



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Engenharia

Bisarro Tradição e Design

Micael Bacelar Pereira

Relatório de estágio para obtenção do Grau de Mestre em
Design Industrial
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Doutora Catarina Moura
Coorientador: Prof. Doutor Afonso Borges

Covilhã, Outubro de 2018

Dedicatória

Ao Álvaro Rodrigues Pereira, à Teresa M^a. Cardoso Bacelar Pereira, ao Daniel Bacelar Pereira e à Mariana Monteiro, que merecem os seus nomes referenciados no epílogo deste percurso.

Ao meu Pai,

Pelos valores transmitidos.

Á minha mãe,

Pela resiliência.

Ao meu irmão,

Pela referência constante na minha vida.

Aos meus avós maternos e paternos,

Por tudo.

“(...) se existe magia no mundo um bom pedaço dela abriga-se ali, naquele reino maravilhoso criado por Deus e trabalhado por gente digna dessa dádiva, braços fortes que partem fragas e fragões, (...) que atravessam Casal de Loivos, (...) como se fossem músicos transportando o seu instrumento com orgulho e brio.” (Pereira, 2007)

Agradecimentos

Pela orientação, a Prof. Doutora Catarina Moura.

Aos meus pais, ao Daniel e à Mariana, pela sensibilidade de me acompanharem neste longo percurso.

Ao Renato Rio Costa, pela paciência, generosidade, compreensão e amizade.

Ao Daniel Pera, pela passagem de conhecimentos, sentido de responsabilidade e profissionalismo.

Ao Lino Silva, pela cedência de imagens.

Ao Tuco, pela constante ternura e amor, que me levantou nos momentos mais difíceis.

Aos meus amigos e restante família, que direta ou indiretamente, contribuíram para atingir este objetivo.

Sem eles, nada teria sido possível.

Prefácio

A experiência deve ser entendida como o main goal do Design, o simples toque, a história contada, a memória que é lembrada, a compra, o serviço, a plataforma, a escolha do produto, o passar a palavra, o descartar e reciclar. Design é este conjunto de experiências que é necessário ter noção de modo a entregar uma boa experiência.

“Design is not about designing a simple thing, or it should not be about design a product. It should be about designing an experience” (Hubert, 2016)

Resumo

O âmbito do presente relatório está delimitado pelo estágio realizado na empresa Bisarro, Vila Real, a reestruturação da empresa e o desenvolvimento de projetos elaborados em cumprimento dos requisitos para obtenção do grau de mestre em Design Industrial. A Bisarro trabalha na área de produtos de cerâmica, desenvolvendo e produzindo peças em barro preto.

O presente estudo tem como principal objetivo contribuir para transformar a Bisarro numa marca de referência, analisando potenciais problemas inerentes à empresa e estudar possíveis soluções, desenvolvendo projetos em barro preto e relançamento da marca. Pretende, igualmente, analisar e enquadrar o lançamento dos novos projetos, a sua inserção no mercado e todo o contexto envolvente, no sentido de perceber o estatuto da mesma, bem como o seu posicionamento relativamente a outras marcas que partilham o mesmo mercado e a mesma área de intervenção nos panoramas nacional e internacional. De igual modo visa, também, que seja uma marca de referência, com o objetivo de promover o valor estratégico do design.

O presente relatório de projeto desenrola-se essencialmente em três fases, enquadramento teórico, estudo de casos e desenvolvimento dos projetos.

Para além da pesquisa em torno da temática da criação de peças em barro preto, será necessária a elaboração de estudos de enquadramento e estabelecimento da mesma, de modo técnico em relação à matéria prima utilizada e outros necessários que se afirme pertinentes nesta fase de criação do projeto empresarial.

Em paralelo, será estudado o processo de trabalho da empresa, nomeadamente dos designers e criadores do projeto Renato Rio Costa e Daniel Pera, tal como os seus percursos profissionais, os seus ideais enquanto designers e empreendedores, de formação e criação de projeto próprio.

Por fim, irão ser apresentados todos os produtos desenvolvidos e todo o fundamento dos mesmos.

Palavras-chave

Design, produto, barro preto, tradição, história.

Abstract

The scope of this report is limited by the internship at the company Bisarro, Vila Real, the restructuring of the company and the development of projects designed to meet the requirements to obtain a master's degree in Industrial Design. Bisarro works in the area of ceramic products, developing and producing pieces in black pottery. The main objective of this study is to contribute to transform Bisarro into a reference brand, analyzing potential problems inherent to the company and studying possible solutions, developing projects in black pottery and relaunching the brand. It also intends to analyze and frame the launch of the new projects, their insertion in the market and all the surrounding context, in order to perceive the status of the same, as well as its positioning in relation to other brands that share the same market and the same one area of intervention in national and international scenarios. Likewise, it also aims to be a benchmark, with the objective of promoting the strategic value of design. The present project report unfolds in essentially three phases, theoretical framework, case study and project development. In addition to the research on the creation of black pottery objects, it will be necessary to prepare framework studies and establish it, in a technical way in relation to the raw material used and other necessary ones that claim to be relevant at this stage of creation of the business project. In parallel, will be studied the work process of the company, namely the designers and creators of the project Renato Rio Costa and Daniel Pera, as well as their professional paths, their ideals as designers and entrepreneurs, training and creation of their own project. Finally, all the developed products will be presented and the entire basis of them.

Keywords

Design, product, black pottery, tradition, history.

Índice

	Lista de Figuras	xvi
	<u>Lista de Acrónimos</u>	xxi
	<u>Introdução</u>	1
1	Âmbito	6
2	Objetivos	7
3	Metodologia	8
4	Trajectoria	9
	ESTÁGIO CURRICULAR	10
1.	Parceria UBI-Bisarro	11
1.1	Bisarro-Estágio curricular	12
	BISARRO	15
2.	Bisarro, Design e tradição	16
2.1	“Barro Negro”	18
2.2	Mestria de moldar o barro	19
2.3	Barro de Bisalhães-Património Imaterial da UNESCO	21
2.4	Soenga	23
2.4.1	Cuidados a ter no segmento da restauração	25
2.4.2	Processo artesanal e industrial	26
	PROJETOS DESENVOLVIDOS 2017/2018	28
3.	Descrição e Compreensão do Projeto	29
3.1	Metodologia	30
3.2	Mercado	31
3.3	Reestruturação do projeto: inovar para sobreviver	32
3.4	Ambiente 2017	35
3.4.1	Moodboard geral	39
3.5	Projetos para complemento da coleção	41
3.5.1	Frappé Ceres	41
3.5.2	Relógio Equevo	54
		xiii

3.5.3	Aquecedor Nimbo	62
3.5.4	Projetos para clientes - Troféus	72
3.5.5	Troféu - World Touring Car Cup	72
3.5.6	EDP Running Wonders	77
3.5.7	Portugal a Correr	83
4.	Metodologia de processo	92
4.1	Prototipagem e produção das peças	92
4.2	Comunicação e lançamento	93
4.3	Embalagem	94
4.4	Preços	94
	<u>Conclusão</u>	95
	<u>Bibliografia</u>	96
	<u>Websites</u>	98
	<u>Anexos</u>	99

Lista de Figuras

1	<i>Apresentação do primeiro Iphone</i> Steve Jobs, 2007	1
2	<i>CD-Player</i> Naoto fukasawa, Muji, 1999	5
3	<i>Projeto ‘‘Bô’’</i> Micael Bacelar Pereira, 2016	14
4	<i>Processo de Soenga</i> Lino Silva, 2015	24
5	<i>Processo de Soenga</i> Lino Silva, 2015	24
6	<i>Processo de Soenga</i> Lino Silva, 2015	24
7	<i>Processo de Soenga</i> Lino Silva, 2015	24
8	<i>Molde Bizarro</i> Renato Rio Costa, 2016	27
9	<i>Alguidar S</i> Lino Silva, 2016	34
10	<i>Alguidar M</i> Lino Silva, 2015	34
11	<i>Alguidar L</i> Lino Silva, 2015	34
12	<i>Cannister</i> Lino Silva, 2015	34
13	<i>Conjunto de taças</i> Lino Silva, 2015	34
14	<i>Stand Bizarro</i> Feira Messe Frankfurt, 2017	36
15	<i>Tendências</i> Messe Frankfurt, 2018	36
16	<i>Google Home</i> 2016	38
17	<i>Google Wifi</i> 2016	38

18	<i>Desenho</i> Micael Bacelar, 2017	38
19	<i>Moodboard geral</i> Steve Jobs, 2007	40
20	<i>Moodboard frappé</i> Micael Bacelar, 2017	42
21	<i>Desenho</i> Micael Bacelar, 2017	43
22	<i>Desenho</i> Micael Bacelar, 2017	44
23	<i>Desenho</i> Micael Bacelar, 2017	45
24	<i>Desenho</i> Micael Bacelar, 2017	45
25	<i>Renderização frappé com pires e gravação a laser</i> Brasão Quinta dos Murças, 2017	46
26	<i>Pormenor frappé</i> Micael Bacelar, 2017	47
27	<i>Desenho técnico</i> Micael Bacelar, 2017	48
28	<i>Molde</i> Micael Bacelar, 2017	49
29	<i>Peça extraída do molde</i> Micael Bacelar, 2017	49
30	<i>Cozedura</i> Lino Silva, 2017	51
31	<i>Frappé com interior em latão</i> Micael Bacelar, 2017	51
32	<i>Gravação a laser</i> Micael Bacelar, 2017	52
33	<i>Embalamento</i> Micael Bacelar, 2017	53
34	<i>Moodboard Relógio</i> Micael Bacelar, 2017	54
35	<i>Desenho</i> Micael Bacelar, 2017	55

36	<i>Desenho</i> Micael Bacelar, 2017	56
37	<i>Maquete</i> Micael Bacelar, 2017	57
38	<i>Desenho</i> Micael Bacelar, 2017	57
39	<i>Relógio de parede Equevo</i> Micael Bacelar, 2017	58
40	<i>Desenho</i> Micael Bacelar, 2017	59
41	<i>Desenho</i> Micael Bacelar, 2017	60
42	<i>Relógio de secretária Equevo</i> Micael Bacelar, 2017	61
43	<i>Moodboard aquecedor</i> Micael Bacelar, 2018	63
44	<i>Desenho</i> Micael Bacelar, 2018	64
45	<i>Teste</i> Micael Bacelar, 2018	65
46	<i>Esquema: circulação do ar</i> Micael Bacelar, 2018	65
47	<i>Silhuetas</i> Micael Bacelar, 2018	66
48	<i>Silhuetas escolhidas</i> Micael Bacelar, 2017	66
49	<i>Desenho</i> Micael Bacelar, 2018	67
50	<i>Desenho</i> Micael Bacelar, 2018	68
51	<i>Maquete</i> Micael Bacelar, 2018	69
52	<i>Maquete</i> Micael Bacelar, 2018	69
53	<i>Desenho tridimensional</i> Micael Bacelar, 2018	70
54	<i>Maquete final</i> Micael Bacelar, 2018	71

55	<i>Troféu wtc</i> 2016	72
56	<i>Recorte de formas</i> Micael Bacelar, 2018	73
57	<i>Circuito de Vila Real</i> 2015	73
58	<i>Desenho final</i> Micael Bacelar, 2018	74
59	<i>Maquete digital</i> Micael Bacelar, 2018	74
60	<i>Desenho técnico: chapa</i> Micael Bacelar, 2018	75
61	<i>Troféu final</i> Micael Bacelar, 2018	76
62	<i>Desenho</i> Micael Bacelar, 2018	78
63	<i>Maquete digital</i> Micael Bacelar, 2018	78
64	<i>Desenho</i> Micael Bacelar, 2018	79
65	<i>Maquete final</i> Micael Bacelar, 2018	80
66	<i>Cozedura: Soenga</i> Lino Silva, 2018	81
67	<i>Entrega de troféus</i> EDP Running Wonders, 2018	82
68	<i>Moodboard: Portugal a Correr</i> Micael Bacelar, 2018	84
69	<i>Desenho</i> Micael Bacelar, 2018	85
70	<i>Desenho</i> Micael Bacelar, 2018	86
71	<i>Maquete digital: gravação</i> Micael Bacelar, 2018	87
72	<i>Enchimento de moldes</i> Micael Bacelar, 2018	88
73	<i>Cozedura: Soenga</i>	89

	Lino Silva, 2018	
74	<i>Troféu final: embalamento</i> Micael Bacelar, 2018	90
75	<i>Troféu Portugal a Correr</i> Micael Bacelar, 2018	91

Lista de Acrónimos

APA	American Psychological Association
CNC	Controlo Numérico Computorizado
EDP	Energias de Portugal
FIA	Fédération Internationale de l'Automobile
GRP	Gabinete de Relações Públicas
UBI	Universidade da Beira Interior
WTCR	World Touring Car Racing

Introdução

Design não se trata apenas de desenhar um produto ou não deve ser só desenhar um produto. Deveria ser, desenhar uma experiência. Quando se desenha uma experiência, todo o ponto de contato com o qual alguém interage é visto.

Várias ações como visitar a loja, verem a marca, interação com o website, a escolha do produto, a compra, o serviço, usar o produto, falar com outras pessoas sobre o produto, a sua análise, o seu descarte e a sua reciclagem. Design é sobre toda esta experiência. Permitindo perceber a marca, o design industrial, o design de interface, o serviço de design, como ele é projetado para um elevado desempenho. É necessário o Designer ser capaz de fazer todas estas coisas de maneira a proporcionar uma boa experiência, assim entende Benjamin Hubert (2016), em entrevista para a revista *More With Less Design*. Embora que, com esta abordagem, nos leve para uma perspectiva demasiado mecânica, não podemos deixar de pensar na experiência como algo poético, sensível. O design pode ser visto como uma ponte entre o “mundo caótico” do pensamento e o mundo material.

Como afirma Mark Wigley, o design é uma leitura teórica do mundo. Referindo esta perspectiva na revista de Comunicação organizada por José Bártolo, publicada em Outubro de 2010:

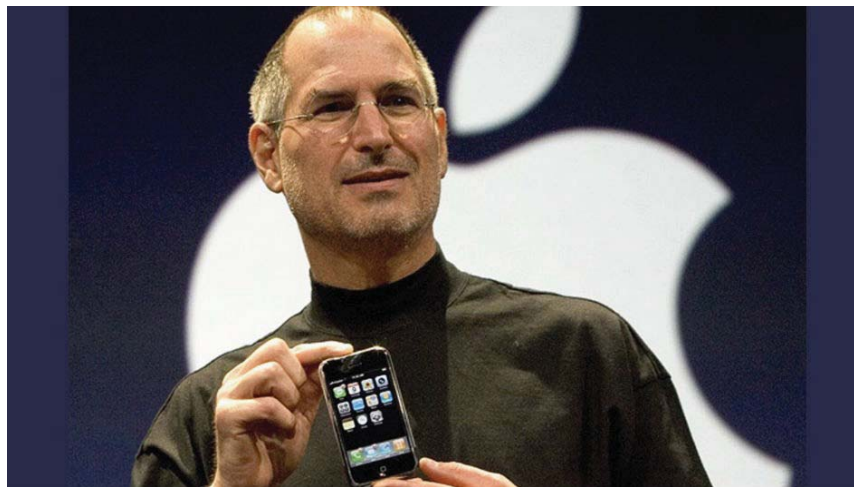
O design tem sempre a ver com a teoria. (...) é uma leitura teórica do mundo; (...) é o gesto através do qual a teoria se identifica com o mundo material. Apontar para o design é apontar para a teoria. (...) Um design forte pressupõe uma teoria forte. O design é, por assim dizer, o rosto da teoria. (Wigley, 2010, pp. 91-104)

Esta leitura teórica do mundo, é um serviço que o designer proporciona ao consumidor final, pensando ao detalhe sobre todas as fases de utilização, uma tarefa com uma presença evidente na metamorfose da própria vida e do mundo pois estamos numa era de Design Total.

Como refere Maria Teresa Cruz em *O artificial ou a era do "Design Total"*, 2002:

A era do "design total" será, pois, a era onde tudo ou quase tudo parecerá ser o resultado de uma quase natureza, sendo ao mesmo tempo, contudo, inteiramente intencionado, inteiramente concebido e inteiramente formatado. Ou seja, a cultura, no seu estado de "design total" é a cultura na era do apagamento da fronteira entre o natural e artificial, o momento em que, aquilo que é inteiramente intencionado pelo homem, tenderá a apresentar-se como puramente natural. (Cruz, 2002, p. 1)

Os termos "natural" e "artificial" são recorrentemente utilizados para fazer a distinção do que é intencionado pelo homem e a sua segunda natureza como se percebe a partir do texto de Maria Teresa Cruz, *O artificial ou a Era do "Design Total"*, onde parte da hipótese de uma transformação radical da nossa cultura, designada como a "entrada numa era do "design total", onde "tudo ou quase tudo vai passando pela congeminção e discursividade estética e funcional", do "mais insignificante objeto, utensílio, aparelho ou máquina" que resultam de uma "quase necessidade" da própria natureza, figura 1.



**Fig. 1: STEVE JOBS
DURANTE A APRESENTAÇÃO DO PRIMEIRO IPHONE, 2007
(FOTO: REPRODUÇÃO YOUTUBE)**

O desenvolvimento tecnológico, figura 2, e a sua relação com as pessoas, design de interface, trouxe um novo contexto na atuação do design, considerando a revolução digital algo semelhante e importante com a revolução industrial, como se entende em *Immateriality takes command*:

Se é verdade que este é um período de transição para o mundo, nascido há mais de dois séculos atrás com a revolução industrial, então o design industrial é uma parte essencial da nova transformação digital. (Diani, 1988, p. 6)

Concluindo, é benéfico aceitar a tecnologia, o artificial como uma natureza nova, uma “segunda natureza” de maneira a continuarmos progredindo e nos libertarmos da natureza, que nos condiciona.

Podemos então por outras palavras, adaptando ao texto de Maria Tereza Cruz, dizer que não existe o “artificial”, já estamos numa altura que podemos designar o termo “artificial” como o “novo natural”, uma segunda natureza.

