propiamente los diseñadores. Por ejemplo, tengo fascinación y suscita en mí una ilusión y una capacidad creativa el aproximarme a las pinturas de Sorolla. O, por ejemplo, hace poco vi una exposición en la Fundación Beyeler en Suiza de Rudolf Stingel y fue una cosa brutal. Después de ver eso me motivo y comienzo a diseñar.

DB / Resulta curioso, porque tanto Sorolla como Stingel podríamos calificarlos como luministas o atmosféricos y están interesados en lo efímero. Para Stingel el arte, el silencio tras una explosión. Creo que Sorolla comparte esa inmensidad postrera, sosegada, y es algo que creo advertir en tus trabajos, incluso en el de la imagen corporativa de Oporto, que partiendo de la planitud de un azul muy concreto –el Pantone Reflex Blue– resulta atmosférico. Tengo entendido que, curiosamente se barajó usar el color dorado, que ciertamente es un color que pediría un diseño llamémosle más

atmosférico si cabe, en otras palabras una línea más lumínica, como en la pintura de Sorolla o Giotto. ¿De escoger el color dorado el desarrollo del proyecto sería completamente diferente?

EA / Seguro que lo sería.

DB / ¿Llegaste a visualizar algo más concreto?

EA / No. ¿Sabes por qué? Porque terminamos muy unidos al territorio, con los azulejos azules. Es un tributo al panel cerámico, que contiene narrativas. Personalmente, prefiero estar unido al territorio con una lógica formal, que nos cuente una historia, que tenga una narrativa, ya sea religiosa o profana, pública o privada. No importa, porque los azulejos son azules y es un color que también nos remite al agua. Entendimos que sería bueno pensar que estamos en el siglo XXI y que se podía establecer un nuevo color sin escuchar directamente otras tradiciones para centrarnos más naturalmente en escuchar al territorio, que nos cuenta sus propias historias.

DB / ¿Fue la cercana Capilla de las Ánimas el punto de inflexión?

EA / No. Fueron varias cosas. Los claustros de la catedral son así y esta imagen es la interpretación en el siglo XXI de esas narrativas; por eso es azul y no de otro color. Yo uso bastante el dorado para cuestiones profesionales. El río es dorado. Ahora mismo estamos produciendo un libro de Oporto con dorado. En aquellas cuestiones en las que es preciso dar relevancia a un momento, acostumbro a usar el dorado. Nosotros tenemos esa expresión que dice: cuando tienes oro sobre azul es la situación ideal. Cuando tienes ocho días de vacaciones en un destino cualquiera y tienes ocho días buenísimos decimos «el tiempo fue oro sobre azul», porque fue un tiempo magnífico. Nosotros usamos dorado para situaciones muy específicas.



Moneda conmemorativa «250 años de la Imprensa Nacional». INCM - Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2018.
Foto: © Alexandre Delmar

DB / «Porto» habla del carácter de las personas y de una ciudad invicta.

EA / Tuvimos dificultades en el proceso de pensamiento y el proyecto se basó mucho en discutir cómo era la ciudad desde el punto de vista de sus equipamientos. Pensamos en la relevancia de sus puentes, en la Casa da Música, en Clérigos... hay muchas cuestiones que son relevantes y encontrábamos que no sería apropiado, justo, correcto, fijar un equipamiento concreto para simbolizar una ciudad. Con París, por ejemplo, es casi obligatorio; si piensas en París, automáticamente tu cabeza piensa en la Torre Eiffel. Aquí había ese problema, nos dimos cuenta de que era necesario encontrar un balance para esta cuestión y entonces volvimos a las personas. Es entonces cuando surge



la necesidad de caracterizar visualmente a las personas. Porque no se caracteriza a las personas con un ícono. No resultaba viable hacer caritas de varias personas, así que pensamos «¿cómo somos nosotros?», de modo que la expresión nació a la par. Fue algo espontáneo. Nosotros somos cómo somos, auténticamente. Nos dimos cuenta de que la ciudad era invicta, noble y empezamos a representar cosas de nuestra propia experiencia. Es generosa, es auténtica, no hay zonas grises... En general si tú vienes con buena actitud eres bien recibido, eres bien acogido, nadie te cierra la puerta, y tú David Barro has experimentado eso y lo sabes. Si vienes con malas intenciones, te vas mal. Yo noto eso profesionalmente. Si necesito un trabajo y pregunto si puedo contar con esto para un determinado día y del otro lado de la línea hay un compás de espera y oigo «sí», entonces sé que sí es sí, aunque a veces también es «no» y tengo que habituarme a escuchar el «no» porque es un «no» genuino. Ahora estoy involucrado en otros proyectos grandes y quise invitar a dos personas a trabajar con nosotros y tuve dos negativas. Pensé, ¡es increíble!, Pero es que es justo Porto. Un proyecto tan ambicioso, tan interesante e invito a dos personas y dicen que no. Nada más que decir que «Porto». Y entonces empezamos a pensar –y el diseño también es *storytelling*–, en «Porto» como algo que pertenece a las personas y algo que va a atraer toda esa traducción de la iconografía que la ciudad contiene. A partir de ahí trabajamos en encontrar iconos para representar todo.

