

Case Report

DOI: 10.53681/c1514225187514391s.34.273

“DIFÍCIL É SENTÁ-LOS”: DESIGN PARA O PASSAGEIRO INFANTIL E JUVENIL DA TAP PORTUGAL (DÉCADAS DE 60 A 80

“The hardest part is sitting them”: design for the juvenile passengers of TAP Portugal (from 60’s to 80’s)



PEDRO GENTIL-HOMEM¹
 Conceitualização / Investigação
 / Escrita – Rascunho Original
 ORCID: 0000-0002-8054-2373

¹ CIAD – Centro de Investigação em Território, Arquitectura e Design - Faculdade de Arquitectura e Artes/Universidade de Lusíada de Lisboa

RESUMO

A artificialidade da vida durante uma viagem de avião é compensada através do recurso a diversos procedimentos e objectos que, no caso de estudo apresentamos, tentam controlar a natural impaciência de uma criança. O nosso artigo seleccionou um conjunto de exemplares presentes a bordo dos aviões da TAP Portugal que considerámos emblemáticos do esforço para amenizar ou condicionar a sua atitude, preservando a sua convivência nesse espaço inescapável. O arco temporal compreendido entre as décadas de sessenta a oitenta pode considerado como o capítulo final de um serviço refinado entre as companhias aéreas, que se perdeu a partir da desregulação do mercado das rotas e tarifas aéreas generalizado a partir das décadas seguintes. Estes objectos, parecendo inócuos, possuíram a duplicidade funcional de entreter e simultaneamente prolongar a experiência e valores da marca TAP. O nosso artigo propõe-se resgatar a sua memória no discurso visual efêmero da História do Design em Portugal.

PALAVRAS-CHAVE

História do Design, Crítica do Design, Cultura do Design, Aviação, TAP.

ABSTRACT

The artificiality of life during a plane journey is compensated using various procedures and objects that, in the present case-study, attempt to control a child's natural impatience. Our article selected a set of resources on-board TAP Portugal planes that we considered emblematic of the effort to soften or condition their attitude, preserving healthy coexistence in this inescapable space. The time span between the sixties and eighties can be considered as the final chapter of a refined service among airlines, lost in the following decades due to the deregulation of routes and airfares. These objects, appearing innocuous, had the functional duplicity of entertaining and simultaneously prolonging the experience and values of the TAP brand. Our article aims to rescue its memory in the ephemeral visual discourse of the History of Design in Portugal.

KEYWORDS

Design History, Design Criticism, Design Culture, Aviation, TAP.

Autor Correspondente:

Pedro Gentil-Homem,
 CIAD – Centro de Investigação em Território, Arquitectura e Design/
 Faculdade de Arquitectura e Artes/
 Universidade de Lusíada de Lisboa,
 Rua da Junqueira, 188-198,
 1349-001, Lisboa
 pjghcs@hotmail.com

Submission date:
 30/03/2024

Acceptance date:
 03/10/2024

1. INTRODUÇÃO

O passageiro fecha os olhos. De um lado está sentada uma criança agitada, do outro uma pequena janela por onde se vêem as nuvens. Os pais da criança esforçam-se (ou não) por mantê-la “presa” à cadeira durante as 7 horas da viagem que se avizinha. Começa por ser difícil sentá-los e depois mantê-los sentados [1]. O enclausuramento e proximidade forçada do interior de um avião testa os limites da resistência humana e da sua convivência: o ambiente está montado. Todas as companhias aéreas se esforçam por amenizar o ambiente e proporcionar uma experiência e serviço memorável (no bom sentido). A TAP não foge à regra. Entre as décadas de sessenta a oitenta, ou seja, entre a “democratização” da viagem aérea junto da classe média e a desregulação ou liberalização do mercado que levou à drástica redução de custos, o serviço de bordo esteve povoado por uma série de objectos dedicados aos passageiros infantis e juvenis. Muitos deles desapareceram quer do interior dos aviões, quer da memória colectiva. A nostalgia da sua aparência e grafismo, associados às viagens realizadas em família nessa época, marcaram gerações de crianças, hoje adultos, quiçá colecionadores.

