



Quem é o “Menino da Lágrima”? Por que é trocado por uma Coca-Cola Light? O que tem tudo isto a ver com a ExperimentaDesign 2009?

O “Menino da Lágrima” é o protagonista de uma campanha publicitária da Coca-Cola Light, disseminada nos últimos dias por mupis, televisão e internet. Trata-se da celebração dos 21 anos de existência deste produto em Portugal, numa iniciativa original que conta com a Experimenta Design 2009 para “concluir” o desafio.

Que racional criativo está na base desta campanha? É simples: as últimas gerações foram marcadas por objectos representativos das suas culturas – entre eles o quadro “Menino das Lágrimas”, o naperon, o par de meias brancas, a fita do Senhor do Bonfim, as unhas de gel, a gravata “alternativa”, a t-shirt com o nome do sítio onde se foi passar férias, o bibelot, os chinelos de borracha com salto e o embelezador de retrovisores -, e, segundo a Coca-Cola Light, está na altura de trocar esses objectos por uma lata especialmente criada para ser um elemento decorativo dos tempos modernos.

Assim, os portugueses podem trocar um dos objectos mencionados por uma lata Coca-Cola Light de colecionador num dos pontos de troca assinalados no site <http://cocacola.pt/gostadeti> (vale a pena ler a [brochura](#) do projecto). Esses objectos serão posteriormente recriados e apresentados na Experimenta Design 2009, que decorre em Lisboa, entre 9 de Setembro e 8 de Novembro.

Quem é este menino?

O “Menino da Lágrima” é um elemento icónico dos anos 1980, período em que quase todas as famílias tinham uma reprodução do quadro em casa. Contudo, a história sobre o “menino” tem várias versões, nenhuma delas confirmadas: umas atribuem a sua autoria a Bragolin, pintor italiano; outras, a Franchot Seville, espanhol. Há quem conte que o menino era um órfão sem-abrigo, acolhido pelo pintor, contra a vontade da aldeia que acusava o miúdo de ser a encarnação do Diabo; anos mais tarde, o atelier arde sem qualquer explicação, deixando o pintor na ruína. Outra versão conta que o pintor terá feito um pacto com o Demónio para conseguir vender os quadros. Por último, há ainda quem diga que, afinal, o menino era português e se chamava Rogério (leia a história [aqui](#))!...

## EXD 09 – “Está na hora”

“It’s about time” é o tema da próxima edição da Experimenta Design 2009, que decorrerá em vários espaços de Lisboa, entre 9 de Setembro e 8 de Novembro. Segundo a organização, “há duas formas de pensar o tema: num sentido literal, tudo se relaciona com tempo. O tempo é um factor omnipresente. Mas enquanto expressão idiomática, ‘It’s About Time’ remete para uma ideia de urgência: ‘está na hora de fazer alguma coisa, de tomar uma atitude’”. É nesse sentido que, em 2009, a Experimenta Design vai olhar para o tempo “enquanto material, recurso e desafio: tempo para pensar, tempo para colaborar, tempo para reflectir”. O programa provisório está disponível em <http://www.experimentadesign.pt>.

Traduzido por [Maria José Anjos](#)  
[traducao.arthoughts@gmail.com](mailto:traducao.arthoughts@gmail.com)