DB / Estos iconos comenzaron siendo veinte pero crecen de manera imparable...

EA / Sí. Hay más de cien... estamos continuamente creando nuevos iconos.

DB / Hay algunos muy curiosos como el de la Francesinha, que es muy simpático.

EA / Sí. También hay que tener humor y la representación se hizo con el huevo encima porque esa es la francesinha más

«Siempre me gusta decir: “dejen el diseño para los diseñadores”»

contundente. Ese toque humorístico creo que debe tenerlo «Porto.» también. El «Porto.» es el imán, lo que permite en el fondo atraer los íconos para diseñar las distintas ciudades que la ciudad contiene. Porque como buen conocedor de Oporto sabes también que el Oporto de Foz es diferente al Oporto de As Antas, así como el Oporto de la Ribeira es diferente al Oporto de Paranhos. Hay una forma de sentir diferente de las personas de la Ribeira amigas que dicen: «no, yo nací en la Ribeira». Aquello es un significado muy fuerte. Mientras otros dicen: «soy de Foz desde que nací». Por lo tanto, existe aquí este «barrismo» interregional de zonas de la ciudad que esta imagen consiguió recrear. Nosotros ya tuvimos esto en el Primavera Sound, solo con hojas. Y esta capacidad mutante que yo llamo Océano abierto, hace que la imagen perdure, se pueda reproducir. Yo contaba hace poco que cuando envolvimos el Bolhão tal y como está ahora, yo estuve una semana feliz, parecía que hubiese recibido un premio, porque vi materializada esta gramática en una escala que nosotros proyectamos en nuestra cabeza, pero que nunca vimos en la práctica y por lo tanto es relacional. Con todos esos íconos ganando casi una forma abstracta. Si tú los miras con proximidad ya ni ves la flor, ni la copa, sino un conjunto de líneas blancas que no tienen sentido. La abstracción te lleva a otros collages. Estoy más feliz que si hubiese recibido un premio porque me di cuenta de que tener la oportunidad de revestir un edificio en tu ciudad, con un programa que nació en 2014 y que se está desarrollando, es algo muy

importante que no suele suceder, salvo que seas Christo y cubras edificios con telas.

DB / Un empoderamiento del diseño.

EA / Sí. Siempre me gusta decir: «dejen el diseño para los diseñadores». Hace poco fui a Corea del Sur a hacer una presentación comentando que en 2014 puse la semilla de una imagen que llega a 2019... Pasados cinco años el trabajo continúa desarrollándose. Les dije: ¿saben por qué es esto posible? Porque el trabajo fue realizado por diseñadores; dejen a los diseñadores hacer el trabajo de diseño. Poco a poco comencé a ganar también otra capacidad discursiva, de lucha, de afirmación, que es «dejen que los diseñadores actúen en el diseño y dejen las otras cosas para otras actividades». Aunque muchas veces tengo que recurrir a metáforas más rudas diciendo: ustedes no van a pedir el diseño de una puerta al arquitecto que diseña su casa, es él quien va a percibir las pequeñeces del proyecto. Eso solo es posible porque hay una confianza en nuestro trabajo y sobre todo una confianza en el proyecto. Y han pasado cinco años y nosotros continuamos viendo la situación. No es una cuestión de que seamos nosotros. Es una cuestión de la práctica del diseño. Si tú contratas a un diseñador, tú tienes la garantía de que el trabajo se va desarrollando con una determinada lógica, con coherencia, y sobre todo por qué no, también con cuestiones unidas a la sostenibilidad, porque hay optimización de medios y no disparas a múltiples soluciones, se tiene coherencia.

◀ Pictogramas del sistema de identidad visual de la ciudad de Oporto. Câmara Municipal do Porto, 2014. Cortesía de Studio Eduardo Aires

DAVID BARRO

Words of gold on blue

A CONVERSATION WITH
EDUARDO AIRES

I'm not a designer, but if I were, I'm sure that one of the most exciting things is to be asked to work with the overall image of a city. The case of Porto is exemplary in recent years, and I would venture that it is on a par with some of the most interesting achievements in the field of graphic representation systems, the kind of projects that came to prominence in the second half of the twentieth century with international events like the Olympic Games. What Eduardo Aires and his studio are doing can be written in uppercase, and in this case in blue but also, as we shall see, in gold.

