

## Kültürel Değerlerin Ambalaj Tasarımına Yansıması: Portekiz Örneği

Doç. Dr. Şirin Şengel  
Dr. Öğr. Üyesi Bilge Kınam

Makale Geliş Tarihi: 27.07.2020  
Yayına Kabul Tarihi: 09.10.2020

### Özet

Ambalaj tasarımı, ürünü dış etkenlerden koruyarak muhafaza eden, taşımayı kolaylaştıran ergonomik yapısı bulunan, tüketiciyle sessiz bir şekilde iletişim kurabilen bir pazarlama aracıdır. Ürünlerin giysisi olan ambalaj tasarımlarının piyasanın rekabetçi ortamında öne çıkarılabilmesi ve farklı olabilmesi için tasarımcılar, yeni biçim ve içerik arayışlarına yönelmişlerdir. Bu arayış sonucunda kültürel öğeler bir tasarım diline dönüştürülmüş; grafik tasarım ve ambalaj tasarımı gibi tasarım alanlarında zengin bir çeşitlilik ve yorumla kullanılmaya başlanmıştır. Kültür ve kültürel öğeler birçok alanda olduğu gibi tasarımcının da üretim sürecinde başvurduğu bir beslenme kaynağıdır. Bu çalışmanın amacı, kültürel öğelerin sembolik bir dil olarak ambalaj tasarımında nasıl kullanıldığını incelemektir. Çalışma tarama modeli kapsamında betimsel bir araştırmadır. Kültürel değerlerin sembolleştirilerek yaygın ve zengin bir çeşitlilikte ambalaj tasarımlarında kullanıldığı Portekiz kültürü ile sınırlandırılmıştır. Bu kapsamda Lizbon ve Porto şehirlerine yapılan ziyaretler çerçevesinde Portekiz'in sembolik değer taşıyan kültürel öğeleri gözlem ve alanyazın ile incelenmiş; ambalaj tasarımları üzerindeki yansımaları örnekler üzerinden ele alınmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Portekiz, Tasarım, Sembol, Kültür, Ambalaj Tasarımı

### REFLECTIONS OF CULTURAL VALUES ON PACKAGING DESIGN: PORTUGAL CASE

#### Abstract

Packaging design is a marketing tool that protects the product from external factors with an ergonomic structure that facilitates transportation, communicating quietly with the consumer. Designers have verged into new form and content search in order to highlight and differentiate packaging designs in the competitive market which can be defined as clothes of the products. As a result of this search, cultural elements have been turned into a design language; a rich variety and interpretation has been put into use in graphic design and packaging design. Culture and cultural elements, as in many fields, are the source of nutrition that the designer uses during the production process. The purpose of this study is to examine how cultural elements are used in packaging design as a symbolic language. The study is a descriptive research within the scope of the survey research model. It is limited with Portuguese culture, where cultural values are symbolized and used widely in a wide variety of packaging designs. In this context, within the framework of visits to Lisbon and Porto cities, symbolic value of Portugal's cultural elements were examined through observation and literature; reflections on the packaging designs are handled through the examples.

**Keywords:** Portugal, Design, Symbol, Culture, Packaging Design

Doç. Dr. Şirin Şengel. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü. Eskişehir. E-Posta: sirinbenugur@ogu.edu.tr. ORCID: 0000-0002-3506-7518  
Dr. Öğr. Üyesi Bilge Kınam. Osmangazi Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü. Eskişehir. E-Posta: bkinam@ogu.edu.tr. ORCID: 0000-0002-2516-3186

## 1. Kültür Kavramı ve Bir Kültür Yansıtıcı Olarak Ambalaj Tasarımı

Latince Cultura'dan gelen kültür kelimesi ve kavramının alanyazında birçok tanımı bulunmaktadır. TDK'ya (2019) göre kültür; " Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin", "Bir topluma veya halk topluluğuna özgü düşünce ve sanat eserlerinin bütünü" olarak tanımlanmaktadır. Kültür, insanoğlu'nun yarattığı maddi ve manevi her şeydir. Bir toplumun çok uzun yıllar boyunca gerçekleştirdiği ve nesilden nesile aktardığı birikimidir. Gözübüyük'e (2015: 61) göre kültür, tüketici davranışlarını etkileyen faktörlerden biridir. "Bir toplumda, bir grup insan tarafından oluşturulan ve kuşaktan kuşağa aktarılan yaşam biçimi" olarak tanımlanmaktadır. Maddi kültür öğeleri evler, binalar, teknoloji, eşyalar, her türlü araç ve gereçler, giysiler ve takılar gibi somut öğeler iken; manevi kültür öğeleri de dil, din, inançlar, gelenekler, normlar, düşünce biçimleri gibi soyut kavramlardan oluşmaktadır (Koç, 2007: 210).

Kültür süreklidir, değişebilir ve bu nedenle dinamik bir yapıya sahiptir. Kültür öğrenilebilir ve insanoğlunun öğrendiği ya da kazandığı bilgi, gelenek-görenek, sanat, tasarım, dil, din, beceri ve alışkanlıkları içine alır. E.B. Tylor kültürü, bir toplumun üyesi olarak, insanoğlunun öğrendiği (kazandığı) bilgi, gelenek-görenek ve benzeri yetenek, beceri ve alışkanlıkları içine alan karmaşık bir bütün olarak tanımlar (Güvenç, 1996:273). Kültür, yerel, yöresel, etnik kavramları ile ilişkilidir. Kültür tüm bunların birikimiyle oluşmaktadır, bu bağlamda bir tarihi geçmişi olan kentlerin de kültürel birimimleri bulunmaktadır. Kültür, birçok alanda olduğu gibi tasarım süreçlerinde de zengin bir kaynak olarak işe koşulmuş ve tasarımla ilişkili süreçleri derinlemesine etkilemiştir. Kültürün bileşenleri olarak ise belirli bir topluluğun ortak paylaşım ve etkileşimlerine dayalı bir takım değerler öne çıkmaktadır. Kültür belirli bir topluluğa, topluma ya da farklı sosyal gruplara ait olan ve paylaşılan değerler olarak tanımlanmaktadır (Haviland, 2002:36). Kültürün paylaşımı birçok ve farklı alanda farklı etkileşimlerin oluşmasına yol açmaktadır. Bunlar arasında yer alan tasarım, kültürün ve kültürel öğelerin etkili bir biçimde ele alınıp yorumlandığı bir alandır. Bu etkileşim aynı zamanda doğal bir sonuçtur denilebilir. Tasarım da sanat gibi kültürle beslenir. Kültürel dokuyu, kültürel öğeleri tasarım problemlerinin çözümünde kullanır. Tasarım alanı tasarımcının gözlemlerini, fikirlerini, hayata bakış açısını, duygularını, yaşadığı toplumla olan etkileşimlerini tasarımın işlevsellik ilkesiyle birlikte harmanladığı ve üretimlerine aktardığı bir alandır. Tasarım bir iletişim biçimi olarak farklı kültürdeki insanlara üretildiği toplumun özelliklerini yansıtır ve kültürel kodları aktarır. Bu bağlamda tasa-

rımın aynı zamanda kültürel bir ifade ortamı olduğu söylenebilir. Grafik bir dil olan ambalaj tasarımı da kültürel öğelerin, kodların tasarım elemanları ve ilkeleri aracılığı ile alıcıya aktarıldığı bir ortamdır.