Como diz Flusser em *The Shape of Things, A Philosophy of Design* (1999):

Este é o design que é a base de toda a cultura: enganar a natureza através da tecnologia, para substituir o que é natural com o que é artificial e construir uma máquina da qual sai um deus que somos nós próprios. (Flusser, 1999, p. 3)



Fig. 2
CD-PLAYER, NAOTO FUKASAWA, MUJI, 1999

1 Âmbito

Com o presente relatório de estágio, realizado na marca Bizarro, sediada em Vila Real, no âmbito do mestrado de Design Industrial dirigido pela Universidade da Beira Interior, procura dar-se a conhecer as mais-valias da realização de um estágio curricular como fase final de mais uma etapa académica e preparação para a vida profissional.

A possibilidade de realizar estágio durante o término do mestrado foi sem dúvida um meio de consolidar conhecimentos adquiridos no mestrado de Design Industrial, realizado na Universidade da Beira Interior, potenciando o desenvolvimento de competências necessárias para o mercado de trabalho e, neste caso, trabalhar em conjunto com os designers Renato Rio Costa e Daniel Pera, que possuem uma vasta experiência e conhecimento na área do design português e com vários projetos desenvolvidos e comercializados.

O estágio curricular teve duração de quatro meses. Enquadrando-se no âmbito do projeto realizado no ano letivo 2016-2017 com a turma de Mestrado de Design de Produto lecionado na Universidade da Beira interior, onde ficou concluído no final do ano letivo, o aluno que iria iniciar o estágio. A fundamentação teórica para a realização deste relatório foi adquirida através de pesquisa, investigação, estudo, reflexão sobre conceitos e metodologias. Pesquisas elaboradas para a fundamentação teórica complementadas com investigação de autores, permitindo ter conhecimento de diferentes perspetivas, refletindo e tomando várias conclusões.

Foram realizadas várias atividades e projetos, como suporte na reestruturação do portfolio e atuação da marca no mercado, contanto com o mercado real, com a produção, resolução de problemas processuais, produtivos e comerciais implementando conhecimentos adquiridos durante o contexto académico. Desenvolvidos também novos produtos através de um processo de ideação e conceito, incluindo a formalização das formas selecionadas para avançar para produção, através de desenhos técnicos e acompanhamento de todo o processo de produção das peças.

2 Objetivos

Na íntegra, os objetivos passam pela adaptação ao mercado de trabalho, desenvolvimento de competências e compilação dos conhecimentos obtidos durante a licenciatura e mestrado em Design Industrial, ambos dirigidos na Universidade da Beira Interior.

Durante o processo de aprendizagem académica, os trabalhos desenvolvidos são, na maior parte das vezes, conceptuais e metodológicos, no entanto neste caso são maioritariamente casos reais, com exigências particulares.

O trabalho em equipa, o contato com os clientes e o desenvolvimento de competências na área do design, além dos aspetos acima mencionados, são objetivos focados na evolução do perfil profissional.

Para este estágio, os objetivos idealizados derivam da motivação, pois o principal objetivo era a integração no mercado de trabalho de maneira, a perceber como este se empreende, através da realização de diferentes experiências. Da capacidade de estagiar em uma empresa que atua numa área de design como a Bisarro os objetivos definidos foram especialmente desenvolver capacidades de projetar na área da cerâmica. O desenvolvimento de conhecimentos técnicos dos produtos como, especificidades da matéria prima utilizada, processo de olaria, acabamentos geralmente utilizados, entre outros, fazem parte dos principais objetivos a ter em conta. Em contexto académico, são desenvolvidas técnicas e metodologias para apoio ao desenvolvimento de design como, técnicas para estimular a criatividade e metodologias para se obter um bom desenvolvimento de projeto. Porém, é também incutido, que por vezes, apesar de a melhor via ser o desenvolvimento de projetos recorrendo a estas técnicas e metodologias, este nem sempre é usado pelas empresas. De igual modo, o objetivo seria perceber se estes conhecimentos iriam ser aplicados e quais os métodos de trabalho utilizados, por norma, nas empresas.

3 Metodologia

A metodologia utilizada na concepção deste relatório de estágio curricular, tratou-se de uma pertinente recolha de dados gerada ao longo do estágio, uma metodologia de carácter avaliativo, utilizando a observação e análise documental, como instrumentos imprescindíveis. A observação realizada ao longo de quatro meses, teve a particularidade de conter a participação nas atividades, sempre que solicitado ou necessário. O registo da mesma foi redigido posteriormente à observação e não em simultâneo de modo a facilitar a concentração nas tarefas atribuídas.

Relativamente à análise documental, serviu para complementar a informação obtida por outros métodos, consultando alguns documentos facultados pelos responsáveis da marca. Material escrito alusivo ao âmbito da olaria negra, olaria de Bisalhães, processo artesanal e industrial e design contemporâneo.

Este relatório, metodologicamente foi desenvolvido de acordo com as normas APA (American Psychological Association), sistema de citação autor-data.

4 Trajetória

Este relatório de estágio divide-se em quatro capítulos distribuídos por três partes: Estágio Curricular, Bisarro e Projetos desenvolvidos 2017/2018, percurso através do qual se explora todo o processo envolvido neste estágio curricular.

A primeira parte, Estágio Curricular define o primeiro capítulo, Parceria UBI-Bisarro explica e contextualiza o processo de parceria entre a Universidade da Beira Interior e a empresa, de que maneira se torna uma mais valia para os alunos de Mestrado de Design Industrial a nível de experiência, como a consolidação de todo o conhecimento adquirido no curso, concluindo com a origem do estágio e as suas circunstâncias, tanto pela parte do estagiário como também das entidades que criaram este protocolo e a sua justificação.

Com Bisarro, a segunda parte procura demonstrar o conceito da empresa e marca. O segundo capítulo, Bisarro, começa por fazer uma apresentação da empresa, as suas ideologias e o seu percurso, que explora o Design num ambiente de tradição, sensível e de difícil ascensão que, no entanto, se acredita pertinente e justificável. Aborda também toda a tradição envolvida no projeto, como a matéria-prima utilizada, seu processo de aplicação pelo artesão, a contextualização histórica do Barro de Bisalhães e o seu processo de cozedura, a Soenga. Clarifica cuidados a ter neste tipo de produtos quando utilizados na restauração e uma distinção entre artesanal e industrial, introduzindo alguns processos otimizados empregados pela empresa.

A terceira e última parte, designada por Projetos desenvolvidos 2017/2018, pretende expor todo o trabalho desenvolvido durante o estágio, apresentando as suas atividades, complementadas por justificações. O terceiro capítulo, Descrição e compreensão do projeto, descreve os objetivos e os projetos desenvolvidos, a metodologia utilizada no processo de desenvolvimento, todos os caminhos seguidos para a conceção dos produtos como as suas justificações. Descreve o mercado geral e o posicionamento onde a marca pretende explorar. A reestruturação da empresa e as estratégias adotadas face aos problemas existentes. Estudos de mercado, como a visita à feira Ambiente. Toda a explicação relativa aos projetos desenvolvidos neste estágio curricular, contendo toda a pesquisa, desenhos e acabamentos. Finalizando com o quarto capítulo, Metodologia de processo, onde se descreve todo o processo geral, relacionado com a prototipagem e produção das peças, embalagem, comunicação e lançamento e um breve esclarecimento de como se atinge os preços finais.

ESTÁGIO CURRICULAR

1.

Parceria UBI-Bisarro

Para uma contextualização mais profunda, é necessário compreender que o curso de 2º Ciclo de Design Industrial tem como objetivos gerais a especialização, focado no projeto, em Design Industrial. Desenvolvendo competências relacionadas com a investigação, planeamento, desenvolvimento e representação de conceitos, prototipagem e modelação, comunicação e contato com indústria real.

Para que tal seja atingido, o curso conta com parcerias entre a Universidade da Beira Interior e várias empresas na área do Design, entre as quais, o Bisarro faz parte. Estas parcerias apresentam-nos vários segmentos do design, como mobiliário, tecnologia, cerâmica, têxteis, artesanal e industrial, e são um incentivo à criatividade pois, transporta os alunos para uma realidade contrária ao contexto académico, uma realidade de mercado fabril em diferentes setores que nos testa em vários aspetos, como responsabilidade, coordenação, entre outros. Estas parcerias resultam em projetos colocados pelas empresas, que mais tarde resultam na sua produção e ou estágio curricular.

Os briefings são lançados pelos responsáveis das empresas parceiras e trabalhados paralelamente, com sensivelmente os mesmos prazos. Ao longo do desenvolvimento destes projetos são realizadas reuniões mensais entre os responsáveis das empresas, docente e aluno discutindo o ponto de situação do projeto até à apresentação final.

O protocolo oficial da parceria entre a Bisarro e a Universidade da Beira Interior, foi assinado e carimbado pelo Designer Daniel Pera, representante da marca e elaborado entre a Bisarro e o docente Afonso Borges no final do ano letivo 2016-2017.

1.1 Bizarro-Estágio curricular

A oportunidade de estágio curricular surge no âmbito da cadeira Projeto I, lecionada pelo docente Afonso Borges com parceria entre a Universidade da Beira Interior e a Bizarro. A seleção do aluno a realizar estágio curricular ficou definida após a avaliação das competências apresentadas pelos alunos, através do projeto desenvolvido no 1º ano, 1º semestre proposto pela Bizarro no ano letivo 2016-2017. Um projeto desenvolvido para o setor de utensílios de cozinha acompanhado pelo professor Afonso Borges, docente da cadeira de Projeto, com reuniões complementares ao longo do processo de desenvolvimento pelos autores do Briefing e fundadores da marca, Renato Rio Costa e Daniel Pera. Estes concluíram que, o aluno selecionado para iniciar estágio curricular demonstrou qualidade na resposta ao briefing, possuindo conhecimentos sobre a marca bem como os seus produtos e métodos produtivos.

De forma sucinta, o briefing contemplava a criação de uma peça em barro, ou no máximo até três peças utilitárias para uso doméstico. No caso de ser um conjunto de peças estas deviam pertencer a uma coleção, ou seja, deviam seguir a mesma linguagem, podendo-lhes, no entanto, atribuir diferentes utilidades. O material a utilizar neste projeto proposto deveria ser predominantemente barro, podendo ser considerados outros materiais complementares às peças desenvolvidas como a cortiça (várias granulometrias) e a madeira (carvalho, pinho e contraplacados) tendo em atenção a viabilidade de maquinaria das formas em torno, CNC ou corte a laser. O método de produção relativo à peça de barro passava pela modelação manual na roda de oleiro. O Mercado-alvo seria sobretudo o mercado externo, concretamente o mercado Americano, Inglês e Nórdico, tendo o mercado nacional como considerado por defeito. Conforme o referido anteriormente, o segmento alvo seria o segmento doméstico utilitário. Os produtos desenvolvidos, contudo, podiam contemplar valências e características para o segmento hoteleiro. Pretendia-se, com as peças desenvolvidas no âmbito deste briefing, atingir um público heterogéneo, entre os 25 e os 50 anos. O consumidor tipo destas peças podia ser um consumidor final (doméstico), que poderia adquirir o produto em lojas físicas ou online; ou um consumidor técnico (armazenistas ou retalhistas), que adquire o produto em mais quantidades para revender, como por exemplo lojas, pontos turísticos, etc.

A principal diferença entre estes dois clientes prende-se com a valorização do produto. A compra de um consumidor final será definida pela apreciação do produto, se este é apelativo, atrativo, funcional, se a embalagem comunica bem o produto e a sua função. Pois o consumidor técnico dá prioridade à pertinência do produto no mercado, ao preço, à embalagem, à facilidade de armazenamento e transporte.

Para efeitos de pesquisa e inspiração, foram aconselhadas as seguintes marcas:

-Bolia / Menu AS / Atipico / Layer Design / EVA SOLO / Skagerak / Rosenthal / Rosendahl / Crate&Barrel / Alessi/ HAY.

Após a recolha de informação e análise de métodos produtivos, os produtos da marca e o mercado em questão, iniciou-se o desenvolvimento de um projeto de cerâmica centrado no barro preto de Bisalhães.

O projeto de seu nome “Bô”, figura 3, expressão que caracteriza a população de Trás-os-Montes, é um projeto focado na memória e tradição. A memória das lareiras dos nossos antepassados que abrasam em dias frios nas casas enraizadas nas encostas das serras, com aromas a fumo cravado no ar. Estas circunstâncias que acabam por ser uma tradição de muitas famílias encaminharam para o desenvolvimento de um produto que se remete esta memória. Uma panela com uma pega em madeira, assente numa base onde se incluem brasas para manter a refeição calorosa. Para cozinhar e servir à mesa, mantendo sempre a refeição quente.

Este foi um dos projetos selecionados que deu mais tarde, origem à proposta de estágio.

A marca estava numa fase de reestruturação do seu portfolio e atuação no mercado, propondo assim um papel importante nesta reestruturação trazendo grandes benefícios na medida em que surge assim a oportunidade de trabalhar num contexto real, com contato direto com a produção, resolução de problemas processuais, produtivos e comerciais, bem como o contato direto com clientes. Com a oportunidade de implementar conhecimentos adquiridos durante o contexto académico durante todo o processo de desenvolvimento na Bisarro.

A função prevista a desempenhar durante o tempo de estágio foi, anteriormente ao início do mesmo, proposta e discutida com o Diretor de Mestrado, o docente Afonso Borges e com os designers da empresa. Tal como o plano de possíveis atividades a desempenhar na mesma. No entanto, a função desempenhada é principalmente definida pelas possibilidades e necessidades da empresa. Na perspetiva de que os objetivos apresentados previamente são os pretendidos e a função desempenhada é o que a empresa possibilita de realizar.

A função principal atribuída enquanto estagiário na Bisarro reincidiu maioritariamente no apoio ao processo de reestruturação da marca e da sua presença no mercado, desenvolvimento de produtos complementares à coleção existente, comunicação e apresentação dos mesmos, participação em reuniões com clientes e fornecedores, acompanhamento de produção, e desenvolvimento de projetos específicos para clientes.

Assim, o período do estágio profissional teve início no dia 2 de outubro de 2016 e terminou no dia 2 de fevereiro de 2017, com uma carga horária semanal de 40 horas, distribuídas por 5 dias, das 9:00 às 19:00.

A realização deste estágio, no ponto de vista do estagiário, é de elevada importância pois são testadas todas as competências adquiridas ao longo da licenciatura e do mestrado, o contato com a realidade de trabalhar numa empresa proporciona a oportunidade de adquirir novas aprendizagens que não seriam possíveis de outra forma pois toda a teoria obtida no meio académico, carece de um contexto prático pois só com esta simbiose é possível ter uma preparação adequada para que no futuro tenhamos autonomia suficiente para lidar com todas as ambiguidades da profissão, enfrentando obstáculos e aprendendo com os erros.



Fig. 3
PROJETO "BÔ",
MICAEL BACELAR PEREIRA, 2016

BISARRO

2.

Bisarro, Design e tradição

A Bisarro surgiu enquanto projeto sócio-cultural, fortemente ligado às raízes artesanais e criativas, num período em que as artes menores são cada vez mais valorizadas. Este projeto tem a sua génese no barro preto de Bisalhães, valorizando esta arte e as pessoas que a praticam. A olaria preta é uma arte secular passada entre gerações de artesãos que se dedicam à produção e comercialização de peças utilitárias e decorativas. Esta olaria adquiriu, ao longo do tempo, um cariz cultural bastante forte, sendo hoje considerada património cultural imaterial pela UNESCO. Com isto, o conceito Bisarro baseia-se na forte simbiose entre os diferentes mundos do design e o do artesanato, de onde resultam ideias e produtos únicos.

Atualmente existem apenas cinco oleiros a exercer esta atividade na região e sem grandes prospeções de passagem de testemunho, tratando-se, portanto, de uma arte em grande risco de extinção. É com isso em mente que a Bisarro se propõe a tentar reavivar a olaria preta de Bisalhães, pretendendo levar esta arte a novos rumos e criar novas oportunidades comerciais mantendo a forte tradição. E é numa qualidade de transfusão de conhecimento que a Bisarro sente a obrigação de se alargar a outros centros de olaria de forma a reunir todos os argumentos que possibilitem a sua contribuição para a subsistência do barro de Bisalhães.

A marca é relativamente recente, contando com apenas 3 anos. No entanto, a sua ideia germinou nos tempos académicos do seu fundador, Renato Rio Costa, que munido da experiência adquirida no mundo da cerâmica, decidiu tornar realidade este projeto. Naturalmente, a sua concretização passou por várias fases de adaptação e evolução, etapas que ainda não estão concluídas, visto ser um dos caracteres representativos da Bisarro.

Sendo a evolução algo inerente ao Design, é natural que sejam partilhadas novas ideias. Porém, é algo a ser encarado com cautela, sendo que falamos de um choque cultural entre duas formas diferentes de encarar o produto, por um lado temos o Design que se concentra, entre outras coisas na produção industrial, tendências e normas a ser respeitadas. Por outro, temos o artesanato em que cada peça é diferente, o conhecimento é passado de geração em geração e goza de uma liberdade criativa e formal.

A ideia original da Bisarro, enquanto projeto focado na olaria preta de Bisalhães, foi impulsionada por dois Designers: Renato Rio Costa e Daniel Pera.

Renato Rio Costa, Designer de 26 anos, natural de Vila Real, Licenciado em Design Industrial na Universidade da Beira Interior e mestre em Design Gráfico na ESAD das Caldas da Rainha, teve a oportunidade de trabalhar em duas agências de Design e mais recentemente trabalhou na SPAL Porcelanas de Alcobaça, onde adquiriu valiosos conhecimentos e experiência do mundo da cerâmica.

Daniel Pera, Designer de 31 anos, licenciado na Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa em Design de Produto, tem um percurso ligado à indústria e mais especificamente à cerâmica utilitária, anteriormente Diretor Criativo da SPAL Porcelanas.

O contato e experiência, não só com a indústria como também com o mercado desta área e com os principais canais comerciais deste segmento são, sem dúvida, pontos chave destes Designers para implementar a Bisarro no mercado nacional e internacional.

