

PARR

56



SURMA BORDALO II JAN GEHL CÉSAR MOURÃO

## Ana Sofia para a PARQ

"1, 2, 3 ... Macaquinho do Chinês"



Entrevista exclusiva em  
www.parqmag.com

Ana Sofia: camisa, casaco e calças ALEXANDRA MOURA SS18  
colar e brinco GONÇALO GHIRA

## Mike11 para a PARQ

"Gostava que a música instrumental fosse tão levada a sério como a música cantada."



Entrevista exclusiva em  
www.parqmag.com

Mike11: óculos André Ópticas, tshirt e calças RICARDO ANDREZ SS18  
casaco JOKER, jewelry Mike's own

PARQ: Revista de tendências de distribuição gratuita.  
Rua Quirino da Fonseca, 25 - 2ºesq. 1000-251 Lisboa  
Assinatura anual: 12 euros

Director: Francisco Vaz Fernandes (francisco@parqmag.com) • Editor: Francisco Vaz Fernandes (francisco@parqmag.com)  
Coordenação de Moda: Tiago Ferreira • Design: Valdemar Lamego (www.k-u-n-g.com)

Periodicidade: Bimestral • Depósito legal: 272758/08 • Registo ERC: 125392 • Edição: Conforto Moderno Uni, Lda. • NIF: 508 399 289  
Propriedade: Conforto Moderno Uni, Lda. Rua Quirino da Fonseca, 25 - 2ºesq. 1000-251 Lisboa • t- 00351 218 473 379  
Impressão: Eurodois. R. Santo António 30, 2725 Sintra • 12.000 exemplares  
Distribuição: Conforto Moderno Uni, Lda.

A reprodução de todo o material é expressamente proibida sem a permissão da Parq.  
Todos os direitos reservados. Copyright © 2008 – 2017 PARQ.

Textos

Bráulio Amado, Carla Carbone, Carlos Alberto Oliveira, Filipa Henriques, Francisco Vaz Fernandes, Fernando Ramalho, Henry Sequeira, Joana Teixeira, João Prudêncio, Lílíana Pedro, Luís Sereno, Marcelo Marcelo, Maria São Miguel, Roger Winstanley, Rui Miguel Abreu, Sara Madeira, Sara Silva, Tiago Loureiro, Tiago Mesquita Carvalho

Fotos

Andy Dyo, Italiano Lisboaeta, Maria Rita

Styling

Sérgio Onze, Tiago Ferreira

2008

2017

**Editorial:** #SocietySeries

A PARQ encerra em 2017 9 anos de leituras, e está já com grandes expectativas para o começo do décimo ano em 2018. No essencial, temos sido fiéis a nós mesmos, ao lugar que consideramos ocupar dentro da sociedade. Cada vez faz mais sentido sermos um espelho dessa mesma sociedade, sendo que vivemos das expectativas e anseios de mudança que toda uma geração transporta. Daí que a PARQ seja uma revista sobre os desejos reais, com pessoas reais que trabalham para que o nosso mundo seja o mais próximo possível daquilo que desejamos. Nesta edição, inauguramos uma série de editoriais de moda a partir de pessoas reais e pedimos aos leitores que postem as suas selfies acompanhadas do hashtag #societyseries.

Nesta edição, trazemos também em destaque o supertalento BORDALLO II, que focado na questão do desperdício –uma questão atualmente relevante na sociedade– ainda assim consegue iluminar-nos com a beleza das suas obras. Com o mesmo espírito reformista, lembramos a passagem de JAN GEHL, um dos pioneiros a falar do direito das pessoas ao espaço público urbano, demasiado tomado pelos poderes instituídos e demasiado comercializado às grandes empresas, de forma que pouco resta para o cidadão comum. PROOFF é um estúdio de design que pensa os seus objetos de escritório a partir das relações reais de uma empresa moderna menos hierarquizada, na qual o trabalho é desenvolvido em equipa.

E porque é Natal, não se esqueçam de oferecer uma PARQ! Já sabem: encontram-na nos lugares habituais e é gratuita.

Feliz Natal, voltem a ler-nos em 2018!

Francisco Vaz Fernandes



blusões Trucker LEVIS, camisa LEVIS, jeans LEVIS Altered, cinto AS DE ESPADAS, texanas JOKER

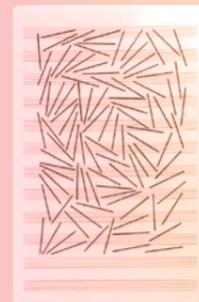


óculos VERSACE Vintage na André Ópticas, casaco e calças ALEXANDRA MOURA, jewelry Mike's own

fotografia por Maria Rita  
direção e styling por Tiago Ferreira  
cabelos Ana Sofia por Bruno Vicente  
make-up Ana Sofia por Verónica Zoio  
make-up&hair Mike11 por Verónica Zoio  
modelos Ana Sofia e Mike11

www.parqmag.com

You Must



06 Rui Valério



08 Raquel André



10 Género na Arte



12 Cicloficina dos Anjos



14 Mondrian Doha Hotel



16 Roupas Nova



17 Dj Lycos



18 FashionClash



20 Filipe Augusto

21 Rather

22 Palladium

23 Biella Taped Col.

24 Reissues Col.

24 Dior Club

25 Ugly Ones

25 Beleza

Soundstation



26 Fever Ray



28 Surma

Central



30 Bordalo II  
Arte

34 Jan Gehl  
Espaços Públicos



36 Design Brasileiro  
Design



38 Prooff  
Design



40 César Mourão  
Entrevista

Fashion Editorial

42 Society  
News Flash

Parq Here

64 Cabana Mad  
65 Mango Flagship Store  
66 Olhar de Prata  
Almeja



RUI VALÉRIO apresenta, até Fevereiro, um conjunto de peças e desenhos na galeria Kubik no Porto. A exposição, que dá pelo nome "Sonatas e Interludes", integra som e imagem – como vai sendo hábito no trabalho do artista – e propõe uma exploração do desenho nos domínios de uma possível interpretação musical, como se de uma pauta se tratasse.



## Sonatas e Interludes *by Rui Valério*

texto por Carla Carbone  
fotos por Constança Babo

O corpo de desenhos, manifesta, em alguns dos casos, fortes semelhanças com as partituras de XENAKIS. As linhas existentes nas folhas de pauta, que servem de base para o desenho, são muitas vezes suprimidas e estabelecem padrões, evocando, inevitavelmente o silêncio. Segundo CAGE: "Não existe silêncio. Está sempre a acontecer qualquer coisa que faz com que se produza algum tipo de som". Algumas partituras do artista contêm barras escuras (fita magnética) e brancas, feitas sobre papel de pauta.

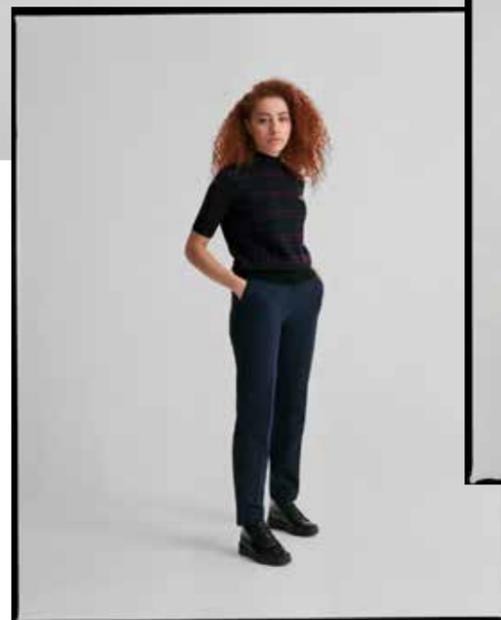
A "Lecture on Nothing" de CAGE, parece implícita nas peças presentes ao longo da exposição. É relativamente fácil encontrar o tema do silêncio e lembrar CAGE: como o grupo de telas onde foram pintadas letras que compõem, dispersas, a palavra "silent".

A apropriação nas peças de RUI VALÉRIO mantém-se, deliberadamente ou não, como é possível observar na peça "Fade in/Fade out —Brief Sound for Flavin". Esta peça surgiu sem o artista ter tido a intenção prévia de evocar DAN FLAVIN. No entanto aproveitou o facto para aplicar, mais uma vez, a tónica da apropriação, tendo mesmo mencionado, no título da peça, o nome de FLAVIN. A peça de VALÉRIO alude a obra de FLAVIN, "Monument for V. Tatlin", pela semelhança do material usado. O artista usa lâmpadas fluorescentes, alimentadas por balastros ferro-magnéticos, que conferem as

lâmpadas a possibilidade de produzirem luz intermitente. Formalmente as lâmpadas encontram-se expostas sobre a parede, dispostas verticalmente, em fileira e vão diminuindo, em escada, de tamanho, acentuando as semelhanças com a peça de FLAVIN. Outras peças apresentam a mesma semelhança com as obras de FLAVIN, como a peça "Stereophonic Waveform", que pelas lâmpadas fluorescentes posicionadas paralelas umas às outras lembram outra peça de FLAVIN, "Dorothy and Ray Lichtenstein or not seeing anyone in the room" de 1968.

A exposição de RUI VALÉRIO, é toda ela um trabalho de história de arte, uma vez que evoca obras do passado, nomeadamente o minimalismo, que tanto repudiou, nos idos anos 60, o gestualismo inerente ao expressionismo abstrato. GREENBERG defendia esta aceção historicista da arte, na medida em que só depois de absorver as obras do passado é que os artistas poderiam produzir boa arte. RUI VALÉRIO reforça assim esse diálogo com a história de arte ao pedir "emprestadas" algumas peças dessa história. Não sem antes insuflar-lhes novas propriedades e reinventar novas funções para as mesmas.

Kubik Gallery  
Rua da Restauração, 2  
Porto  
Até 3 de Fevereiro de 2018



  
**FRED PERRY**

Fred Perry Authentic Stores  
Norteshopping; Arrábida Shopping  
Lisboa - Rua do Ouro, 534

Fred Perry Corners  
El Corte Inglés Lisboa e El Corte Inglés Gaia

FREDPERRY.COM



## Coleção de Colecionadores *by Raquel André*

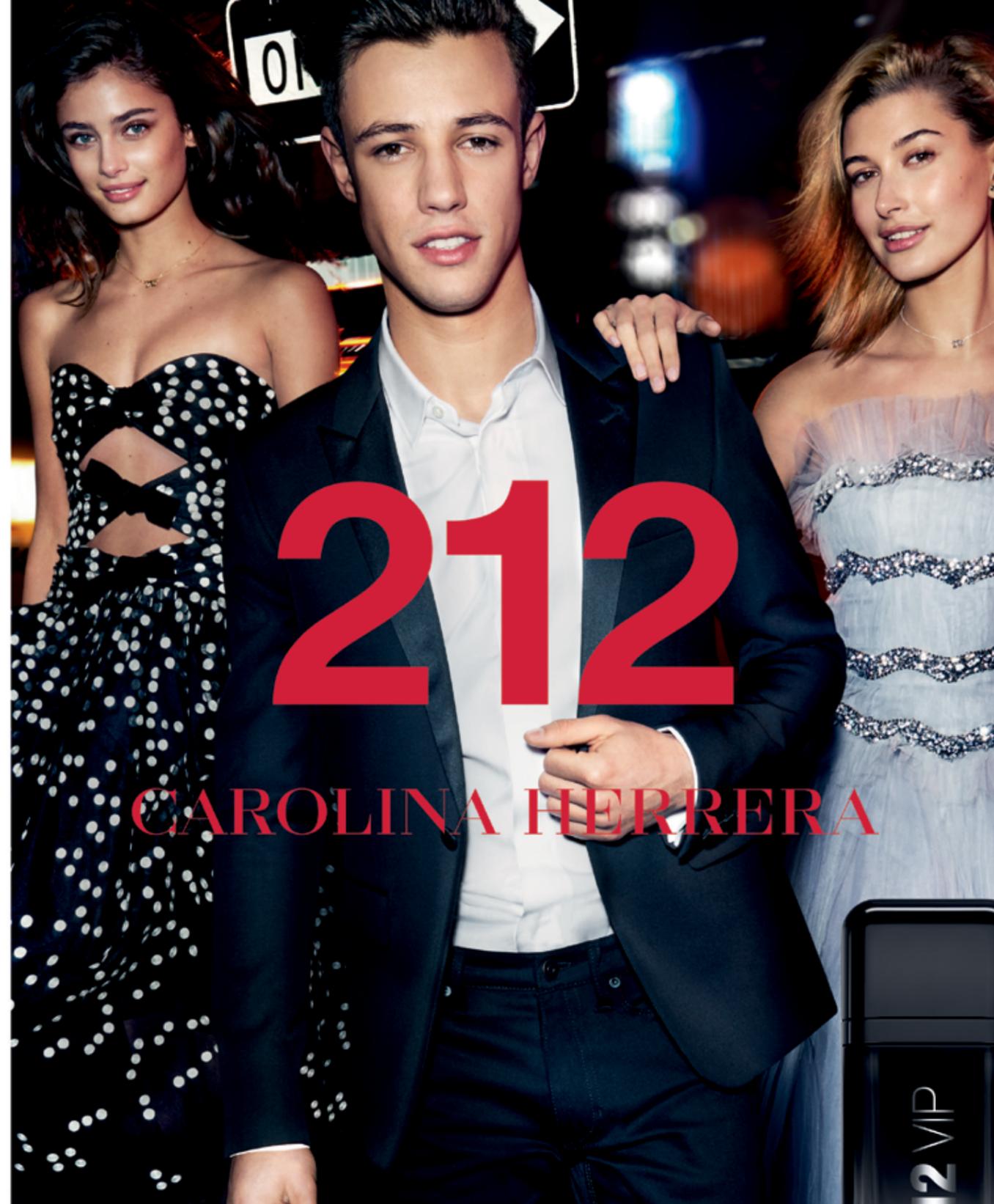
texto por Joana Teixeira

foto por Filipe Ferreira

Há quem colecionem moedas, bonecos ou postais. RAQUEL ANDRÉ coleciona pessoas. E essas pessoas colecionam coisas. E no seu mais recente espetáculo —*Coleção de Colecionadores* no Teatro Nacional D. Maria II— RAQUEL criou uma experiência de memória coletiva com trechos de entrevistas e objetos de todos aqueles que coleciona. O conceito é simples: guardar a memória dos outros e colecionar o efêmero para transformá-lo em história. RAQUEL visita as casas dos colecionadores, desbrava o contexto das suas coleções, entrevista-os na sua intimidade e grava em vídeo a memória desses encontros; trazendo sempre consigo um objeto da coleção de cada pessoa para expor nos espetáculos.