Photo: © Daniel Sommer





Some of his pictograms bring to mind signs carved in ivory 5,000 years ago or the Rosetta Stone dated 197 BC. Of course, we don't need to go back any further than the twentieth century to find interesting precedents like the work of Gerd Arntz, who created a series of symbols for work, economy, politics and domestic life using simplified pictorial representations that everybody could understand. Arntz had joined the movement known as Isotype (International System of Typographic Picture Education) founded by the Viennese sociologist Otto Neurath with the purpose of conveying complex data in basic pictograms. With a major input from the mathematician Marie Reidermeister in turning numerical data or statistics into diagrams, the visual communication of this wordless universal language would be a key precedent of the signage systems that grew in popularity in the 1970s thanks to designers like Otl Aicher and his work for the Olympic Games in Munich in 1972. Aicher managed to further systematize what Lance Wyman and Eduardo Terrazas had done four years earlier for the Olympics in Mexico City, where the functionality of the signage was appraised as follows in *The New York Times*: "Even if you were illiterate in any language, you could find your way around here, as long as you were not colour blind." The success and experience garnered by Wyman in Mexico 68 led him to work on many global design commissions for zoos or shopping malls. White Studio applied it to the city of Porto. With the blue of the sea and its tiles. Period.



DAVID BARRO (DB) / Strolling around the area where Eduardo Aires works in the centre of Porto, we see the image you created for the city everywhere, in advertising panels, on police cars and even on the canvases covering buildings under construction. Your studio is in a 1920s building designed by the architect Marques da Silva, famous for the well-known pink villa of Fundação de Serralves, the São Bento station in Porto or the São João National Theatre. But you used to have other studios, most notably White Studio, named after its first emplacement in a completely white studio ...

EDUARDO AIRES (EA) / It all just happened naturally.

DB / You're not one for planning ...

EA / Not in that sense.

DB / Having said that, many people see you as someone who follows the rules.

Porto, but we never advertised the studio as such. We simply let our work speak for itself, with each new work promoting the next, and so on.

As far as the name of the studio is concerned, it was initially called Eduardo Aires Design. Then there was a period when I was involved in a publishers, called Quatro Cores, in which I ended up with collaborators who only worked with books. Ultimately I wasn't happy with that kind of structure so I decided to wind it up. It was a cycle we went through until arriving at a point when, partly because of my admiration for what was happening in Japan and also for my fellow designer Kenya Hara, I thought of the name White Studio.

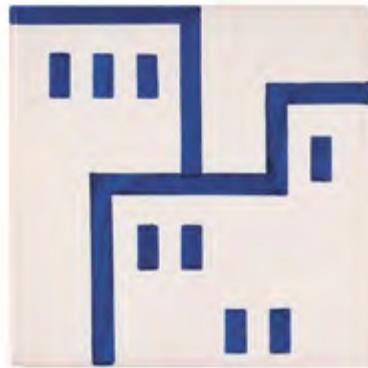
DB / I was just going to ask you about Kenya Hara, who was like a mentor to you. He was one of the designers for Muji and the fashion brand Kenzo, as well as being behind the design for the opening and closing ceremonies of the Winter Olympics in Nagano in 1998. Kenya Hara takes his inspiration from the simplicity and delicacy of Japanese traditions and arts, from their painstaking detail and concept of emptiness; the very features one can see in your work.

EA / You're right. I look up to him a lot as a designer, not just for the outer appearance of his works but also for his philosophical weight. In Japanese 'muji' means no-brand. And so, that's where I got the idea that my studio should have no brand, white, because mentally I imagined that the colouring, the whole environment, should come from the client; that the designer should be a neutral agent. It's like when you design a house, it should be for the person who is going to live there, or when you design a catalogue, it should be for the artist. Personally, I have always detested questions of style, because what I am really interested in is the surrounding territory and this is something we have spoken about before: there is nothing better than looking at a territory with new eyes, in unprecedented ways, as you said to me when talking about Luis Seoane, the artist and designer from Galicia ...

DB / He claimed that "unprecedented ways can be found in the tools of the trade and in inherited objects. They are there for whoever knows how to pick them up."

"Personally, I have always detested questions of style, because what I am really interested in is the surrounding territory"

Visual identity programme «Polícia», Câmara Municipal do Porto, 2014. Courtesy of Studio Eduardo Aires



pick up signals for change but this was the definitive sign to go back to the origin. As I often say, I went from Eduardo Aires Design to giving the studio my name, Studio Eduardo Aires. The truth is that with the name change I did get more contacts.

DB / Looking at the number of people, the studio expanded and shrank naturally. Do you think that you work better with a small team?