2. ESTADO DA ARTE E METODOLOGIAS

Seguimos uma linha de investigação na área da História e Crítica do Design, especificamente sobre os objectos e ambientes que povoaram o interior dos aviões da companhia aérea nacional TAP Portugal iniciada por Gentil-Homem (2014), que culminou na exposição retrospectiva TAP Portugal - Imagem de um Povo, Identidade e Design da Companhia Aérea Nacional realizada em 2015 no MUDE, Museu da Moda e do Design (Coutinho, 2015), e recorreremos igualmente a outros contributos parcelares como os de Belo (2019). Ou seja, procurámos resgatar e interpretar criticamente algumas soluções implementadas para resolver o problema a que aludimos na introdução. Não optámos por uma seriação exaustiva pois tratar-se-iam dezenas de objectos que redundariam nas mesmas conclusões, mas por uma amostragem diacrónica, selectiva (logo qualitativa) e sobretudo com maior potencial crítico. Muitos objectos efémeros foram (geralmente) desvalorizados ao longo da História da Cultura Material, e por inerência da História do Design. O colecionismo proporcionou-nos o seu resgate, permitiu-nos estudá-los e valorizá-los no quadro dos contributos aparentemente menos tangíveis, evitando os objectos gourmet crismados por Fallan (2010), ou seja, valorizando não apenas os grandes momentos da História, mas todos os momentos e objectos, mesmo os mal sucedidos ou de (aparentemente) menor importância. A historiografia deve consubstanciar o discurso como um todo e não como somatório de momentos eleitos. José Mattoso alertou-nos que a História “Tem uma dinâmica própria, uma dimensão total, e é essa totalidade que o historiador tenta descobrir ao procurar o sentido das coisas” (Mattoso, 2020, p.33). No caso do nosso artigo falamos de objectos menos estudados pela sua suposta menoridade: jogos, passatempos, livros de colorir, etc. que nos recordam uma época da História da Aviação Comercial e da TAP em particular. Seguimos, portanto, uma análise empírica de base qualitativa e não intervencionista. A investigação para o nosso artigo estudou um espólio constituído pelo acervo do SDA / MTAP [2] e pela coleção pessoal do autor: ou seja, centrou-se na observação directa de objectos. Não é alheia a esta metodologia a consciência da importância da nostalgia que estes objectos evocam, nomeadamente aqueles associados às boas memórias de infância. O mesmo é dizer que estes se afiguram essenciais na construção de uma persona nas marcas. O potente fenómeno da nostalgia e do revivalismo das marcas (e da TAP em particular) despoleta, como nos recorda Carvalho de Almeida (2012), uma consciência histórica que recupera objectos valorizados em arquivos históricos, mas também alguns efémeros e perdidos em coleções privadas. A TAP na sequência da exposição realizada no MUDE criou uma estratégia de marketing que fez uso deste fenómeno introduzindo voos de reconstituição de

época que incluíram aviões pintados com o logótipo de 1954 a 1979, assistentes de bordo vestindo réplicas dos uniformes de 1973 e de give aways que voltaram a ser fabricados. Por fim procurou-se fundamentar algum conhecimento interdisciplinar fora da nossa área de especialização, sobretudo quanto aos fenómenos das áreas da Psicologia Comportamental em crianças como os contributos de Neophytou et. al. (2019).