Mas, a coleção-obsessão de RAQUEL ANDRÉ não se fica por aqui. Este ano também fez uma reposição do projeto *Coleção de Amantes*, apresentado pela primeira vez em 2015, onde expõe fotografias de momentos efêmeros de intimidade que construiu com, até agora, 140 amantes. Neste contexto, RAQUEL simula encontros de uma hora com conhecidos e desconhecidos e apresenta, posteriormente, uma memória física dos mesmos. *Coleção de Amantes* é também, agora, um livro com textos homónimos e de GREGORIO DUVIVIER e TIAGO RODRIGUES.

RAQUEL e as suas pessoas. RAQUEL e os seus colecionadores. RAQUEL e os seus amantes. RAQUEL ANDRÉ guarda e transporta memórias por esse mundo fora. Em 2019 prevê uma *Coleção de Artistas* e em 2020 uma de *Espectadores*. Fica memorizado.



THE NEW MASCULINE FRAGRANCE

**#OWNTHEPARTY**



# Género na Arte

by Aida Recheda & Teresa Furtado

texto por Francisco Vaz Fernandes



Wedding, 2017  
©JOÃO PEDRO VALE & NUNO ALEXANDRE FERREIRA (Fotografia)

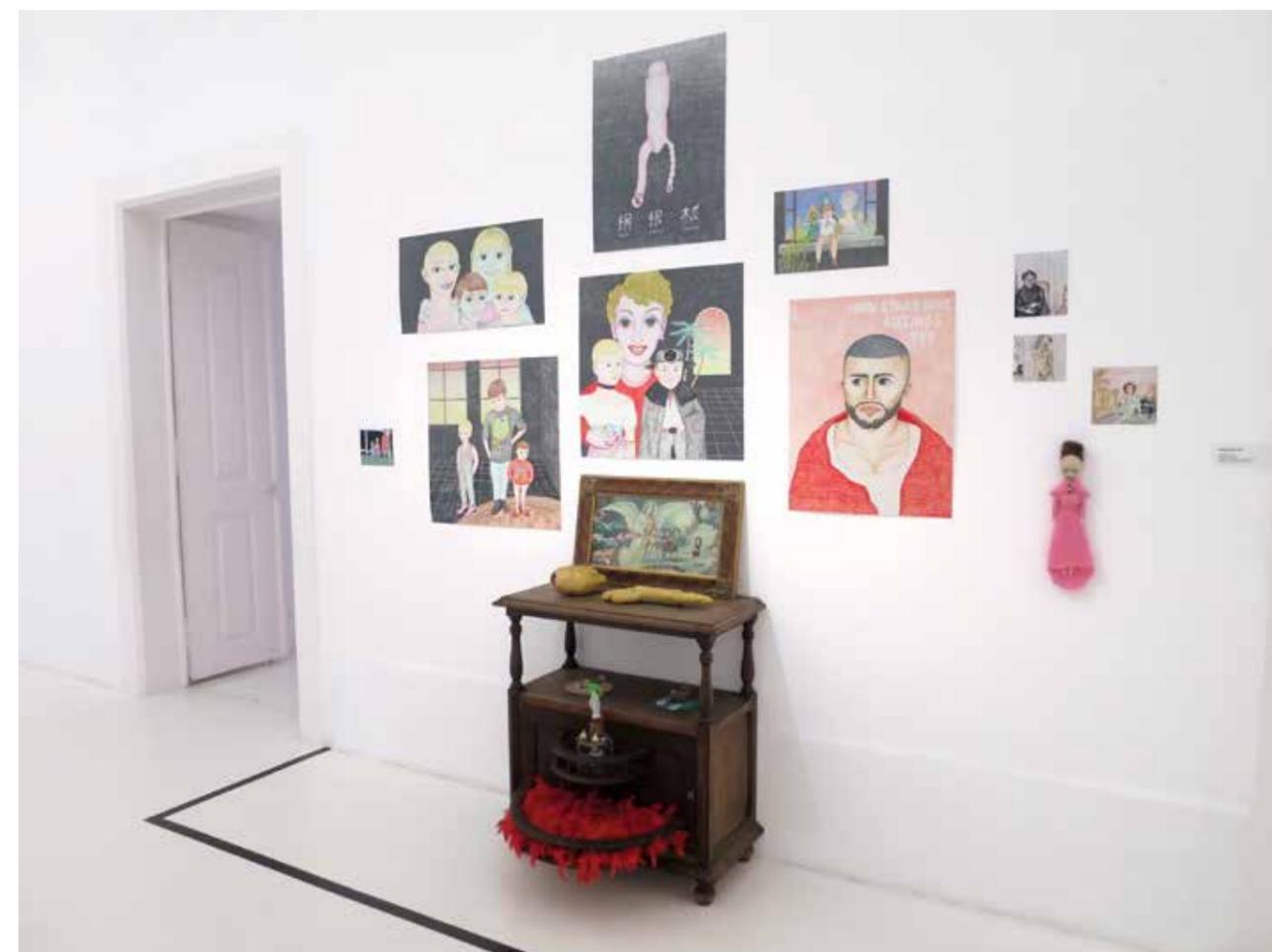
Palhaço Rico fode Palhaço Pobre, 2017  
©JOÃO PEDRO VALE & NUNO ALEXANDRE FERREIRA (Performance)

Quem acompanhou os anos 90 certamente se deparou com a questão da identidade na qual o género ganhava grande relevância no discurso artístico da época. Na prática artística alguns reagiam a questões prementes colocadas na esfera pública por algumas comunidades, grupos sociais que assim foram ganhando direitos numa sociedade que se queria mais tolerante. Estava criado um contexto social fértil para o desenvolvimento de narrativas artísticas em torno do "eu", que respondiam a uma crise de representação no campo artístico. Ou seja, uma sociedade que preferia os discursos diretos –sujeitos a falarem sobre si– aos discursos daqueles que falavam sobre o "outro". No máximo, o "eu" era o novo "outro", limitando a proliferação de estereótipos e exotismos em que caíam facilmente as representações do "outro". Os discursos pessoais vinham assim estilhaçar e enriquecer a realidade nomeadamente quando se falava do género.

Duas décadas passadas, a exposição, *Género na Arte*, comissariada por AIDA RECHENA e TERESA FURTADO, que decorre no Museu Nacional de Arte Contemporânea

do Chiado, vem colocar no contexto nacional a pertinência desses discursos. Tem o mérito de juntar alguns dos nomes que introduziram a questão de género no discurso artístico português, como é o caso de ALICE GEIRINHAS, ANA PÉREZ-QUIROGA, JOÃO PEDRO VALE e VASCO ARAÚJO; com nomes da nova geração –HORÁCIO FRUTUOSO, CARLA CRUZ, THOMAS MENDONÇA e JOÃO GABRIEL. E porque se trata de alargar fronteiras, esta é igualmente uma exposição interdisciplinar que junta GABRIEL ABRANTES e MIGUEL BONNEVILLE, artistas que se têm afirmado no cinema e na dança, respetivamente.

Na obra mais antiga desta exposição, *"Diva, a Portrait"*, 2000, de VASCO ARAÚJO, encontramos a encenação de um camarim de uma cantora de ópera ao qual o artista, travestido, dá corpo. Alertando-nos para a multiplicidade de "eus" que um sujeito pode incorporar, esta obra é um ponto de partida para observar artistas que trazem o domínio privado para o espaço público, dando-lhe uma dimensão política, como é o caso da obra *"Palhaço rico fode palhaço pobre"*, 2016, performance de JOÃO PEDRO VALE



Resting P(a)lace, 2017  
©THOMAS MENDONÇA (Instalação)



←  
©HORÁCIO FRUTUOSO (Vista da Instalação)

e ALEXANDRE FERREIRA; ou *"Inauthentic Male"*, 2003, fotografia de CARLA CRUZ; ou ainda *"Sterotype pool! is gone"*, 2017, instalação de ANA PEREZ-QUIROGA. Numa variação mais poética, são ainda de referir os registos gráficos de HORÁCIO FRUTUOSO, compostos por jogos de palavras que encontram o seu espaço nas paredes do museu e que são como pequenos desabafos próprios de um diário íntimo, que ganha uma ressonância universal ao sabor da interpretação de cada de nós. Reescrever a história de *"Princess X de Brancusi"*, uma escultura com evidente forma fálica que tinha como intenção ser o busto da Princesa Marie Bonaparte, é um pretexto para GABRIEL ABRANTES lembrar o início do modernismo e o contributo que o reconhecimento da sexualidade da mulher como um espaço próprio ofereceu para a construção dessa mesma modernidade.

MNAC Chiado  
Rua Serpa Pinto, 4  
Lisboa  
Até 11 de Março de 2018

Juntar a fome à vontade de comer – um banquete de rodas, assentos e correntes– isto é o que TIAGO CARVALHO e ROSA FÉLIX servem todas as segundas e quartas-feiras na rua Almeida Amaral, em Lisboa. A CICLOFICINA DOS ANJOS começou por ser um conceito ambulante, mas em 2011 fixou-se na garagem da Associação Recreativa dos Anjos –daí o nome angelical.



## Cicloficina dos Anjos

*texto por Joana Teixeira*

Apesar de ter mudado recentemente de morada, continua a ser um ponto de encontro para todos os apaixonados por percorrer as 7 colinas em duas rodas. A CICLOFICINA DOS ANJOS é uma deliciosa desculpa para o ciclo-convívio, na forma de uma oficina comunitária para bicicletas de todas as origens. Aqui partilham-se ferramentas para arranjar, montar e desmontar estas amigas do ambiente, tal como se aceitam e distribuem peças gratuitamente. Partilha-se conhecimento mecânico enquanto se oleiam correntes e convive-se sobre duas rodas.

As portas da CICLOFICINA estão abertas tanto a quem quer montar a sua bicicleta, como a quem quer alugar uma por um valor simbólico. Andar em duas rodas por Lisboa está na moda, e com o investimento crescente em ciclovias as bicicletas vão surgindo que nem cogumelos, mas mesmo assim a capital continua a pedalar atrás de outras cidades europeias.

Económicas, práticas, amigas do ambiente e, definitivamente, stylish, as bicicletas ainda têm muita calçada para percorrer até serem o transporte favorito dos portugueses, mas o que a CICLOFICINA quer é que existam mais –venham elas colina abaixo!

A preparar o Pedalaças 2018 –o desafio de pedalar até ao Festival Andanças– a CICLOFICINA DOS ANJOS promete manter a sua tertúlia de reparações semanal e convida todos os ciclistas a visitarem o espaço e a doarem peças de bicicletas, para que mais Lisboa possam pedalar por aí.

[anjos.cicloficina.pt](http://anjos.cicloficina.pt)