EA / At one stage we had over twenty people. I had two secretaries; one for more personal affairs and the other dealing with logistics for our projects. My brother was our financial advisor; he had studied management and I asked him to come on board and help us run the studio. This process of growth was very interesting. But I also try to be realistic. I analysed what I was doing over the course of time and I came to the realisation that I wasn't happy. I began to see works in the public space in which I didn't see myself reflected. I couldn't identify with this whirlwind of projects, in wanting to do so many things at the same time. That's when I told my brother that I wanted to close the studio. So we negotiated the termination of everybody's contract and within six months we had wound up the whole structure. It was a very painful process, but it was also a process that made me grow, because we had experimented a lot with the more mechanical side of design, the least artistic side, in projects that very often sustained the invisible structure of the studio. We paid the rent, we paid the bills, we paid wages, but there was little left over and hardly any return. And so I began to work again with just one person. I decided to do the opposite of what I had been doing. Of all the people I had been working with, I chose the one who I got on with the worst because, despite everything, he was highly professional. We worked together for over ten years and I was very happy, because I could see that very small teams can be very effective. In big teams your responsibility is

EA / I would say that was pretty much my case. White Studio is a little like that, an ideal through which I interpret the real world without being conditioned to make design. Admittedly it's sounds paradoxical. Afterwards, a number of different events led me to give lectures all around the world and I became aware of the difficulties people had in contacting me. I began to realise that the name White was too simple and that furthermore it responded to a conceptual idea that was only in my head. I kept coming across White airlines, White dental clinics, White photographers. After a lecture in Athens for around four hundred people, someone came up to me and said: "I really liked your lecture and came especially to hear you speak, but I have to tell you that White Studio sounds very common to me." It was a strange but opportune observation. I had started to



watered down. In smaller teams this limit is marked solely by the client. And, for me, this was crucial and I was able to become a *free controller*, because all the details matter to me.

DB / This meticulousness fits it very well with the Japanese perfectionism which you talked about earlier when we spoke about Kenya Hara.

EA / Yes, because more than the commercial projects, I am impressed by the way he manages to attribute concepts and, above all else, to optimize relations that, in principle, we don't lend any value to because of their perceived simplicity. The exhibition that had the most profound effect on me ever was not by any artist, but an exhibition curated by Kenya Hara called *Subtle*; I saw it in Milan, in two rooms, and I was rooted to the spot for almost four hours. The exhibition was exclusively about man's intervention in or relationship with the very specific world of paper, which is why it was called *Subtle*. As a spectator you had a really simple, straight-forward relationship with the works and the results are so surprising and thorough that you are driven to contemplation. I bought the book and I always recommend it.

▲ View of Eduardo Aires' studio in Porto. Courtesy of Studio Eduardo Aires

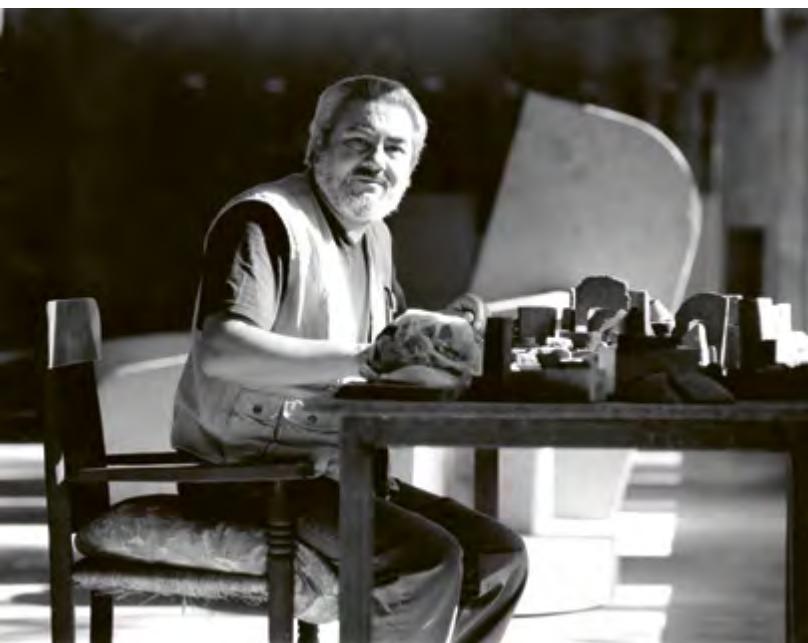
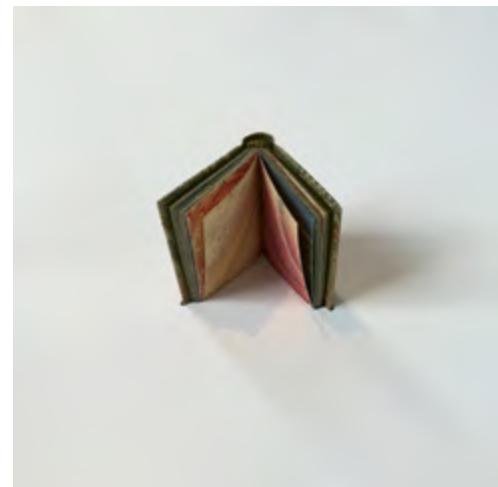
◀ Handpainted tiles. Studio Eduardo Aires, 2014. Courtesy of Studio Eduardo Aires

DB / I know the exhibition. It was a touring show, traveling all over the world with a display which was absolutely fundamental in conveying this play between the limits of paper itself and its conceptual possibilities.