A produção das peças desenhadas por estes, atualmente, está encarregue ao Oleiro Manuel Osório Tapada, de 26 anos, licenciado em Ciências da Comunicação, tendo frequentado o mestrado de Ciências de Comunicação. Desde cedo esteve ligado à olaria, por razões familiares, em particular à Olaria Negra de Bisalhães. Iniciou o seu “trabalho na roda” em 2011, depois de realizar um curso de aprendizagem no Atelier do Mestre João Carquejeiro no Porto e de uma formação em modelagem cerâmica no CENCAL, nas Caldas da Rainha. Possui um conhecimento detalhado do processo de produção tradicional da Olaria Negra de Bisalhães. A formação de modelação conta também com o ensinamento do Oleiro Cesário Martins de Bisalhães, entre outros.

Como tal, o Design da Bisarro procura sempre a harmoniosa conjugação entre o tradicional e o moderno procurando novos caminhos que valorizem e impulsionem o Design português. Para isso procuram conjugar a matéria base, o barro preto, com outros recursos bem nacionais como a cortiça, a latoaria, curtume, etc. A produção das peças complementares de latoaria são fabricadas localmente num atelier com produção artesanal, concebidas pelo latoeiro mais jovem a trabalhar em Portugal, Rui Manuel Gonçalves dos Santos, 45 anos, natural de Vila Real, que desde 1989, deu sequência à profissão de seu pai e mestre Joaquim Santos. Com um fascínio peculiar por esta arte, decidiu dar sucessão a esta tradição, dedicando-se a tempo inteiro, dominando todas as técnicas necessárias à produção. Trabalhando com diversos materiais, predominando mais a folha de flandres e a chapa zincada, com uma produção profissional e de excelente qualidade.

As novas coleções são idealizadas depois de uma vasta pesquisa sobre a demanda do público e de todo o processo necessário à sua produção. Devido a estas irregularidades do mercado não é possível tabelar um período entre novas coleções.

A Bisarro não é só um estúdio de Design. A Bisarro é uma ideologia, uma forma de representar e dar a conhecer ao mundo os valores do que é feito no interior de Portugal.

2.1 “Barro Negro”

De modo a responder aos objetivos propostos para o estágio, foi necessário analisar o material utilizado pela Bisarro, o “Barro Negro”. Este, pertence ao grupo da cerâmica que se compreende como a arte de produção de artefactos tendo a argila como matéria-prima. “ (...) A cerâmica é ao mesmo tempo a mais simples e a mais difícil de todas as artes. A mais simples por ser a mais elementar; a mais difícil, por ser a mais abstrata (...)”. Na verdade, a olaria preta, é uma arte que não necessita de ferramentas muito elaboradas, pelo contrário, as ferramentas utilizadas, à exceção da roda de olaria, são muito rudimentares e de baixo custo. Por outro lado, é um trabalho complexo, pois cada peça elaborada pelo artesão é diferente da primeira e são necessários vários anos de experiência para aprimorar a técnica. “ (...) Historicamente encontra-se entre as artes mais primitivas. Os vasos mais antigos que se conhecem eram modelados à mão em barro cru, tal qual era extraído da terra, e secados ao sol e ao vento. Mesmo nesse grau do seu desenvolvimento, antes de possuir escrita, literatura ou mesmo religião, o homem possuía já esta arte, e os vasos que então produzia ainda são capazes de nos sensibilizar pelas suas formas expressivas. Quando o homem descobriu o fogo e aprendeu a tornar os seus vasos rijos e duradouros, quando inventou a roda e como o oleiro pôde acrescentar ritmo e movimento ascensional ao seu conceito de forma estavam presentes todos os elementos essenciais da mais abstrata de todas as formas de arte.” A partir deste momento, esta arte foi-se desenvolvendo, aparecendo novas técnicas de produção, novas formas que por sua vez, se foram passando de geração em geração e de cultura em cultura.

“Esta foi evoluindo desde as suas humildes origens até que, no século V a.C., se tornou a arte representativa da raça mais intelectual e sensitiva que o mundo conheceu. Um vaso grego é o verdadeiro protótipo da harmonia clássica. Depois, para o Oriente, outra grande civilização fez da cerâmica a sua arte mais típica e mais estimada, e levou-a a requintes mais delicados que os próprios gregos.”

A partir do momento que esta tradição se começou a espalhar, pelas culturas, evidenciamos que esta começa a libertar, incutindo mais a arte do que propriamente a sua função, ao introduzir uma certa sensibilidade na cerâmica e na sua forma de criar, exprimindo através desta, o pensamento do artesão.

Um vaso grego é harmonia estática, mas um vaso chinês, uma vez liberto das influências impostas por outras culturas e outras técnicas, alcança harmonia dinâmica: já não é só uma relação numérica, mas um movimento vivo. Não é um cristal, é uma flor. Os tipos perfeitos de cerâmica, representados nas artes da Grécia e da China, têm os seus equivalentes aproximados noutras regiões: no Peru e no México, na Inglaterra e na Espanha medievais, na Itália do Renascimento, na Alemanha do século XVIII - de facto, esta forma de arte é tão fundamental, está tão intimamente ligada às necessidades mais elementares da civilização, que o génio nacional de um povo tem sempre de achar maneira de nela se exprimir.

Julgue-se a arte de um país, julgue-se a subtileza da sua sensibilidade pela sua cerâmica: é uma segura pedra de toque.

Cerâmica é arte pura; arte liberta de qualquer intenção imitativa. A escultura, com a qual está mais intimamente relacionada, teve desde o início uma intenção imitativa, e nessa medida talvez tenha sido menos livre que a cerâmica como meio de expressar o desejo de forma; a cerâmica é arte plástica na sua essência mais abstrata (...), (Read, 1969).

“A Arte é um resumo da natureza feito pela imaginação”.

(Queiroz, 1900)

2.2 Mestria de moldar o barro

A mestria de moldar o barro e, os seus utensílios fazem parte da cultura material dos povos desde há vários séculos. Podemos encontrar referências a oleiros e a olarias na Idade Média portuguesa, localizadas junto da matéria-prima. Homens que trabalhavam o barro e faziam loiça para a população armazenar, preparar, cozinhar e servir os alimentos. Atualmente, os oleiros mais velhos, continuam a preparar o barro através de métodos ancestrais, o que persiste numa arte severa.

A roda é baixa e continuam a ser harmoniosos os gestos do oleiro transformando o barro informe em formas belas, parecendo tão fácil fazê-lo..., mas sendo necessários anos e anos de experiência, gestos repetidos à exaustão, mãos firmes e muito amor para que a peça nasça sã e escorreita.

(Fernandes, 2008, p. 897)

O trabalho não é exclusivo apenas do oleiro, a esposa e filhas têm também, no que diz respeito, a sua função de conferir um carácter único à peça, utilizando padrões tradicionais ou mesmo únicos.

Há também o trabalho da mulher, e que belo trabalho é esse! Só as mãos de uma mulher poderiam aprimorar com tal graça as peças que os oleiros fazem. Munidas de utensílios singelos que a natureza lhes concede - um pequeno gogo, uns pauzinhos ajeitados - com mãos de fada e uma criatividade que parece inata, desenham nas peças meio secas motivos vários, combinados com gosto, e que tornam cada artefacto diferente de qualquer outro.

(Fernandes, 2008, p. 897)

Estes mesmos oleiros, continuam a cozer a loiça em fornos rudimentares, tal como aprenderam com os seus avós. É um processo bastante exaustivo, mas que se verifica a sua imponência e beleza na transformação do barro claro em barro preto, o mesmo sistema que foi utilizado pela Europa, que, no entanto, se mantém viva nos dias de hoje pelos oleiros de Bisalhães.

Estes oleiros de Bisalhães que teimam em manter viva esta arte ancestral são dos poucos a cozer a loiça desta forma, mantendo-se em Portugal como um dos últimos redutos onde a loiça se coze em fornos deste género, sistema que foi usado por essa Europa fora mas que hoje quase só por cá se conserva.

(Fernandes, 2008, p. 897)

As olarias antigas eram unidades familiares de produção, onde o oleiro se casava com filhas de oleiros garantindo assim uma cadeia de produção. O oleiro aprendia com o seu mestre, que normalmente era o seu pai e não auferiam um vencimento, eram sustentados pela família e não tinham um horário fixo. O oleiro tinha obrigatoriamente de saber trabalhar à roda e as tarefas consideradas menos nobres eram distribuídas pela mãe, mulher, filhas, filhos menores e aprendizes. Tarefas como preparar o barro, obter água e lenha, adornar e brunir a loiça, colocá-la no forno, ajudar na cozedura e vendê-la.

A realidade dos novos oleiros é diferente, não se envolvem nesta área por obrigação de seguirem o negócio de família. Os novos oleiros têm a liberdade para eleger este, como o seu ofício, o trabalho do barro. Adquirindo os conhecimentos através da formação profissional, invés da oficina do pai ou do vizinho, o que permite uma instrução não só sobre olaria, mas também o domínio de outras técnicas cerâmicas.

“Os novos oleiros serão, cada vez mais, gente com o conhecimento de um leque alargado de opções que lhes permite a manutenção e contínua reinvenção da olaria portuguesa.” (Pires, 2003, pp. 7-8).

As mulheres dos oleiros, têm também outras profissões e as suas tarefas tradicionais foram substituídas e otimizadas, como por exemplo a preparação do barro que foi substituída por pastas prontas a serem utilizadas na roda.

2.3 Barro de Bisalhães-Património Imaterial da UNESCO

A louça preta de Bisalhães, própria do centro de olaria da aldeia de Bisalhães, pertencente ao concelho de Vila Real, documentada a partir do século XVII, é atualmente o único lugar em Vila Real onde ainda se produz a louça preta. Característico pelo seu processo e técnica ancestral utilizado na sua confeção e cozedura.

Processo de fabrico esse que após uma reunião do Comité Intergovernamental para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial em Adis Abeba, Etiópia, foi declarado Património Cultural Imaterial da Unesco, passando a estar incluída a Olaria negra de Bisalhães, na lista do património cultural com necessidade de salvaguarda urgente por parte da Unesco.

Esta candidatura foi entregue pela autarquia de Vila Real por se tratar de uma atividade em vias de extinção pelo facto de existirem apenas cinco oleiros com idade avançada no ativo. Criando um plano de salvaguarda, com o intuito de dar um novo impulso a esta arte, impedindo a sua extinção e aumentando a sua rentabilidade. Esse plano tem como estratégia apoiar os cinco oleiros existentes, melhorando os seus postos de venda, criando cursos de formação para gerar novos oleiros, criação de roteiros, certificação da olaria e promoção de novos designs.

As peças tradicionais de Bisalhães são peças de carácter utilitário, produzidas durante todo o ano, designadas por “louça churra”, que são peças mais toscas e pouco decoradas; e “louça fina” que são peças ligadas à decoração. Esta louça atinge a tonalidade negra devido ao seu processo ancestral de confeção e cozedura.

«A olaria [de Trás-os-Montes], arte incomparável, dotada de memória admirável, que mantém sem estampas, sem guia, vivendo ao desamparo, com uma simples iniciação patriarcal na família, as mais puras tradições de uma arte ancestral que enfeitiça e seduz o crítico mais exigente» (Vasconcelos, 1908, pp. 25-28).

As oficinas dos oleiros, anteriormente estavam localizadas junto da matéria prima, do barro, neste caso situado em Parada de Cunhos pertencente ao concelho de Vila Real e tal como Chaves e Barcelos, Vila Real era uma área de grande produção de «loiça de cozinha» (de Sousa & Gonçalves, 1987). Estas oficinas eram pequenas unidades familiares de produção em que, ainda hoje, existe uma clara divisão de tarefas entre homens e mulheres. Ao oleiro, homem, conferia-lhe as tarefas mais nobres como o trabalho na roda baixa e à mulher e aos filhos menores,

rapazes e raparigas, as tarefas mais exigentes e menos enaltecidas tal como a preparação do barro, transportar água e a carqueja necessária à cozedura, brunir, desenhar as peças. Acrescentando a todas estas tarefas, a limpeza da casa e a preparação das refeições.

A extração do barro, atualmente é adquirida em fábricas de telha e tijolo contrariamente ao que sucedia no passado, onde o barro era extraído na Primavera ou no Verão em barreiras no qual abriam buracos no solo até encontrarem a melhor matéria prima. Após a sua aquisição, o barro é estendido no exterior da oficina pertencente ao oleiro, ao sol, para efetuar uma secagem. «Nem todo o barro que esta barreira produz serve, costumando empregar o mais forte, isto é, aquele que tem mais percentagem de argila e o que tenha menos *teixão*, que é a areia mais fina» (Côrtes, 1942, pp. 163-178). Antes da utilização do barro, ele é «piado» (esmagado) num recipiente de pedra, chamado de «pio», através de um martelo grande de madeira, denominado por «pico» e por fim é peneirado e misturado com água para ser amassado com as mãos. O barro que não passa através da peneira volta para o recipiente, para ser de novo esmagado.

Segue-se então, o trabalho na roda. Confeção das peças, que na olaria de Bisalhães, trata-se de uma roda baixa onde o artesão dá forma às peças que pretende criar, com os seus dedos ásperos e muita vontade ajudado pelos seus utensílios primitivos.

A minha oficina enche-se de ruídos quando pela manhã o sol operário veste o traje humilde, e com os pés resolutos se aproxima da banca. O companheiro sol é que modela. Eu empresto as mãos, ele sopra na minha arte, e com o sopro do sol é uma jarra, um prato, um alguidar. Mais tarde, em casa, porás os olhos nesta louça útil, e por certo lembrar-te-á a oficina. Mas foi o sol. (...) Às vezes vem gente à oficina ver o barro dançar de roda, tocam os pífaros do coração e o barro dança, e essa gente põe-se no lugar do barro, prende-se à gente, e muito calada vai-se passando para a alegria redonda do barro. (Pacheco, 2000)

Esta roda utilizada pelos oleiros é constituída por vários elementos, entres os quais, um *Quiço*, uma tábua retangular onde se introduz no trabulo. O *Trabulo* é um pedaço de madeira que funciona como eixo. O tampo da roda é onde o oleiro coloca o barro que irá trabalhar, um disco de madeira com certa de vinte centímetros de diâmetro.

Parte importante é também o banco em madeira de três pés, apelidado de *Banca*, onde o oleiro se senta para trabalhar na roda. Na questão dos utensílios sobressai a corda de viola, crina de cavalo ou linha de costura, chamada de *Cega*, que é utilizada para separar as peças da roda.

2.4 Soenga

O forno de cozer a loiça utilizado em Bisalhães, denomina-se por Soenga. Um método primitivo assinalado desde os tempos pré-históricos, “ (...) uma operação primitiva assinalada desde os tempos neolíticos, passando aos gauleses e outros e subsistindo até nós” (Peixoto, 1995A, pp. 179-184). Esta técnica de cozedura apresenta características originais que se apresentam nas peças como é o caso das manchas. Este método depende de três variáveis, como a meteorologia, temperatura e atmosfera. As peças são cozidas a temperaturas elevadas, na ordem dos 1000°C, no qual aproximadamente 30% da loiça parte ao ir ao forno. O barro é cozido em fornos térreos, onde a loiça é introduzida no interior de uma cova no solo, cercada por terra. Essa cova é preparada previamente num terreno com uma ligeira depressão. O fogo é feito com vegetação local, giestas, caruma e carqueja retirando qualquer humidade da terra. As peças são colocadas viradas ao contrário e sobre estas, criada uma camada de rama de pinheiro verde a arder para proceder à sua cozedura. Depois do lume atingir a temperatura necessária, as peças são cobertas com terra escura para cortar qualquer entrada de oxigénio e só retiradas algumas horas depois. O dióxido de carbono concentrado no interior do forno é absorvido lentamente pelas peças, é neste ambiente redutor e oxidante que reside o segredo da cor negra.

As manchas existem como comprovação da utilização deste método, pois as peças quando em contato com outras, não absorvem o dióxido de carbono, ficando com a cor da argila utilizada no seu fabrico.

Este método único e tradicional também apresenta algumas desvantagens como a percentagem alta das peças quebradas durante o processo, falta de homogeneidade na coloração das peças devido à distribuição desigual do calor, o que se reflete também numa possível fragilidade da peça se o barro não cozer bem, dispendioso e árduo, capacidade limitada de quantidade de peças e de cozeduras e uma dependência grande em relação à meteorologia.

Apenas em Portugal se encontram alguns fornos com este método, outrora relativamente comuns na Europa.



Fig. 4
PROCESSO DE SOENGA, LINO SILVA, 2015



Fig. 5
PROCESSO DE SOENGA, LINO SILVA, 2015



Fig. 6
PROCESSO DE SOENGA, LINO SILVA, 2015



Fig. 7
PROCESSO DE SOENGA, LINO SILVA, 2015

2.4.1 Cuidados a ter no segmento da restauração

Quando as peças de barro são utilizadas para cozinhar, é necessário ter um tratamento especial pois as paredes desta, facilmente absorvem o que nelas se deita. - “barro novo, bebe primeiro que seu dono” (Costa, 1999). Estas peças têm a capacidade de enaltecer o sabor dos alimentos e quanto mais vezes for utilizada, melhor será o sabor passado ao prato - “sempre cheira a panela ao primeiro legume que se mete nela” (Chaves, 1950, pp. 149-153). Para tal, é crucial aplicar um tratamento caseiro na peça, antes de usar pela primeira vez, de modo a tornar impermeável as paredes do recipiente pois devido ao seu processo de fabrico, contém sempre alguns vestígios da combustão, tornando este tipo de loiça porosa. Existem vários métodos, em Vila Real, o método tradicional consiste em encher o recipiente com água e permanecer lá durante um dia. No seguinte dia recolhia-se a água e secava-se a peça para depois se engordurar o interior com azeite. Outro recurso seria a aplicação de cera virgem derretida na superfície ainda quente (Prostes s.d, 1907, p. 144).

“Outras vezes a louça é cerada, ou seja, revestida por camadas de cera virgem derretida e aplicada à brocha na superfície externa das panelas destinadas a água fria” (Júnior, 1940, pp. 217-234)

Eugénio Lapa Carneiro (1969, pp. 57-86), sobre impermeabilização, explica que: “O ‘processo mais rudimentar de impermeabilização consiste no simples uso dos recipientes’”.