# PALLADIUM

L' ORIGINALE DEPUIS 1947



 PALLADIUM PORTUGAL  
 PALLADIUMPORTUGAL

# Hotel Mondrian Doha *by Marcel Wanders*



01

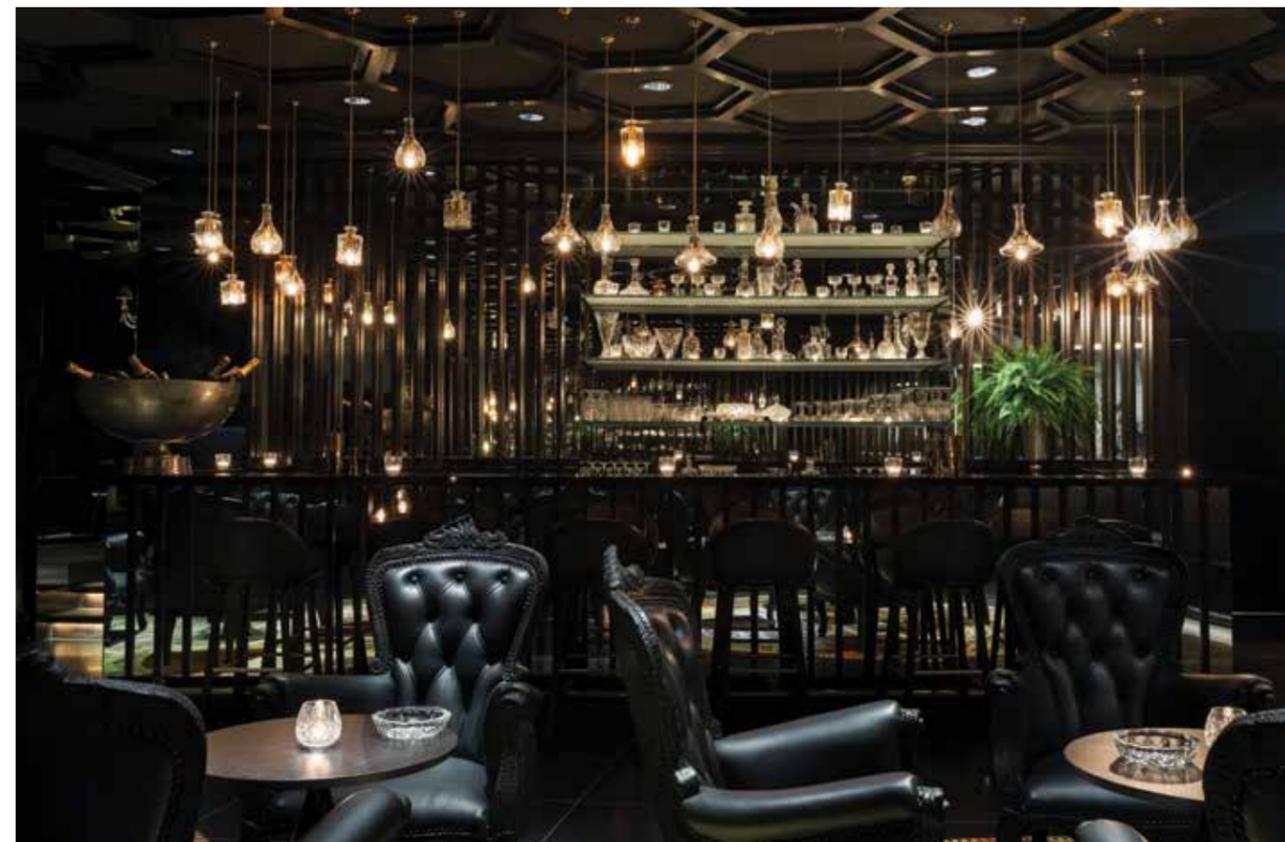
texto por Francisco Vaz Fernandes

Entrar num decor digno da Alice no País das Maravilhas é agora possível. Pelo menos é assim que pensa MARCEL WANDERS com o seu novo projeto de interiores para o Hotel Mondrian Doha no Qatar. A vertiginosa escada em caracol que parece não ter fim que se eleva do centro do atrium do hotel, será para futuro uma das marcas fortes da imagética do designer holandês, já visto como um dos mais influentes da sua geração. Pensou o design de forma diferente de gerações anteriores, de outros pontos geográficos predominantes. Arrumou, no essencial, com uma visão minimalista do design e com todos os estereótipos de bom gosto que o acompanhavam durante décadas de modernismo; impondo uma visão mais lúdica que passou por uma revisitação das tradições fundadas na sua própria história local. Para isso, revisitou o que era a tradição decorativa holandesa que se tinha transformado em algo kitch e indesejável. Interessava-lhe alimentar-se do seu valor histórico e subtrair desses arquétipos todo um valor emocional que alimenta todo o processo transformativo do seu design com um destino final de ser inesperado e lúdico. Ou seja, verificamos que os seus projetos encontram formas tradicionais enquanto revestidos de materiais inovadores, ou então o contrário, formas novas aplicadas a técnicas e materiais tradicionais. Para não ser mais uma gota no oceano, juntou numa empresa que fundou, a M0001, um conjunto de outros designers da sua geração com a mesma visão, e que fazem do seu catálogo uma espécie de parque de diversões, que se tornou em algo sério – como demonstra todos os anos no Salone del Mobile em Milão. Em poucos anos tornou-se o maior pavilhão da feira e o mais visitado.

No mundo de WANDERS prevalece o universo adocicado e glossy. Segundo o designer, os seus projetos são uma porta para emoções fortes para pessoas que queiram viver com paixão, que vejam ali os seus sonhos mais excitantes transformados numa realidade. Ou seja, viver no universo de WANDERS é, à partida, a garantia de entrar num filme da Disney para sempre. É basicamente o que é garantido no Mondrian Doha, o seu mais recente e ambicioso projeto, onde procurou levar a experiência de um hotel de luxo a um outro nível.

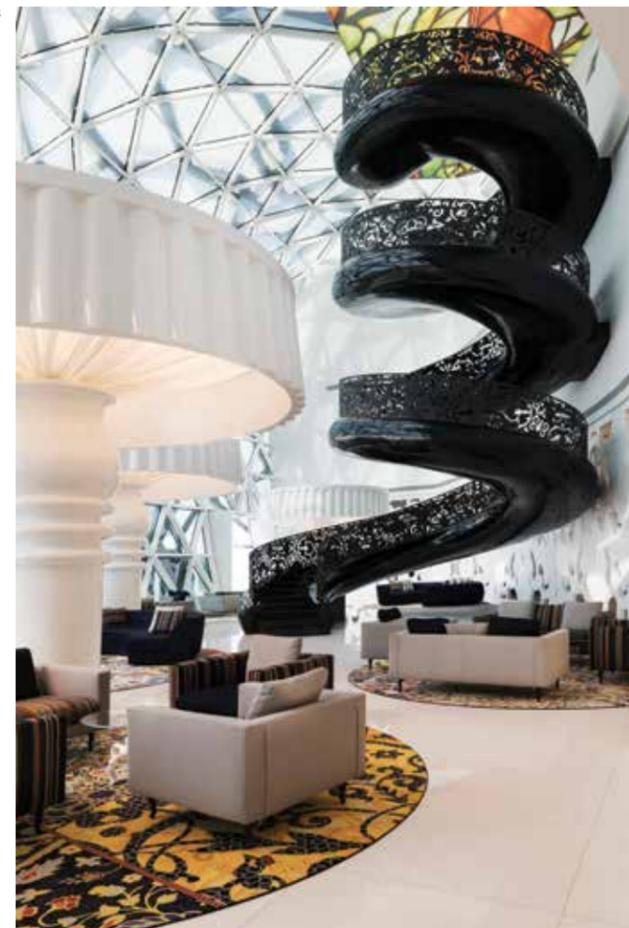
Cada espaço desenha ambientes diferentes proporcionando ao cliente uma coleção de experiências –todas elas com um carácter onírico das mil e uma noites, ou não estivéssemos num dos estados dos Emiratos Árabes Unidos, onde os fundos para alimentar fantasias parecem não ter fim. Uma das salas, o Lounge, oferece a experiência de uma floresta branca de árvores da vida lacadas. Já o atrium, para além da mencionada escada de caracol que parece não ter fim, convida-nos a estar de baixo de um dos vários bomboniere de proporções gigantes para nos sentirmos verdadeiramente na pele da Alice. O lobby dá-nos a sensação de estarmos a viver no interior de uma decoração de chantilly polvilhado com bolas douradas, digno de um cupcake. Mondrian Doha oferece cinco restaurantes e bares de luxo e tem sete níveis de quartos, todos com a promessa de muita fantasia, e a começar nesta fase de promoção nos 200 euros.

[www.marcelwanders.com](http://www.marcelwanders.com)  
[www.morganshotelgroup.com/mondrian/mondrian-doha](http://www.morganshotelgroup.com/mondrian/mondrian-doha)



02

03



04

01 Lounge  
02 Bar Smoke Mirror  
03 Atrium  
04 Hall

Com o ano novo a chegar atiramos a roupa velha para um canto e é com alegria redobrada que vestimos toda uma nova indumentária, umas vezes a cheirar à mais estimulante novidade, outras vezes com aquele sabor vintage característico.

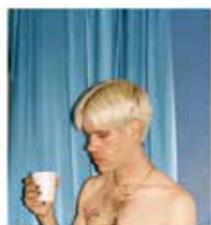
## Roupa Nova

texto por Carlos Alberto Oliveira

Logo a 19 de Janeiro, a artista pop nova ze-landesa KIMBRA lança o novo álbum *Primal Heart*, pela Warner Bros. Como avanço, o single "Top Of The World", co-produzido por SKRILLEX, deixou bem claro que este será mais um disco estimulante.



Os PORCHES também estão de volta a 19 de Janeiro, via Domino, com uma nova coletânea de canções em *The House*. A banda já apresentou o single "Find Me", um luxuriante pop dançante que suscita um nervoso miudinho para o que aí vem.



The House

Ainda em Janeiro é editado o novo disco de NILS FRAHM que passou dois anos a gravar novas canções no seu novo estúdio. Aquele que será o seu 7º álbum de estúdio tem como nome *All Melody*, e será lançado a 26 de Janeiro via Erased Tapes.

Os veteranos indie-rockers escoceses FRANZ FERDINAND regressam para o ano e já deram a conhecer o magnífico single "Always Ascending", mostrando que a banda ainda é capaz de fazer abanar a anca. O álbum homónimo do single, será editado a 9 de Fevereiro.



Também a 9 de Fevereiro JOAN AS POLICE WOMAN fará chegar às edições *Damned Devotion*, pela editora PIAS. A artista americana já nos apresentou com o seu maravilhoso single "Warning Bell".



O extraordinariamente sensual single "Butterscotch Goddam" foi o pontapé de saída para o novo disco dos FISCHERSPOONER –*SIR*, que será lançado a 26 de

Fevereiro via Ultra Records.

Sem edições discográficas oficiais desde o seu fantástico disco *Woman*, de 2013, RHYE aguçou-nos o apetite por mais novidades já o Outono estava instalado, com o incrível tema "Taste". O álbum será editado no início de 2018 pela Loma Vista.



Que bem que soube ouvir o primeiro avanço do que será o novo álbum dos MGMT, através do single "Little Dark Age", e sorrir de contentamento. O álbum,



que tem o mesmo título que o referido tema, também será lançado no início do próximo ano.

O duo punk de Los Angeles NO AGE também vai lançar em 2018 o seu novo álbum que se chamará



*Snares Like A Haircut*. A banda já apresentou o primeiro single, "Soft Collar Fad", que evidencia que a banda ainda mantém a sua chama bem acesa.

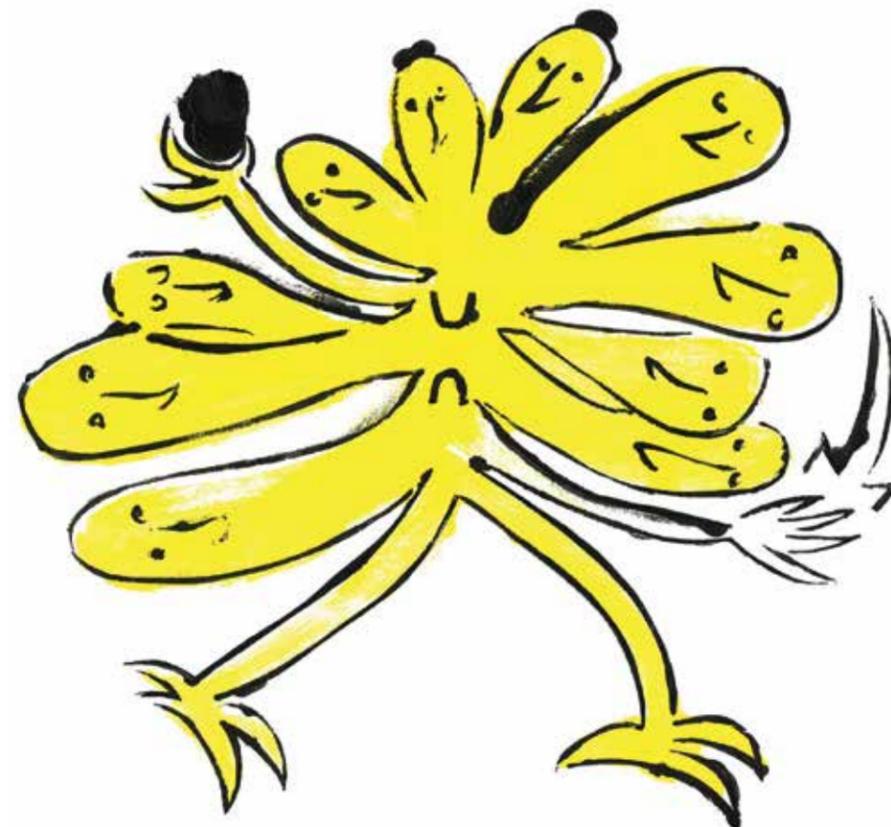
O artista de AUSTIN ROGER SELLERS, mais conhecido como BYONNE, marcou o seu regresso com mais um fenomenal single – "I Know" – ainda na reta final deste ano. O seu

novo álbum deverá ser lançado em 2018, sucedendo ao álbum de estreia *Primitives*, editado pela City Slang.

Os THE IRREPRESSIBLES prometem lançar aquele que será o seu terceiro álbum de originais no próximo ano. Como quem premeia a espera, lançaram já o estimulante tema "EGO" (*dancing away ego!*) como primeiro avanço.

A data de lançamento ainda estava por anunciar ao fecho desta edição.

O álbum de estreia de Dj Lycox na Príncipe Discos é um dos momentos altos da produção nacional de 2017.



## Dj Lycox *Um príncipe da Batida*

texto por Rui Miguel Abreu

Por esta altura é mais do que evidente que o catálogo da Príncipe –que ultrapassou já as duas dezenas de entradas– abriga algumas das mais interessantes e originais propostas da modernidade electrónica nacional. O nítido retrato da nova batida de Lisboa que resulta do cruzamento dos trabalhos lançados por esta editora representa uma das mais vigorosas propostas musicais do presente, no sentido em que avança ao mundo uma música profundamente radical e resolutamente única, mas cujas ondas de choque têm ressoado nas mais variadas latitudes, inspirando trabalhos em estúdios caseiros de Tóquio a Bogotá, de Brixton à Amadora.

*Sonhos & Pesadelos*, estreia de DJ LYCOX em nome próprio, é também o segundo álbum da Príncipe em 2017, depois de *Nídia É Má*, *Nídia É Fudida*, sinal inequívoco que a urgência que esta música sempre carregou no seu ADN começa também a sintonizar-se com uma ambição discursiva mais pronunciada. A audição mais "clínica" de *Sonhos & Pesadelos* revela o mapa dessa ambição discursiva já referida: a abertura com "Weekend" funciona quase como manifesto revelando uma apetência melódica

cuidada, uma capacidade orquestral relevante, com diferentes camadas de texturas sintetizadas a sustentarem o que soa a sample levantado de um CD de baile caboverdiano dos anos 90.

A maravilhosa dupla de temas que é "Sky" e "Solteiro" (este a verdadeira pièce de résistance do álbum, nos seus orgulhosos e gloriosos 4 minutos e seis segundos), duas amostras em que é possível combinar todas as pistas avançadas anteriormente –imaginação melódica, capacidade orquestral, eficácia rítmica, vênias à tradição e ousadia inventiva– em temas que parecem já ser de um qualquer outro lugar. Certamente, uma fantástica projecção em que o subúrbio lisboeta e a periferia parisiense (onde LYCOX agora reside) se cruzam com a vibração urbana global que se estende de África a Ásia e daí às Américas, provavelmente só parando no Espaço.