EA / That's right. The exhibition basically consisted of a prosaic group of tables on which the paper was exhibited. The tables, as transparent and fragile as possible, were arranged geometrically and accompanied by well-chosen ambient sound. I regard myself as very sensorial and I like to wed different materials together, to couple music with materials, and so when I saw this particular exhibition it was a turning point for me; seeing the connection between this exhibition and what I was doing at the time filled me with a sense of satisfaction. I had had a similar experience before with a book of his called *Re-Design*, in which he undertook a re-appropriation of ordinary objects. It is full of really motivating examples of how, with the greatest simplicity possible, you don't have to invest anything, you don't have to add anything, you don't have to move mountains to really stimulate the imagination, and that is another thing about him that fascinates me. The biggest mission for this studio, and this is something I constantly remind my team about, is that we ourselves have to play

with the capacity for surprise. Above all else, I am also interested in conveying this sensation to the client, because we are also dealing with a question of sustainability. I am not interested in producing work and then having the client just say, ok now do something else, and for the work to go straight to the bin. Rather what I want is for the client to question it, to have a vested interest in holding onto it, and this will only happen if you actually surpass yourself. From Kenya Hara, from his work, from his curatorial practice, I manage to take this capacity for surprise contained in the simplest things, and that is what I most admire about him. I am sure that this exhibition surprised everyone with its subtlety and it is the reason why my studio became White Studio.

DB / To my way of thinking, serendipity is a very important part of any working methodology. The idea of surprise, of fortuitous discovery, of sought-after accident. Serendipity comes from the Arabic word 'serendib', a Persian name from the fabulous country that gave us the story of Sinbad and *The Thousand and One Nights*. There is also an old eighteenth-century Persian fable called *The Three Princes of Serendip*, which tells the story of the adventures of the three princes, gifted with a talent for



**"You have to
meet the work
halfway. You
can't sit and
wait for it to
come to you"**

▲ Vicente Gajardo in his studio

◀ Details from the exhibition *Subtle, The Takeo Paper Show*, curated by Kenya Hara. Triennale di Milano, 2016. Courtesy of Studio Eduardo Aires

accidentally discovering solutions to their problems. Because if you set out in search of treasure it is possible that you will end up finding an even greater treasure than the one you were initially looking for. When you come across things, it is because you have been searching for something.

EA / That's true. You have to meet the work halfway. You can't sit and wait for it to come to you. That's something I learned from my good friend, Vicente Gajardo, the great Chilean sculptor with whom I identify a lot. He made me

realise that when you start out on a path, you will be helped along by coincidence or chance, and if you set off with a goal in mind, even more things will happen to you. You work hard, you take great pains and make a tremendous effort and, if you build a team and share everything generously then things will happen. Another thing I learned is that generosity is paid back, and I am not talking in terms of money but rather being generous with your time, the time you set aside for your team. This also has to do with the idea of feedback. When I start a project, I begin by doing a drawing, we all do lots of drawings, and in my studio you can see a vast number of drawings pads everywhere, because all the designers in my team have their own and it helps to reinforce a sense of belonging. Here work is horizontal and each designer has their own pad in which they design and share ideas. Something I discovered along the way is that, as you work and get more deeply involved in a commission and start to go through successive stages, you reach a moment when something emerges from all the chaos, something unexpected which comes precisely from having spent so much time working on the project.



Identity and packaging Quinta dos Murças, 2015. Photo: © Óscar Almeida

It's what I call self-gestation, and I explain it to my students in those terms; the project takes on a voice of its own and engenders relations or solutions that surprise you. I often wonder how we reach such a level of refinement; how we arrive at such an intricate solution that we had not even imagined at the beginning. So, we always find that treasure you were talking about, a greater one than the one you were initially looking for.

DB / During some of your inspirational lectures you show an image of a lavish table that could have been taken straight from a Flemish still life, or a Spanish baroque *bodegón*, which serves as an introduction to talk about the integration of the arts. One example is your design for the Quinta dos Murças winery, in which you brought together a geographer, a documentalist, an historian, a literature professor, architects and an agriculturalist, with the idea of adding different layers and readings of the object under study and thus coming up with the concept. What is involved in this process? What was it like and, for you, where does the wealth of integrating the arts come from?