3. DESENVOLVIMENTO

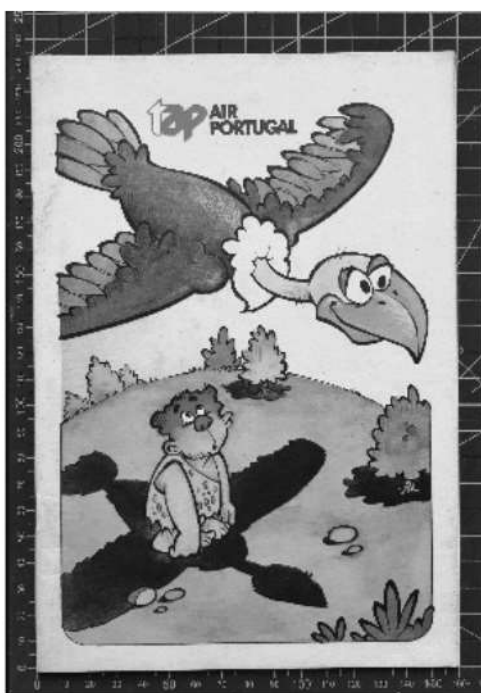
A impermanência do passageiro infantil e juvenil, cujo comportamento aludimos no título do presente artigo, é incontornável. Ela inclui factores endógenos e exógenos ao próprio indivíduo na relação com o ambiente que o rodeia. Ou seja, o grau de impermanência varia. Quando se torna imperativo controlar a sua actividade e subjugar a sua liberdade física, todos os esforços são insuficientes. E, no entanto, pretende-se que “non si muova” [3]. O arco temporal que abarcamos percorre demasiadas gerações e contextos socioculturais para que possamos definir com exactidão o que consideramos como passageiro infantil e juvenil. O infantil na década de sessenta seria juvenil na década de setenta e adulto na de oitenta. Assim sem delimitar quantitativamente que idades engloba, preferimos partir do pensamento e comportamento complexo daquilo que em linguagem coloquial (embora pouco científica) se atribui a uma criança ou juvenil. Assim foi desde a génese da aviação comercial em que se distribuíram jogos de cartas para ajudar a passar tempo e para desviar a atenção da vista exterior que os poderia assustar. Também não é o nosso propósito explorar o campo psicológico individual ou de grupo exaustivamente, mas tão só estabelecer uma relação entre as soluções que foram adoptadas para “sossegar” ou “apaziguar” as crianças a bordo de um avião. Pretendemos, contudo, interpretar os factores que induzem estímulos à sua maior ou menor impermanência, i.e. factores exógenos simples de operacionalizar. Certamente há 60 anos uma criança se comportaria de modo diverso de hoje. A noção de disciplina era valorizada e transmitida por via parental e/ou social de um modo exarcebado em relação actualidade, mas naturalmente o contexto era muito diferente. Actualmente, segundo (Neophytou et. al., 2019) as crianças são afectadas por crescentes fenómenos de (híper) actividade dada a exposição excessiva à profusão de estímulos sensoriais, sobretudo através das novas tecnologias. O índice de hiperactividade, traduzido em comportamentos de impermanência e desconcentração, tem vindo a aumentar à medida que o contacto das crianças com jogos de computador híper-estimulantes ocupa maior número de horas diárias. Actualmente os objectos de entretenimento a bordo foram desmaterializados e transferidos para as telas de in-flight entertainment (IFE) [4] instaladas em cada assento. Também neste ambiente os conteúdos são criteriosamente seleccionados, não só para crianças como para adultos (Maeder, 2021). Esta ponte com a actualidade desvia-nos (brevemente) do arco temporal do artigo, visando estabelecer uma distinção tipológica entre passatempos de “dispersão” e de “concentração”, de acordo com os seus efeitos: um jogo de computador é quase sempre um entretenimento de “dispersão” e um puzzle ou livro de colorir de “concentração”. Este facto pode interferir na função principal do objecto, e inclusive adulterar os resultados esperados de apaziguamento, ou acalmia.

Antes de qualquer passatempo lhe ser entregue começemos por lembrar que algumas crianças entram sozinhas ao avião como “UMs” [5], ou seja aos cuidados da tripulação de cabina (Fig. 1). Essas carecem de maior dedicação sendo identificadas através de bolsas em vinil contendo o nome e destino. Naturalmente necessitam de maior entretenimento do que as que viajam junto com os pais, contudo os objectos ao seu dispor pouco diferem dos oferecidos aos passageiros regulares.



Fig. 1
Modelo Bolsa TAP em vinil para
identificação de menores não
acompanhados (década de 80).
Colecção do autor.

O modo para captar a atenção das crianças e mantê-las concentradas e ocupadas centrou-se à época na distribuição de passatempos e jogos didácticos. Os livros e lápis de cor foram quase obrigatórios ao longo de várias décadas (Figs. 2 e 3). Apesar da qualidade muito duvidosa da grafite, o logótipo da companhia de aviação neles gravado, foi usado e exibido orgulhosamente junto dos colegas de escola ou grupo de amigos, como objecto de status (Baudrillard, 1995), confirmando o seu “baptismo do ar”. Embora em processo de redução de tarifas, devido ao aumento da lotação dos aviões a jacto, a viagem aérea, sobretudo em Portugal, ainda tinha preços elevados para a classe média. Portanto, ainda poucos o faziam. Confirmando esse status foram igualmente distribuídos “diários de bordo” ou “diários de voo”, nos quais se podia registar a data, a rota e o tipo de avião, autenticados com a assinatura do comandante (Fig. 4).