[principediscos.wordpress.com](http://principediscos.wordpress.com)

Versão completa do texto em [www.parqmag.com](http://www.parqmag.com)

Há 8 anos a ser um inovador e interdisciplinar projeto para o desenvolvimento da indústria da moda, o FASHIONCLASH tem assumido o fiel compromisso de promover o talento de jovens designers e artistas em todo o mundo.

# FashionClash

texto por Liliana Pedro  
fotos por Peter Stigter



LES DEUX GARÇONS, 2017 FashionClash festival



MAARTEN VAN MULKEN, 2017  
FashionClash festival



FEDERICO CINA,  
2017 FashionClash festival



MANDY ROOS & VICTORIA LEDIG,  
2017 FashionClash festival

Datava o ano de 2009 quando três designers da cidade de Maastricht, na Holanda, com o desejo de apresentar o seu trabalho em conjunto com outros profissionais da área, fizeram nascer o FASHIONCLASH —um projeto que tem presente no seu ADN a conexão, união, inovação, organização, o presente e o desafio. São estes os ingredientes que fazem do FASHIONCLASH uma plataforma que se situa na linha da frente quando o objetivo é prestar apoio e guiar jovens na construção de um percurso profissional bem-sucedido.

Acreditando "apaixonadamente no crucial contributo que as indústrias criativas têm na sociedade, cultura e economia", o FASHIONCLASH já concretizou mais de 350 projetos, incluindo desfiles de moda, exposições e fashion

talks, ao longo de todos estes anos de experiência em gestão de projetos de moda, conceito criativo e curadoria.

O FASHIONCLASH é muito mais do que uma plataforma dedicada à moda —corre-lhe no sangue a vontade e o propósito de interrelacionar as mais variadas áreas profissionais, desde o teatro à dança, passando pela música e pelo cinema, dando um pulinho à fotografia sem deixar de parte os institutos culturais e os centros de saber. Segundo esta plataforma oriunda da Holanda, a palavra "clash" significa esta interdisciplinaridade, este encontro entre talento, disciplinas artísticas, cultura, audiência e moda.

A ligação com Portugal nasceu em 2014 através da plataforma Sangue Novo da Moda Lisboa, com

a missão de levar um jovem designer português ao FASHIONCLASH FESTIVAL. Autoidentificando-se como "inspirador, internacional e interdisciplinar", este festival de moda tem como objetivo um só ideal: a promoção do talento jovem através do inter-relacionamento de designers com profissionais de outras áreas. O FASHIONCLASH FESTIVAL proporciona o espaço necessário para 100 a 150 designers mostrarem o seu trabalho junto a uma plateia diversa e internacional, composta por imprensa e nomes influentes da indústria. Este festival tem na sua programação desfiles de moda, exposições, teatro e performances de dança. Também é possível conhecer e aproveitar o que se vende nas lojas pop-up e alargar o conhecimento através de diversos workshops. Há competição durante

o FASHIONCLASH FESTIVAL e vários são os prémios que se pode ganhar, como o Festival Talent Award e o KALTBLUT Magazine Award.

Este festival está acessível gratuitamente para todos. Os desfiles são um caso à parte, tendo que se pagar bilhete para entrar. A próxima edição do FASHIONCLASH FESTIVAL está agendada para Junho do próximo ano e é através do trabalho do jovem designer FILIPE AUGUSTO que Portugal vai marcar presença neste frenético e aliciante evento onde a moda é a anfitriã da festa.

Sonhava ser arquiteto, mas a moda acabou por lhe trocar as voltas. Em 2014, FILIPE AUGUSTO deixou o Peso da Régua e escolheu o Porto para estudar Design de Moda. Aos 24 anos foi um dos nomes que se destacou na última edição do Sangue Novo, na Moda Lisboa. A sua participação valeu-lhe o prémio FASHIONCLASH que o vai levar até à Holanda ao FASHIONCLASH FESTIVAL, em Junho do próximo ano.

## Filipe Augusto

texto por Liliana Pedro

foto por Carla Pires / ModaLisboa



*A magia da moda conquista milhares de pessoas pelo mundo inteiro. De que forma é que ela entrou na tua vida?*

**FA:** A moda aparece de uma forma involuntária na minha vida, pois na verdade tinha como gosto inicial a arquitetura. Mas, durante o meu percurso em artes visuais, surgiram trabalhos que me ligavam à moda e esta despertou-me um certo interesse. Chega então aquele momento em que temos que decidir o nosso "futuro", aquilo que queremos fazer na vida. Acabei por decidir estudar Design de Moda. Foi um pouco às cegas, sem saber onde me iria meter, pois não percebia nada do assunto. Contudo, isso mudou. Foi durante o curso que me apercebi de que, afinal, tinha algum jeito para a moda. Com esforço e dedicação concluí a formação, na qual tenho muito orgulho.

*Tens formação em Design de Moda e estagiaste com LUÍS BUCHINHO. Como conseguiste um lugar junto de um dos maiores estilistas nacionais?*

**FA:** Na fase final do curso de Design de Moda no Centro Modatex (Porto) temos como professor/orientador de projeto (coleção final) o designer LUÍS BUCHINHO. E como é recorrente, ele escolhe o melhor aluno para realizar o estágio curricular no seu atelier, e naquele ano fui eu o escolhido.

*Este ano decidiste criar a tua própria marca.*

*O que te levou a dar este passo?*

**FA:** A ideia de lançar uma marca própria foi um pouco inconsciente. Depois do estágio, tive uma pausa profissional e isso deixou-me um pouco frustrado, pois como trabalho numa área criativa ter uma quebra de ritmo não foi muito bom para mim. Como não consigo estar parado, porque não apresentar o que consigo fazer de verdade? É aí que surge, então, o concurso Sangue Novo da ModaLisboa, no qual fiquei a pensar. Falei com os meus pais e amigos, que me apoiaram e disseram logo para me inscrever. Comecei imediatamente a pensar num tema e a desenhar a coleção, pois não me sobrava muito mais tempo.

*Qual foi a inspiração para a criação desta coleção?*

**FA:** O ponto de partida para esta coleção SS18 foram as sete saias das mulheres de Nazaré –um traje tradicional português.

*Como defines a tua marca em 3 palavras?*

**FA:** Divertida, atemporal e nacional.



## Rather

texto por Tiago Loureiro



DIOGO MORAIS OLIVEIRA, formado em Direito, e LUÍS SERENO, designer de moda, juntaram-se para criar a RATHER, uma marca de t-shirts recentemente lançada e de fabrico inteiramente português. Visando recuperar a t-shirt como veículo de ativismo social, este projeto elegeu o direito à procura da felicidade como fio condutor para esta primeira coleção e convidou a artista visual e curadora RITA ROQUE para desenvolver ilustrações, que poderemos encontrar estampadas em algumas peças. A somar-se a esta cápsula, a RATHER apresenta-nos mais duas linhas: uma de t-shirts lisas e outra com digital prints –ambas com encaixes geométricos, bolsos e outras soluções práticas que estimulam o seu uso diário.

[facebook.com/rather.co/](https://facebook.com/rather.co/)

## Palladium

texto por Maria São Miguel



PALLABOSSE HIKR → PVP 129,95€



PALLABOSSE OFF → PVP 99,95€



PALLABOSSE CHELSEA → PVP 119,95€



PALLABOSSE OFF → PVP 99,95€

Em jeito de celebração dos seus 70 anos, a PALLADIUM apresenta novos designs inspirados nos seus arquivos mas com um twist contemporâneo. Os novos modelos *Pallabosse* alteram a silhueta icónica da marca dos exploradores urbanos e a sua característica biqueira de borracha em favor de gáspeas de linhas mais clean, tanto na coleção de senhora como de homem.

Inspirada num modelo descoberto nos arquivos da marca chamado *Boss*, a linha *Pallabosse* apresenta uma sola um pouco mais elevada do que a das silhuetas habituais e está disponível em diversas cores e acabamentos, bem como numa versão em sapato ou na silhueta Chelsea.

[www.palladium.com](http://www.palladium.com)



Neste final de estação a FILA apresenta a nova *Biella Taped Collection*, uma coleção cápsula inspirada na localidade de Biella que viu nascer a reconhecida marca italiana. Esta coleção introduz silhuetas de inspiração desportiva com elementos de design tendência como faixas laterais com o logotipo FILA. Na vertente masculina os destaques vão para a t-shirt técnica às riscas e uma sweatshirt estampada que apresentam o logo da coleção que celebra o nascimento da marca em 1911, em Biella. Para senhora, as estrelas da coleção são um casaco bomber em rede, os culottes com faixa lateral e um vestido transparente com detalhes em rede.

No que toca ao calçado, a FILA apresenta uma nova versão do *Trailblazer* em camurça, preparada para o tempo frio. O *Trailblazer* foi inicialmente desenhado como ténis de montanha, nos anos 80, mas foi adotado nos anos 90 pela subcultura britânica de raves.

## Biella Taped Collection

texto por Maria São Miguel

[www.fila.com](http://www.fila.com)

## Metálica

texto por Maria São Miguel

Esta estação, seguindo a tendência dos anos 70, a DR MARTENS apresenta a sua coleção *Metallic Originals*, ou seja, uma edição limitada que se caracteriza por trazer alguns dos seus modelos icónicos em pele sintética de cor metálica. De resto, mantém as características principais da DR MARTENS como é o caso da sola de borracha com a sua linha amarela.



## Reissues Collection

texto por Maria São Miguel

Em 1952, FRED PERRY fundou a marca homónima, apresentando a icónica Coroa de Louros pela primeira vez. Esta é usada hoje como uma "medalha de honra", homenageando o homem de origens humildes que conquistou Wimbledon por três vezes. Aqueles que ostentam o emblema têm vindo a ser assumidamente identificados por terem um afeto duradouro pela cultura jovem e pela herança da marca. O pólo FRED PERRY é finalizado com a Coroa de Louros bordada e com twin tipping (risca dupla) desde o seu início nos anos 50. São apenas necessários 94 segundos para bordar mais de 60 anos de património.

O pólo sempre foi adotado por pessoas que querem associar-se à história da marca. Uma enorme variedade de 60 anos de contra-cultura, desde a emergência do movimento mod, subculturas como casuais, punk, Northern Soul, Perry boys, rude boys, skinheads, suedeheads e também Brit Pop e British urban music. A marca tornou-se sinónimo de desporto e música e tem um toque britânico inato que transcende tanto o tempo como a nacionalidade. A FRED PERRY foi a primeira marca de herança britânica que misturou sportswear com streetwear e criou um dos mais icónicos estilos do último século.

You Must Wear

# Dior Club

texto por Maria São Miguel



Apresentada durante o desfile Pret-A-Porter da mulher DIOR primavera-verão 2018, a linha de óculos de sol da *Dior Club* antecipa-se disponibilizando neste inverno 3 modelos que se destacam pelo colorido vibrante das suas lentes. Um deles é uma espécie de pala que se baseia nas viseiras de quem pratica tiro. MARIA GRAZIA CHUIRI inspirou-se numa viseira semelhante à que NIKITI

SAINT-PHALLE usava nos anos 60 para produzir as suas obras intituladas "Tirs". Esta pala tem no topo inscrito J'adior e existe na versão cinzenta, azul, amarelo e laranja. Existe ainda um modelo estilo aviador e outro com armação quadrada mais clássica, mas que ganha um novo elan a partir das cores das lentes e de uma mini-pala que se pode agregar.



# Ugly Ones

texto por Maria São Miguel

Os UGLY ONES não são pequenos monstros, mas um conjunto de acessórios, inicialmente dirigidos ao mercado masculino, criados pelo designer JOÃO LANDLOT em parceria com a modelo MARGARITA PUGOVKA, que aproveitam o savoir-faire nacional na arte da marroquinaria que ainda hoje produz para as grandes marcas de luxo internacional. E é um autêntico luxo que se oferece. Sob a capa de um patinho feito a dar os seus primeiros passos, a UGLY ONES já se põe nos bicos dos pés pela autenticidade do produto e qualidade dos materiais, nomeadamente a pele que é de primeira qualidade e trabalhada à mão por artesãos especializados, sempre fiéis ao seu processo

de construção original. A coleção de homem vai desde a mais casual backpack ao clássico tote bag, passando pelos porta-cartões, porta-moedas, e sem esquecer a capa para tablet. Para mulheres a marca lançou este ano uma Bucket Bag em pele em vários tons naturais. Toda a produção é esmerada com materiais interiores e apliques escolhidos a dedo. Detalhes que não passaram despercebidos à Farfetch, um dos gigantes do comércio online.

[www.theugly1s.com](http://www.theugly1s.com)

You Must Wear

# Beauty

textos por Sara Silva



## Mat Effect

Nem sempre é fácil escolher os melhores produtos para a nossa pele. Então quando se fala em maquilhagem para peles sensíveis, debatemo-nos com um grande problema. Mas há sempre uma solução e a MAKE UP FACTORY vem resolver esse dilema feminino com o novo primer "Mat Effect Make Up Base". De uma textura incrivelmente leve, este primer é ideal para aplicar antes da base e perfeito para todos os tipos de pele. Para além de matificar a tez durante todo o dia, previne o aparecimento de zonas brilhantes, minimiza a aparência dos poros e aumenta a duração da base. É o primer perfeito para a maquilhagem perfeita! MAKE UP FACTORY é uma marca exclusiva Perfumes & Companhia.



## Kat Von D

Para celebrar a época festiva que se aproxima e na azáfama da compra dos presentes, a SEPHORA veio descomplicar-lhe a vida. Seja família ou amigo, todos conhecemos alguém muito apaixonado por maquilhagem e, na dúvida, porque não oferecer um maravilhoso conjunto de maquilhagem da KAT VON D? Pois é, na SEPHORA podem encontrar os tão desejados conjuntos da KAT VON D com batons, sombras e até lápis labiais — e a preços muito convidativos. Não percam!