2.4.2 Processo artesanal e industrial

O processo tradicional de olaria é caracterizado por uma produção exigente, lenta e de preço elevado, respondendo o suficiente para satisfazer a fraca procura. Este processo, quando ligado à tradição tem vindo a morrer lentamente pois não acompanha a otimização das fábricas ou das oficinas de olaria mais evoluídas. Esta situação foi confirmada através de um estudo de campo, visitando várias oficinas tradicionais situadas em Vila Real comparando com outras mais evoluídas, fora do distrito, como é o caso da olaria de Molelos, Tondela. O perecimento destas oficinas não se deve só à involução do seu método de trabalho mas também à modificação dos costumes das pessoas, “A decadência destas “olarias rústicas” não se fica só a dever a fatores de ordem material, mas também a fenómenos de gosto e de alteração de hábitos alimentares e sociais.” (“As Idades da Terra”- forma e memórias da olaria portuguesa, 2003, pág. 19).

As fábricas de cerâmica ou oficinas de olaria otimizadas, procuram produzir em grande escala com menos trabalhadores levando a um menor custo. Otimizam de modo rigoroso todo o processo de produção de forma a ser mais eficaz. A preparação de argila já é realizada de forma mais sofisticada, as ferramentas utilizadas, como a roda, já são elétricas, ou os fornos utilizados também elétricos, a gás ou a lenha, sobrepondo-se inteiramente ao processo tradicional de soenga, severo por natureza. De maneira geral, o trabalho na roda com este tipo de evolução, torna-se mais eficaz e menos cansativo, com um resultado de peças mais uniformes e de qualidade superior. Para responderem a encomendas de grandes quantidades estes utilizam a moldagem e a conformação, ou seja, a utilização de moldes para reproduzir peças em série. Geralmente moldes de enchimento, de encher à lastra e de imprimir. Os moldes de imprimir são compostos por duas partes, molde e contramolde. Os moldes de enchimento (figura 8) geralmente são feitos em gesso, composto pela madre, a partir da qual se produzem as quantidades para os moldes necessários. Este é o método mais utilizado, o molde é enchido com barro líquido que depois fica a secar o tempo necessário para criar a espessura das paredes desejada. Através deste processo a Bizarro consegue obter uma produção mais rápida das peças, significando também um menor custo. As peças ficam, dentro do possível, iguais como numa produção em série.



Fig. 8
MOLDE BISARRO
RENATO RIO COSTA, 2016

PROJETOS DESENVOLVIDOS 2017/2018

3.

Descrição e Compreensão do Projeto

O trabalho desenvolvido no estágio parte de um Briefing elaborado pelos responsáveis do estágio, que contempla o apoio no processo de reestruturação da marca e da sua presença no mercado, contribuindo com novas perspetivas face ao desenvolvimento da marca. Desenvolvimento de novos produtos complementares à coleção existente como produtos específicos para clientes, definindo e contextualizando os mesmos, através de um processo de ideação e conceito. Desenvolvimento e estruturação das novas peças, formalizando os conceitos selecionados de maneira a avançar para produção, através de desenhos técnicos com acompanhamento da produção. Comunicação/apresentação da nova coleção no mercado desenvolvendo os suportes para tal e participação em reuniões com clientes e também fornecedores.

O trabalho a desenvolver no estágio, parte então de uma série de tópicos falados anteriormente neste relatório, desde a reestruturação do projeto, a integração na equipa de design, culminando no desenvolvimento de produtos que complementem a coleção já existente e projetos específicos para clientes. O briefing do projeto é muito semelhante ao referido anteriormente para o desenvolvimento de produtos ainda à priori do estágio, no âmbito do projeto desenvolvido no 1º ano, 1º semestre proposto pela Bisarro no ano letivo 2016-2017. Peças utilitária e de decoração seguindo a mesma linguagem, utilizando barro como material maioritário, considerando outros materiais como complemento às peças desenvolvidas. O método produtivo a considerar para a produção das peças desenvolvidas serão a modelação manual na roda de oleiro e também por conformação. Tendo em consideração as especificidades técnicas deste método durante o processo de idealização e conceção das peças. Em casos em que se verifique o uso de cortiça ou madeira devem ter em consideração a viabilidade de maquinação das formas em torno, CNC ou corte a laser.

As peças/conceitos desenvolvidos como resposta ao briefing estruturado pela equipa de Design, foram:

-Frappé Ceres, um conjunto de peças desenvolvidas para o setor vinícola, composto por três produtos de tamanho diferente, pequeno, médio e grande. Dentro das peças desenvolvidas para integrar a coleção já existente, o tamanho médio do frappé, foi a única que seguiu para produção, pois foi submetida uma encomenda por parte de um cliente, produtor de vinho.

-Relógio Equevo, outro conjunto de peças desenvolvidas, constituído por quatro produtos, com características diferentes. Três relógios de parede e um relógio de secretária. Estes produtos ficaram pela fase de conceito apenas para se inserirem num portefólio interno e possivelmente mais tarde serem produzidos.

-Aquecedor de secretária Nimbo mais um conceito destinado ao portefólio interno, um produto mais complexo, composto por várias peças e que futuramente, avançando para produção, necessitará de mais alguns testes a nível de funcionalidade.

Os projetos específicos desenvolvidos para clientes foram:

-Redesenhar a chapa comunicativa rotulada em estanho, presente no troféu desenvolvido para a prova do World Touring Car Cup (WTCR) da Fédération Internationale de l'Automobile (FIA), promovido pela Eurosport Events, que decorre no Circuito Internacional de Vila Real, tendo sido encomendado pela câmara municipal de Vila Real.

-Troféu EDP Running Wonders, um conjunto de troféus correspondentes ao primeiro, segundo e terceiro lugar, personalizados com a comunicação das várias provas, encomendado pelo cliente GlobalSport.

-Troféu Portugal a Correr, conjunto de troféus composto pelo primeiro, segundo e terceiro lugar, igualmente para o cliente GlobalSport, personalizado com a comunicação das várias provas.

3.1 Metodologia

A metodologia utilizada no processo de desenvolvimento de conceitos no estágio curricular passou por pesquisa de mercado com referências a produtos semelhantes ou formas, conceitos que se considerem relevantes à idealização da coleção, marcas concorrentes e setor a trabalhar. Pois desta forma, é possível compreender o mercado, no que toca a necessidades do público consumidor como as suas tendências.

Criação de moodboards com imagens de produtos, culturas, mercados e materias que facilitam a criação de uma história em torno do conceito relativos a um tipo de cultura, a um posicionamento no mercado, e materiais que possam fazer a diferença quando ligados à matéria prima principal.

Criação de esquiços de vários conceitos, inicialmente de forma geral e vasta que passa por uma seleção limitada de propostas a seguir, para que sejam exploradas e refinadas para apresentação e discussão. Após discussão entre a equipa de Design, é selecionado apenas um conceito e elaborada a sua apresentação final para ser exposto ao cliente se for o caso, ou comunicado à equipa de Design. Apresentação essa, composta por renderização, história do conceito e possivelmente preços. Posteriormente à aprovação do conceito é iniciado o processo necessário para a produção. Realização de desenhos técnicos com todas as medidas imprescindíveis para que o trabalho do oleiro seja o mais aproximado possível ao conceito final desenvolvido.

3.2 Mercado

Os produtos desenvolvidos devem ter em conta o mercado-alvo a que se destinará. O mercado em foco é maioritariamente o mercado externo, nomeadamente Americano, Inglês e Nórdico. O mercado nacional será sempre um mercado a considerar por defeito. Os produtos desenvolvidos podem, contudo, contemplar valências e características para o segmento hoteleiro. O público-alvo define-se por um público heterogéneo, entre os 25 e os 50 anos. O consumidor tipo destas peças pode ser um consumidor final (doméstico), que poderá adquirir o produto em lojas físicas ou online; ou um consumidor técnico (armazenistas ou retalhistas), que adquire o produto em mais quantidades para revender, como por exemplo lojas, pontos turísticos, etc.

A principal diferença entre estes dois clientes prende-se com a valorização do produto. A compra de um consumidor final será definida pela apreciação do produto, se este é apelativo, atrativo, funcional, se a embalagem comunica bem o produto e a sua função, etc. O consumidor técnico dá prioridade à pertinência do produto no mercado, ao preço, à embalagem, à facilidade de armazenamento e transporte.

O posicionamento da marca no mercado centra-se no mercado de luxo pois a estratégia compreende-se pela aposta no mercado de nichos, devido à decadência de resposta por parte das olarias de barro negro para com as necessidades particulares dos consumidores. Desenvolvendo recursos fundamentais para responder a este público, compreendendo as suas exigências pois as peças tradicionais encontraram uma involução devido à alteração de hábitos alimentares e sociais, como também fatores de ordem material.

Sendo este segmento uma oportunidade de negócio e com potencialidade para explorar com novas formas, devido à também inexistência de concorrentes. Esta potencialidade aparece através de estudos de marketing efetuados a quando a criação da marca que possibilitaram a identificação desta oportunidade.

Para efeitos de pesquisa e inspiração, foram aconselhadas as seguintes marcas:

-Bolia / Menu AS / Atípico / Layer Design / EVA SOLO / Skagerak / Rosenthal / Rosendahl / Crate&Barrel / Alessi/ HAY / Cerâmica do Centro.

Estas marcas possuem referências importantes para o crescimento da marca, como a sua linguagem e comunicação, como também materiais e tendências.

3.3 Restruturação do projeto: inovar para sobreviver

A reestruturação da marca, surge num momento de transição da mesma onde se tornou imperativo o crescimento da marca a nível comercial, de forma a ser possível dar resposta às necessidades urgentes da olaria de Bisalhães. Devido ao défice de oleiros capaz de fornecer as peças necessárias para a demanda de encomendas, tornou-se indispensável procurar novos centros de olaria ou até mesmo novas técnicas de produção.

Em relação à estagnação por parte dos oleiros de Bisalhães, onde se conservaram na tradição. Não evoluíram a nível formal nem de produção. As peças continuam a ser as mesmas, desenvolvidas há séculos atrás, com o propósito nessa altura, de servir para um objetivo, ter uma função, como o cântaro que servia para armazenar água, mas que deixou de existir logo que surgiu a água canalizada, possuindo na atualidade, meramente uma função decorativa. Como sucedeu com o cântaro, assim aconteceu com maior parte das peças produzidas por estes oleiros. Assim sendo, existe uma menor procura das mesmas, resultando num menor retorno financeiro o que leva a uma vida precária e de sobrevivência. Atualmente são poucos os que vivem da olaria em Bisalhães, e, as pessoas de Vila Real tendo esta noção, não irão querer envolver-se numa arte que não tem estabilidade económica.

Todos estes episódios dificultam o objetivo da marca em promover e dinamizar através do Design, a olaria de Bisalhães com novas formas e conceitos, utilizando os seus oleiros, pois devido a dificuldades de produção ou ideologias diferentes entre os oleiros e a marca, não existe uma simbiose necessária para execução do plano em relação a esta mesma olaria, como também a subsistência da Bizarro. Posto isto, a reestruturação veio combater o problema de a marca deixar de existir por não conseguir alcançar os seus objetivos como também não conseguir responder a encomendas.

Iniciando assim um plano de contingência que pretende continuar a apoiar a olaria de Bisalhães como também conseguir responder às encomendas.

O apoio a esta arte secular passa por efetivar um crescimento a nível comercial da Bizarro, com o intuito da marca ter verbas para criar um plano de investimento, direcionado para a formação de novos oleiros através de workshops e escolas ou ateliês de formação, criação de postos de trabalho e por conseguinte, produção própria. Criando assim uma estrutura sólida para a olaria de Bisalhães. Paralelamente a este plano de apoio, é necessário continuar a produzir para gerar receitas e manter a marca no ativo, para tal foi necessário contratar novos fornecedores e reduzir produtos que apresentem problemas de produção ou que não apresentem as vendas esperadas diminuindo assim o número de referências produzidas, centrando o foco apenas em cinco referências fáceis de produzir e que apresentem um lucro à Bizarro sendo elas, três alguidares (figura 9, 10 e 11) um cannister (figura 12) e um conjunto de taças (figura 13).

A estratégia foi visitar outros centros de olaria que trabalham o barro negro, como Molelos, Tondela, onde percebemos que a tradição é respeitada através de eventos organizados mensalmente com o intuito de demonstrar às pessoas o seu processo, não deixando morrer assim, essa mesma tradição. No entanto, quando se fala em trabalho de olaria num âmbito profissional, o caso muda de figura. A produção já funciona como uma pequena fábrica doméstica, existe a preocupação de criar constantemente novas formas sejam elas decorativas ou utilitárias. Estes artesãos já trabalham com um método de produção semelhante às fábricas de cerâmica, com prazos, acabamentos personalizados e mais importante, com desenhos técnicos.

Este tipo de ideologia insere-se na origem da Bisarro, a otimização da olaria de Bisalhães através de novas ideologias, conjugando a tradição e o design contemporâneo, através de novos caminhos que valorizem e impulsionem o Design português.

O estudo que foi realizado nestas várias oficinas fora de Vila Real, permitiu conhecer novas técnicas de produção capazes de serem implementadas na formação de novos oleiros, com o propósito de dar uma roupagem mais evoluída à Olaria Negra de Bisalhães.

A ligação do artesanato às mudanças tecnológicas, ou ao próprio consumo, não desvirtua o artesanato autêntico, pelo contrário, coloca o artesão e artista atualizados sobre a constante mudança do mercado.

Pois, a autenticidade centra-se na forma singular de como cada artista ou artesão expressa a sua perceção do mundo, posto isto, a introdução de novas tecnologias ou métodos pode melhorar as atividades artesanais, facilitando e otimizando as tarefas do artesão.



Fig. 10
ALGUIDAR S
LINO SILVA
2015



Fig. 9
ALGUIDAR M
LINO SILVA
2015



Fig. 12
ALGUIDAR L
LINO SILVA
2015



Fig. 11
CANNISTER
LINO SILVA
2015



Fig. 13
CONJUNTO DE TAÇAS
LINO SILVA
2015

3.4 Ambiente 2017

Para definir um caminho a seguir no desenvolvimento dos projetos 2017/2018, foi utilizada uma metodologia de pesquisa, pesquisa de mercado referente a produtos semelhantes ou formas e conceitos que se considerem relevantes à idealização dos produtos novos, marcas concorrentes e setor a trabalhar.

Para tal, nada melhor como visitar uma feira de produtos utilitários do segmento doméstico mais importante do mundo como a Ambiente, antes de iniciar o desenvolvimento de uma coleção. Esta feira expõe as ideias mais recentes em primeira mão, desde o mercado global às tendências do setor e visões de futuro. Com cerca de 88 países presentes em 4,376 expositores dispostos na Messe Frankfurt que organiza algumas das maiores e mais importantes feiras internacionais. A feira teve início a 8 de Fevereiro, acabando a 12 de Fevereiro. A edição anterior contou com a presença da Bisarro (figura 14), após ser um dos vencedores do concurso Talents, concurso esse que apoia projetos recentes de Designers talentosos, que apresentam inovação através de conceitos, materiais e métodos de produção. Na edição de 2018, a Bisarro continuou a marcar presença, sendo uma das marcas escolhidas para as tendências 2018 (figura 15).



Fig. 14
STAND BISARRO
FEIRA MESSE FRANKFURT
2017



Fig. 15
TENDÊNCIAS MESSE FRANKFURT
2018

O objetivo desta visita passou por perceber as novas tendências, novos materiais, novos conceitos de design e desta forma, perceber o setor de produtos utilitários e decorativos no segmento doméstico, criando um portefólio de fotografias de maneira a elaborar um vasto campo de referências a ser utilizado, possivelmente, na criação dos produtos desenvolvidos neste estágio.

Dentro desse portefólio, com as fotografias recolhidas originou uma panóplia de formas, materiais e processos de fabrico mais interessantes para relacionar com a Bisarro

Dentro do briefing também foram pesquisadas linhas, formas que pudessem ser utilizadas como referência e que ao mesmo tempo não fossem uma quebra radical em relação à linha já existente utilizada pela Bisarro.

É o caso dos produtos Google Home (figura 16) e Google Wifi (figura 17), que foram escolhidos como referência de formas, não pela sua função, mas pela sua linha. Estes dois produtos que primam pela simplicidade, não apenas pela cor, e que facilmente se relacionam com o ambiente onde inseridos, de maneira despercebida. Duas características importantes e recolhidas como prioridade para a nova coleção. Pois esta, tem o objetivo de conviver no mesmo espaço com várias outras peças, o que é significativo que estas não adquiram todo o foco de atenção nesse mesmo contexto. Foram levantadas, em modo esboço, as formas, características principais destes produtos (figura 18), de maneira a perceber melhor o seu equilíbrio e as suas linhas.



Fig. 16
GOOGLE HOME
2016



Fig. 17
GOOGLE WIFI
2016



Fig. 18
DESENHO
MICAEL BACELAR
2017

3.4.1 Moodboard geral

De modo a que a ideação de produtos contemplasse um teor homogéneo, foi criado um moodboard geral com referências culturais, mercados a explorar, tendências e materiais a seguir.

Como qualquer estilo de design, a geografia influencia diretamente os seus conceitos, deste modo a referência cultural utilizada foi a que mais próxima está da Bisarro geograficamente, o Douro, marcado pelas montanhas, pelas diferentes altitudes e exposições solares, pelo solo xistoso e pelo clima caraterístico do vale do rio Douro.

Esta cultura define-se também pelas pessoas, o seu modo de estar e ser, pelas tradições vinícolas, passadas de geração em geração. Esta região é bastante conhecida, pela sua paisagem caraterística, moldada pela vinha construída por intervenção do homem. Como também pelos seus miradouros *sui generis*, como por exemplo, o miradouro situado em Casal de Loivos, perto do Pinhão, considerado pela prestigiada BBC como uma das seis vistas mais bonitas do mundo. Uma paisagem sobre o Rio Douro arrebatadora e intensa.

Estas características tanto a nível formal, no que toca aos seus vastos padrões desenhados pelas vinhas, como ideológicas e tradições trazem características únicas aos conceitos das peças.