Ambalaj, bir ürünü koruyan ve birçok farklı malzemeden yapılan boyut, malzeme ve form açısından farklılıklar gösteren taşıyıcılar için kullanılan genel bir terimdir. Bir ambalaj, ürünün ömrünü uzatır, taşıma maliyetini düşürür ve üzerindeki grafik ve yapısal tasarımı nedeni ile süpermarket rafta diğer ürünlerle rekabete girerek ürünü satmaya çalışır. Ürünün satışını etkileyen en temel unsurlardan biri ambalaj tasarımıdır. Ambrose ve Harris'e (2011:16) göre ürünün pazarlama stratejisinin temel unsuru olan ambalaj tasarımı, ürünün diğer ürünlerden farklılaşmasını sağlayan görsel yüzüdür. Ambalajın tasarımın üzerinde ürün hakkında bilgi verici görsel, yazı ve semboller ürünün rafta kendi kendine pazarlanmasını sağlar. Bunun dışında ambalaj, içine konulan ürünü üretildiği yerden tüketicilere ulaştırılması sırasında dış etkenlerden koruyan ve tanıtan bir malzemedir. Ürünün içeriğine göre kağıt, cam, ahşap, metal, plastik, aseptik esaslı çeşitli ambalaj malzemeleri bulunmaktadır. Ürünü koruması dışında ambalaj, ürünün de rafta kendi kendine pazarlanmasını yapar (Öksüz, 2011: 18,19). İyi bir ambalaj tasarımı, perakende satış başarısının anahtarıdır. İlisulu'ya (2019: 15,16) göre üreticiler ambalaj tasarımı sayesinde tüketiciyle iletişim kurmaktadır. Bu nedenle ambalaj tasarımının ifadesinin doğru, açık ve net olması gerekmektedir. Ambalaj tasarımından beklenen, dört odak noktası; ürünü koruması, taşıma kolaylığı sağlaması, estetik değer taşıması ve doğru işleştirmeyi kurabilmesidir. Tüketiciler ambalajın üzerinde bulunan renkleri, biçimleri, grafik stili görerek tepki vermektedirler. Bu nedenle ambalajın amaca uygun doğru tasarlanması ürünün kendini sattırması açısından çok önemlidir. Öksüz'e (2011: 20) göre ambalajın yüzeyinde uygulanan renk, doku, form, font yüzey tasarımı gibi görsel unsurlar tüketicinin dikkatini çekerek, ürünün satılmasına katkı sağlar. Tasarımda kültürel öğelerin kullanılması da oldukça dikkat çekici ve etkili olabilmektedir.

Meyers ve Lubnier (2004: 56) tüketici için satın alma noktasında ambalajın ürünü temsil ettiğini ileri sürmüştür. Becer'e (2014:15) göre araştırmaların, tüketiciler ürün satın alırken, içeriği yerine ambalajına bakarak karar verdiğini ve ambalajın tek başına bir kalite algısı oluşmaktadır. Ürünü satın en önemli unsurlardan biri onun ambalaj tasarımıdır. Ambalajın ürünü koruma, nakliyesini sağlamanın yanı sıra rekabet ortamında diğer ürünlerden daha ilgi çekici hale getirmesi gerekmektedir. Ürünü pazarda daha cezbedici hale sokmak için ambalaj tasarımında kullanılan malzeme, tasarımın rengi, ürün hakkında bilgi veren imgelerin, lekesel dengenin ve tipografinin doğru çözümlenmesi gerekmektedir. Meyers ve Lubnier (2004:27-29)

tasarımın tüketicinin duygularına hitap eden görseller yaratabilmesi için ambalaj ürününün belirgin konumlandırılması gerektiğini öngörmüştür. Ortalama bir tüketiciye bir üründe neyin cezbedici olduğu sorulduğunda ürünün hoş bir fotoğrafının olması yeterli olduğu kanısı yaratılmıştır. Ambalaj grafiğinin, zayıf bir markayı ya da kaliteli olmayan bir ürünü de olumlu bir imaja dönüştürmesi beklenmektedir. Ambalaj tasarımının üzerinde, ürünle ilgili özelliklerde, marka kimliği, ürün adı, ürün tanımı, tat veya çeşit özelliği, fayda cümlesi, satış metni, promosyon mesajı, kullanma tarifleri, başka ürün veya çeşitlere atıf, yiyecek ürünlerde beslenme dengeleri, ilaç veya kimyasal ürünlerde uyarılar, ebat ve içerik yer almaktadır. Ambalajın ürün hakkında bilgi vermesinin yanında ambalajın duygusal yönü de bilinçaltına yöneliktir. Ambalajın üzerinde yer alan metnin ve logo'nun stili, ikonlar, dokular, renk, fotoğraf, illüstrasyon gibi çeşitli grafik elemanları ürün hakkında tüketiciyle iletişim kurarak duygulara hitap eder. İlisulu'ya (2019:17) göre başarılı bir ambalaj tüketici üzerinde farklı duygular yaratabilmektedir. Ambalaj tasarımı üzerinde kullanılan grafiksel öğelerle doğru kurulan iletişim ve sağladığı marka etkisinin tüketicide bu duygulara yol açtığı söylenebilir.

Başarılı bir ambalaj tasarımının ortaya çıkartılmasındaki temel hareket, vurgu, denge gibi temel tasarım prensiplerini kullanarak, tüketiciyi ürüne yönlendirici tasarımlar oluşturmaktır. Ambalaj tasarımında sözsüz bir iletişim dili olan renk ögesi ambalajın tüketici ile iletişiminde önemli etkenlerden biridir. Becer (2014: 110) ambalaj tasarımında beynin ilk algıladığı renk olup daha sonra form, simge ve diğer unsurların geldiğini ileri sürmüştür. Köse'ye (2009:41) göre tasarımcı renk ile tüketiciye algılatmak istediği bildiriye kodlamaktadır. Algılamada renk biçimden önce gelen ilgi çekici bir görsel unsurdur. Rengin yanı sıra, ambalaj tasarımında kompozisyon, tipografi, fotoğraf, illüstrasyon ve semboller kullanılır. Tasarımcı görsel vurgunun nerede yoğunlaşması ve ambalajın üzerinde yer alacak bilgi ve mesajların doğru hiyerarşik düzenleme içinde gerektiğini belirlerler.