## Gold

Com os dias mais mágicos do ano a aproximarem-se, chegam também novidades a combinar com os dourados característicos da época. Nasce assim "CK One Gold" de CALVIN KLEIN, uma fragrância unissexo de edição limitada, que vem fazer um tributo à juventude millennial e lembrar-nos que as regras de género tradicionais devem ser postas de parte. É uma combinação sedutora que reúne aromas suculentos, frescos e amadeirados, fazendo realçar a aura juvenil no seu estado mais brilhante e prometendo gotas de ouro a cada experiência. Começando no figo, passando pela violeta e finalizando com um toque de madeira de guaiac esta mistura deliciosa de ingredientes irá destacar a ousadia daqueles que "transformam em ouro tudo aquilo em que tocam".



## Comporta

Já o velho ditado diz que "o que é Nacional é bom!" e agora chegaram os PERFUMES COMPORTA para comprovar ainda mais estas sábias palavras. Tudo começou pelas mãos de PEDRO DIAS, um advogado apaixonado pela área perfumista que se iniciou neste mundo como colecionador, depois como blogger e ainda como co-autor do projecto Learning Around the Coco. É agora também criador da linha de perfumes inspirada num dos lugares mais belos de Portugal: a Comporta. *Areia Salgada, Dona Bia, Palaítico, Mosquito, Muda e Sela* são os nomes atribuídos às seis fragrâncias criadas pelos mestres perfumistas BEATRICE AGUILLAR, DANIEL JOSIER e LUCCA MAFFEI que se inspiraram nos dias e nas noites de Verão desse paraíso na Costa Vicentina. Cada experiência olfativa conta uma história que não vai deixar ninguém indiferente a este incrível projeto perfumado.

# Fever Ray

Luxuriante e complexo identitário



FEVER RAY regressa com um poderosíssimo segundo álbum de seu nome *Plunge*. Passaram 8 anos desde que a artista lançou o seu homônimo álbum de estreia. Foi o tempo necessário para regressar com um disco pejado de incríveis novas canções, onde se expande para novos horizontes, cria novas abordagens e sobretudo expressa uma extraordinária e complexa nova construção de individualidade.

texto por Carlos Alberto Oliveira

Este projeto a solo de KARIN DREIJER, a outra metade do electroduo THE KNIFE, representa uma libertação e uma afirmação da sua personalidade não só enquanto artista, mas também enquanto mulher. Embora se trate de um álbum com contornos individualistas acabará certamente por provocar nos ouvintes um forte poder de identificação.

Embora não seja um álbum exclusivamente sobre o amor, acaba por explorar o conceito na forma como se coloca perante ele. Pressente-se a necessidade de dissecar o conceito entre o objeto e o sujeito até à exaustão. Há uma urgência do tudo ou nada. Uma necessidade de estabelecer uma realidade concreta e não dissonante. Por exemplo, a extraordinária *"A Part of Us"* celebra a criação, uma construção amorosa, celebrando a confiança e a persistência. Num outro quadrante, *"Wanna Sip"*, por sua vez retrata a faceta do amor onde a união e a comunhão nem sempre são uma garantia, confessando que amar não é fácil, antes pelo contrário chega a ser tóxico.

A estrutura musical de FEVER RAY sofreu uma mutação de um ambiente mais etéreo e místico, presente no seu disco de estreia, para uma corporeidade mais sexual e visceral. O extraordinário single *"To The Moon And Back"*, que serviu de apresentação ao disco, exhibe abertamente este conceito, sobretudo quando canta *"I want to run my fingers up your pussy"*. Novamente em *"This Country"*, voltamos a encontrar a crueza e abertura com que aborda o sexo ao vociferar *"This country makes it hard to fuck"*.

Evidentemente, as semelhanças com o seu agora extinto grupo THE KNIFE não são um acaso. Perceciona, assim, uma continuidade em abordar temas atuais de forma provocatória com o intuito de despertar reações numa sociedade que considera hipócrita. Mais uma vez, *"This Country"* encaixa num exemplo de uma música salpicada de manifestações políticas e preocupações sociais quando canta *"Free abortions and clean water!"*.

A estrutura musical das canções é levada, por vezes, à exaustão da repetição dos beats e sintetizadores

maquiniais atingindo com frequência o estado maníaco. *"An Itch"* explora este método, carregado de tensão induzida pela vocalização frenética. Num nível semelhante, as fortes e hipnóticas batidas de *"IDK About You"*, que conta com a colaboração da Jovem portuguesa produtora NÍDIA, eleva o seu maníaco furor num grito feral e tribal, estendendo o limite do Clubbing, num ritmo frenético dos Beat a 150-BPM e as batidas da cuíca.

A sua liberdade sexual é frequentemente avivada pela necessidade de se insurgir contra o tabu de poder amar livremente quem o seu coração dita. KARIN grita desesperada e insurge-se contra esta demanda através do manifesto *"That old feeling of shame/She makes me feel dirty again"*, em *"Falling"*.



Ainda podemos encontrar momentos fantásticos ornamentados por cenários misteriosos, rodeados de natureza noturna sob a luz de uma lua cheia gélida do Norte, sobretudo no tema *"Mustn't Hurry"*, onde os sintetizadores ditam a métrica de forma sublime, num registo emotivo e cristalino. Em *"Red Trails"* os violinos

introduzem a melodia e a simplicidade das batidas sintéticas romantizam uma sonoridade que poderia assumir a banda sonora de um dos nossos dias mais melancólicos.

O tema título do álbum *Plunge*, cresce em camadas sintéticas, transformando um tema instrumental numa viagem espacial entre mundos imaginários e místicos, com a crueza maquinal e industrial que tão bem é orquestrada transversalmente no disco.

Ao segundo disco, FEVER RAY concebe um álbum provocativo, onde a sua individualidade finalmente emerge e vinga. As letras são ao mesmo tempo provocações e manifestos da sua identidade. Ela, a mulher, é o elemento central da sua sexualidade, das suas pulsões e das suas crenças, mas também é ela que assume o poder e o comando. Aqui assistimos ao registo da sua mutação cirurgicamente desenvolvida e apresentada num admirável novo corpo.



# Surma

Um pequeno  
tesouro português

*Antwerpen*, álbum de estreia de SURMA, multiplica-se através das listas que dão conta dos melhores trabalhos do ano. Nada mais justo: esta é uma artista que tudo merece.

texto por Rui Miguel Abreu  
fotos por Hugo Domingues

Em conversa recente, SURMA revelava: "Assim que pus os pés em Antuérpia pela primeira vez, fiquei totalmente impressionada com a vibe da cidade, a vida que me trouxe, as pessoas espectaculares que lá residem. Foi toda uma energia incrível que eu senti enquanto estive lá. Decidi intitular o álbum desta forma não só por essa razão, mas também porque não quero esquecer como foi o início desta viagem. "Maasai" foi a minha primeira música, foi a que deu a conhecer o projecto. É como que uma homenagem e um agradecimento a esta cidade incrível, não esquecendo nunca como foi o início".

É importante que uma artista assim tão jovem, que poderia estar deslumbrada com a (justa) aclamação generalizada, não se esqueça de onde vem, porque só assim poderá ter certezas sobre o lugar —ou lugares...— para onde vai. E a julgar pelas notícias que a sua editora, a Omnichord, vai soltando, SURMA vai a muitos sítios no novo ano. O que faz pleno sentido, já que a sua música pode ser um tesouro nacional, um segredo mal guardado que todos querem partilhar, mas é suficientemente forte e distinta para fazer sentido em qualquer continente onde ponha os pés.

Quem já ouviu SURMA ao vivo sabe bem o quão especial esta artista é. A sua música faz-se de camadas circulares, tão etéreas como o fumo ou o vapor, que parecem esfumar-se diante dos nossos ouvidos. E ela, qual escultora, vai erguendo as canções, melodia a melodia, pedaço a pedaço, instrumento a instrumento, soltando aquelas palavras de uma inocência estranha e envolvente, enredando-nos na sua magia muito particular, com uma voz que parece vir de outra dimensão.

O trabalho de estreia, *Antwerpen*, finalizado por SURMA com a inestimável

colaboração do CASOTA COLLECTIVE, faz-se da mesma massa que se descobre em palco, mas é mais estruturado, mais pensado, mais conseguido, com as canções a mostrarem-se capazes de sobreviverem para lá do primeiro contacto e da surpresa que esses momentos sempre suscitam. Há ideias sérias aqui, sobretudo no plano melódico, nas atmosferas delicadamente construídas. Há um conceito, um som, que SURMA reclama como seu. E isso é matéria de espanto.

Esse cuidado que a artista que em casa responde pelo nome de DÉBORA UMBELINO parece colocar em tudo também se manifesta nos vídeos. "Plass" é o mais recente: "a pele e o corpo como base de texturas e experiências visuais que reflectem as paisagens sonoras de *Antwerpen*," explicou em entrevista o CASOTA COLLECTIVE, que também assina este documento visual de SURMA. A



pele é, afinal de contas, o primeiro dos nossos pedaços de corpo a acusar o contacto com a música de SURMA — pela forma como se arrepiam por vezes tal a beleza que a artista consegue conjurar quando tudo— palavras e melodias, ritmos e arranjos, se conjuga e nos arrebatam. E ao longo do álbum de estreia de SURMA essa é uma sensação que se repete com alguma frequência. Mais um sinal da dimensão do pequeno tesouro que 2017 conquistou quando *Antwerpen* foi lançado.

Este é, certamente, apenas o princípio da história. Uma viagem pela Escadinávia levou SURMA a dar-nos este enorme disco. Imaginem agora que o mundo se vai escancarar á sua frente por causa dos concertos já anunciados. Imaginem as canções que DÉBORA vai recolher na sua imaginação. Imaginem o deslumbramento que vai trazer para casa. Imaginem o futuro que isso vai implicar. Imaginem...

# A Arte de Reciclar



Bear, 2016 Turim, ©BORDALO II



Half Rabbit, 2017  
Vila Nova de Gaia, ©BORDALO II

A luz incandescente revela um espaço de trabalho. Entre latas de spray, tampas de plástico e restos de contentores, conhecem-se os cantos do atelier de ARTUR BORDALO. O primeiro de três. Do espaço entrópico, rodeado de paredes coloridas, passamos para uma sala completamente antitética: uma divisão mais pequena, com luz natural, apenas ocupada com um banco e duas cadeiras. O cenário ideal para dar começo à conversa com o artista, mais conhecido por BORDALO II, segundo de uma dinastia iniciada pelo seu avô, "um pintor clássico de Lisboa", revela.

texto por João Patrício



Portu-galo, Beja, ©BORDALO II

ARTUR não consegue delinear o começo da sua paixão pelas artes plásticas. "É algo que existe em mim desde que me lembro de existir", confessa. A figura do seu avô jogou aqui um papel importante. O artista passou desde cedo muito tempo em casa do avô, em especial no seu atelier, a pintar e a experimentar materiais. "As primeiras noções de pintura, de materiais, todas essas noções básicas que um artista deve ter, foram todas dadas por ele", recorda.

Inspirado pelas suas vivências e pelo mundo que o rodeia, ARTUR salvaguarda que cada série de trabalho pressupõe uma reflexão diferente. Olhando para as peças da série "World Gone Crazy", BORDALO relembra que a interação entre as várias personagens tinha que ser pensada, de forma a criar "uma série de relações". Já nas obras "Big Trash Animals", onde o artista recria animais em grande escala a partir de desperdício humano, o processo parte de uma imagem ou uma referência.

O processo de criação nem sempre é linear. BORDALO relembra a peça que fez em alto mar, perto da ilha de Aruba. A falta de meios e a instabilidade do local

foram fatores que complicaram todo o processo de expor a peça num navio abandonado. "Tivemos que montar andaimes dentro de água" – explica – "mas as ondas não ajudavam, sendo que vinha uma e desfazia praticamente tudo aquilo que estávamos a fazer".

Mais do que a estética, BORDALO II preza pelo enriquecimento pessoal trazido pelas suas obras e pela mensagem que pode vir a passar. Nos Açores, ARTUR teve a oportunidade de criar várias peças, aquando de um festival de street art. Para o artista, as experiências com a população local foram essenciais. Recorda a sua estadia em Rabo de Peixe, onde esteve a trabalhar de perto com as crianças, que inicialmente não o deixavam trabalhar e no fim revelaram-se aliados no processo de criação. "O resultado final, esteticamente, não foi para mim a peça que idealizava, mas acho que toda a parte social que aconteceu à volta daquele processo foi muito mais enriquecedor", salvaguarda.

Foi durante essa estadia nos Açores que nasceu a série "Big Trash Animals". Perto de S. Miguel, ARTUR



Red Squirrel, Dublin, Ireland, ©BORDALO II

não ficou indiferente ao cenário que encontrava nas rochas, onde as crianças apanhavam caranguejos. A partir de um armazém abandonado, o artista plástico recolheu uma carcaça de um barco e algumas peças de carros. Concebia assim a primeira obra da série: "um caranguejo gigante, feito de material robusto, de desperdício humano, um caranguejo que se pudesse defender dele mesmo e dos miúdos", descreve.

Do reportório de BORDALO II surge a exposição *Attero*. "É um nome interessante porque está próximo de 'aterro', o ir ao fim da linha buscar aquilo que acabou e transformar em algo de novo", comenta. Trata-se da primeira exposição do artista que, devido à popularidade, foi estendida por uma semana. *Attero* "é um apanhado" daquilo que ARTUR tem vindo a criar nos últimos anos. Tem peças nunca antes expostas, obras de séries novas, vídeos e instalações. BORDALO reconhece que a exposição tem superado as expectativas. Sabe que à porta se estenderam longas filas de espera e diz ficar contente com o facto de as pessoas esperarem, "porque mostra

que estão interessadas não só pela arte em si, mas provavelmente também pela mensagem, que é algo que tem cativado o público".

Quanto ao próximo passo de BORDALO II, o artista não hesita: "sobreviver", afirma entre risos! ARTUR pretende continuar a explorar as séries que tem vindo a criar e a produzir novos projetos. Há muita coisa que quer fazer, reconhece. "Um dos meus objetivos enquanto artista é não me prender a uma fórmula e explorar aquilo eternamente enquanto funcionar. Acho que isso é extremamente redutor", defende. Explorando novos caminhos, BORDALO não pensa desprender-se do seu papel ativista. Sabe que tem tido o seu impacto, mas, admite "isso não muda o mundo, não muda nem 0,00001, mas nós temos de começar por algum lado".