O mercado que se procurou representar, foi um mercado mais exclusivo, de acordo com o serviço vendido ao cliente, que pensa em todos os pormenores desde o produto à embalagem, com um preço elevado.

Nesse mercado, são trabalhadas tendências que devem ser seguidas com atenção, pois essas direções influenciam o consumo do mesmo por parte do público no que toca ao género de produtos vendidos. Pelo facto de estarmos perante um produto que vende pela sua história e design, aliado a uma tendência de segmento de produtos, a nível comercial, revela-se bastante lucrativo.

A linguagem carateriza-se por uma linha fluída, elegante e equilibrada. Elementos básicos, formas limpas e funcionais alcançando uma concordância entre a sofisticação e a simplicidade. O retorno às origens, a busca da essência e o artesanal que se une à funcionalidade e à inovação. Um composto que permite criar peças que funcionem em vários ambientes.

Por fim, pequenos pormenores relacionados com materiais, neste caso a latoaria tradicional, um material que se pretendeu explorar nas novas peças, complementando o barro negro.

No fundo este moodboard geral, serve então para ter um caminho homogéneo entre os produtos desenvolvidos, colocando um pouco de cada referência na parte de ideação concetual.

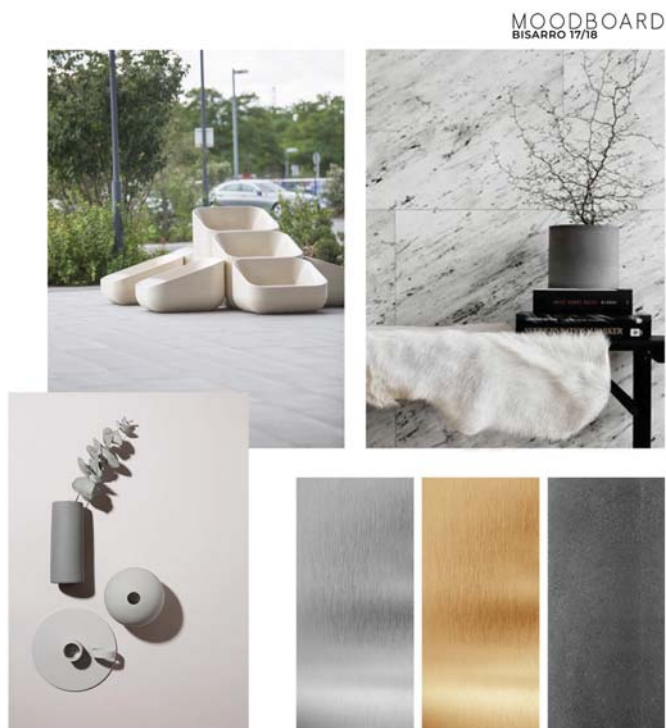


Fig. 19
MOODBOARD GERAL
MICAEL BACELAR
2017

3.5

Projetos para complemento da coleção

3.5.1 Frappé Ceres

As primeiras peças desenvolvidas correspondem a uma coleção Frappés, pois é um produto que nota a sua carência no conteúdo da coleção existente e que durante o seu processo de desenvolvimento foi um dos artigos solicitados por um importante cliente relacionado com produção vinícola, o Esporão. Fundado em 1973, o Esporão é uma das mais importantes empresas de vinhos em Portugal, fundado por José Roquette e Joaquim Bandeira. Decisivo na afirmação nacional e internacional do Alentejo e do Douro (Quinta dos Murças), esta marca tornou-se um embaixador da cultura portuguesa, apostando na sustentabilidade e proximidade com o cliente. O Esporão comercializa os seus produtos, vinho e azeite, em mais de 50 países em todo o mundo, tendo sido reconhecido através de vários prémios como “Sustainability of the year award”, “European Business Awards for the Environment”, entre outros. Sendo esta marca ideal para lançar o produto no mercado de vinhos.

Após uma pesquisa de mercado, mais concretamente em feiras como a Ambiente conforme referido anteriormente, constatamos que seria um produto com bastante procura, devido, à localização cultural e logística da empresa, que permite a ligação com várias empresas produtoras de vinho. A região do Douro, famosa pelas suas colheitas de vinho e não só, procura desde logo um produto como este para a sua cultura vinícola mais concretamente para vinho branco, espumantes e champanhe. A matéria-prima utilizada é um fator positivo, devido à sua boa conservação de temperatura. Posto isto, o briefing lançado passava pelo desenvolvimento de três Frappés, um tamanho pequeno, apenas para uma garrafa, um tamanho médio para duas garrafas e por fim, um tamanho grande para três, no máximo quatro garrafas. A metodologia utilizada começou por uma pesquisa de mercado (figura 20), onde se selecionaram vários Frappés de modo a compreender as medidas habitualmente utilizadas. Em maior parte destes produtos, o recipiente abrange um terço da garrafa, no caso dos Frappés individuais. Com esta recolha de informação, aprofundou-se também o conhecimento sobre a prática de arrefecimento. Começando pelos vinhos brancos, a sua temperatura deve ser corrigida antes da abertura. O vinho branco, por ser um vinho “leve”, facilmente os aromas se libertam, o que permite consumir a temperaturas mais baixas. Temperaturas essas que devem rondar os 10 e os 13°C. O arrefecimento do mesmo deve ser feito de forma gradual através de água e gelo. Por conseguinte, o barro utilizado, corresponde bem a estas características pois consegue manter a temperatura constante durante algum tempo.

No caso dos espumantes e champanhes, a temperatura deve estar entre os 6 e os 8°C sendo ele um vinho jovem, no caso de ser um vinho com mais idade, a temperatura deve rondar os 10 a 14°C. De maneira a manter a temperatura no Frappé, aconselha-se a juntar sal ao gelo e à água, pois faz descer ainda mais a temperatura.

Através de estudos de campo, também se percebeu que toda a experiência da utilização de um Frappé causa uma certa deterioração na peça, ou seja, uma especificação a ter em conta no processo de desenvolvimento. A deterioração provém da introdução da garrafa, ou garrafas, de forma brusca no recipiente com o intuito de acomodar da melhor maneira a garrafa com o gelo, tendo como possível consequência lascar ou quebrar o Frappé.

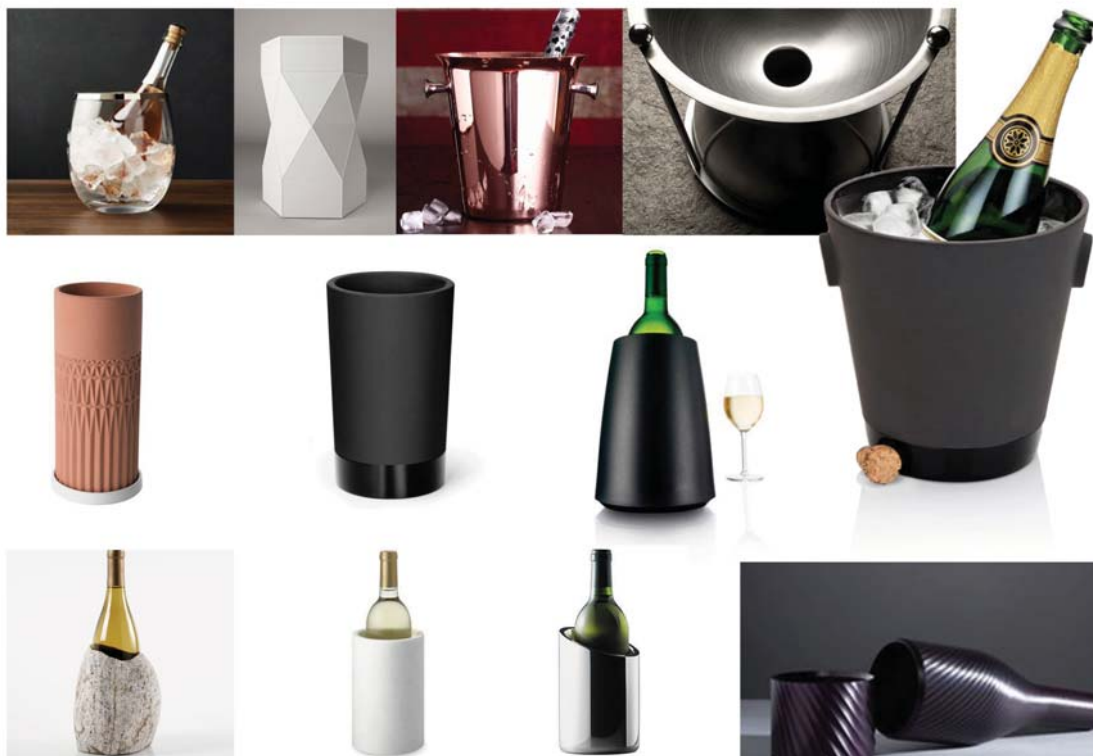


Fig. 20
MOODBOARD FRAPPÉ
MICAEL BACELAR
2017

Após esta pesquisa de mercado, de acordo com as referências do moodboard geral foram executados os primeiros esboços (figura 21).

Procurou-se explorar várias formas relacionadas com as recolhidas anteriormente e, perceber de acordo com os processos de fabrico disponíveis, quais seriam as mais viáveis para produção, sendo essas a modelação manual na roda de oleiro e também por conformação como referido anteriormente.

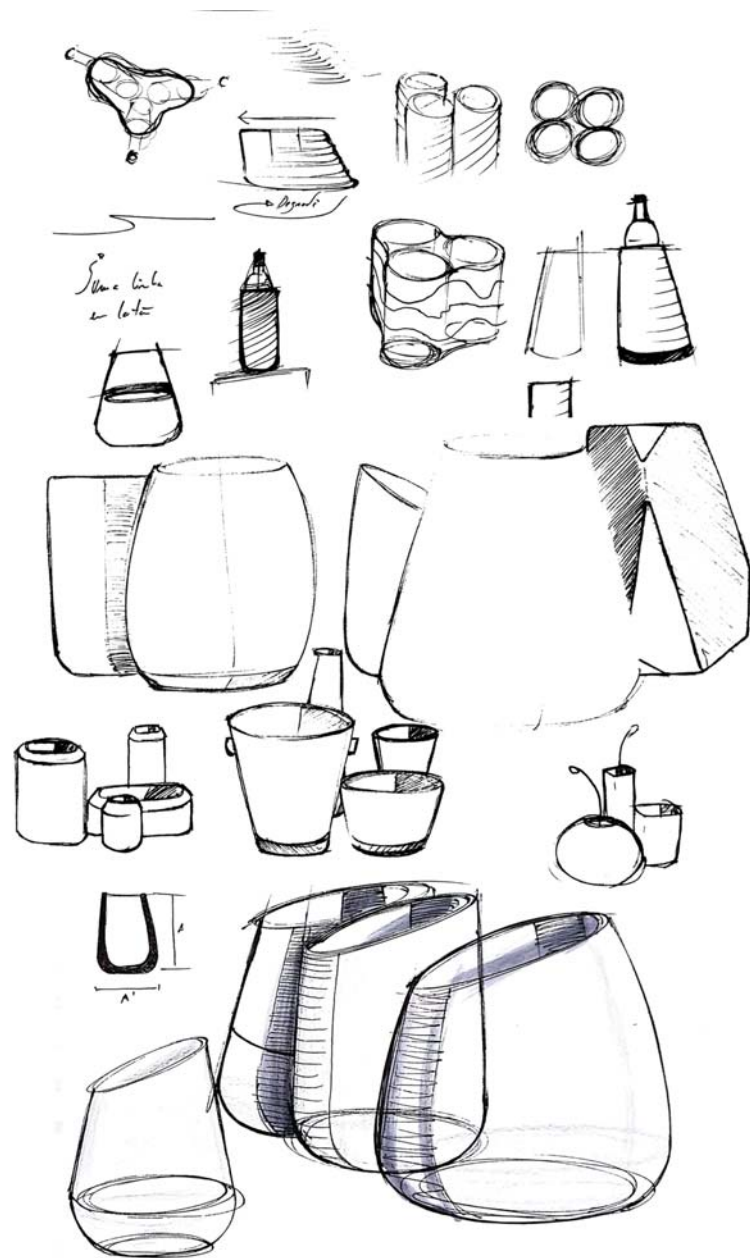


Fig. 21
DESENHO
MICAEL BACELAR
2017

Assim sendo, foram-se desde logo descartando algumas formas que não fossem de revolução ou de difícil produção através de conformação.

Dessa forma definiu-se que teriam de ser produtos de revolução, no entanto, contando com a possibilidade de ser assimétrico, pois assim é permitido, através do método de conformação.

Surgiram, portanto, as primeiras ideias (figura 22), que podemos ver em Anexo 1. Na qual, foram analisadas várias formas e padrões relacionados com o conceito do Douro, principalmente aos seus patamares característicos.

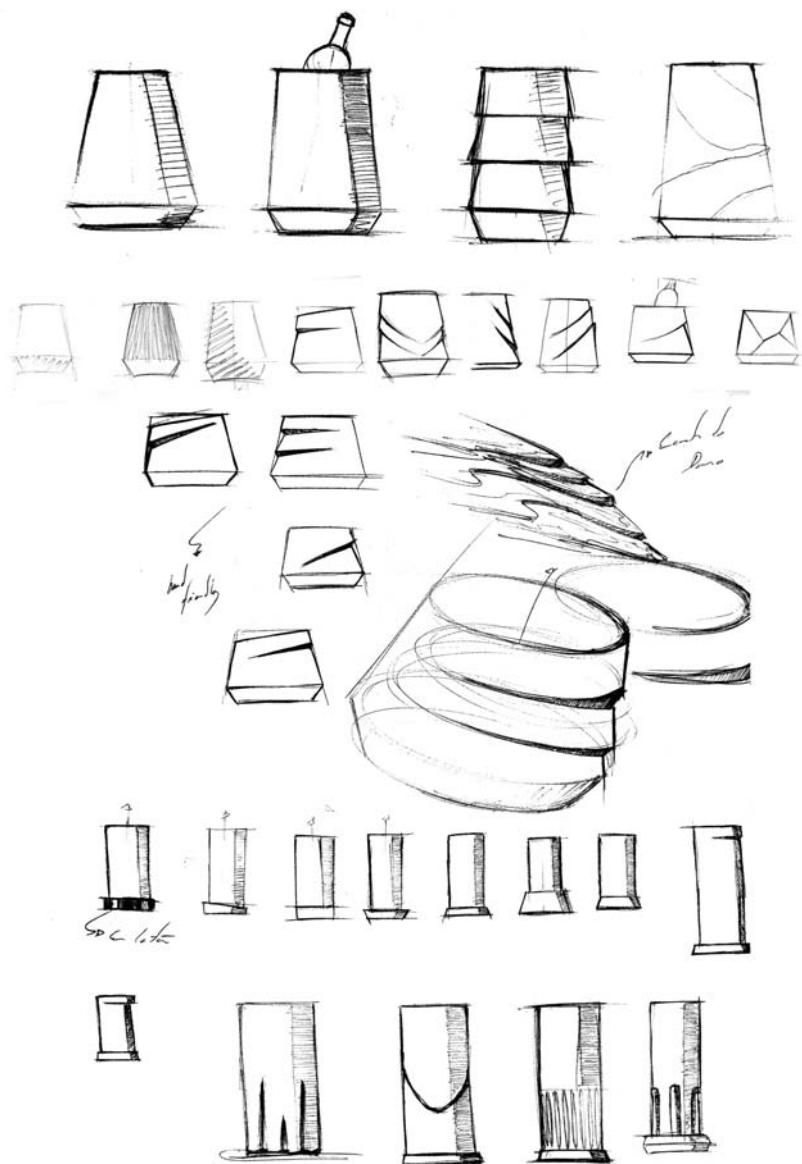


Fig. 22
DESENHO
MICAEL BACELAR
2017

Estes esquisos originaram três conceitos (figura 23), de três tamanhos diferentes. O primeiro conceito podemos constatar que a linha se assemelha à linha já existente na coleção, consequentemente estaria assim em sintonia. Este conceito compreende-se por linhas direitas e sóbrias que respondem como os outros dois conceitos à questão de simplicidade e relacionamento equilibrado no ambiente exposto. O Conceito seguinte, depreende-se por linhas mais suaves, não deixando de ter referências à linha existente, como é o caso das suas paredes angulares. Um conceito mais minimalista e equilibrado que se encaixa na perfeição ao lado de outras peças já existentes da Bisarro. O terceiro conceito (figura 24), deduz tratar-se de uma conceção mais complexa devido à sua assimetria, um conceito que procura ser equilibrado mesmo brincando com o seu jogo de amplitude das paredes. Propõe-se uma visão minimalista por detrás de uma produção mais complexa. Esta proposta recusa a possibilidade de a modelação ser na roda de oleiro.



Fig. 23
DESENHO
MICAEL BACELAR
2017

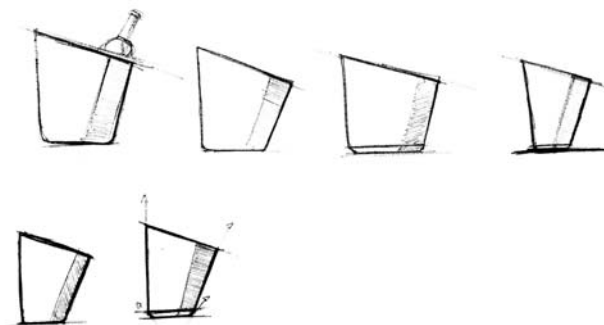


Fig. 24
DESENHO
MICAEL BACELAR
2017

Posteriormente à elaboração destes três conceitos, foi necessário escolher um e melhorar cada pormenor. Começando por explicar o ponto de vista por detrás deste conceito final.

No segmento vinícola, até o vinho chegar ao seu produto final é necessário, vários procedimentos antes da sua colheita. Um dos seus processos de manutenção das videiras é a poda, que consiste no corte das ramificações para estimular o crescimento da futura produção mantendo a planta em equilíbrio de modo a manter uma produção regular. Este corte é feito com certa amplitude angular de maneira a ter mais sucesso no crescimento do ramo. Essa amplitude angular tornou-se num jogo de ângulos que originou o conceito final.