Tüketici satın alma eylemi sırasında çok vakit harcamadan hızlı karar verir, bu doğrultuda tasarımcının ambalaj tasarımında kuracağı doğru görsel bir hiyerarşik algı sürecini hızlı ve etkili hale getirir. Paul Rand "Design: Form and Chaos" (Tasarım: biçim ve kargaşa) adlı kitabında, biçimin kışkırtıcı bir unsur olduğunu ve içeriği güçlendiren de kışkırtıcılık olduğunu ileri sürmüştür (Becer, 2014: 121). Bu bağlamda ambalaj tasarımında görsel hiyerarşinin doğru kullanımı ve estetik bir biçimde tasarlanması ürünü cezbedici hale dönüştürüp kendini pazarlamasını sağlar. Ambalajın üzerindeki görsel öğeler ambalajın sesi ve dili'dir. Tasarımcılar tarafından kültürel dokunun görsel öğelere aynı zamanda ses ve dile dönüştürülerek, oldukça zengin bir

tasarım çeşitliliği ve çok sesliliği ile kullanıldığı örnekler arasında, Portekiz kültürünü sayabiliriz. Zengin bir tarihi birikime sahip Portekiz'in, tasarımda sıklıkla kullanılan kültürel sembelleri arasında çini motifleri, deniz ürünleri, denizcilere yol gösteren kargalar, Belem kulesi ve yakınında bulunan eski dünya atlası, Barcelos şehrinin siyah horozu, şehir silüeti ve mimari doku, kırlangıç kuşu, kraliyet sembolleri, Minho'nun kalbi, sarı tramvayı, kaldırım taşları, geleneksel Portekiz Fado gitarı ve Fado şarkıcıları, günlük hayata dair nostaljik görüntüler ve geleneksel kıyafetleri ile insanlar, ünlü şair ve yazarı Fernando Pessoa sayılabilir (Görsel 1).



Görsel 1. Portekiz'in sembolleri: Barcelos'un horozu (sol üst), Sardalya balığı (üst orta), Fado Müziği (sağ üst), Küp şeklinde taşlarla dekorlu döşenen kaldırımlar (sol alt), kırlangıç kuşu (Andorinha) (alt orta) ve Minho'nun kalbi (sağ alt), 2018.

Portekiz, kültürel zenginliği ile tasarımcılara ilham kaynağı olmuştur. Lizbon ve Porto'da görülen üretimler Portekiz'in yaşam stilini, mimarisini, müziğini, geleneklerini ve diğer kültürel zenginliklerini tasarım diline başarı ile yansıtan ve bunu hemen her alanda ve nitelikli bir biçimde yansıtabilen örneklerdir.

## 2. Portekiz'in Kültürel Sembollerinin Ambalaj Tasarımına Yansımaları

Avrupa'nın güneybatı ucundaki İber Yarımadasında yer alan ve etrafı İspanya ve Atlas Okyanusu ile çevrili Portekiz, birçok medeniyete ev sahipliği yapmış bir ülkedir. Eski çağlarda İberyalıların yaşadığı yer olan Lizbon'da Fenikeliler'in, Kartacalılar'ın, Romalılar'ın ve Visigotların eline ve 716'da

Arapların idare altına girmiştir. 1147 yılına kadar Hristiyanlar Lizbon'u ele geçirmek için savaşmışlardır (YHA, 2010:2191-2192). 8. yüzyılda Portekiz'e yerleşen Arap fatihleri Lizbon'u geliştirmiştir ve en eski semt olan Alfama Hristiyanlığa rağmen hala Arap karakterini korumaktadır (Ortaylı, 2019: 223). Portekiz'in başkenti Lizbon, denizci ve kaşifçilerin uğrak noktası olmasının yanı sıra kıtalar arası deniz seferleri ile çok kültürlü bir yaşamın da merkezi olmuştur. Lizbon'da Kasım 1755 tarihinde 8.5 ile 9.0 arasında yaşanan depremin yıkıcı etkilerine rağmen Lizbon'un tarihi dokusunu yansıtan Baxia, Chiado ve Bairro Alto mahalleleri günümüze kadar gelebilmiştir. Portekiz'in 2. büyük şehri Porto ise Avrupa'nın en eski kentlerinden biridir. Romalılar tarafından kurulmuştur. M.S. 6. yüzyılda çok önemli bir ticari merkez olan şehir daha sonra Arapların eline geçmiş, M.S.11'de geri alınmıştır (Demirdurak, 2017: 90). Porto 1996 yılında UNESCO tarafından Dünya Mirası ilan edilmiştir. Portekiz'in köklü kültürü maddi ve manevi birçok zenginliği içermektedir. Yüzyıllardır kullanılan, yaşatılan ve sembolik anlamları, Portekiz'in kültürel öğeleri sembolleri, estetik ve cezbedici dekoratif unsurlar olarak ambalaj tasarımlarında kullanılmaktadır (Görsel 2).

#### Cini - Azulejo



Görsel 2. Casa Grande çikolata markasının ambalaj tasarımlarında illüstratif doku olarak kullanılan Portekiz'in kültürel sembolleri (sol baştan); Fado gitarı, siyah horoz, Minho'nun kalbi, Portekiz evleri, çini, kırlangıç kuşu, sarı tramvay, kaldırım taşları vb. yer almaktadır.