Figs. 2 e 3
(Esq.) Livro para colorir TAP
(década de 80).
Colecção do autor.
(Dir.) Duas caixas de lápis TAP
(década de 80).
Colecção do autor.



Fig. 4
Diário de voo TAP (s/d).
Colecção do autor.

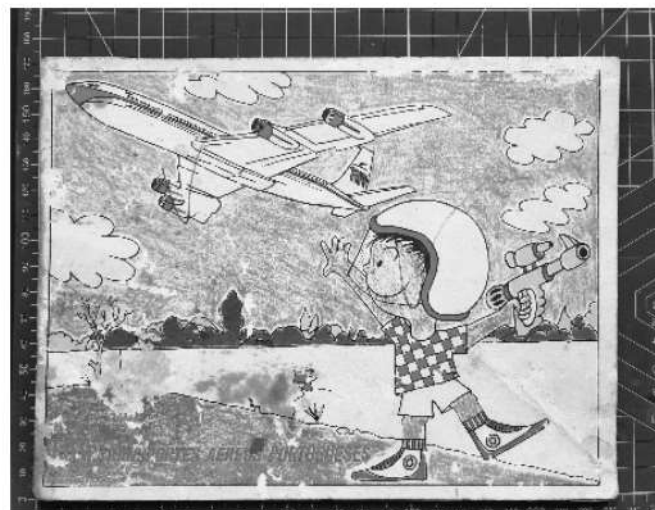


Fig. 5
Livro para colorir TAP (meados
da década de sessenta) ilustrado
por Quito.
Colecção do autor.

As companhias de bandeira produziram uma miríada de “give away” [6]. Quem, em criança viajou na TAP, durante as décadas de sessenta e setenta, certamente recordará os livros para colorir com ilustrações de Quito [7] ou Kleeger [8]. Tendo a companhia recebido o primeiro Boeing 707 em 1965 podemos datar o exemplar da (Fig. 5) como pertencendo à segunda metade da década de sessenta. Na capa uma criança empunha uma “pistola espacial” de brincar. Também o capacete com viseira e as sapatilhas tipo basquetebol compõem o “espírito do tempo”. Fica clara a associação da TAP à ideia de modernidade e contemporaneidade. A sequência de ilustrações no interior alude aos pioneiros da aviação, associando-a a uma série de marcos da história da aviação: “passarola” de Bartolomeu de Gusmão (1685 – 1724); balão dos irmãos Joseph-Michel Montgolfier (1740 - 1810) e Jacques-Étienne Montgolfier (1745 – 1799) com os primeiros aeronautas Pilâtre de Rozier (1754-1785) e o Marquês de Arlande (1742 - 1809); o voo dos irmãos Wilbur Wright (1867 - 1912) e Orville Wright (1871 - 1948) e por fim, numa alusão ao primeiro avião da TAP, o sobrevoos de um Douglas Dakota.

O segundo modelo de livro para colorir (Fig. 6) exhibe na capa uma composição ilustrada com um elemento sobejamente utilizado no marketing da companhia a partir de 1972, auxiliando-nos igualmente a datação. Nela figura o desenho de um Boeing 747 Jumbo num plano contra-plongé inserido numa paisagem idealizada de um casario tipo Algarvio, com açoteias e chaminés. No interior a sequência de ilustrações prolonga a temática do exemplar anterior: Nau alusiva aos Descobrimentos; planador de Otto Lilienthal (1848-1896); “passarola” de Bartolomeu de Gusmão (1685 - 1724); dirigível semelhante aos de Jean-Pierre Blanchard (1753- 1809) ou Henri Giffard (1825-1882) e ainda o Fairey de Gago Coutinho

(1869 – 1959) e Sacadura Cabral (1881 – 1924). Esta associação entre os grandes feitos da história da aviação e os grandes “marcos” da história da TAP permaneceu ao longo do tempo. Num exemplar da década de oitenta permanece a inevitável “Passarola” e o avião de Gago Coutinho e Sacadura Cabral, muito comum não só no material promocional da empresa, mas em todos os aspectos relacionados com a exaltação da aviação nacional” (Gentil-Homem, 2018, p.31).