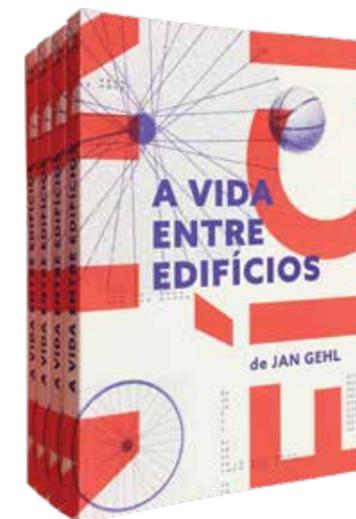
ARTUR sabe o poder da arte na divulgação e na educação da sociedade, e por isso conclui que "o trabalho de todos os artistas que têm algo a dizer e que tem uma componente crítica em relação aos problemas da atualidade é bastante importante.



texto por Fernando Ramalho  
(Livraria Tigre de Papel)

## A vida entre edifícios

"Nos anos 1960 ninguém sabia nada sobre pessoas e cidades." Foi assim que JAN GEHL –influente arquiteto e urbanista dinamarquês, numa entrevista recente, descreveu o estado da arte do conhecimento da cidade e os seus usos quando começou a trabalhar na Escola de Arquitectura de Copenhaga, logo depois de aí ter terminado o seu curso.



O ponto de partida da sua investigação foi justamente a identificação da necessidade de conhecer e sistematizar o modo como a cidade é usada e experienciada, ou seja, de consolidar uma visão detalhada sobre a vida quotidiana urbana no contexto do desenvolvimento das cidades no pós-guerra. Esse esforço inicial de sistematização permitiria orientar o trabalho de arquitetos, urbanistas e planeadores para imaginar uma cidade vista a partir da escala humana –ou, para usar as palavras do próprio JAN GEHL, para imaginar «uma cidade para as pessoas».

Desencantado com um urbanismo que planeava a cidade a partir de cima –de que, do seu ponto de vista– Brasília será o pior dos exemplos –Jan Gehl começou por opor uma mudança para um olhar que se posicionasse a partir do chão, a partir do modo concreto como as pessoas, quotidianamente, usam a cidade. O desenho da cidade, portanto, deveria subordinar-se não à disposição dos edifícios, mas, pelo contrário, essa disposição deveria ser determinada pela vida que se dá entre eles. Para JAN GEHL, tratava-se de recuperar a lógica pré-moderna de desenvolvimento das cidades, subordinada justamente às necessidades da sua utilização pelas pessoas.

Determinado, então, em investigar os detalhes da vida quotidiana nas cidades, ocupa-se nesses anos a sistematizar informação e a produzir o pensamento que culminará com a publicação, em 1971, do seu primeiro livro, *A Vida entre Edifícios* –recém-publicado em

língua portuguesa, pela primeira vez, pela Livraria Tigre de Papel e a Cicloficina dos Anjos. Nessa obra seminal, entretanto traduzida e publicada em variadas línguas e países, JAN GEHL produz um mapeamento compreensivo das experiências e das relações que se estabelecem quotidianamente na cidade moderna, ao mesmo tempo que esboça os termos da inversão de perspetiva que passasse a imaginar a cidade a partir das pessoas.

Abundantemente ilustrado e escrito numa linguagem simples, a capacidade de *A Vida entre Edifícios* de escapar ao estreito círculo especializado da esfera académica, podendo ser lido, compreendido e apropriado por qualquer interessado por estes temas, é sem dúvida um dos seus maiores méritos. Por outro lado, quase 50 anos depois da sua primeira publicação, o livro –e o conjunto da obra de JAN GEHL– continua a influenciar o pensamento e a ação de planeadores, mas também de ativistas e dos mais diversos atores da vida urbana. É particularmente importante a influência desta obra de JAN GEHL no ativismo que se centra numa mudança de paradigma na utilização do espaço público e na mobilidade, especialmente através da redução da presença do automóvel individual privado e da promoção da utilização da bicicleta. Em particular numa cidade com as características de desenvolvimento que se verificam nos dias de hoje em Lisboa, JAN GEHL e *A Vida entre Edifícios* mantêm uma renovada atualidade.

# Design



↑  
Casa Terra e  
Tuma, ©PEDRO KOK



←  
Piseagrama

# Brasileiro

## Brasil Hoje

O Palácio Condes da Calheta recebe, até ao final deste ano, a exposição "Brasil Hoje". Propõe um percurso ao visitante de reflexão sobre a produção de design no Brasil, sem descuidar os contrastes sociais, históricos e culturais do país.

texto por Carla Carbone

O design no Brasil viu nascer o sol, até aqui submerso nos princípios da Ulm, quando os irmãos CAMPANA emergiram internacionalmente com as peças de design que não negaram a expressão popular do seu país, o seu pulsar, os seus contrastes sociais, o caos das grandes cidades, a estética da favela. No sentido Bourdieuriano, os irmãos CAMPANA, souberam, mais do que nunca, perceber o contexto em que se inseriam, e compreender que o mesmo vai desbastar, esculpir as características do seu próprio design, a produção de objetos, a criação do design brasileiro. FERNANDO CAMPANA, em 2011, numa entrevista dada a Catharina Wrede, para a Globo, disse, em jeito de manifesto, o seguinte: "Não sou alemão, não sou japonês minimalista... Sou brasileiro! Não fui procurar inspiração na Finlândia". Esta frase de CAMPANA demonstra bem o esforço que tem sido feito pelos designers brasileiros, para que emergja uma realidade criativa mais autêntica, autóctone, e de identidade puramente brasileira, além da preservação da memória, cultura e património de um país.

O design defendido nas academias do Brasil era de acento fortemente alemão, mais concretamente regido pela rigidez da "matriz ulmiana", de TOMÁS MALDONADO, e de certa "herança bauhausiana", como diz ZOY ANASTASSAKIS, no texto introdutório, ao seu livro "Triunfos e Impasses". Ora, era um design pouco orientado para a realidade brasileira. Por esse motivo, podem ver-se, na exposição, dispostos num escaparate, alguns postais de várias cores, com uma seleção de frases, entre elas a de EMILIO VILLA: "Os puristas são enfadonhos e inúteis", ou a frase de ANTONIO RANGEL BANDEIRA, que defende que em "arte, o melhor meio de atingir o universal é a partir do regional, ou do nacional. É fincar-se nas raízes do folclore, ou do popular, até transformar-se numa expressão do seu próprio povo". O design não pode separar-se da matriz da vida, parafraseando PAPANÉK.

Num Brasil complexo e de diferenças sociais acentuadas, a exposição comissariada por FREDERICO DUARTE põe a nu, enfatiza, essa complexidade brasileira. Um vídeo, visionado, antes de o visitante entrar no corpo principal da exposição, mostra um Brasil feito de disparidades sociais, e de palavras de ordem: "Salvem os índios isolados", "Aldeia resiste", mostram-se rostos de brasileiros desaparecidos, fazem-se perguntas: "Missão de paz com exército nas favelas?".

Na exposição *Brasil Hoje*, patente na sede do museu MUDE, encontramos uma seleção de peças que procuram dar resposta às diferentes necessidades/condições da população do Brasil. A *Bomba Hacker*, 2014, da coletiva

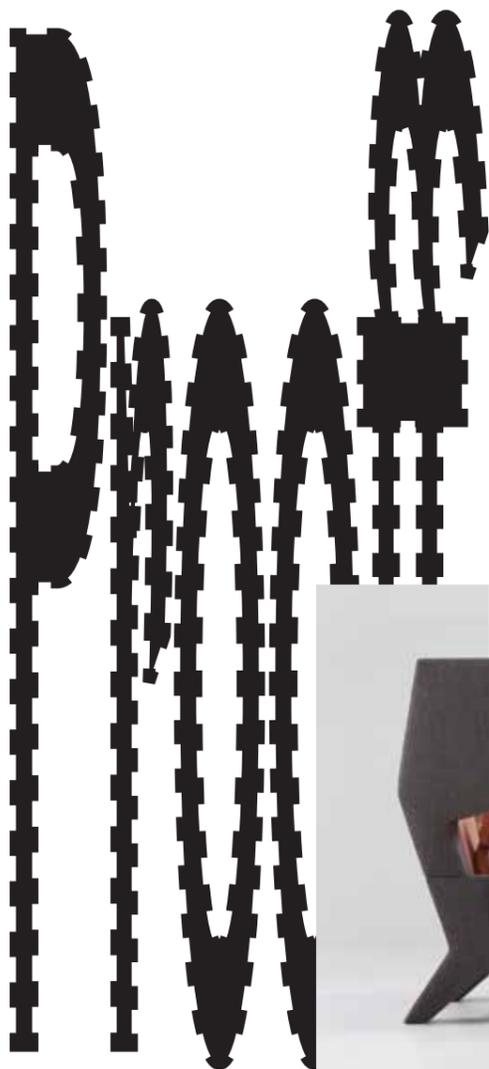
FLUI, procura responder a um problema vivido recentemente na cidade metropolitana de São Paulo, uma crise hídrica que afetou 20 milhões de habitantes, e que consistiu, no racionamento drástico da água. A *Casa Vila Matilde* (2015) é outro dos exemplos de uma escolha feita com base em critérios sociais. Um design adequado às necessidades concretas da cliente, do gabinete de arquitetos TERRA E TUMA, longe da casa de arquiteto e da habitação de luxo contemporâneo. O Pavilhão do Brasil, em Frankfurt, com os seus módulos em cartão, do grupo de designers TTT PROJECTOS e DTDG, de 2017. A Cerâmica do Cabo, surgiu de uma colaboração entre académicos e oleiros pernambucanos, com o objetivo de valorizar o autóctone e a produção artesanal regional. No palácio podemos ver as Melissa Creations, a linha Brasil-Rio, uma linha social de souvenirs carioca, entre muitos outros produtos.



Jarra pós-tropical,  
©GUILHERME WENTZ, foto Bruno Simões

Apostando no mobiliário de escritório, a PROOFF, um atelier holandês de design, pensou as suas propostas a partir das relações de trabalho que se desenvolvem no dia-a-dia de uma empresa moderna. Produz peças com formas muito particulares que são na verdade o espelho da dinâmica e da interatividade que se exige hoje entre funcionários num local de trabalho.

texto por Francisco Vaz Fernandes



↑  
OffSize,  
©LÉON DE LANGE



←  
EarChair,  
©JURGEN BEY

Apesar de ser uma agência a trabalhar com vários designers, a PROOFF conseguiu imprimir entre os seus interlocutores a sua visão do mundo do trabalho num escritório, o que assegurou, quando se olha para o seu catálogo, uma grande coesão no conjunto das suas propostas. Partem da ideia de que no futuro as relações profissionais tenham que ser mais imediatas, mais fluidas e menos hierarquizadas. Para a PROOFF, a vida empresarial será cada vez mais menos individualista e mais em equipa, o que implica uma mudança de postura e conseqüentemente um novo desenho do espaço de trabalho assim como do mobiliário que lhe será adequado. Ou seja, o novo mobiliário

que propõem é pensado para espaços abertos, sem paredes, sendo que estas criam barreiras e estratificam o espaço. Querem que o seu novo mobiliário seja mais polivalente em termos das funções e que inclusivamente contribua para o desenho do espaço. Uma peça pode ser uma cadeira, mas pode igualmente ser uma mesa e, porque não, quando aglomerada ser um espaço fechado e oferecer até o secretismo de uma reunião. Para isso contribui a forma como essas peças de mobiliário se organizam e se posicionam no espaço do escritório.

*Niche* é nesse sentido uma das peças mais notáveis da PROOFF. Desenhada pela AXIA DESIGN, pode ser vista



↑  
SitTable, ©UNSTUDIO



↑  
Niche,  
©AXIA DESIGN

←  
Worksofa,  
©JURGEN BEY



como um sofá de dois lugares com umas costas que se elevam e formam um teto com dois pontos de luz. Quando dois destes sofás são colocados frente-a-frente, transformam-se num espaço vedado, uma espécie de casulo almofadado que protege os usuários dos sons exteriores como garante a descrição necessária de uma sala de reuniões. Além disso proporciona uma aproximação física dos indivíduos que ocupam o espaço. Com a mesma filosofia, mas visualmente mais leve e portátil, a PROOFF propõe ainda a cadeira *Ear Chair* de JURGEN BEY que se distingue pelas abas laterais assimétricas que podem ser vistas como sendo uma espécie de orelhas. As suas abas circunscrevem visualmente um

espaço fechado propício a encontros de trabalho. Um dos braços destas cadeiras é proposadamente mais longo e largo para servir de base de apoio aos dispositivos móveis.

Essa possibilidade de estimular um diálogo genuíno está igualmente presente em *Worksofa*, uma peça constituída por seis módulos diferentes que se encaixam como peças de um puzzle. Na sua diversidade de níveis de acento, formam um anfiteatro convidando a uma diversidade de formas de estar desde a mais formal até estar descontraidamente estendido. É uma peça com uma função quase lúdica, que serve de estímulo à descontração com o objetivo de ter encontros mais produtivos.



entrevista por Joana Teixeira  
retrato por Kenton Thatcher

# WOW! César Mourão

**CÉSAR MOURÃO** é o trapezista da comédia portuguesa. O ator faz uma ginástica cômica, sem rede nem guião, em palco, na rádio e na televisão. E é agora o rebenta-bolhas de plantão aos Domingos à noite com o programa "D'Improviso". **CÉSAR MOURÃO** rebentou a sua bolha para falar com a Parq sobre humor de improviso, situações desconfortáveis, adrenalina e "velhas".