Posteriormente ao conceito estar com as linhas gerais formadas, foi necessário pensar a nível técnico. Os componentes utilizados na sua função são o gelo e água, e por muito impermeável que o produto seja, ao longo de algumas horas de utilização, reconhecemos que este começa a vaziar lentamente todo o seu líquido interior. Assim sendo foi adicionado uma peça complementar em cada tamanho. Trata-se de uma peça produzida manualmente através da latoaria tradicional, utilizando a folha de flandres como material único. A função desta é comportar-se como um pires que veda a água absorvida pelo frappé. Também adicionada a opção de personalização que muitos clientes requererem, através da gravação a laser da imagem de marca, se assim houver (figura 25).



Fig. 25
RENDERIZAÇÃO FRAPPÉS
COM PIRES E GRAVAÇÃO A LASER
BRAZÃO QUINTA DOS MURÇAS
2017

No entanto, como referido anteriormente, este produto está à mercê de uma severa utilização por parte do consumidor final. Um problema que não poderia deixar de ser solucionado. A resolução passou por substituir o pires por algo que tivesse a função deste, acrescentando uma proteção contra a utilização violenta. Como tal a substituição do pires foi necessária pois, conter duas peças adicionais à peça de barro iria elevar em demasia o custo total do produto. Sendo assim, desenvolveu-se a estratégia de produzir um frappé com a forma do frappé em barro preto, no mesmo processo de latoaria tradicional, com folha de flandres que se colocasse no interior. Conseguindo assim, proteger o produto, solucionando o problema de vazamento de líquidos e adicionalmente ter a possibilidade de ser retirado para lavar (figura 26).

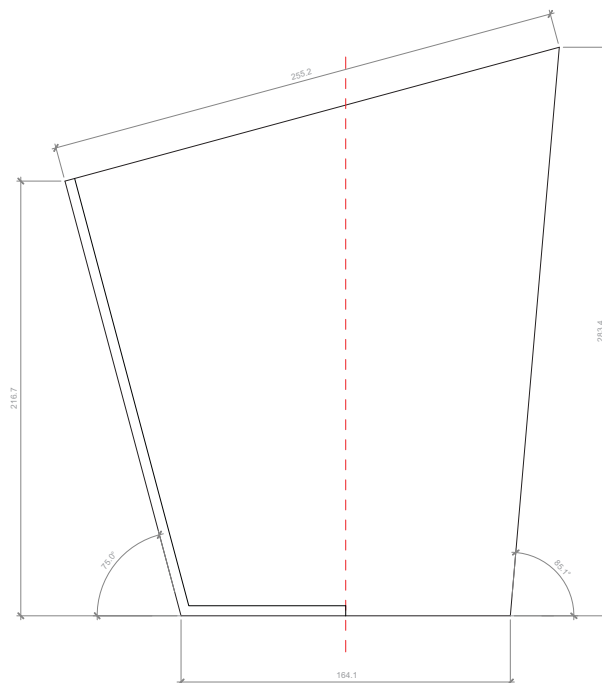



Fig. 26
PORMENOR FRAPPÉ
MICAEL BACELAR
2017

Finalizada a parte de desenvolvimento criativo, passou-se à componente de desenho técnico para prosseguir para produção. O tamanho produzido foi o médio pois foi encomendado pela Quinta dos Murças, como explicado anteriormente, pertencente à empresa Esporão.

Será então explicada a produção desta coleção de frappés, mais propriamente focada no frappé médio.

O desenho técnico (figura 27) que depois é encaminhado para o Oleiro, tem como particularidade a adição de uma compensação de 9% sobre as medidas reais pois é a percentagem de absorção presente neste tipo de matéria prima. A absorção trata-se da retração por parte do barro depois de este estar totalmente seco.



 BISARRO <small>HANDMADE CERAMICS</small>	PROJECTO	CLIENTE	
	Frappé Médio Coleção 2018		Bisarro
	CONTEÚDO		
	Corte A - A'		
DESENHO	UNIDADES	FOLHA	DATA
Bisarro	mm	A2	05.03.2018
OBSERVAÇÕES		ESCALA	PAC.
Compensação de cozedura + 9% já incluída		1:1	2/2

Este desenho é propriedade do Bisarro. Não podendo ser utilizado, reproduzido no seu todo ou em parte ou comunicado a terceiros sem a sua expressa autorização.

Fig. 27
DESENHO TÉCNICO
MICAEL BACELAR
2017

Depois do desenho técnico ser aprovado pelo Oleiro, procede-se à realização do modelo para serem feitos 10 moldes de enchimento (figura 28).

Depois do molde estar feito é realizado o enchimento do mesmo e deixado a secar cerca de 10 minutos. O tempo de secagem dentro do molde corresponde à espessura desejada da peça, neste caso 5 milímetros. Após verificar a espessura correspondente, este é vazado de maneira a retirar o excesso de barro e colocado a secar (figura 29), para proceder à sua cozedura.



Fig. 28
MOLDE
MICAEL BACELAR
2017



Fig. 29
PEÇA EXTRAÍDA DO MOLDE
MICAEL BACELAR
2017

A cozedura através da soenga (figura 30), explicado anteriormente é realizada, contendo as várias peças encomendadas.

Para finalizar todo o processo de fabrico o Frappé é encaminhado para o latoeiro para produzir o interior (figura 31).

Como se tratam de peças produzidas de modo artesanal, por vezes é necessário relembrar o cliente que as peças são de facto produzidas à mão, de forma artesanal no qual não se pode esperar um nível de precisão e perfeição do pormenor, pois dificilmente se atinge o desejado, semelhante ao de peças feitas em série numa fábrica industrial de cerâmica. As peças tendem a sair sempre com medidas diferentes e com certas deformações. Cada peça é única e trabalhada com afinco por vários artesãos, o que lhes confere um carisma especial. Estes frappés são todos semelhantes, mas todos diferentes, o que confere a cada um, por assim dizer, uma história diferente. Algo que é explicado ao cliente final de maneira a que perceba todo o contexto artesanal a que está sujeito o produto adquirido.



Fig. 30
COZEDURA
LINO SILVA
2017



Fig. 31
FRAPPÉ COM INTERIOR EM LATÃO
MICAEL BACELAR
2017

Estando a encomenda produzida, procedeu-se à personalização do artigo, inserindo uma gravação a laser em cada peça, do logo da Quinta dos Murças. Entrando em contato com a empresa White Studio, atelier responsável pelo seu Design, para adquirir os ficheiros necessários à gravação.

Concluída a gravação (figura 32), as peças são todas embaladas no seu processo habitual, com papel de jornal “Bisarro” e palha fina natural para decoração e acondicionamento das peças (figura 33), e assim entregue ao cliente.



Fig. 32
GRAVAÇÃO A LASER
MICAEL BACELAR
2017



Fig. 33
EMBALAMENTO
MICAEL BACELAR
2017

Ceres, nome atribuído a este projeto, surgiu de uma consulta direcionada para palavras utilizadas ou relacionadas com a agricultura. Ceres, na mitologia romana, é a deusa da agricultura, deusa das plantas que brotam. Retratada pela arte com um cesto de flores e frutos, nada mais que a função deste projeto.

3.5.2 Relógio Equevo

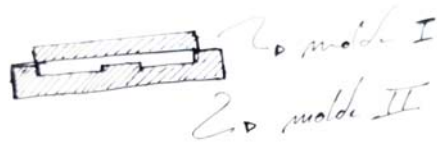
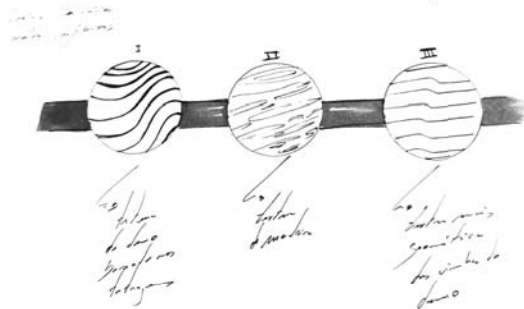
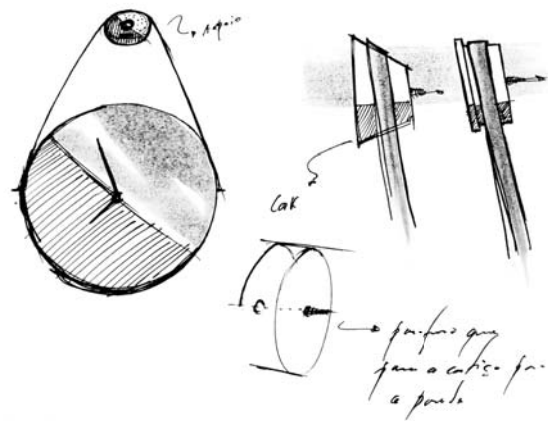
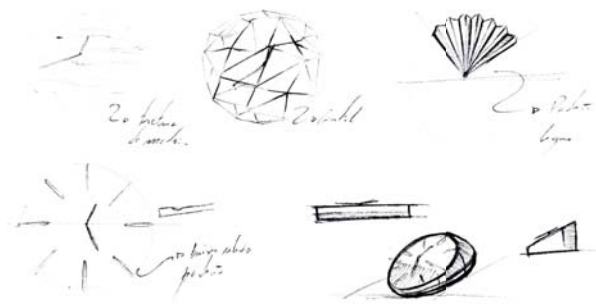
O próximo briefing, lançado pela equipa de Design, passa pelo desenvolvimento de dois produtos, de forma concetual, com a intenção de serem lançados no mercado mais tarde, razão pela qual não avançou de imediato para produção.

Esses dois produtos referem-se a um relógio de parede e um relógio de secretária. Seguindo a mesma metodologia utilizada, iniciou-se uma pesquisa de mercado (figura 34), para reunir um conjunto de referências que possam contribuir no processo de desenvolvimento.



Fig. 34
MOODEBOARD RELÓGIO
MICAEL BACELAR
2017

Com a pesquisa de mercado foram reunidos tópicos de uma forma geral, como padrões, materiais complementares e tipos de funcionamento. Inicialmente foi desenvolvido o relógio de parede, onde foram realizados os primeiros esboços (figura 35), referenciando padrões ligados ao moodboard geral, hipóteses de utilização, materiais complementares como também o seu possível processo de fabrico, através de conformação ou lastra, pois são os que se apresentam mais otimizados para este tipo de produto.



Modelo I -> a possível impossível
as várias alternativas
com vários padrões

Fig. 35
DESENHO
MICAEL BACELAR
2017

Através dos primeiros esboços, percebeu-se que a maneira mais fácil de fixar o relógio de parede seria através de uma tira aparafusada em cada ponta como podemos ver na (figura 36), colocada de forma estratégica e equilibrada, para que possa imobilizar o relógio.

Foram desenhadas duas formas, a primeira a partir de uma circunferência, pois é a forma mais procurada pelo que se analisou na pesquisa de mercado e a segunda forma, a partir de uma forma quadrada, pois apresenta um caráter menos habitual do já existente no mercado.

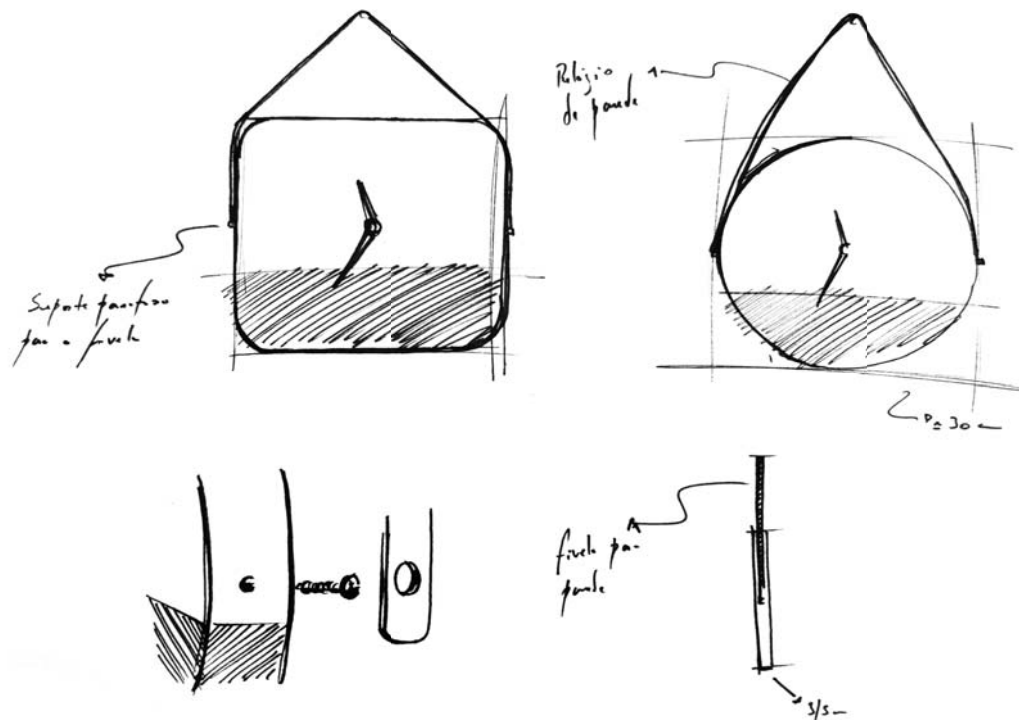


Fig. 36
DESENHO
MICAEL BACELAR
2017

Apresentada esta fase de esboço, a equipa de Design considerou interessante utilizar três conceitos, estes dois últimos por oferecerem uma versatilidade de formas, adicionando também outro conceito, que incluísse os padrões explorados anteriormente por se considerar interessante a alusão à região Duriense, e os seus patamares característicos.

Após esta decisão conjunta, foi adicionado um material complementar com o intuito de destacar um pouco estas formas minimalistas. Acrescentando uma moldura em folha de alumínio, nas extremidades dos relógios (figura 37) criando assim um efeito de espelho e brilho que propague uma certa luz quando inserido num ambiente com alguma luz.



Fig. 37
MAQUETE RELÓGIO
MICAEL BACELAR
2017

Após a aprovação destes três conceitos, foi explorada a introdução do motor do relógio (figura 38), através de um orifício criado a partir do molde onde se insere a caixa standard de um motor normal. Percebendo assim as medidas necessárias para o seu encaixe.

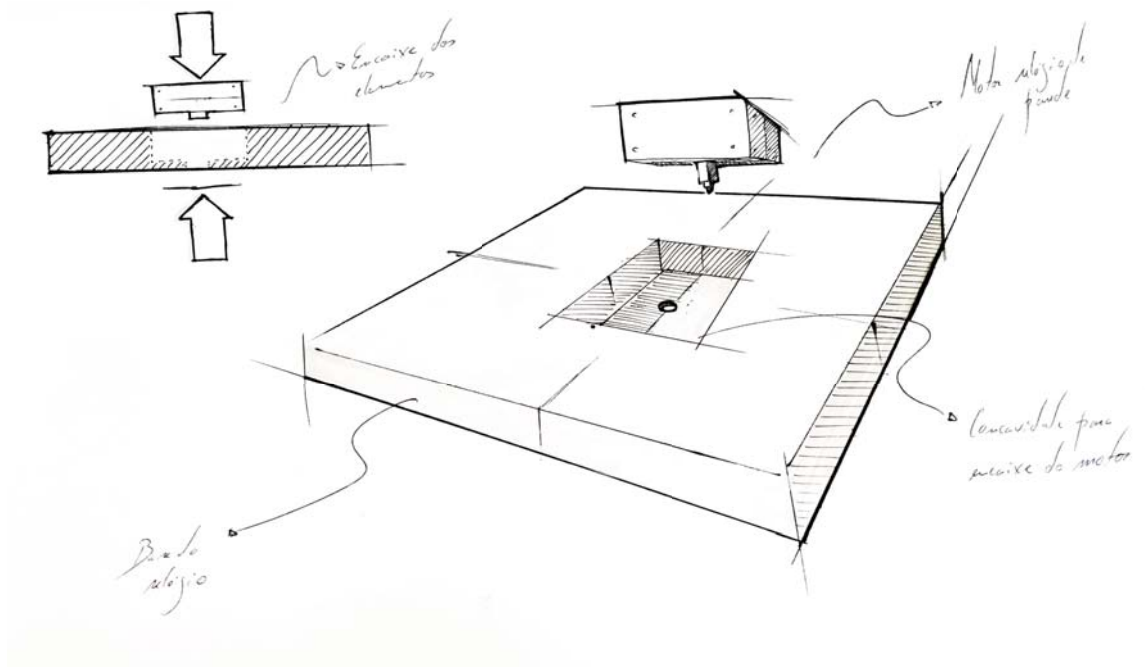


Fig. 38
DESENHO
MICAEL BACELAR
2017

Para finalizar, foi elaborado um conjunto de imagens para se perceber o seu aspeto final, adicionando as texturas dos materiais e inserindo os conceitos nos ambientes a que se destina (figura 39). Como estes conceitos não iriam seguir para produção, não foi necessário criar desenhos técnicos para o seu fabrico.



Fig. 39
RELÓGIO DE PAREDE EQUIVO
MICAEL BACELAR
2017

Posteriormente iniciou-se o desenvolvimento do relógio de secretária, o objetivo seria idealizar uma peça pequena e simples, que convivesse bem com um ambiente de trabalho em relação aos seus objetos em redor. Foram executados os primeiros esboços (figura 40), onde se explorou a ideia de criar um mecanismo num material diferente do barro, que permitisse ao relógio se posicionar em várias amplitudes, cerca de três, estabilizando o mesmo.