Lizbon ve Porto'yu tarihi bir açık hava müzesine dönüştüren tarihi evlerin ve kimi duvarların cephelerini, çeşmeleri, kiliseleri, manastırları, tren istasyonlarını dekore eden ve yapının bir parçası haline gelen çiniler, Portekiz'in kültürel sembollerinden biridir. Portekizce Azulej ya da İspanyolca Azulejo olarak bilinen çini karoların nasıl geldiğine yönelik bilgiler Arap Müslümanları işaret etmektedir. İber Yarımadası'nın kimi bölümlerinin Morakkolu, Arap bir Müslüman topluluk olarak bilinen Moor idaresinde olduğu ve 15. yüzyılda Portekiz'e geldikleri söylenmektedir. Azulejo'nun kelime kökeni Arapça olan Azul kelimesi Portekizce mavi anlamına ve "cila taş" olarak adlandırılan az-zulayj'den geldiği ileri sürülmektedir. Ana malzemesi kil olan Azulejo fırında 980-1020 derece arasında pişirilir. 5x5 cm ve 15x15 cm arasında çeşitli ölçülerde kare biçimlidir. Yerde, iç ve dış duvarda kulla-

nılmaktadır. 16. ve 17. Yüzyıllarda figüratif motifler kullanılmış; 17. yüzyıldan itibaren sarı ve mavi renkler ve geometrik desenler kullanılmıştır. 17. ve 18. yüzyıllarda ağırlıklı olarak mavi-beyaz renkler ve konu olarak azizlerin hayatı av ve bayram sahneleri betimlenmiştir (Demirdurak, 2017: 57-58; Rona, 1997:178). Lizbon'da tarihi çini eserlerin yer aldığı mimari yapılar arasında, Fronteire Sarayı, 1741'den beri çini karosu üreten Sant Anna'nın Fabrikası, mavi ve beyaz geleneksel fayansın oluşun ve 23 metrelik çini karonun bulunduğu Ulusal Çini Müzesi (Museu Nacional Do Azulejo), Ulusal Sintra Sarayı, Barok tarzı mavi ve beyaz fayansın bir başka güzel örneğinin bulunduğu São Vicente de Fora Manastırı ve 1865 yılından beri çini seramik üreten Viúva Lamego adlı seramik fabrikası yer almaktadır.<sup>1</sup> Ayrıca Benfica ilçesinde yer alan, yapılışı 1640 yılına dayanan Fronteire ya da Fronteire Marquesses Sarayının zarif peyzajlı bahçesinde, sarayın av odası ve yemek odasında bulunan dini temalar, mitolojik figürler, savaş sahneleri ve av sahnelerinden oluşan görkemli çini desenleri buranın "Tileat'ın Sistine Şapeli" olarak adlandırılmasına neden olmuştur. 17. ve 18. yüzyıldan kalma dekoratif karolar, fresklerle kaplanmış paneller ve yağlı boya tablolarıyla görkemli odalar içeren Tileat'ın Sistine Şapeli Lizbon'un en güzel yerleri arasında gösterilmektedir. Douro nehrinin iki kıyısında ve tepelerin üzerinde kurulu Porto'da, binaların dış cepheleri nehrin yol açtığı rutubetten korumak için azulejo ile kaplanmıştır (Demirdurak, 2017: 91-92) (Görsel 3).



Görsel 3. Fronteire Sarayı'nın çini desenleri, Lizbon, 2019. Altta Porto'da bina yüzeylerinin kaplanmasında kullanılan geometrik desenli çini örnekleri, 2018.

<sup>1</sup> <https://www.corinthia.com/lisbon/discover-lisbon/six-places-to-see-portuguese-azulejos-in-lisbon/>

Portekiz'in geleneksel azulejo ve motifleri yüzey süslemesi ya da yüzeyin korunması amacı dışında kültürel bir sembole dönüşmüştür. Bu sembolik öge kimi zaman stilize edilerek kimi zaman olduğu haliyle balık konservele-  
rinin, çikolata, kurabiye, sabun ve diğer birçok ürünün ambalaj tasarımında oldukça yaygın ve zengin bir çeşitlilikte kullanılmaktadır (Görsel 4).



Görsel 4: Azulejo çini karo desenlerinin ambalaj tasarımları üzerinde uyarlamaları, 2018

Görsel 4'de bulunan 3'üncü ve 4'üncü sıradaki balık konservele-  
rine ait kağıt ambalaj tasarımlarının zemininde geometrik azulejo desenleri kul-  
lanılmıştır. Ağırlıklı olarak kahverengi kırmızı, turuncu ve mavi gibi sıcak  
ve soğuk renkler kullanılarak retro etkisi veren dekoratif desenler oluşturu-  
lmuştur. Ambalaj tasarımlarının ön yüzeyinde ürünün markası (Briosa  
logosu) ve ürün içeriğinin bilgileri, azulejo dokusunda bulunan renkler  
içeriğine de uygun kullanılarak ayırıcı bir etiketle tamamlanmıştır. Serifli bir  
yazı karakteri kullanılarak geleneksel ve klasik bir etki verilmiştir. Ambalajın  
arka tarafında ürüne ait üretim, son kullanma tarihi, ürün içeriği, üretici  
firmanın iletişim bilgileri bulunmaktadır. İçinde çeşitli çaylar bulunan karton  
çay ambalajlarında da zemin dokusu olarak çeşitli desenlerde ama birbirine  
uyumlu renkler içeren azulejo desenleriyle tasarlanmıştır.

Balık ve çay ambalajlarında kullanılan bu geleneksel yaklaşım, kültürel de-  
ğerlerin modern bir tasarım dili ile kullanılmasına yönelik güzel bir örnektir.  
İçeriği balık ya da çay olan bir ambalaj tasarımında yaygın olan ve ilk akla  
gelen tasarım anlayışı, içerikle ilgili görsellerin kullanılmasıdır.



Görsel 5: Azulejo desenlerinin bisküvi ambalaj tasarımlarına uyarlanması, 2018

Bu tasarımlarda ise içerik ve kullanılan görsel doku olarak birbirinden ba-  
ğımsız olan iki unsur birarada kullanılarak, kültürün tanıtılması ve hatırlatıl-  
ması bakımından başarılı bir ambalaj tasarımı olarak karşımıza çıkmaktadır.  
Görsel 5'de yine azulejolardan esinlenilerek tasarlanmış "Bites of History"  
(Tarihten İsrıklar) adlı kurabiye markası için gerçekleştirilmiş ambalaj tassa-  
rımları yer almaktadır. Kurabiye ambalajlarında farklı iki renk kullanımı ile  
oluşturulmuş doku, ev yapımı kurabiyeye gönderme yapabilecek danteli  
anımsatan yalın çağdaş ve sıcak bir etiket tasarımı göze çarpmaktadır.

Portekiz'in zengin azulejo dokusunu çağdaş bir yorum kazandırarak ku-  
rumsal kimlik çalışması kapsamında ambalaj tasarımına yansıtan bir başka  
örnek ise Saudade oteli için yapılmış olan tasarımlardır (Görsel 6). Tassa-  
rımlar M&A yaratıcı ajansı tarafından Saudade adlı otel için tasarlanmıştır.  
Konsept, Portekiz'in binalarını, sokaklarını süsleyen Portekiz çinilerinden  
esinlenilmiştir. Başka bir dilde karşılığı olmayan "Saudade" kelimesi bir  
şeyi ya da birini özleme hissi anlamına gelmektedir. 500 yıllık üretim ile  
geleneksel ve klasik olarak ilişkilendirilen Portekiz çinileri, Saudade markası  
için mavi ve beyaz renkleriyle çağdaş bir biçimde yorumlanmıştır.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> <https://worldbranddesign.com/portuguese-tiles-give-life-to-the-new-collection-of-luxury-amenities/>



Görsel 6. Saudade adlı otel için sabun ambalajlarının üzerinde Portekiz çini desenlerinin grafiksel konsepti, 2019.