*A pergunta que todos devem fazer: porquê o improviso? Dá-lhe adrenalina não ter guião?*

**CM:** O improviso aparece na busca de querer fazer diferente. A adrenalina é maior, e isso é bom.

*Tem experiência tanto como ator, como a improvisar. Hoje em dia, qual é mais fácil para si? Trabalhar com ou sem guião?*

**CM:** Nenhuma é. Mas, atualmente, onde estou mais descansado é a improvisar. Mas em ambas a sensação ainda é a mesma.

*Acredito que com tanto trabalho de improviso na manga já exista um processo de treino. Pode dar umas dicas da sua preparação?*

**CM:** Não há ensaios, faço "treinos" para exercitar a mecânica, mas nada mais do que isso. São experimentações apenas.

*E com tantos ensaios feitos, acha que o público é às vezes previsível nas situações que sugere ou é sempre uma surpresa?*

**CM:** Muitas vezes é previsível, o público também está cada vez mais a perceber este tipo de espetáculo, não existe assim há tantos anos em Portugal.

*Tem um novo programa na televisão —o "D'Improviso".*

*Acha que o formato que tem nos espetáculos e na rádio se adaptou bem à televisão?*

**CM:** Acho que sim. O improviso é muito difícil de vingar em televisão, até porque a própria televisão tem medo de arriscar, mas aqui tenho de dar os parabéns ao canal pela coragem.

*E acha que ter um programa de televisão seu, fazendo o que faz melhor, é o supprassumo da sua carreira ou ainda há mais por vir?*

**CM:** Há sempre mais. Até porque não me considero um humorista, sou um ator e como ator os desafios não se esgotam num programa de televisão apenas.

*E agora que já correu a improviso palco, rádio e televisão, qual é o meio que prefere e qual o que apresenta mais desafios?*

**CM:** Prefiro sempre o palco, não há como fugir. É o mais natural, ainda por cima com o público mesmo ali.

*Quando pede letras para improviso, há alguma que odeia que sugiram?*

**CM:** Não gosto do R. Não sei porquê.

*Curioso, apostava no X ou no Z.*

**CM:** Não, essas dão para fazer boas piadas e são sempre surpresas!

*Tem alguma preferência especial pelo personagem da "velha" —que já é um clássico seu?*

**CM:** Tornou-se um clássico, sim. Gosto muito de interpretar esse personagem. Mas por nada de especial, talvez porque me faz lembrar a minha avó.

*Então, pode dizer-se que os personagens e situações que improvisa acabam por ter inspiração em pessoas e histórias reais?*

**CM:** Têm sim, mas não de uma só. As minhas "velhas", por exemplo, são uma mistura de várias pessoas.

*Já referiu algumas vezes que a sua filha tem um sentido de humor*

*apurado. Pode partilhar alguma piada que tenha partido dela?*

**CM:** "Pai, dá-me água.", diz ela.

"Mariana, se...?, pergunto eu.

"...túbal.", responde ela.

*Genial. Especialmente vindo de uma criança! Treina improviso com ela?*

**CM:** Sim, muitas vezes. Jogamos muito ao meu jogo do "rebenta a bolha".

*Não se considera humorista, mas sim ator. Acha que tem o selo da comédia? Isso incomoda-o?*

**CM:** Não me incomoda, muito me orgulha trabalhar em comédia —parente tão pobre da representação, mas é fácil acharem que nada mais consegues fazer.

*Está desejoso que o convidem para um papel mais dramático?*

*Ou vive bem sem isso, sem pressões para que aconteça.*

**CM:** Exatamente isso, sem pressões nenhuma mesmo. Nem penso nisso sequer.

*Também já referiu várias vezes que o seu humor não parte de ofensas gratuitas. Mas, não é um pouco difícil controlar isso quando improvisa?*

**CM:** É difícil controlar, mas controlo. Muitas vezes tenho de engolir piadas que me surgem... aliás, são mais as que não digo.

*Mas, se estiver a improvisar, por exemplo, com figuras públicas das quais, pessoalmente, não gosta, é mais difícil não engolir essas piadas? Ou o personagem ganha sempre?*

**CM:** O personagem ganha quase sempre. Mas também não tenho assim tantos ódios.

*Mas dá-lhe um prazer especial colocar figuras públicas fora da sua zona de conforto, como se vê pelo programa "D'Improviso".*

**CM:** Dá-me prazer porque sei que é bom para elas também —em termos de adrenalina.

*Foi fácil convencer diferentes personalidades, especialmente do meio jornalístico, a participar no programa? Surpreenderam?*

**CM:** Foi muito fácil, aceitaram logo! E surpreenderam mesmo muito. Embora eu já soubesse que iriam fazer muitíssimo bem!

*Os convidados têm sido inesperados, mesmo. E já que gosta de colocar as pessoas em situações desconfortáveis — ao longo da sua carreira já teve algum momento assim?*

*Onde "o feitiço se tenha virado contra o feiticeiro"?*

**CM:** Não me lembro de muitos, mas o mais recente foi no primeiro programa "D'Improviso" com um miúdo de 13 anos cheio de respostas para me dar.

*Quais as características que aprecia mais num humorista? Presumo que tenha pessoas no humor que admira e que o inspiram.*

**CM:** Claro que sim, mas o timing é tudo. Saber dizer a piada é melhor que uma boa piada.

*Para finalizar, tem algo novo em vista para 2018?*

**CM:** Estou a preparar uma série e um filme, mas ainda é cedo para falar.

# Society

## Uma série de reflexões sobre moda e sociedade

A moda é uma matéria estética da nossa sociedade, uma das mais visíveis. É orgânica, mas a forma como é fabricada —em termos de produção e da sua propaganda— torna o termo algo ingénuo, algo obsoleto. A moda pode ser arte, génio ou a roupa que vestimos. Tornou-se um fenómeno global, mas também pode ser uma manifestação cultural, local, única. É, sem dúvida, um sinal dos tempos. A moda pode ser um movimento cronológico, completo com elipses e flashbacks. Sempre foi uma reflexão sobre o momento que vivemos, permite-nos ilustrar a história e o passado, ajudar-nos a reconstruir o agora. É importante pensá-la como parte integrante da sociedade em que vivemos. A moda está entre nós, todos os dias —conseguimos vê-la se estivermos atentos. Chega-nos através de uma variedade de materiais, formas e cores. Brilha nas grandes avenidas das capitais, apanha o autocarro para o bairro, estaciona no subúrbio à espera de nova ida ao centro comercial.

A moda está presente em cada um de nós, mesmo quando escolhemos ignorá-la. A sociedade cedeu a esta manifestação, elevou-a ao nosso quotidiano, garantiu-lhe um lugar quase religioso. Hoje em dia tem os seus próprios eventos, celebrações e momentos sagrados. Porquê? Há uma estranha obsessão quando se fala de moda. Uma tendência não é muito diferente de um efeito dominó. Sofremos de uma obsessão por ícones, símbolos e, sobretudo, novidades. A moda tem efeitos secundários. A nossa própria glorificação visual, o narcisismo que classifica este início de século vinte e um. Ainda assim, a sua génese é bela e funcional. Podemos apreciar umas calças construídas para um dia de trabalho, redescobrir a silhueta feminina num vestido de AZZEDINE ALAIA. O artesanato, uma peça-chave, um look completo. A moda tem uma série de dimensões distantes, torna-se quase infinita enquanto disciplina artística.

Será que a moda ainda se preocupa? Às vezes parece que o hype ficou com o lugar do mérito. Nem é preciso fazer muito por isso —a publicidade, a blogger, o nosso Instagram, bem, até as montras, as fachadas e os letreiros das lojas o fazem a toda a hora. É uma indústria com lucros trilionários, que se estende a todo o mundo, com efeitos perversos sobre uma série de pessoas e áreas da sociedade. Será que a noção que temos de moda ainda se reflete na moda que, de facto, vivemos? Num mundo dedicado ao seu próprio reflexo, fazemos uma pergunta maior: até que ponto é que a moda se preocupa com a sociedade? Até que ponto é que a sociedade se preocupa com a moda? Parece-nos uma reflexão digna de ser feita — de forma livre, incisiva e off-concept. Será possível lá chegarmos através de uma demanda estética? Como seria possível fazê-lo, se não fosse assim?



Name: Rubén Osório  
Age: 28  
Occupation: Stylist Freelancer

Fotografias por ANDY DYO, com direcção e styling de TIAGO FERREIRA, make-up e cabelos por VERONICA ZOIO

óculos GUCCI na André Ópticas, casaco Trucker Jacket LEVI'S,  
jeans LEVI'S 501 skinny, cinto e texanas JOKER



Name: André Leal

Age: 36

Occupation: Handyman | André Ópticas



Name: Valentina Garcia

Age: #%^>

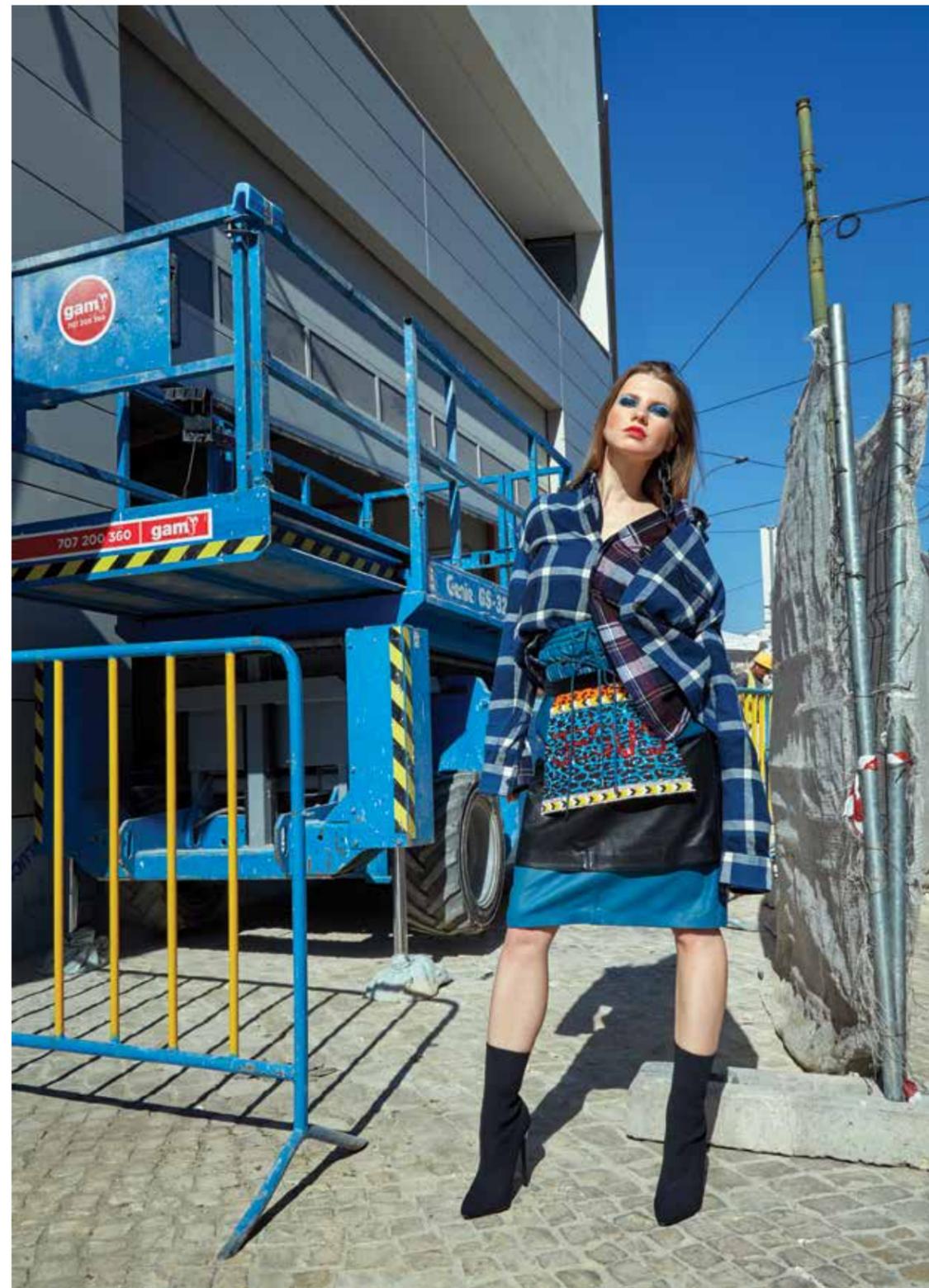
Occupation: Sócia / Empresária | Storytailors

trench-coat STORYTAILORS – Sartor Collection, cintos STORYTAILORS,  
vestidos e botas MANGO, brincos AS DE ESPADAS, saco stylist own

parka ALEXANDRA MOURA x DUFFY SS18, camisa ALEXANDRA MOURA SS18, jeans LEVI'S 501 skinny, botins e colares Miguel's own, óculos CHRISTIAN ROTH no Olhar de Prata



Name: Miguel Marques Costa  
Age: 24  
Occupation: Creative Director at CRTD World



Name: Irina Kozelagi  
Age: #%\*~  
Occupation: Designer @ Jesus Studio

brincos INES NUNES, camisa DC, camisa CHEAP MONDAY, saias PEPE JEANS, avental JESUS STUDIO, botins STEVE MADDEN

bomber e tank-top PEPE JEANS x ANDY WARHOL pre-collection SS18,  
saia CHEAP MONDAY, luvas AS DE ESPADAS, botins Lola's own



Name: Lola Herself

Age: 23

Occupation: Spced Magic



Name: Gil Mendes

Age: 34

Occupation: Desempregado / Lutador Muay Thai

hoodie LE COQ SPORTIF, casaco, colete e calças  
ADIDAS EQUIPMENT, ténis MERRELL

óculos Carolina's own, gola alta SISLEY, poloe colete FRED PERRY, fato e botas MANGO, pulseira AS DE ESPADAS, saco EDGAR SILVA - ESART SS18,



**Name:** Carolina Cartola

**Age:** 29

**Occupation:** Assistente de Realização



**Name:** Maria José Ruivo

**Age:** 56

**Occupation:** Ex-delegada de Informação médica

casaco EDGAR SILVA - ESART SS18, vestido PEPE JEANS pre collection SS18, anel e collants stylist own, botins STEVE MADDEN

blusão NYCOLE SS18, gargantilha PRIMARK, blusão, calças e waist bag POLAR na Impasse, sapatos DR. MARTENS, cinto JOKER, correntes stylist own



A moda é uma \_\_\_\_\_. Afinal, tem desempenhado um papel \_\_\_\_\_ na nossa vida, costuma pedir-nos \_\_\_\_\_ em troca de \_\_\_\_\_. É por isto que quando pensamos no aspecto social da moda, concluímos que é \_\_\_\_\_. A moda é \_\_\_\_\_ para a maioria das pessoas, até para nós próprios. \_\_\_\_\_ a forma como nos vestimos. O próprio ritual da moda é \_\_\_\_\_. A sério, eu quando penso em desfiles fico logo \_\_\_\_\_. O que se passa na passarelle é \_\_\_\_\_, o que se passa à sua volta é \_\_\_\_\_. É fácil percebermos fenómenos como bloggers, tornaram a moda ainda mais \_\_\_\_\_. Tornam a publicidade \_\_\_\_\_. Assim é natural que as campanhas fiquem cada vez mais \_\_\_\_\_ e, claro, \_\_\_\_\_. Os nossos hábitos de consumo mudaram. Somos consumidores cada vez mais \_\_\_\_\_. Os próprios designers sabem disso, tornaram-se \_\_\_\_\_. O hype da estação chega a \_\_\_\_\_ gente. Quando pensamos no ensino de moda, no papel de um designer, na indústria em si, chegamos à conclusão que tudo isto é \_\_\_\_\_. É assim que a moda funciona. A verdade é que isso é uma \_\_\_\_\_ para a nossa vida em sociedade. Tudo isto me faz sentir algo \_\_\_\_\_.