EA / When I show that image you mention, I have a very specific aim, because ultimately I am thinking about what is entailed in a person's visual culture, what makes them grow and gives them a capacity to see more things when looking at the same landscape. We can see the same landscape through various different optics. And so, when I show that image, which is a table from an antique shop prepared by designers and architects and lit by lighting experts, you have to understand that it was conceived for the antiquarian, who has his own ideas about the composition of objects. In other words, it was the end result of the cooperation of various people, of various values, and portrayed by a photographer. That said, for me the crowning moment was a meal we had there, in the window display of the shop, in which we all ended up

getting drunk. Even the guy who transports the furniture was also invited and he brought the wine. There was a complete openness to all the values that beautiful table represented, but even more than that, for me it kind of summed up my whole training as a designer. After all, I am part of a generation which was influenced by many different sources. I sat around tables with Fernando Tavora, with Eduardo Souto de Moura, with Alvaro Siza, with Alberto Carneiro, with Gustavo Bastos, with so many masters ... but I was the young one, the quiet one in the corner. Dario Alves was like a godfather to me and he used to invite me to join in impromptu meals, and for me it was like having access to a living library. Sometimes, when leaving the restaurant we would be asked whether we wanted to hold onto the papers on which we were drawing because they thought they were work documents. As I am very restless and inquisitive I started getting interested in interiors and began subscribing to the magazines of the time. That's when I realised that the work of designers like William Morris or Peter Behrens is so all-embracing. They were not interested in just the activity of design in itself. They connected things. They shifted from design to architecture, from architecture to printing, from printing to text; everything worked interconnectedly. I started to understand all that and then, at a moment of revelation, I thought of the Bauhaus programme and the circle where everything was united. Like the antiquarian's table we just talked about, it is the interaction of the arts from the Bauhaus programme. I believe that I am who I am because I sat around those tables. The truth is that it was an enormous boost for my day-to-day activity, giving me an interest in issues that ran parallel to design.

DB / Research driven by inquisitiveness ...

EA / Exactly. Obviously I always wanted to learn more. The nature of my profession led me to take an interest in questions related with design, but I like a sense

of naturalness, so for instance, I like to correlate wood and books. That's my idea of research. That is what I manage to do with the generosity with my team; the integration of the arts. If I wasn't a designer I would like to be a carpenter, except for the fact that carpenters work only with joints and don't use iron; the carpenter perceives materials; there is a lot of that in the table. It's the place where I come from and has a lot to do with how I see design today.

DB / We spoke earlier about unprecedented forms. The commission from Esporão is an example of that, in the vertical positioning of the vines in relation with the hillside and everything that gave rise to the process.

EA / Basically, it's what this team does. Your initial sources are rhetoric, which is why I also include the shoes, because they are a metaphor for the idea of maximum control over details and, at once, they are what allow you to travel, to explore and do various things. On this journey the documentalists arrived at the conclusion that the vines should be laid out vertically and that it would be the first vineyard in Douro to use this vertical alignment. Of course, when you actually analyse the landscape, you see that the vines are not exactly vertical, they are not all in line.

Let's imagine that the river is like a zero line and these are laid out in accordance with the inclination of the hillside. What I did here came from all that information. The historian was Gaspar Martins Pereira, the director of Museo do Vinho do Porto, who brought with him a team of documentalists. It was the actual territory that provided the answer. The result is a combination of the various angles of the vines. It was not something he was looking for. It just came about naturally. The design itself is a major process of synthesis and when I presented the brand, I thought to myself that this is going to look like the design for Warner Brothers or Volkswagen, but that happens precisely because it's a process of synthesis. The work

is the fruit of team effort. What we came up with has various applications and also allows for many animations. The story continues.

DB / Packaging is something you value a lot and pay a lot of attention to.

EA / Independently of whether we are dealing with books, wine or whatever, I am interested in control, the specificity, details and how we arrive at a brand. To think about how to match the packaging to the product.

DB / You mention likenesses with Warner Brothers or Volkswagen. How do you measure the intellectual honesty of a project? How do you differentiate coincidental likeness from plagiarism?

EA / This is an issue that you can never get away from in our business and one you have to be very careful of because there isn't sufficient awareness. First of all, it depends on our visual culture. A designer is by nature inquisitive. We notice things and gather loads of information from everything that passes before our eyes. We retain thousands of images in our brains —images, solutions or anything else that strikes a chord with us. It's a very tricky issue. We don't work in a vacuum and you have to accept that we are a product of our visual culture. Nowadays we can fly to anywhere on the globe and Internet brings everything right into our homes. I like to think of Internet as our ignorance arranged in alphabetical order, because whenever you have a doubt about something you just google it and you get your answer immediately. The same goes for an image, but you are likely to forget it as quickly as you find it.

DB / But something always sticks.

EA / Yes, some lingering visual reminder. So when you take on a job, somehow or other you are going to regurgitate what you've seen, plus of course the programme for the project you've been asked to do.