Fig. 6
Livro para colorir TAP
(início da década de setenta).
Colecção do autor.



Fig. 7
Prancheta de desenho “Magic
Board” (década de oitenta).
Colecção do autor

Na década de oitenta os livros para colorir encontraram substituto sob a forma de uma pequena prancheta de desenho reutilizável, denominada “Magic Board” (Fig. 7). Reproduzindo o formato das antigas ardósias escolares, permitia desenhar por meio de um estilete e apagar por deslizamento.

Os puzzles (ou quebra-cabeças) foram outro dos passatempos recorrentes, e em dois formatos distintos: tradicionais, com peças em cartão (Figs. 8 e 9) ou de plástico com peças deslizantes (Fig. 10). O reduzido número de peças e o tipo de ilustração denotam as crianças como destinatários. A natureza das ilustrações reflete a temática dos destinos à volta do mundo. A figura 8, com ilustração de autoria desconhecida, apresenta uma versão antropomorfizada (e sorridente) de um dos Boeing 747 Jumbo da TAP: em fundo os três continentes servidos pela companhia: América do Norte (Estátua da Liberdade, Empire State Building, Ponte de Brooklyn e Capitólio); Europa (paisagem idealizada, do tipo Costa Mediterrânica com veleiros e casario subindo ao longo da encosta) e África (selva e elefante). Arriscamos apontar a ilustração como tendo norte-americana pelo desequilíbrio entre o detalhe dos motivos locais e o modo estereotipado dado aos restantes continentes. O exemplar da figura 9, também de autoria desconhecida, mostra em primeiro plano o desenho de um Lockheed L1011 Tristar e em segundo o Fairey usado na primeira travessia aérea do Atlântico Sul por Coutinho e Cabral, ambos circum-navegando o planeta Terra. A questão historicista é transmitida novamente contrapondo o moderno jacto e o frágil biplano, reforçando a noção de progresso tecnológico atingido pela aviação portuguesa ao longo do Século XX.



Figs. 8 e 9
(Esq.) Puzzle em cartolina alusivo ao Boeing 747 da (década de setenta). Muscu TAP.
(Dir.) Puzzle em cartolina alusivo ao Lockheed L1011 Tristar e ao Fairey (década de oitenta). Coleção do autor.

Os exemplares de puzzles em termoplástico com peças deslizantes (Fig. 10) apresentam ilustrações alinhadas com campanhas e estratégias de produtos TAP da primeira metade da década de setenta. No exemplar selecionado regressamos ao uso da ilustração do Jumbo presente no livro de colorir da figura 6 e em várias peças provenientes da campanha publicitária da AC&R de 1972 [9] (Gentil-Homem, 2023). Alguns destes jogos, à semelhança dos exemplares cartonados, enfatizaram a aquisição de novos modelos e funcionaram como extensão da experiência de marca TAP. A chegada de novos modelos de aeronave foi sempre potenciada pelas companhias como símbolo de desenvolvimento tecnológico e aumento de conforto. Um recurso presente em quase todos os passatempos das companhias aéreas mundiais como prolongamento da experiência de marca (Riskos, 2021, p.15).

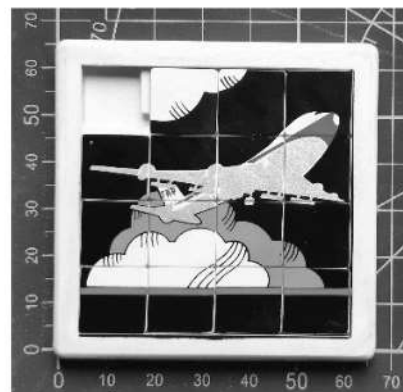


Fig. 10
Puzzle em plástico (inícios de setenta). Coleção do autor.