Preenche os espaços vazios e partilha a tua opinião com #SocietySeries

Name: Ganda  
Age: 28  
Occupation: Músico

\$ 10



**martim**

**LIVE**

# BREAKING NEWS

15:35

sunglasses . christian dior . olhar de prata >> shirt and tee . crtd world kenya collection >> jeans . lidija kolovrat >> tie . stylist own >> belt . joker

photography . lisboeta italiana

fashion . tingo ferreira

\$ 10



# POSTERS

daniela featuring  
dress + trousers . inês torcato  
earrings . storytailors  
belt . joker

mua . veronica zoia  
hair . aurelio ramos  
artwork . ruben osorio  
models . karakter agency



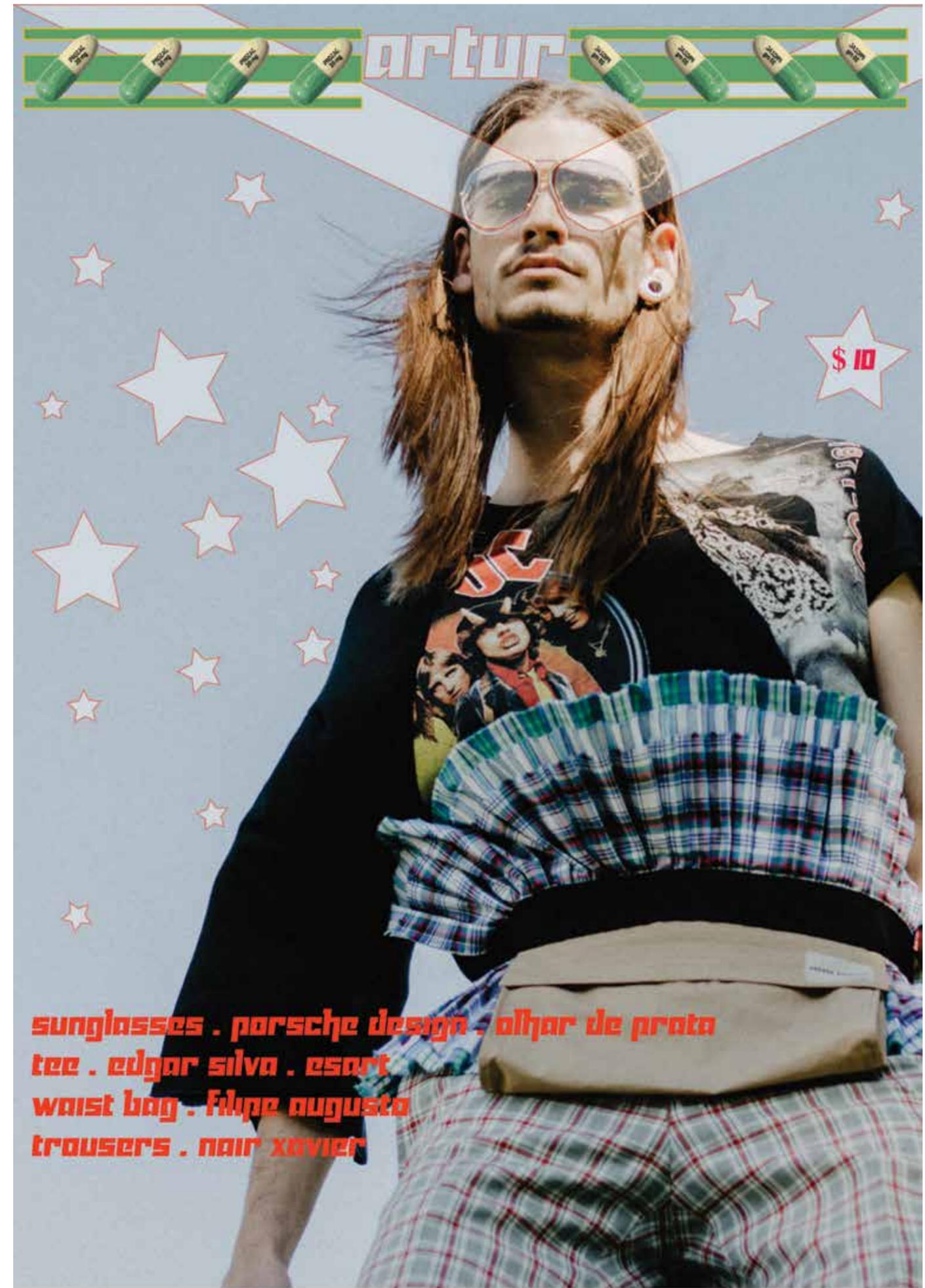
аnyah

\$ 10

**WEARS**

*jacket . lidya kolovrat  
vest . storytailors  
belt . joker*

*pants . filipe augusto  
bag . louis vuitton  
earrings . mes nunes*



artur

\$ 10

*sunglasses . porsche design . alhar de prata  
tee . edgar silva . esart  
waist bag . filipe augusto  
trousers . nair xavier*



discretion will protect you,  
and understanding will guard you.  
- proverbs 2:11 -



earrings . ines nunes  
dress . luis buchinho

( 0024 - 43 21\*\*\* )

**robbie**

**\$ 10**



**sunglasses . christian roth . olho de prata  
shirt . crtd world kenya collection**

**trench coat . lidya kolavrat  
suit . noir xavier  
belt . joker**

**\$ 10**

"If you're not part of the  
solution...  
you're part of the problem"



**madalena wears  
trench coat . alexandra moura**

\$ 10

**marcos**

FRAGILE HANDLE WITH CARE



FRAGILE HANDLE WITH CARE



FRAGILE HANDLE WITH CARE

FRAGILE HANDLE WITH CARE

FRAGILE HANDLE WITH CARE

**DANGER**

top . david catalan

**alexander**

\$ 10



**blazer . noir xavier**  
**top + trousers + bag . david catalan**  
**sneakers . exceed**  
**sunglasses . christian dior . olho de prata**



## Cabana Mad

texto por Francisco Vaz Fernandes

De gosto eclético e um homem do mundo, o italiano ANTONIO LETTIERI encontrou em Lisboa a sua cabana. Com uma loja aberta em Milão, trouxe na mala a experiência de muitos anos a trabalhar no mercado do design vintage. Contudo, CABANA não pode ser considerado uma expansão do seu espaço milânês em terras lusas. Pelo contrário, é a expressão de um amor por Lisboa, de oito anos seguidos de visitas que culminaram em estadias cada vez mais prolongadas que deram tempo para materializar o seu sonho. Permitiram encontrar o seu lugar, que de modesto cabeleireiro se transformou num elegante apartamento do Chiado. Nesse novo contexto encontramos agora objetos únicos que obedecem a um criterioso projeto curatorial. Ou seja, ANTONIO LETTIERI procura estabelecer conceitos e encontrar as peças e os autores certos para preencher a sua visão. Há na sua seleção uma grande liberdade de escolha, quebrando as fronteiras entre arte popular, design de autor ou arte contemporânea, conseguindo dar ao conjunto um ambiente surpreendente.

A sua exposição inaugural, que ainda podemos ver até ao final de Dezembro, roda em torno da ideia de matéria. Procurou artistas, grande parte deles desconhecidos em Portugal, que trabalhassem ainda de forma manual

matérias como o barro, o ferro ou o vidro, provenientes de Itália. Têm em comum um design com uma produção em pequena escala e um carácter quase artesanal, afastando-se da prática corrente das edições de design internacional italiano. São objetos sempre únicos que convivem com algumas peças vintage do design italiano dos anos 50 que pela sua raridade se tornaram igualmente ímpares. A isso ANTONIO LETTIERI juntou algumas obras de arte contemporânea, nomeadamente NAN GOLDIN, tudo isso numa cenografia criada a partir de pedaços de móveis, que colocam em evidência o conjunto de obras de arte. Evidentemente, estamos sempre a falar de um espaço muito pessoal que o antigo cenógrafo mantém com um certo secretismo apesar de ter um horário de funcionamento. Para 2018 já há programa, a começar com uma exposição que terá como peças-chaves as cerâmicas chinesas criadas no tempo de Mao como meios de propaganda.

**Cabana Mad**  
Rua da Misericórdia, 66, 1ºDº, Lisboa  
2ª–6ª das 10h00–13h00 | 16h00–19h00  
[www.cabanamad.com](http://www.cabanamad.com)

## Mango Flagship Store

texto por Sara Silva

Foi no passado dia 30 de Novembro que a MANGO inaugurou uma nova flagship store na capital portuguesa, que contou com a presença de várias figuras públicas, fashion bloggers e digital influencers tanto do panorama nacional como internacional. Este novo espaço localiza-se na Praça dos Restauradores no edifício Éden, uma joia do estilo decò. Primando pela sofisticação e contemporaneidade, esta megastore concebe harmonia entre o próprio espaço e as peças da marca, não deixando de parte as últimas tecnologias que a MANGO já tem vindo a incluir noutros pontos de venda. No seu interior poderá encontrar a melhor seleção de peças de roupa e acessórios, não só da linha Woman, mas também em Man e Kids. Com uma localização incrível e um interior de arrebatador corações, é só bons motivos para visitar "a Nova Mango".

**Mango Flagship Store**  
Edifício Éden  
Praça dos Restauradores, Lisboa



## Olhar de Prata

texto por Maria São Miguel

A OLHAR DE PRATA, uma empresa portuguesa do ramo óptico, com 25 anos de existência e focada no conceito de moda e luxo, abre a sua primeira Concept Store, em Lisboa, estendendo o seu perímetro de negócio. Localizado simbolicamente na avenida mais nobre da cidade, a Avenida da Liberdade, o novo espaço com 3 andares veio completar a imagem e o lugar que a marca quer ocupar no coração dos seus clientes. Ou seja, um universo mais abrangente que vai além das coleções de eyewear, algumas delas topo de gama, exclusivas em Portugal.

No seu universo cabem agora sistemas de som da JARRE TECHNOLOGIES; headphones da PRYMA; relojoaria suíça das marcas KLOKERS e ZINVO; sapatos da LOUIS LEEMAN; e carteiras da ANY DI. Tudo marcas que se destacam por um design de topo associado a uma ideia de exclusividade.

**Olhar de Prata**  
Av. da Liberdade, 258, Lisboa  
[www.olhardeprata.pt](http://www.olhardeprata.pt)



# Almeja

texto por Francisco Vaz Fernandes

Ambiente descontraído com um serviço e cozinha cuidados é a fórmula proposta pelo chef JOÃO CURA e SOFIA AMARAL GOMES que acabam de abrir um novo restaurante na baixa do Porto. Para o casal, é a conclusão de um sonho que começou há 3 anos quando JOÃO CURA sentiu que era tempo de regressar depois de vários anos em Barcelona, acumulando experiências em vários restaurantes com estrelas Michelin para um dia se tornar chef no seu próprio espaço. Regressaram no ano passado, depois de terem encontrado um espaço perfeito, uma antiga casa de cafés, onde ainda restam alguns elementos decorativos do seu esplendor do passado. Para além do mobiliário prático e simples, de uma cozinha a montar, o resto foi só polir um ou outro ponto. Não queriam um espaço demasiado sofisticado, até porque o requinte encontra-se na culinária servida num ambiente familiar. Não trabalham com uma carta totalmente fixa porque estão dependentes da qualidade dos produtos frescos que estão disponíveis nos mercados locais. Servem uma

cozinha baseada na tradição culinária portuguesa elevada a um ambiente de alta cozinha internacional. Ou seja, o cabrito assado no ALMEJA é marinado da forma tradicional mas depois leva uma acompanhamento de cevadilha com uvas e beldroegas. Já as bochechas ao vinho são servidas em forma de tornedó. Os cogumelos salteados, que inclui um sortido de trompetes da morte, trompetes do monte e cantarelos, já são uma das entradas de sucesso assim como a rabanada feita em brioche e acompanhada de bacon rebuçado e gelado de leite fumado, quando chegamos à hora das sobremesas. Ou seja, tudo bons motivos para fazer do ALMEJA o novo templo gastronómico do Porto.

**Almeja**  
Rua Fernandes Thomaz, 819, Porto  
12h00–15h30 | 19h00–24h00

[www.almejaporto.com](http://www.almejaporto.com)



**NADA A PERDER  
E UM MUNDO PARA CONHECER.**

**MERRELL**   
DO WHAT'S NATURAL

**ALL OUT  
BLAZE 2**



**COM SOLA VIBRAM® E TECNOLOGIAS QUE PROPORCIONAM ESTABILIDADE E CONFORTO  
ESTE ARTIGO ESTÁ PREPARADO PARA AVENTURAS NA CIDADE OU NA NATUREZA.**