### Fado

Bazı kaynaklar Fado'nun tarihçesini orta çağa ve daha erken dönemlere kadar gitsede günümüzde 19. yüzyılın ortasına dayandırılmaktadır. Portekiz milliyetinin bir sembolü olarak gösterilen Fado, coğrafyanın zengin ve tipik folkloruna sahip bir müzik türüdür. Fado'nun, Lizbon, Porto ve Coimbra'nın folkloru olduğu söylenmektedir. Fado, üzgün ve nostaljik zamanlarda mutlu ve kutlama zamanlarında en tutkulu duyguların aktarılması için araç olmuştur. Siyah giysiler içinde gitar ve viyola eşliğinde söylenen hüznün ve coşkunun melodisi olan Fado günümüzde Bairro Alto ve Alfama bölgelerinde ağırlıklı söylenmektedir (Portugal, 2016). Fado'da şarkıları Fadista denilen kadın şarkıcılar söyler ve ilk Fado şarkıcısı Maria Severa'nın anısına saygı adına omuzlarına bir şal atarlar (Demirdurak, 2017: 54). Portekiz Fado müziğinin sembolik yanı, tasarımlara da konu olmuştur. Bu müziği simgeleyen Fado gitarı, Fadista ve şal gibi görsel ikonlar, ambalaj tasarımlarında genellikle illüstratif bir yorumla yaygın bir biçimde kullanılmaktadır (Görsel 7).



Görsel 7. Lizbon'un ünlü Ginja likörü ambalaj tasarımında illüstrasyon olarak kullanılan Fado sembolleri, 2019.

Köse'ye (2009) göre ambalajın dilini kolay ve anlaşılır kılan üzerinde taşıdığı resimsel öğe, illüstrasyon ya da fotoğraftır. Frewd la Dekeus "iyi bir resim iyi bir metin gibi" olduğunu ileri süren açıklaması illüstrasyonun, fotoğrafın ambalaj tasarımında etkisini ortaya koymaktadır. Ambalaj tasarımında kullanılan illüstratif öğeler, tüketicinin ilgisini çekmek, aktarılmak istenen mesajı iletmek, ürün hakkında tüketicinin ihtiyacı olan güveni sağlamaya yardımcı olmaktadır (Khoshettekal, 1995:86'dan akt. Köse, 2009: 43). Görsel 9'da yer alan illüstrasyonda, Portekiz kültüründe hüznü ve yası simgeleyen siyah renkte bir elbise içinde şarkı söyleyen bir kadın müzisyenin elinde Ginja içeceğinin vişne meyvesinden esinlenerek gitar enstrümanı oluşturulmuştur. Ginja Lisboa markası ambalaj tasarımının üst kısmında vişne likörüne referans veren kırmızı bir leke içinde okunaklı ve görsele uyumlu bir yazı tipi ile konumlandırılmıştır. Ambalajın alt kısmında "Taste of Portugal" Portekiz tadı ibaresi bulunmaktadır. Sağ taraftaki görselde bez çantanın üzerinde Fado müziği okuyan hüznü bir yüze sahip kadın figürünün çizimi görülmektedir. Illüstratif kadın figürünün sağ ve sol tarafında Portekizce ve İngilizce özgün bir el yazısı fontuyla Fado ibaresi 'patrimônio imaterial da humanidade' insanlığın somut olmayan mirası anlamına gelen kısa bir metin, Fado'nun kültürel değerine vurgu yapmaktadır.

### Siyah Horoz (Galo de Barcelos)

Portekiz'in folklorik değerlerinden biri olan Barcelos'un siyah horozu (Galo de Barcelos), Kuzey Portekiz'de yer alan Barcelos belediyesinin sembolüdür. Barcelos'un siyah horozu 15. yüzyıldan kalma bir efsaneye dayanmaktadır. Efsaneye göre Barcelos'da tüm kasaba halkı zengin toprak sahibinin gümüş takımlarını çalan suçluyu aramaktadır. Tam o sırada Santiago de Compostela'a hacca giden bir hacı da Barcelos'dan geçmektedir. Kasaba

halkı bu hacının suçlu olduğunu düşünerek onu mahkemeye gönderir. Hacı masumiyetini beyan etmesine rağmen, mahkeme ikna olmaz ve asılarak ölmesine karar verilir. Hacı suçsuz olduğunu iddia eder ve ölmeden önce son isteğinin akşam yemeği için yenilecek horoz'un dirilerek onu gagalayacağına ya da bir başka rivayete göre horozun öterek şarkı söyleyeceğine inanmalarını ister. Kasabanın ileri gelenleri akşam yemeği için bir araya gelirler. Hacı asılmaya gönderilir. Asılmasından bir dakika sonra hacının söylediği gibi horoz canlanır ve çok düğümlü ipi gagalayarak ya da öterek ölümden onu kurtarır. Nesilden nesille aktırılan bu efsane, Portekiz'in en ilgi çeken horozunu bir şans nesnesi haline getirir. Barcelos'un siyah horozu, seramik ve ahşap gibi malzemelerle üretilen farklı boyutta seçenekleri ve üzerlerindeki süslemeleri ile Portekiz'in simgelerinden biri haline gelmiştir (Görsel 8).



Görsel 8. Galo de Barcelos, Barcelos'un, siyah horozunun mendil, saat ve saat kutusu, yiyecek ambalajı ve çay kutusu üzerinde tasarım uyarlamaları, 2019.

### Sardalya (Sardines) Balığı ve Morina (Bacalhau) Balığı

Okyanusa kıyısı olan, deniz mahsulleri cenneti Portekiz'in en önemli kültürel sembollerinden biri de zamanla tasarım nesnelere dönüşen sardalya ve morina balığıdır. Sardalya balığı, Lizbon'da sevginin sembolü olarak bilinmektedir. Efsaneye göre 13. yüzyılda Lizbon'un koruyucu Azizi St. Anthony, İtalya'ya vaaz vermek için gider. Aziz St. Anthony İtalya'da kıyı şeridinde vaaz verirken Rimini halkı onu görmezden gelerek vaazını dinlemez. Ancak o sırada denizden milyonlarca sardalya başları suyun üzerinde onun her kelimesini dinler. Bu efsane, Lizbon'da her yıl haziran ayında düzenlenen ve St. Anthony Şöleni olarak da bilinen Sardalya Festivali'ne de kaynaklık eder. Her yıl Haziran ayında binlerce turist festivali izlemeye gelmektedir. Sardalya balığı ve diğer balık türleri tasarım nesnesi olarak farklı malzeme, teknik ve uygulama biçimiyle Portekiz'in simgelerinden biri haline gelmiştir.