Selecione-mos ainda um objecto pela sua originalidade e destaque que alcançou durante a sua vida como giveaway. Ninguém que pertença à geração baby boomer terá esquecido os Kalkitos. Tratava-se de cartolinas com paisagens ou recriações de diversos ambientes que podiam ser personalizados através de figuras decalcadas. Muitos os terão colecionado e ainda os possuirão algures guardados nos seus baús de recordações. Alguns, ou a maioria, desconhecem que a TAP também produziu e personalizou um destes Kalkitos, nunca comercializado, o qual apresenta o ambiente da placa do aeroporto de Lisboa com aviões da TAP Air Portugal (logo de 1979) (Fig. 11).



Fig. 11
Kalkitos customizado para a
TAP (década de oitenta).
Museu TAP.

Exceptuando os segmentos Business ou First Class, quase todos estes objectos desapareceram actualmente dos aviões. A lógica “econocrata” do low-cost imposta no actual período tardio do capitalismo de hiperconsumo, proscreeveu-os como objectos inúteis e substituiu-os por soluções mais baratas de IFE.

[...] travellers are extremely price-focused and do not have the need to for ancillaries, apart from certain ancillaries such as luggage and meal. Instead, they rather pay for flight only (Tarja, L. 2015, p.51)

Para a História da Cultura Material nada ficará. A rápida obsolescência dos suportes informatizados não apela a colecionadores e não permitirá resgatar objectos convocando-os para contar as suas histórias, tal como acabámos de o fazer.

4. CONCLUSÃO

Os objectos compulsados permitiram, através de uma breve amostragem representativa (não exaustiva), ilustrar o tipo de serviço das companhias aéreas durante arco temporal abrangido. As décadas em questão refletem a democratização das viagens aéreas e a captação de uma classe média que a usufruiu não só para meio de transporte, mas também como símbolo de status. Capitalizando este fenómeno as companhias (e a TAP no nosso caso) cumpriram através destes objectos o duplo objectivo de proporcionar entretenimento e prolongar a experiência de marca junto de uma camada infanto-juvenil. Demonstrámos a importância do colecionismo e da nostalgia na sua preservação. O registo interpretativo e crítico de artefactos esquecidos da Cultura Popular nas sociedades contemporâneas, vive em grande parte da sua iniciativa. Alguns dos objectos apresentados cumpriram não só o dever de memória como resgataram do esquecimento e da caducidade momentos parcelares que completam a reconstrução do ambiente de uma parte menos conhecida do design que se praticou em Portugal. Uma das funções adicionais que poderá resultar deste efeito nostálgico foi recuperada e reintegrada nas estratégias de comunicação das companhias aéreas. Recuperar a experiência de marca em jovens a bordo dos aviões poderá voltar a constituir um factor distintivo para as companhias de aviação.

A História do Design em Portugal necessita que se resgatem e se preservem artefactos que nos permitam completar o quadro analítico da sociedade que os criou e do processo de design por trás da sua concepção. Estes não deverão ser os “importantes”, mas os existentes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Belo, V. (2019). *Imagens de Portugal: o serviço de bordo da TAP (das origens a 2017)*. [Tese de Mestrado]. Repositório institucional da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa. <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/44545>

Baudrillard, J. (1995). *Para uma crítica da economia política do signo*. Edições 70

Carvalho de Almeida, P. (2012). *Brand archives: The rescuing of locally specific brand imagery as a graphic design response to the globalization of visual identity*. [Tese de Doutoramento]. Repository University of the Arts London. <https://ualresearchonline.arts.ac.uk/id/eprint/5689/>

Coutinho, B. (ed.) (2015). *TAP Portugal, imagem de um povo: Identidade e design da companhia aérea nacional (1945 - 2015)*. Lisboa, Portugal: CML / MUDE / Arranha-céus.

Fallan, K. (2010). *Design History: Understanding theory and method*. Berg.

Gentil-Homem, P. (2014). *Sobre as Nuvens: design para a companhia aérea de Portugal (1945-1979)* [Tese de Doutoramento]. Repositório institucional da Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa. <https://www.repositorio.utl.pt/handle/10400.5/11723>

Gentil-Homem, P. (2023). *Destination Portugal”: duas visões de “gringo” sobre um país, um regime e umas férias bem passadas (1967 - 1972)*. *Convergências - Revista de Investigação e Ensino das Artes*, VOL XVI (32), 67-78. <https://doi.org/10.53681/c1514225187514391s.32.179>