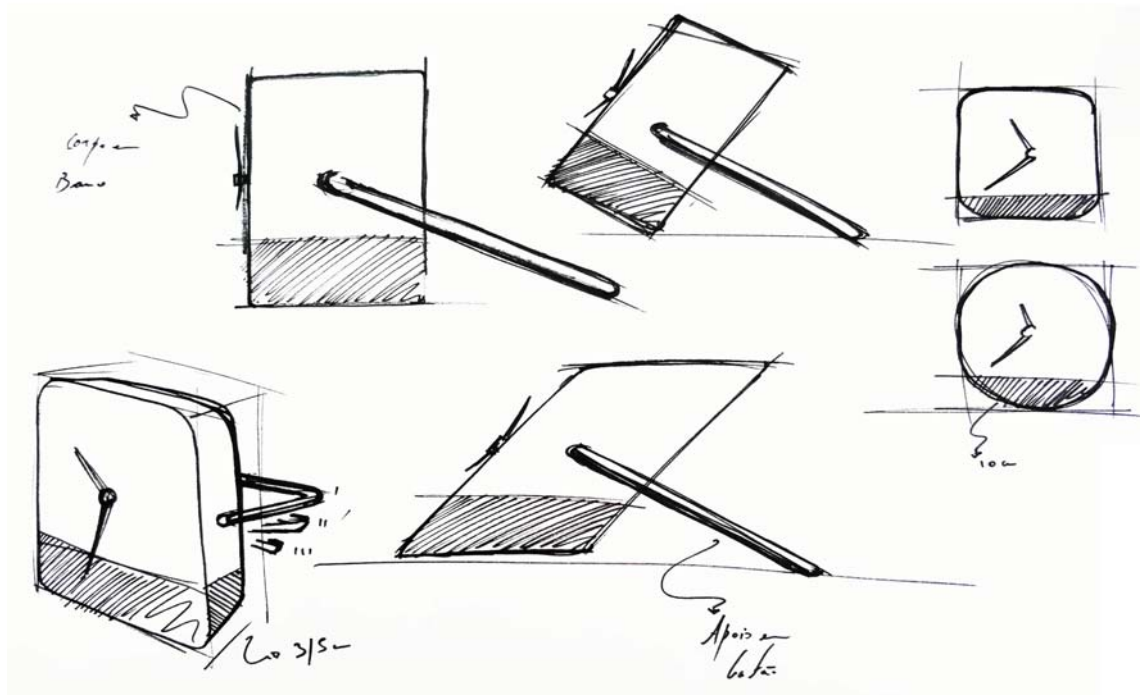


Fig. 40
DESENHO
MICAEL BACELAR
2017

Em reunião com os designers, percebeu-se que esta estrutura, poderia elevar desnecessariamente o valor de produção, apesar de tornar interessante o produto. Não dispensando esta ideia, optou-se assim por encontrar uma estratégia que através da forma, fosse possível obter estas disposições sem necessitar de uma estrutura exterior.

Analisando através do desenho, possíveis modelos com cortes diagonais que mantivessem o equilíbrio da peça em três posições (figura 41). Verificou-se que as três posições possíveis com a estrutura anterior, iriam limitar a forma do produto, criando muitos cortes na peça, complicando demasiado o seu processo de fabrico. Posto isto, definiu-se que apenas seriam adquiridas duas posições, sendo elas na vertical e na diagonal, com uma amplitude, cerca de 45°.

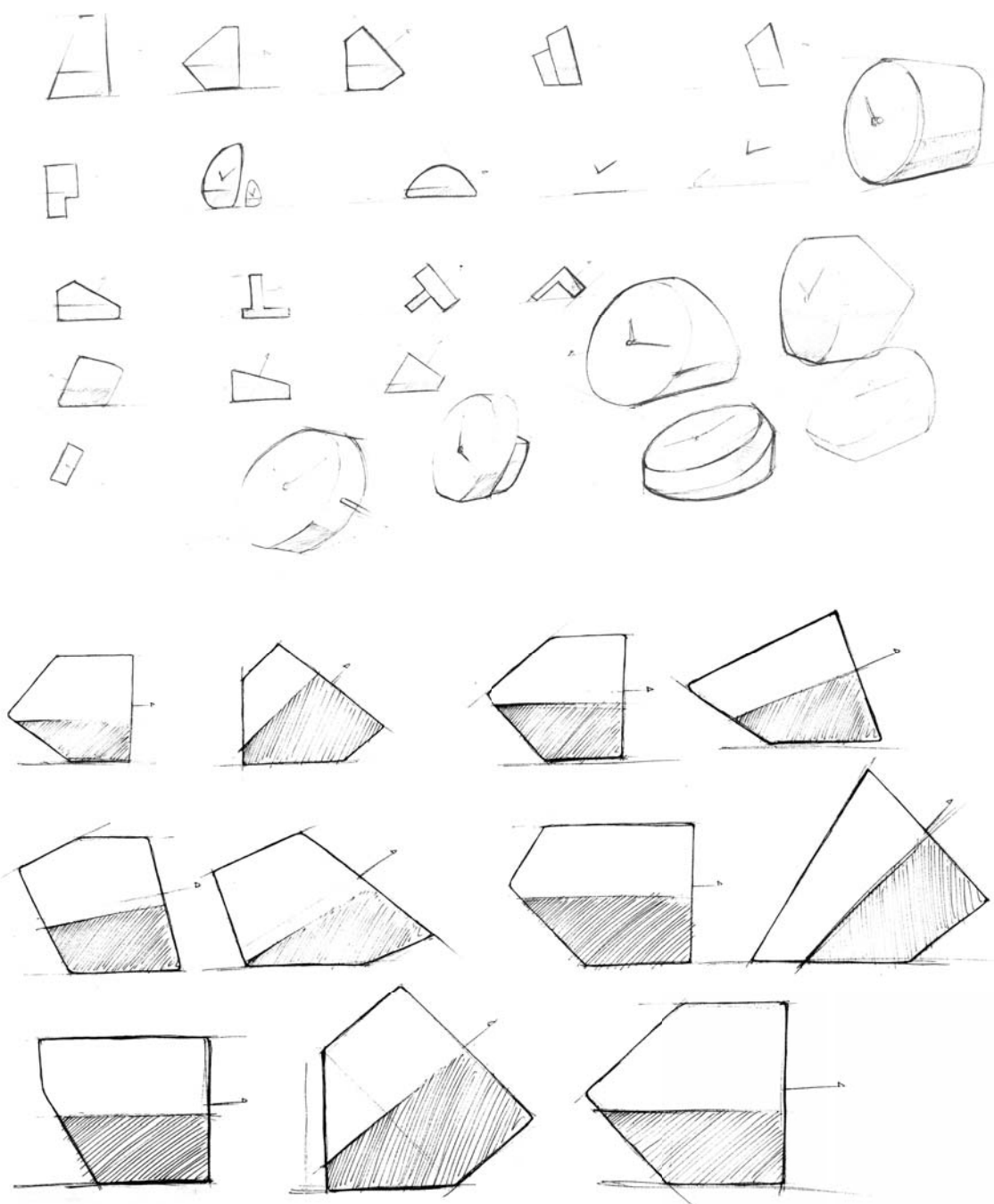


Fig. 41
DESENHO
MICAEL BACELAR
2017

Nestes conceitos desenvolvidos, optou-se por avançar com o último conceito apresentado na imagem anterior por ser o que mais estabilidade possuía com os seus ângulos, testado em softwares 3D que permitem testar a física do objeto construído como através de maquetes.

Posto isto, executaram-se imagens que demonstrassem o seu aspeto final (figura 42), inserido num ambiente de trabalho.



Fig. 42
RELÓGIO DE SECRETÁRIA EQUEVO
MICAEL BACELAR
2017

Equevo, nome atribuído a este projeto, Equevo-Parede e Equevo-Secretária. Surgiu de uma consulta direcionada para palavras utilizadas ou relacionadas com o tempo. Equevo, de idade semelhante; que pertence a mesma época; contemporâneo.

3.5.3 Aquecedor Nimbo

O conceito seguinte trata-se de uma peça desenvolvida a nível conceptual, com viabilidade de num futuro próximo ser desenvolvida a nível formal. O aquecedor de secretária vem colmatar um problema sazonal. A ideia surgiu na sequência de trabalhar em ambientes frios, onde se reparou que uma das ferramentas mais utilizadas quando se trabalha em secretárias, são as mãos. As mãos costumam ser partes do corpo, na época do frio que mais difícil é aquecer, dependendo das pessoas, o que dificulta a concentração no trabalho. Posto isto surgiu um conceito com o objetivo de ajudar a resolver tal problema, um aquecedor de secretária.

A metodologia utilizada começou por uma pesquisa de mercado (figura 43), de maneira a perceber que produtos já existem e se existem quais os pormenores que podem ajudar a melhorar o conceito a desenvolver.

Com a pesquisa de mercado, foram reunidos quatro produtos similares, um elétrico e três de funcionamento manual. Os produtos de funcionamento manual foram necessários para compreender o funcionamento do produto.

Para que seja possível obter um aquecedor de secretária é necessária uma base onde se irão colocar velas que irão aquecer a estrutura. De seguida é fundamental criar um canal de ar que prolonga o calor dentro da peça que se vai libertando para o exterior. Isto é possível com dois vasos, por exemplo, com tamanhos diferentes. Para finalizar é necessário a peça exterior que assenta sobre a base conter uma abertura no topo, para o calor que está no canal conseguir sair.

A partir desta informação sobre o funcionamento deste produto, iniciou-se a fase de esboço (figura 44), tendo como referência de forma o Google Wifi. Esta referência deve-se, como explicado anteriormente, à linha neutra que lhe pertence, ideal para este produto que se insere, por vezes, num contexto de trabalho passando assim despercebido, contudo um produto agradável para exposição, caso esse pensado para quando não estiver em utilização.



Fig. 43
MOODBOARD AQUECEDOR
MICAEL BACELAR
2018

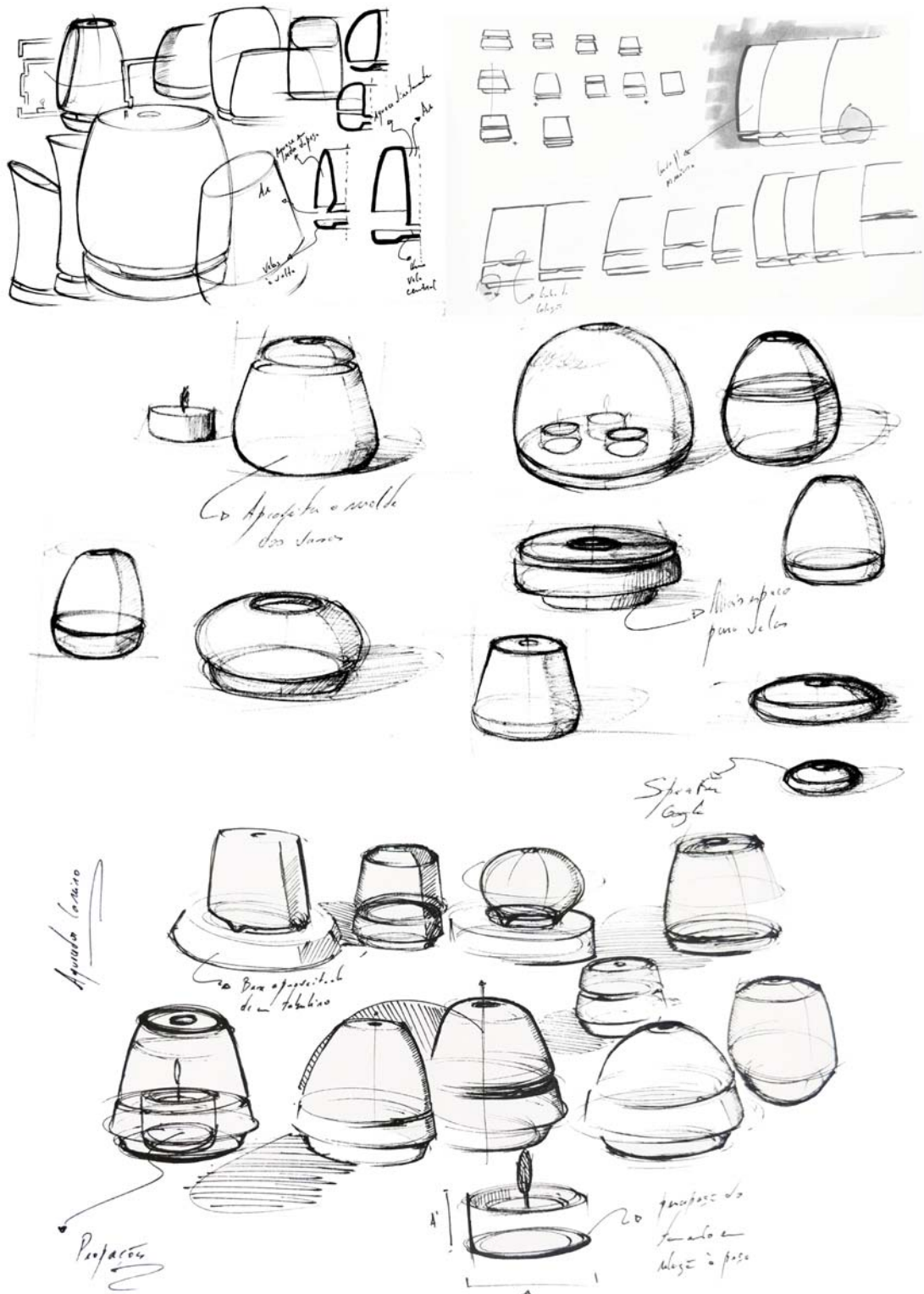


Fig. 44
 DESENHO
 MICAEL BACELAR
 2018

Paralelamente a esta fase de esboços, ver anexo 2, foi necessário testar com objetos parecidos aos idealizados, como poderia funcionar este produto (figura 45). Criando a circulação do ar desejada de modo a que a combustão das velas se mantenha. Percebeu-se que seria necessário ter entradas de ar perto das velas, e um orifício no topo da peça, para facilitar a propagação do calor como podemos ver no esquema (figura 46) criado, simulando a movimentação do oxigénio.



Fig. 45
TESTE
MICAEL BACELAR
2018

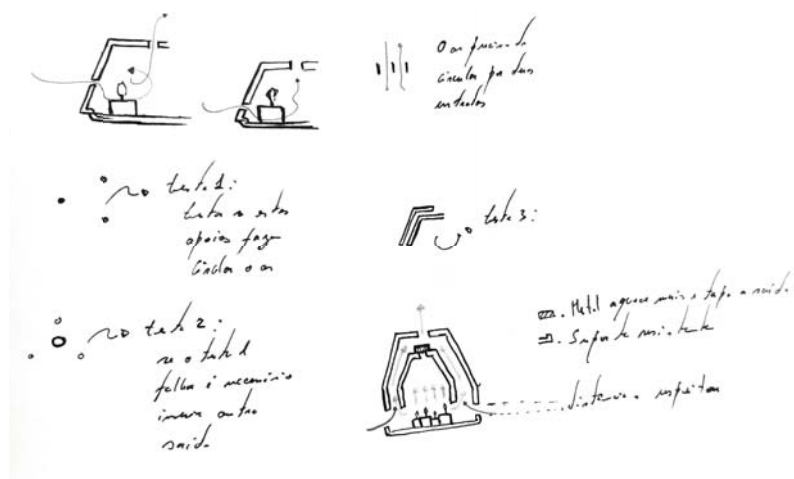


Fig. 46
ESQUEMA: CIRCULAÇÃO DO AR
MICAEL BACELAR
2018

Observou-se que a distância da estrutura superior com a base não pode ser inferior a 1,5 centímetros, caso contrário a chama acaba por se apagar. Tendo este pormenor controlado, verifica-se que a peça superior demora cerca de 5 minutos até ficar aquecida e assim espalhar o seu calor em redor. No entanto, como a peça superior que aquece, atinge elevadas temperaturas em pouco espaço de tempo, foi necessário pensar em adicionar outra peça sobreposta, justificando a câmara de ar entre elas, permitindo assim que o calor aguarde mais tempo tornando seguro o contato com o produto.

Tendo outra noção de como teria de ser a forma do produto, criaram-se várias silhuetas (figura 47), explorando a ergonomia do produto, de modo a que seja possível haver contato com o mesmo. Dentro destas propostas, foram escolhidas cinco (figura 48), para serem discutidas com a equipa de Design. Chegando à conclusão das duas propostas mais ergonómicas.

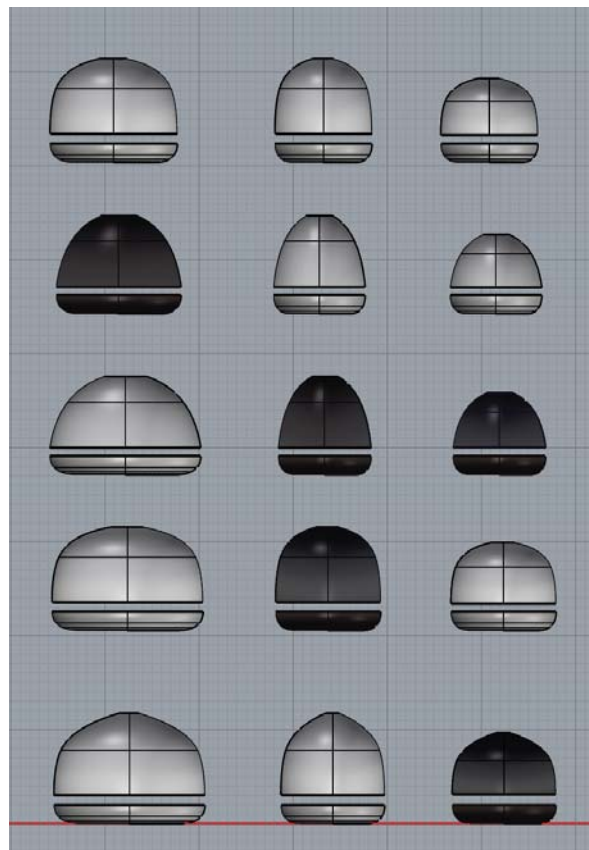


Fig. 47
SILHUETAS
MICAEL BACELAR
2018



Fig. 48
SILHUETAS ESCOLHIDAS
MICAEL BACELAR
2018

As duas propostas mais ergonómicas foram trabalhadas, inserindo os orifícios anteriormente estipulados como necessários à propagação do calor como à sua contínua combustão. Esses orifícios foram explorados através do desenho (figura 49), até se chegar à forma esteticamente mais interessante. Inicialmente experimentaram-se estruturas que pudessem conferir estabilidade ao conjunto de peças, mas considerou-se desnecessário incluir um material diferente no produto, pois iria aumentar o preço final e necessariamente um fornecedor.