Görsel 9. Balık konservesi ve diğer deniz ürünleri için kağıt ve teneke ambalaj tasarımları 2018.



Görsel 10: Balık konservesi ambalaj tasarımları, 2019.

Görsel 10'de sol tarafta bulunan karton ambalajlar, NósNaLinha adlı ajan-sın Riscos markası için tasarladığı ambalajlardır. İllüstratör Carla Nazareth, Portekiz'in Oporto, Coimbra, Lizbon, Algarve, Minho ve Alentejo adlı bölgeleri için çeşitli karakterler tasarlamıştır. Her bir balık konservesinin üzerindeki illüstrasyon bölgeye göre farklılık gösteren ilgi çekici bir balık karakterine bürünmüştür. Konserve balıklarının çekici bir tasarımla hediye-lik bir ürün olarak sunulması amaçlanmıştır.<sup>3</sup> Bir başka örnekte balık konservelerinin ambalaj tasarımları Portekiz'in çini dokularından esinlenilerek geometrik bir stilizasyon ve stilize edilmiş figürler ile gerçekleştirilmiştir (Görsel 11). Ambalaj tasarımları Rui Verissimo firması tarafından Socilink markası için tasarlanmıştır. Socilink, seçilmiş gıda ürünleri satan bir şirket ve son zamanlarda, rafineri ve gürmenin sağlıklı ve farklı ürünler sunmak için

<sup>3</sup> <https://www.packagingoftheworld.com/2015/06/riscos-canned-fish.html>

bir araya geldiği yeni bir konserve balık koleksiyonu oluşturmuştur. En iyi ulusal balıkları en saf sızma zeytinyağı ile mükemmel bir şekilde birleştiren dört Portekizli geleneksel tarif ambalaj tasarımının arka yüzeyinde bulunmaktadır. Portekizlilerin geleneği ve kültürü, geleneksel balıkçılığa çağdaş ve çekici bir tasarımla ortaya koyulmuştur.



Görsel 11. Socilink Sardalya balığının konserve tasarımları, 13.07.2019.

Portekiz'in kültürel öğelerinin bir arada ya da farklı ürünlerin ambalaj tasarımlarında kullanıldığı çeşitli örnekler de bulunmaktadır. Örneğin görsel 12'de yer alan bir çikolatanın ambalaj tasarımında, teneke balık konserve kutusu ve üzerinde balık şeklinde çikolata avlayan balıkçı illüstrasyonu kullanılmıştır. Böylece sadece çikolatanın değil Portekiz balıkçılığının ve deniz ürünlerinin de reklamı yapılmıştır.



Görsel 12. Çeşitli çikolata ambalaj tasarımları, 2018.

Görsel 12'de soldaki balık konserve şeklindeki çikolata ambalajında ise Fado müziği, Fado şarkıcısı bir kadın ve siyah horozdan yola çıkılarak tasarlanan illüstrasyonlar kullanılmıştır. Çikolata ambalajlarının, illüstratif imgelerle süslenmiş konserve teneke kutulara tasarlanması çikolatanın eğlenceli ve bir cezbedici ürüne dönüşmesine yol açmıştır. Balık ürünlerinin ambalajında kullanılan diğer yerel unsurlar arasında, yerel kıyafetleri ile betimlenen kadın figürler yer almaktadır (Görsel 13).



Görsel 13. Yerel kıyafetleri ile Portekizli kadın figürleri ile tasarlanan balık ambalajları, 2018.

Lizbon ve Porto'da tasarımları ile cezbedici bir hediyeleşürüne dönüşen balık konserve satışları için tasarlanmış çok farklı konseptlerde dükkanlar bulunmaktadır. Birbirinden farklı tarzlarda oluşturulan bu dükkanlarda balık konserve yaratıcı ve özgün ambalaj tasarımları nedeni ile büyük bir ilgi çekmektedir. Son yıllarda balık konserve satışları için oluşturulan konsept dükkanlar turistler için hediyeleşürün arasında oldukça popüler bir sembol haline gelmiştir. Örneğin geçmiş 1942 yılına dayanan Comur adlı deniz ürünleri konserve üreten markanın 2017 yılında 75. yıldönümü için özel üretilmiş ambalaj tasarımları ve bu ürünlerin satışları için tasarlanan dükkan ve satış noktaları, Portekiz'in kıtalar arası keşif yapan keşifçilerinden esinlenerek oluşturulmuştur. Comur konserve şirketinin yeni konsepti ile tasarlanan mağaza ve satış noktaları Portekiz'in birçok şehrinde ve havaalanlarında bulunmaktadır (Görsel 14).





Görsel 14. Deniz ürünleri konserve ambalaj ve dükkan tasarımları, 2018.

### Tramvay

Küp kesimli taşlar ile döşeli dar, yokuşlu sokakları arasında, mahalleler arası ulaşımı sağlayan tramvaylar Portekiz'in önemli sembolleri arasındadır. İlk olarak 1873 yılında at arabaları ile taşınan tramvaylar 1901'de elektrikle taşımaya geçmiş 1936 ve 1947 yılları arasında tramvay hatlarına yatırımlar yapılmış, 1950'lerde 76 km'lik bir pist üstünde 24 tramvay hattı hizmet vermiş ve 1990'lardan sonra hatlarda değişiklikler yapılmıştır. Carris (Companhia Carris de Ferro de Lisboa) taşıma firması tarafından işletilen tramvaylar şehrin etrafını dolaşmak için en kullanışlı taşıt ve kentin turistik cazibelerden biri unsur olarak nitelendirilmektedir. Lizbon'da toplu taşıma ağının ayrılmaz bir parçası olan tramvaylar, beş farklı rotada iki farklı tipte hizmet vermektedir. Tarihi "Remodelado" olarak adlandırılan çoğunlukla sarı, turuncu, yeşil ve kırmızı renkli nostaljik tramvaylar eski şehrin turistik noktalar arasında hizmet vermektedir<sup>4</sup> (Görsel 16). Bazı tramvaylarda "İstanbul için yapılmıştır" yazısı bulunur. Savaş yıllarında İstanbul için imal edilen ancak gönderilemeyen bu tramvaylar Lizbon'da kullanılmaktadır (Demirdurak, 2017: 24).