Packaging Aldeia de Cima.
Photo: Oscar Almeida



And that's where intellectual honesty comes in. I read a very interesting book called *The Anatomy of Design* which looks at the different sources of inspiration we draw from. Design is an exercise in synthesizing, abridging and combining values and meanings. How is it possible not to come up with similar visual formulas if you reduce a set of values and meanings to the maximum? It seems obvious to me. If I were to say to you: "demonstrate safety to me visually", you would probably draw a triangle and a square. If I asked the same thing from a Japanese or an American, they would have the same response. Therefore, that could give me the starting point for the image for a bank. A rectangle or a square are of course the most widely copied images. Plagiarism is when you perceive that, beyond the end result, it is also



accompanied by a whole language. If you design in a certain way and it becomes your particular way of expressing yourself, then when you see others using the exact same grammatical models, that's when you are dealing with plagiarism. The problem is when you realise that the grammar and the visual image are the same; and then the colouring as well, which is even more serious. When you see a point joined to a word and then added to blue icons you think: "hold on a minute, that looks like something we created with a particular vocabulary." Afterwards, you move on to another phase when it doesn't matter any longer, you don't care that someone is copying you and you see it almost as a tribute. It's their problem.

DB / Given the difficulty in being original, and the sheer quantity of ideas you have in your head, very often unconsciously, you recommend listing your sources in order to clarify any

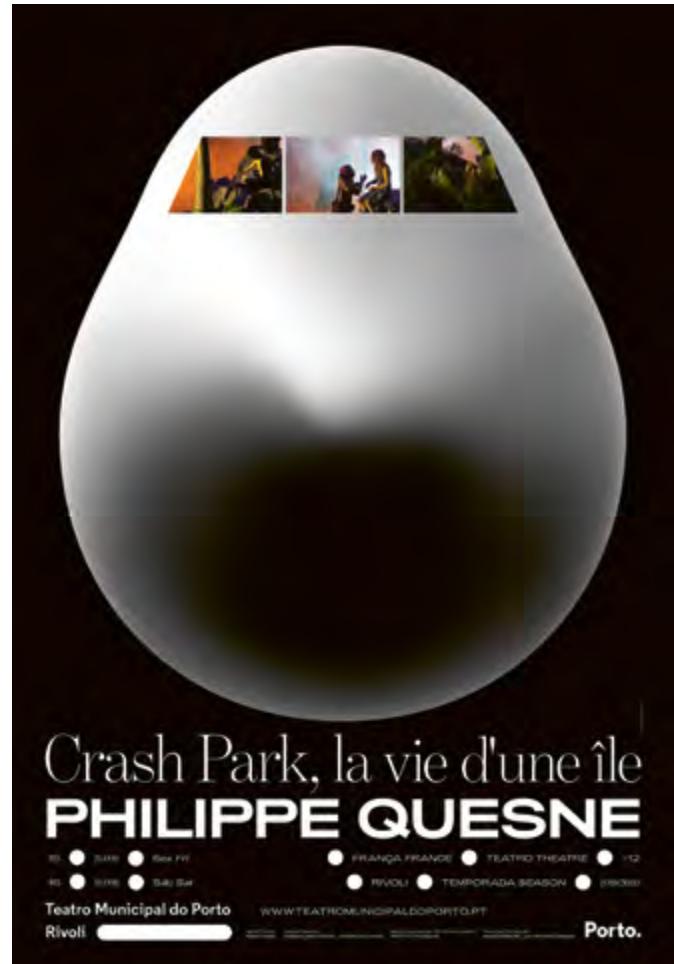
doubts. I'd like to talk about the elective affinities or influences that have inspired you or helped you to see things differently.

EA / That is something which I believe has more to do with the actual moment. In that regard, I would say that I don't have any. I always try to place myself on the client's shoulders. Of course, I have points of contact and I identify with some designers, like for instance Massimo Vignelli. I think I am close to his way of expressing himself, but in general these are one-off relationships, based more on diversity. I would even say that I am inspired more by visual artists than by designers as such. For instance, I am fascinated by the paintings by Sorolla, which inspire in me a sense of hope and creativity. Or, for instance, a while ago I saw an exhibition by Rudolf Stingel at the Beyeler Foundation in Switzerland and it was incredible. After seeing it I felt strongly motivated and began to design.

DB / It's strange, because both Sorolla and Stingel could be called luminist or atmospheric artists and are interested in the ephemeral. For Stingel, it's the silence following an explosion. I believe that Sorolla shares this immense calm of the aftermath, and it is something I can see in your work as well, even in the corporate image of Porto which is very atmospheric, based on a very specific blue: Pantone Reflex Blue. I believe that you were thinking about using the colour gold, which is definitely a colour that suggests an even more, let's say, atmospheric or, in other words, a more luminist design, like the painting by Sorolla or Giotto. If you had opted for gold, would the project have been completely different?

EA / Definitely.

DB / Did you visualize something more specific?



EA / No. And do you know why? Because we ended up very much rooted to the territory, to the blue tiles. It is a tribute to ceramic panels and their narratives. Personally, I prefer this grounding in the territory with a formal logic, which tells us a story, whether it be religious or profane, public or private. It doesn't matter, because the tiles are blue, a colour that also brings to mind water. I understand that people might think it would have been a good idea to place ourselves in the twenty-first century and come up with a new colour without listening to other traditions and focusing more naturally on listening to the territory, which tells its own stories.