Gentil-Homem, P. (2018). *Fica aqui sossegadinho... Take-Off / Sirius*, Abril 2018, 30-31

Macder, P. (2021). Unmoving bodies: in-Flight entertainment, infrastructural images and cultural techniques of sitting. In: Moskatova, O. Ed. (2021) Images on the move: materiality, networks, formats. media studies, VOL 76

Mattoso, J. (2020). A História Contemplativa – Ensaio. Temas e Debates e Círculo de Leitores

Neophytou, E. Manwell, A. Eikelboom, R. (2019). Effects of excessive screen time on neurodevelopment, learning, memory, mental health, and neurodegeneration: a scoping review. *International Journal of Mental Health and Addiction*, June 2021. <https://doi.org/10.1007/s11469-019-00182-2>

Riskos, K. et. al. (2021). The influence of entertainment, utility and pass time on consumer brand engagement for news media brands: a mediation model. *Journal of Media Business Studies*, February 2021. <https://doi.org/10.1080/16522354.2021.1887439>

Tarja, L. (2015). Airline Merchandising: Focus on leisure travel on the Finnish market. Dissertação de Mestrado em Turismo. Haaga-Helia - University of Applied Sciences

NOTAS

[1] “Difícil é sentá-los, mas às vezes também é complicado mantê-los sentados” é uma expressão atribuída a Marçal Grilo, ministro da educação do XIII Governo Constitucional, aquando da polémica reforma do ensino básico e secundário de 2001 que introduziu aulas com duração de 90 minutos.

[2] SDA / MTAP, Serviço de Documentação e Arquivo / Museu TAP.

[3] Alusão à máxima de Galileu “e pur si muove!”, ou “e, no entanto, move-se” que afirmou perante a Inquisição em 1633, reiterando a sua convicção de que a terra se movia em torno do Sol.

[4] IFE In-flight entertainment ou Entretenimento a bordo.

[5] UM – unaccompanied minors, ou menores não acompanhados, compreende crianças entre os 5 e os 12 anos de idade que viajam entregues ao cuidado da tripulação de cabina.

[6] “Give away” expressão comumente utilizada no jargão da aviação civil para brindes ou ofertas a bordo.

[7] Desconhecemos mais informações sobre quem era, ou assinava Quito.

[8] Atribuímos neste caso apenas a autoria do desenho do Jumbo e por afinidade estilística. Kleeger foi responsável por várias ilustrações inseridas na campanha para a TAP (1972) enquanto ilustrador na agência de publicidade norte-americana AC&R. Embora tenhamos identificado e contactado por correio electrónico um autor chamado Burt Kleeger, este afirmou não ser o mesmo autor Kleeger desses trabalhos. O restante casario algarvio que o avião sobrevoa terá muito provavelmente sido adaptado em Portugal. Propomos que o desenho original de Kleeger terá sido aquele que se pode observar na figura 10.

[9] Vide figura 6 supra.

BIOGRAFIA

Pedro Gentil-Homem

Pedro Gentil-Homem é membro integrado do CITAD – Centro de Investigação em Território, Arquitetura e Design, Professor Auxiliar na Faculdade de Arquitectura e Artes da Universidade Lusíada e Professor Auxiliar Convidado na Faculdade de Belas-Artes de Lisboa.

Pertence à comissão editorial da Revista *ArLíquido Design Journal* no âmbito do projeto 'Estudos Críticos em Design' (CITAD).

O interesse temático do autor parte da disseminação dos resultados obtidos durante a investigação doutoral em Design: Um contributo em diversos domínios do Design e áreas interdisciplinares de confluência entre a História e Crítica de Design em Portugal (foco genérico) e do Design para companhias aéreas em Portugal (foco específico). Publicou um artigo na *Design Issues* e artigos de fundo na *Convergências*.

Foi Coordenador Científico da exposição “TAP Portugal: Imagem de um povo”, realizada no MUDE em 2015, em cujo catálogo.

Reference According to APA Style, 7th edition:

Gentil-Homem, P. (2024). “Difícil é sentá-los”: design para o passageiro infantil e juvenil da TAP Portugal (Décadas de 60 a 80). *Convergências - Revista de Investigação e Ensino das Artes*, VOL XVII (34), 53-63 <https://doi.org/10.53681/c1514225187514391s.34.273>