<sup>4</sup> <https://lisbonlisboaportugal.com/lisbon-transport/lisbon-tram-guide.html>



Görsel 15. Lizbon'da sarı, yeşil ve turuncu tramvay, 2018.

Lizbonluların Baixa, Graça ve Alfama bölgelerini kapsayan güzergâhta ulaşımı sağlayan 28 numaralı tramvay, dik yokuşları dar yollardan çıkması ve kentin dokusunu yansıtmaması bakımından turistler tarafından da en çok tercih edilen ulaşım aracıdır. Özellikle sarı rengi nostaljik tramvaylar Portekiz'in simgelerinden biri haline gelmiştir. Çeşitli hediyelik ürünleri süsleyen tramvay illüstrasyonları ambalaj tasarımında kültürel bir sembol olarak bisküvi ve çikolata ambalajında, kağıt mendil paketinde, konserve balık ambalajında ve daha birçok ürünün ambalaj tasarımında kullanılmaktadır (Görsel 16).



Görsel 16: Portekiz'in sembollerinin kraker ambalajı, çikolata kutusu ve kağıt mendil ambalajının tasarımlara uyarlanmış halleri, 2019.

## Sonuç

Portekiz köklü bir tarihi geçmişe, kültürlerarası büyük bir zenginliğe sahip bir ülkedir. Portekiz'in kültürünü, tarihini, dilini ve etnik yapısını Fenikeliler, Yunanlılar, Romalılar, Cermenler ve Endülüs Emevileri'nin de bulunduğu çeşitli medeniyetler oluşturmuştur. Portekiz, 15. ve 16. yüzyılda kıtalar arası deniz seferleri ile Asya, Afrika ve Güney Amerika'da sömürgeler kurarak topraklarını Brezilya'dan Filipinler'e kadar genişletmiştir. Portekiz, dünyanın önde gelen ekonomik, politik ve kültürel güçlerinden birisi olmuştur. Portekizli kaşifler kıtalar arası deniz seferleri ile ülkeye çok kültürel katmanlı, zengin bir tarihi birikim ve doku kazandırmıştır. Bu kültürel doku ve öğelerin izleri, kent sokaklarından binalarına, sanat eserlerinden tasarım disiplinlerine yansımıştır. Bu çalışmada, coğrafi konumu siyasal yapısı itibari ile ortojenik ve heterojenik kentsel özelliklere sahip olan Portekiz'in, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan ve tasarıma yansıyan maddi ve manevi değerlerinin izleri ambalaj tasarımı ekseninde incelenmiştir. Portekiz'de kültürel değerlerin tasarım diline bu denli etkili yansımaları, yaşamın hemen her alanında tasarım kültürünün oluşmasına yol açmıştır denilebilir. Bu keşif, 2015 ve 2018 yıllarında Erasmus kapsamında Lizbon'a yapılan çalıştay, araştırma ve inceleme ziyaretleri sırasında gerçekleşmiştir. Ziyaretleri sırasında tasarıma günlük yaşamda ne denli büyük bir önem verildiği görülmüştür. 2015 yılında Porto'ya yapılan araştırma gezisinde de ambalaj tasarımlarında kültürel öğelerin etkisi ve kullanım zenginliği birçok üründe görülmüştür. Kültür, birçok alanda olduğu gibi tasarım süreçlerinde de zengin bir kaynak olarak işe koşulmuş ve tasarımla ilişkili süreçleri derinlemesine etkilemiştir. Grafik bir dil olan ambalaj tasarımı da kültürel öğelerin, kodların tasarım elemanları ve ilkeleri aracılığı ile alıcıya aktarıldığı bir ortamdır. İncelenen ambalaj tasarımlarında Portekiz'in zengin kültürel dokusunun ve kültürel öğelerin tasarım problemlerinin çözümünde kullanıldığı görülmüştür. Hemen her alanda karşımıza çıkan bu zengin içerikli tasarım anlayışı beraberinde çalışma için bir sınırlandırma ihtiyacını doğurmuş; bu nedenle ambalaj tasarımları ele alınmıştır. Ambalaj tasarımlarında kullanılan renk, tipografi gibi grafik öğelerin yanında, stilize edilen kültürel öğelerin tüketiciyle duygusal bir iletişim kurmada etkili olduğu söylenilebilir. Portekiz'in kültürel öğelerinin ambalaj tasarımlarına yansımaları, kent belleğine ve yaşamına dair geçmişle ilişki kurmamıza yol açmıştır. Kültürel dokuların, kodların ve sembollerin ambalaj tasarımlarında bir tasarım ögesi olarak kullanılması, geçmişle gelecek arasında bir köprü görevini kurmuştur. Geçmişe ışık tutan Portekiz'in kültürel dokuları, öğeleri stilize edildiği ambalaj tasarımlarıyla kültürün belleklerde canlı tutulmasında ve kültürel öğelerin nesilden nesile aktarılmasında önemli bir rol oynamaktadır denilebilir. Bu bakımdan kapsayıcı bir bütün olarak grafik tasarım geçmişi, bugü-

nü ve geleceği görsel bir dille izleyiciye aktarırken aynı zamanda öğretici, hatırlatıcı ve yönlendirici rolüyle de bizlere önemli bir rehberlik yapmaktadır. Yaşanılan bu keşif ve deneyim, tasarımcılara ve tasarım eğitimcilerine yaşadıkları toplumun kültürünü aktarmanın evrensel yolunu bir kez daha hatırlatmaktadır. Kendi kültürünü tanıtmak ve yaymak adına tasarımın evrensel dilini kullanabilmek, ülkenin tanıtımında oldukça etkili bir yöntemdir. Portekiz'in kültürel değerlerinin tasarım ve görsel imgelerle birlikte diğer toplumlar için çekici ve ilham verici bir hale gelmesi, bunun en dikkat çekici örneklerinden biridir denilebilir. Bu görsel güç Portekiz'in tanınır ve bilinir olmasına önemli bir katkı sağlamaktadır. Geçmişten geleceğe kültür ve tasarımla bağlanmak, yerel sembollerle evrensel bir tasarım dili oluşturmak ve çağdaş sentezler üretebilmek, görülebilir olmanın güçlü bir yöntemidir.