Visual identity and communication materials for Teatro Municipal do Porto - Rivoli/Campo Alegre. Câmara Municipal do Porto, 2015. Photo: © Alexandre Delmar



Bolhão Temporary Market. Câmara Municipal do Porto, 2018. Photo: © Alexandre Delmar

DB / Was the nearby Capela das Almas a turning point?

EA / No. It was several things. The cathedral cloisters are like that, and this image is a twenty-first century interpretation of those narratives; that's why it is blue and no other colour. I use gold a lot for professional reasons. The river is golden. At the moment we are working on a book about Porto with gold. When you need to lend relevance at a certain moment, then I use gold a lot. 'Gold on blue' is a saying here you use when something is perfect. When you have eight days of vacation in a certain place and the eight days turn out to be splendid, we say "it was gold on blue". We use gold for very specific situations.

DB / "Porto." speaks about the character of the people and an "unvanquished" city.

EA / The conceptual process was difficult and the project involved analysing the

city from the viewpoint of its services. We thought about its bridges, Casa da Musica, Clerigos... there were many important things and we thought that it would not be right to settle on just one single element to symbolize the city. With Paris, for instance, you automatically think of the Eiffel Tower. That was not the case here, and we realized that we would have to strike a balance and so we turned to the people. That's when we needed to visually characterize people, which you don't usually do with an icon. Making faces of different people wasn't a viable option, so we asked the question "what are we like?" It came about spontaneously. We are who we are, authentic. We thought of the noble 'unvanquished' city and we started to represent things from our own experience. It is generous, authentic, there are no grey areas ... Generally speaking, if you come here with the right attitude you are made to feel welcome; nobody rejects you. And David, this is something you have seen for



Icons from the visual identity of the city of Porto. Câmara Municipal do Porto, 2014. Courtesy of Studio Eduardo Aires

yourself. If you have the wrong attitude, then things don't go so well. And I see this on a professional level. When I have a job and request something for a certain day, if I sense hesitation but then hear a "yes" I know that the "yes" is genuine. The answer may be "no" but you also accept it because it too is genuine. Right now I am involved in a big project and I asked two people to work with us and they said no and I thought "that's incredible", but that's Porto for you. A really interesting, ambitious project and they say no. There's nothing else to say but "Porto.". And then I started to think — and design is also about *storytelling* — about "Porto." as something that belongs to people and something that will translate the city's iconography. And so we worked on finding icons to represent everything.

DB / There were initially twenty of these icons but the number began to keep on growing ...

EA / Yes. There are over one hundred ... there are more and more all the time.

DB / Some of them are very interesting, like Francesinha, which is really cute.

EA / Well, you also have to have a sense of humour and we did it with an egg on top because that is the most filling francesinha. I believed that "Porto." had to have a touch of humour. "Porto." is the magnet that attracts the icons for all the different cities contained within the city. As you know Porto well, you know that Foz is different from As Antas, just as Ribeira is different from Paranhos. People from Ribeira feel different, I have friends who say: "no, I was born in Ribeira". There is a strong meaning to that. Others might say: "I was born and bred in Foz". And so there is this neighbourhood identification in parts of the city which the image tries to emulate. We already dealt with this in Primavera Sound, but just on paper. This mutant capability, which I call *open ocean*, is what makes the image last, and what makes it reproducible. When we 'wrapped' the Bolhão as it is now, I was really happy for a week, as if I had won a prize, because I saw this grammar materialized on a scale that we usually only imagine in our head but never see in the practice, and so it is all relative. And all these icons take on an almost abstract form. If you look close-up you don't even see the flower, the glass, but just a set of meaningless white lines. The abstraction leads to other collages. I am happier than if I had won a prize because I realize that being given the chance to reconceive a building in your home town, with a programme that begun in 2014 and is still developing, is something really important that doesn't usually happen, unless you are Christo and wrap whole buildings in cloth.

DB / An empowerment of design.

EA / Yes. I like to say “leave design to designers”. A short while ago I went to South Korea for a presentation, during which I said that I had planted the seed for an image in 2014 and that it emerged in 2019... Five years later the work is still in development. I said to them: Do you know why this is possible? Because the work was done by designers; let designers do the work of design. Little by little I also started to gain another discursive capacity, of fighting, of affirmation, which is “let designers do the design and leave other things for other professions”. Although I often have to use homespun metaphors: you don't ask the architect who designs your house to design a door, because it is the architect himself who will see the little details of the project. This is only possible when there is confidence in our work and especially confidence in the project. Five years have passed and we are still seeing how it develops. It is not about it being us. It is a question of the practice of design. If you contract a designer, you are guaranteed that the job will be developed with a certain logic, coherently, and above all else, sustainable, because if you are being coherent there is an optimization of means and you don't fire off multiple solutions.



Editorial design. Diary Agenda & Diário Guimarães. Guimarães Capital Europeia da Cultura. INCM, 2012. Courtesy of Studio Eduardo Aires



