



LISBOA A VIDA PORTUGUESA

Uma questão de identidade

texto **Cristina Cordeiro**
fotografia **Manuel Aguiar**

Na Rua Anchieta, ao Chiado, no espaço do antigo Armazém da David & Irmãos, nasceu em 2004 uma loja de culto. Por detrás deste projecto está Catarina Portas, jornalista, escritora, viajante incorrigível.

IMAGEM DE MARCA

Numa época em que se sobrevaloriza um conceito de design em que a forma se sobrepõe à função, a embalagem faz a diferença e é elemento decisivo na decisão de compra.

ICUBO ATMOSFERAS 74 75

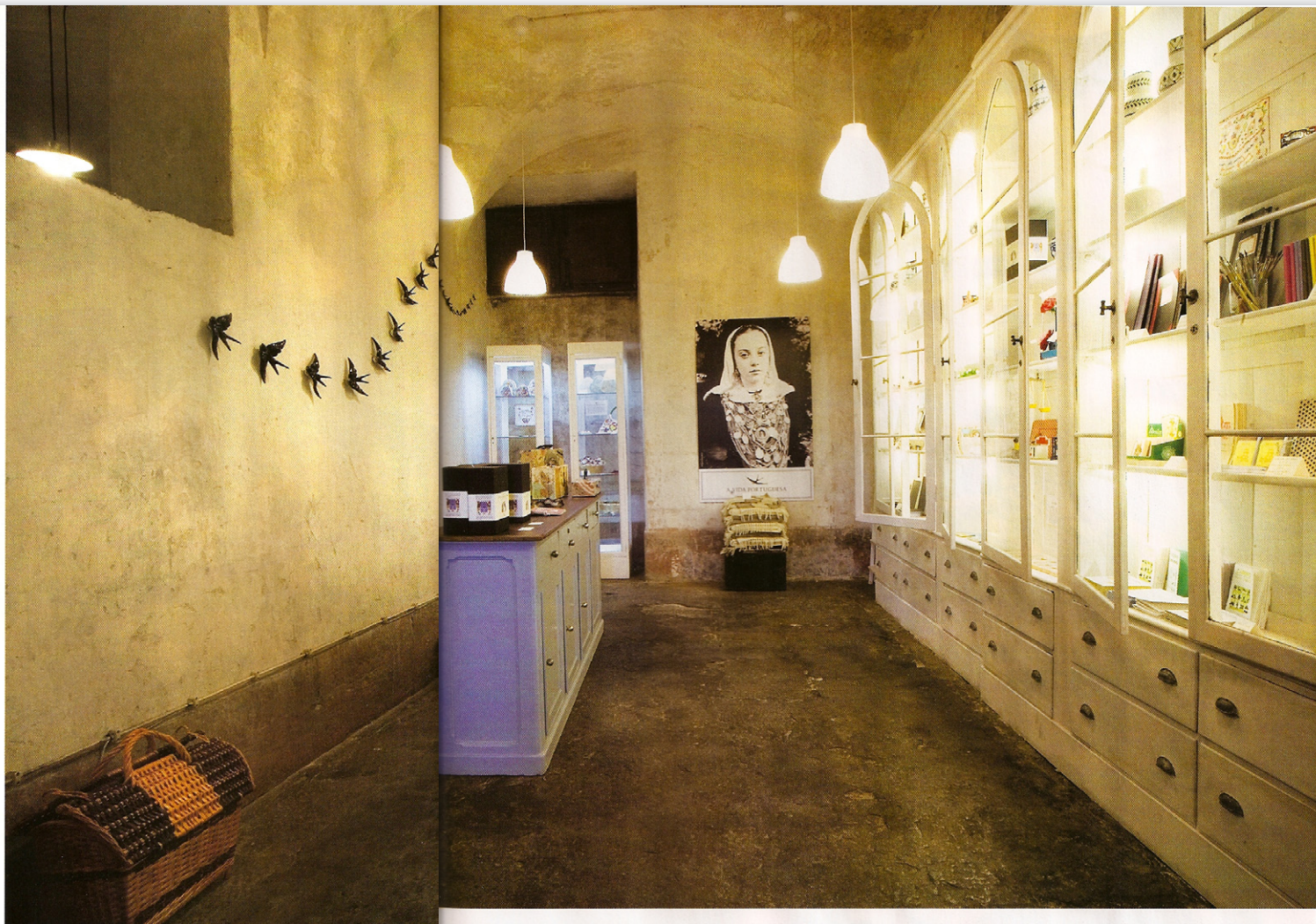


Na década de 90, Catarina Portas publicou na *Marie Claire* uma reportagem sobre produtos genuinamente portugueses nos quais, em maior ou menor grau, todos nós nos revíamos. Uma série de pequenos objectos ligados aos rituais quotidianos e marcas que deixaram uma impressão indelével na vida de várias gerações de portugueses: piões de madeira, lápis de cor da Viarco, jogos da Majora, sabonetes da Ach Brito, da Claus e da Confiança, frasquinhos de água-de-colónia, pasta medicinal Couto, limpametais Coração, o Livro da Primeira Classe (e também o da Segunda, o da Terceira e o da Quarta)... produtos portugueses fabricados há várias décadas de forma semelhante, cuja embalagem fosse a original ou nela inspirada. Dez anos mais tarde, voltou ao tema e procurou agrupá-los em caixas que pôs à venda na época de Natal. Constatou então, com surpresa, que metade dos produtos tinha entretanto desaparecido. Era preciso fazer alguma coisa. E fez. "Apaixonei-me por uma pesquisa e arranjei um negócio que pagasse essa pesquisa." Assim nasceu a

ilhado que agora assume por inteiro. Por isso rebaptizou-o. Chamou-lhe *A Vida Portuguesa*.

Tudo radica na selecção cuidada de referências que nos transportam a memórias felizes de tempos, não raro, difíceis, tudo isto com o bom gosto natural de quem sabe que o que resiste ao tempo (e a tempos tão competitivos como o nosso) merece um lugar no céu. Não é um projecto sobre a saudade, é um projecto de identidade, faz questão de ressaltar. Fechado sobre si mesmo e sem concorrência, o mercado salazarista eternizou-se de tal modo no tempo que, em muitos casos, nem houve sequer necessidade de actualizar embalagens. Valor acrescentado para um projecto como este. E por que quanto mais global é o mundo, mais precisamos de saber quem somos, Catarina procurou recriar a identidade de um país que, afinal, é o nosso.

A loja serve de base a um projecto bem mais vasto que passa já por parcerias para reedições de objectos de época — é o caso da Secla — e pela edição de livros e brochuras. A vertente cultural da *A Vida Portuguesa* desenvolve-se a par e passo com o negócio e não vai





CUBO ATMOSFERAS 7677

SENSORIAL A importância dos sentidos, do conforto emocional.



IDENTIDADE O tempo, esse admirável escultor.