## Kaynakça

- Ambrose, G. ve Harris, P. (2011). *Packaging the brand: exploring the relationship between packaging design and brand identity*. Switzerland: Ava Publishing.
- Becer, E. (2014). *Ambalaj Tasarımı*. Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.
- Demirdurak, B. (2017). *Portekiz - İyi Zamanlar Ülkesi. Yuvarlak Dünyanın Köşeleri Dizisi-5*. İstanbul: Gita Yayınları.
- Gözübüyük, Ş. H. (2015). *Satın alma davranışları üzerinde ambalajın etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bartın Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bartın.
- Güvenç, B. (1996). *İnsan ve Kültür*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Haviland, William A. (2002). *Kültürel Antropoloji*, (çev. H. İnaç), İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- İlisulu, T. İ. (2019). "Gıda Ambalajı tasarımlarında değişen tüketici beklentileri". *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 10, 16-23.
- Koç, E. (2007). *Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri global ve yerel yaklaşım*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Köse, S. (2009). *Ambalaj Tasarımında Bildiri Oluşturma Aracı Olarak İllüstrasyonun Kullanımı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İsparta.
- Meyers, M, H. ve Lubliner J. M. (2004). *Başarılı Ambalaj, Başarılı Pazarlama. Faydalı Marketing Kitapları*. İstanbul: Rota Yayınları.
- Ortaylı, İ. (2019). *İlber Ortaylı Seyahatnamesi. Kronik Kitap: İstanbul*.
- Öksüz, Z. (2011). *Düşük Kalorili Gıda Ambalajlarının Tüketiciler Üzerinde Psikolojik Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Portugal: *Collection Guides Europe*. (2016). *Editorial Fisa Escudo De Oro*, İspanya: S.A.
- Rona, Z. (1997). "Azulejo", *Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi*, 1. Cilt, İstanbul: Yem Yayınları.
- Yeni Hayat Ansiklopedisi. (2010). "Portekiz Maddesi" Cilt 4, İstanbul: YHA

## İnternet Kaynakları

- Kültür - Web: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden 7.10.2019'de alınmıştır.
- Lisbon's Trams - Web: <https://lisbonlisboaportugal.com/lisbon-transport/lisbon-tram-guide.html> adresinden 11.2.2020'de alınmıştır.
- Portuguese tiles give life to the new collection of Luxury Amenities - Web: <https://worldbranddesign.com/portuguese-tiles-give-life-to-the-new-collection-of-luxury-amenities/> adresinden 14.10.2019'da alınmıştır.
- Rooster of Barcelos - [https://en.wikipedia.org/wiki/Rooster\\_of\\_Barcelos](https://en.wikipedia.org/wiki/Rooster_of_Barcelos) adresinden 12.09.2019'de alınmıştır.
- Six Places to see Portuguese Azulejos in Lisbon - Web: <https://www.corinthia.com/lisbon/discover-lisbon/six-places-to-see-portuguese-azulejos-in-lisbon/> adresinden 22.10.2019'de alınmıştır.

## Görsel Kaynaklar

- Görsel 1: Portekiz'in sembolleri: Barcelos'un horozu, Sardalya balığı, Fado Müziği <http://ibericalanguages.com/top-5-cultural-symbols-of-portugal/> adresinden 08.02.2019'dan alınmıştır.
- Küp şeklinde taşlarla dekorlu döşenen kaldırımlar, kırlangıç kuşu (Andorinha) (Şirin Şengel arşivi 2018) ve Minho'nun kalbi <https://tr.pinterest.com/pin/397864948304295135/> adresinden 08.02.2019'dan alınmıştır.
- Görsel 2: Casa Grande çikolata markasının ambalaj tasarımlarında illüstratif doku olarak kullanılan Portekiz'in kültürel sembolleri (sol baştan); Fado gitarı, siyah horoz, Minho'nun kalbi, Portekiz evleri, çini, kırlangıç kuşu, sarı tramvay, kaldırım taşları vb. yer almaktadır (Şirin Şengel arşivi).
- Görsel 3: Fronteira Sarayı'nın çini desenleri, Lizbon, 2019 <https://www.weheartlisbon.com/en/sights/palacio-dos-marqueses-de-fronteira> adresinden 12.6.2019'da alınmıştır. Altta Porto'da bina yüzeylerinin kaplanmasında kullanılan geometrik desenli çini (azulejo) örnekleri, 2018 (Şirin Şengel arşivi).
- Görsel 4: Azulejo çini karo desenlerinin ambalaj tasarımları üzerinde uyarlamaları, 2018 (Bilge Kınam arşivi).

Görsel 5: Azulejo desenlerinin bisküvi ambalaj tasarımlarına uyarlanması, 2018,

(Bilge Kınam arşivi).

Görsel 6: Saudade adlı otel için sabun ambalajlarının üzerinde Portekiz çini desenlerinin grafiksel konsepti. <https://worldbranddesign.com/portuguese-tiles-give-life-to-the-new-collection-of-luxury-amenities/> adresinden 18.12.2019'da alınmıştır.

Görsel 7: Lizbon'un ünlü Ginja likörü ambalaj tasarımında ilustrasyon olarak kullanılan Fado sembolleri (2019) (Bilge Kınam arşivi).

Görsel 8: Galo de Barcelos, Barcelos'un siyah horozu'nun çeşitli tasarım uyarlamaları <https://www.meiaduzia.pt/en/products/pack-3-special-edition-barcelos-cock> adresinden 24.11.2019'da alınmıştır.

Görsel 9: Balık konserve ve diğer deniz ürünleri için kağıt ve teneke ambalaj tasarımları 2018, Porto (Şirin Şengel arşivi).

Görsel 10: Balık konserve ambalaj tasarımları <https://www.packagingoftheworld.com/2015/06/riscos-canned-fish.html> adresinden 9.07.2019'da alınmıştır.

Görsel 11: Socilink Sardalya balığının konserve tasarımları <https://www.behance.net/gallery/62393515/Conservas-Portuguesas> adresinden 13.07.2019'da alınmıştır.

Görsel 12: Çeşitli çikolata ambalajı tasarımları, 2018, (Bilge Kınam arşivi).

Görsel 13: Yerel kıyafetleri ile Portekizli kadın figürleri ile tasarlanan balık ambalajları, 2018, Porto (Şirin Şengel arşivi).

Görsel 14: Deniz ürünleri konserve ambalaj ve dükkan tasarımları, 2018, (Bilge Kınam arşivi).

Görsel 15: Lizbon'da sarı, yeşil ve turuncu tramvay, 2018, (Bilge Kınam arşivi).

Görsel 16: Portekiz'in sembollerinin ambalaj tasarımlarına uyarlanmış halleri <https://www.packagingoftheworld.com/search/label/Portugal> adresinden 11.11.2019'da alınmıştır.