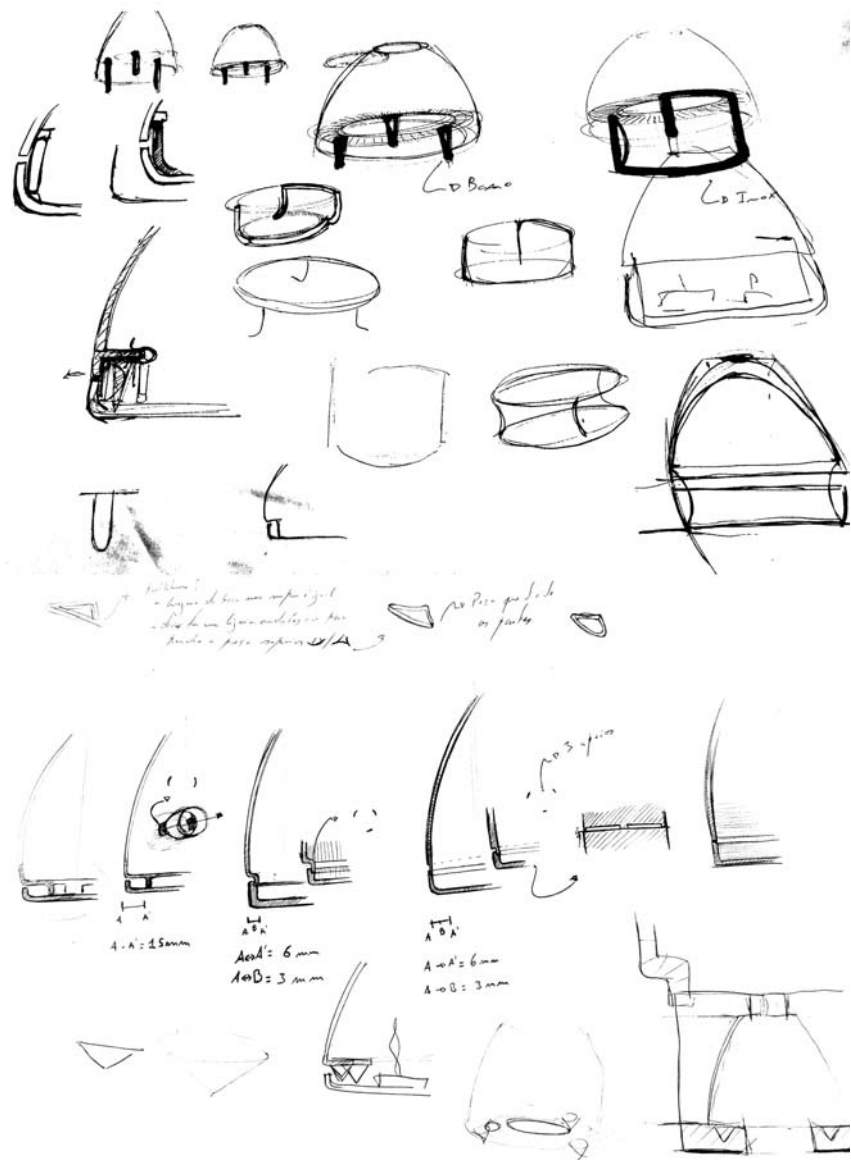


Fig. 49
 DESENHO
 MICAEL BACELAR
 2018

Procurou-se então, através da forma da base, estudar possíveis orifícios (figura 50), que ao mesmo tempo estabilizassem o produto quando se associasse às duas cúpulas.

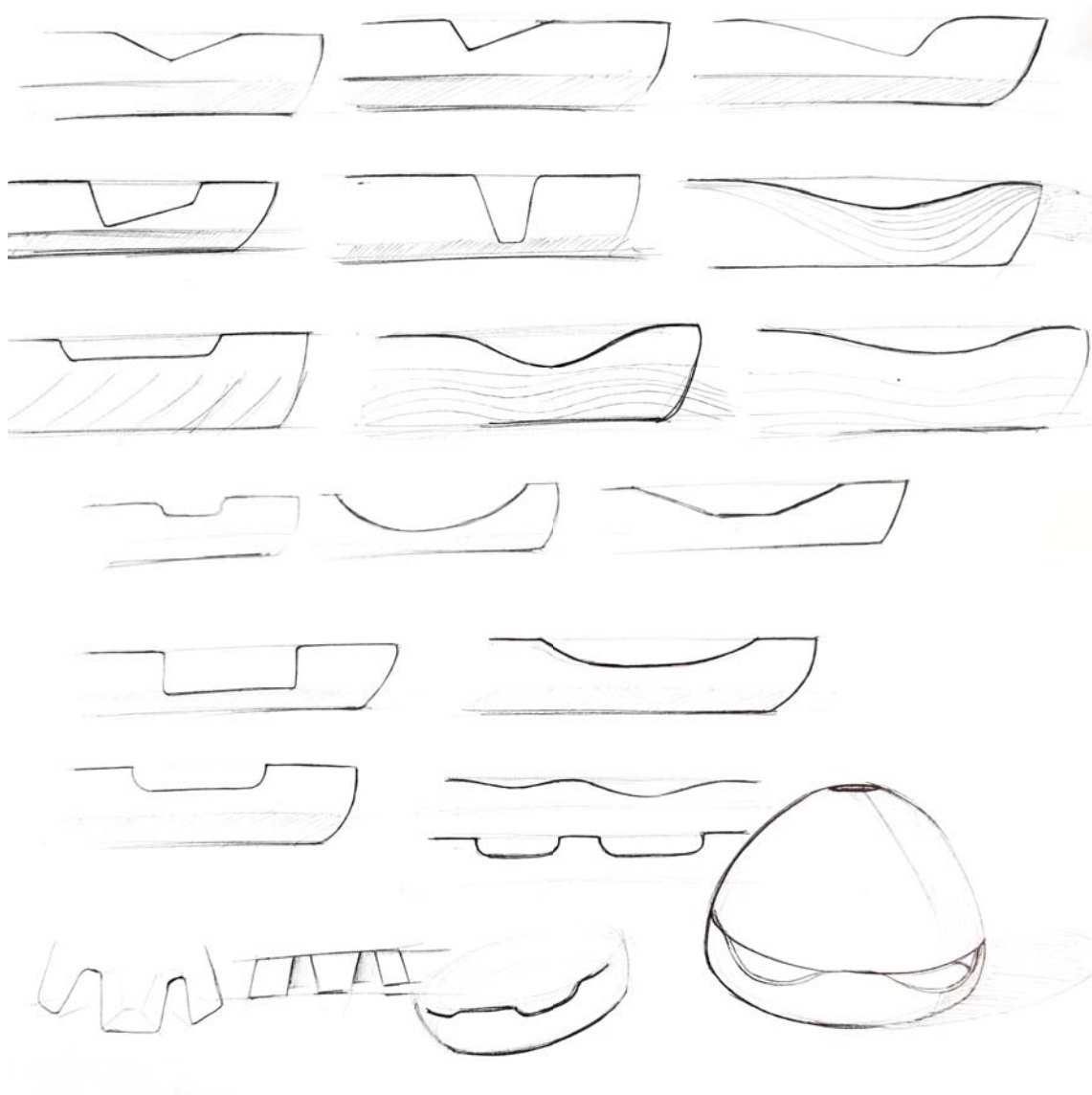


Fig. 50
DESENHO
MICAEL BACELAR
2018

Após definir esses orifícios, inseriram-se nas duas propostas mais ergonómicas (figura 51 e 52.

Posteriormente, em reunião com a equipa de design chegou-se à conclusão que entre as duas propostas, a que apresentava a forma mais ergonómica era a forma da (figura 51). uma forma onde seria possível ter uma superfície, com uma amplitude, confortável para aquecer as mãos.



Fig. 51
MAQUETE
MICAEL BACELAR
2018



Fig. 52
MAQUETE
MICAEL BACELAR
2018

Posto isto executaram-se os desenhos tridimensionais (figura 53), para fornecer ao portefólio interno, imagens finais do projeto (figura 54). Este conceito é então composto por uma base, onde estarão as velas, no máximo três, dependendo da temperatura que se deseje, que dispõe de três abas onde sustém equilibradamente as duas cúpulas. A cúpula interior que recebe o contato direto com o calor proveniente das velas, e a cúpula exterior que forma uma câmara de ar entre estas gerando um calor menos acentuado, tornando este produto mais seguro para o utilizador.



Fig. 53
DESENHO TRIDIMENSIONAL
MICAEL BACELAR
2018



Fig. 54
MAQUETE FINAL
MICAEL BACELAR
2018

Nimbo, nome atribuído a este projeto, surgiu de uma consulta direcionada para palavras utilizadas ou relacionadas com ambiente. Nimbo, disco ou círculo luminoso que na Antiguidade cingia a cabeça dos imperadores romanos deificados. O aquecedor Nimbo, produz uma auréola sobre o plano que estiver assente.

3.5.4 Projetos para clientes - Troféus

No segmento Troféus, desenvolveram-se três projetos num curto espaço de tempo, uma semana para o conjunto de troféus EDP Running Wonders e Portugal a Correr e três dias para elaboração de uma nova chapa produzida artesanalmente em estanho, para ser colada no troféu da prova World Touring Car Cup.

3.5.5 Troféu - World Touring Car Cup

A prova mundial de carros de turismo, World Touring Car Cup (WTCC), trata-se de um campeonato internacional de carros de turismo, organizado pela Fédération Internationale de l'Automobile (FIA) e promovido pela Eurosport Events.

A Bizarro possui um papel importante, ao patrocinar este evento desenhando e fornecendo os troféus oficiais das últimas quatro edições, relativos à prova de Vila Real.

Para a competição de 2018, pretendeu-se redesenhar a chapa comunicativa rotulada em estanho, presente no troféu (figura 55), de forma a trazer uma nova vida a este.



Fig. 55
TROFÉU WTCC
2016

Deu-se início ao processo de criação utilizando uma metodologia de recorte de formas (figura 56), algumas geradas aleatoriamente, outras ligadas à prova como é o caso da imagem do circuito (figura 57), ou apenas a diferente disposição da chapa utilizada anterior.



Fig. 56
RECORTE DE FORMAS
MICAEL BACELAR
2018

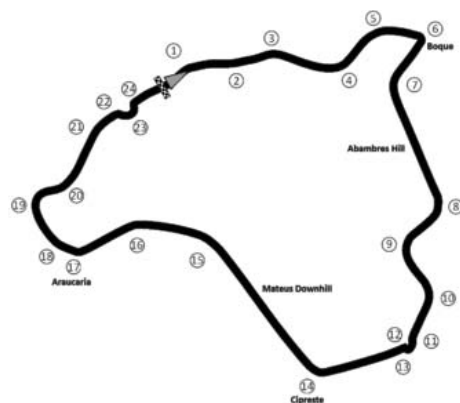


Fig. 57
CIRCUITO DE VILA REAL
2015

A solução final aprovada corresponde a uma forma que une duas referências, a forma retangular de uma bandeira de xadrez utilizada neste tipo de provas, cortada pela silhueta do troféu, originando a forma da chapa final (figura 58).

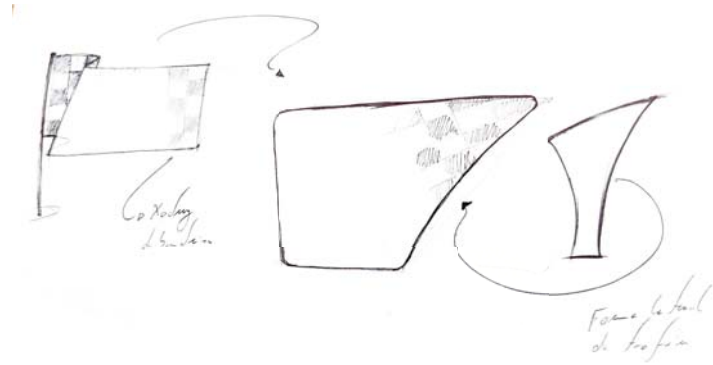


Fig. 58
DESENHO FINAL
MICAEL BACELAR
2018

Para ser aprovada esta solução, foi necessário criar uma maquete digital (figura 59), onde fosse possível visualizar como se comportaria a chapa no troféu, para de seguida ser encaminhada para o departamento técnico da FIA.



Fig. 59
MAQUETE DIGITAL
MICAEL BACELAR
2018

Após recebida a aprovação, o desenho técnico da chapa à escala real (figura 60), é entregue ao artesão que trabalha o estanho para realizar a produção da encomenda final.

O troféu final acabou por conter uma chapa que funcionava de forma equilibrada entre as linhas do troféu e da própria chapa (figura 61), atribuindo uma nova vida a este troféu sem ser necessário alterar a sua forma na integra.

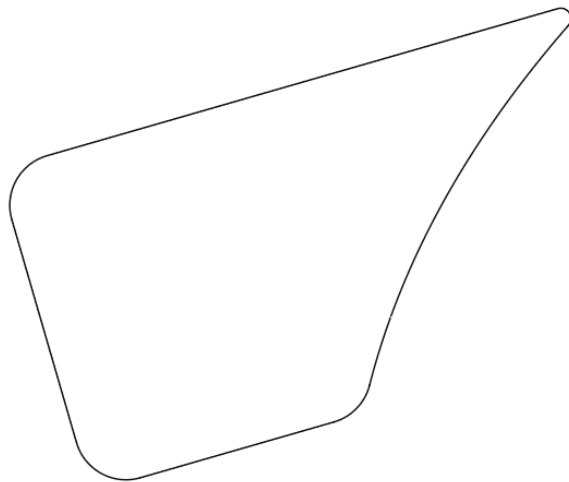


Fig. 60
DESENHO TÉCNICO: CHAPA
MICAEL BACELAR
2018



Fig. 61
TROFÉU FINAL
MICAEL BACELAR
2018

3.5.6 EDP Running Wonders

O conjunto de troféus desenhado para a Global Sport partiu de uma encomenda feita pelos mesmos em que o briefing proposto foi o desenvolvimento e produção de troféus para as maratonas EDP Running Wonders e para Portugal a Correr.

As provas EDP Running Wonders, são maratonas realizadas em Património Mundial organizadas pela GlobalSport cuja a sede é no Porto e que contam com o apoio das respetivas Câmaras Municipais. As provas a realizar são no Douro Vinhateiro (a 26 de maio), Guimarães (a 24 de junho), Dão (a 23 de setembro), Coimbra (a 21 de outubro), Sintra (a 11 de novembro) e Évora (a 25 de novembro) que envolve a participação de mais de 50 mil inscritos com a cobertura a nível dos média assegurada pela TVI e TVI24, envolvendo toda a comunidade local em várias iniciativas de dinamização cultural e económica. Estas provas são complementadas por assinaturas com as seguintes descrições:

Meia Maratona do Douro Vinhateiro - “A mais bela Corrida do Mundo”; Meia Maratona de Guimarães - “Corrida dos Conquistadores”; Meia Maratona do Dão - “Corrida de Emoção”; Meia Maratona de Coimbra - “Corrida do Conhecimento”; Meia Maratona de Sintra - “A Corrida mais Fascinante”; e Meia Maratona de Évora - “Corrida Monumental”.

Para o evento EDP Running Wonders o briefing proposto foi o desenvolvimento de troféus em barro preto com as seguintes recomendações. Visto haver uma relação forte entre esta prova e o Património Mundial, o seu logo ser inspirado em colunas, um troféu em forma de coluna seria o ideal, maciça ou com o interior utilizável. Existindo igualmente uma relação com a sustentabilidade.

Sendo este projeto diferente dos anteriores, por se tratar de um pedido de desenvolvimento de produto onde o cliente já tem ideias fixas do que pretende, apenas se foi desenvolvendo a partir das especificações contidas no briefing entregue.

Devido ao curto espaço de tempo desenvolveram-se apenas duas propostas.

A primeira proposta (figura 62), consiste num paralelepípedo truncado composto por duas partes, a parte superior para responder à relação com a sustentabilidade pensado de modo a ser produzido em cortiça e a parte inferior produzido em barro negro. O corte na peça superior permite a gravação a laser da comunicação da prova, como se pode ver na imagem final do troféu (figura 63).

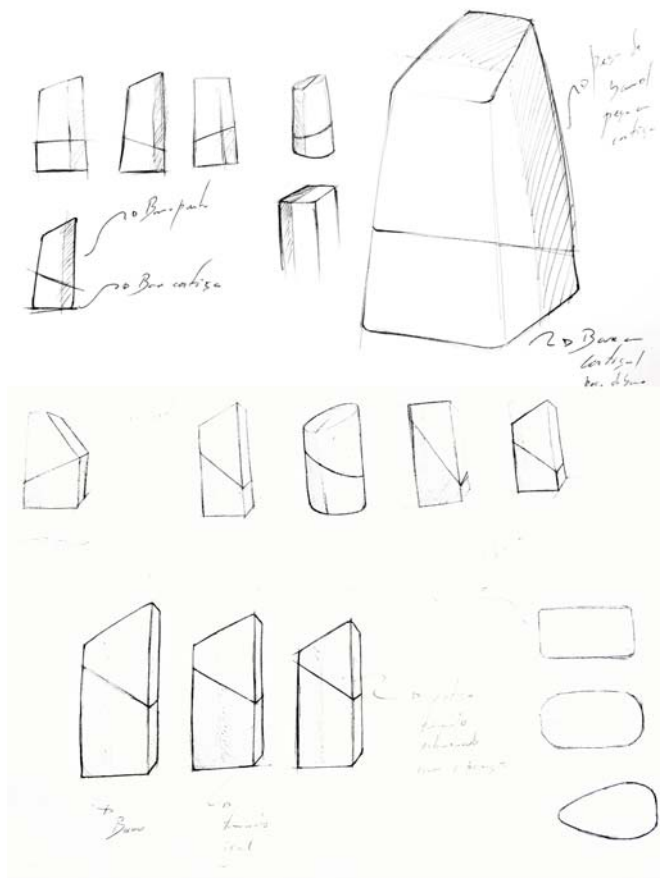


Fig. 62
 DESENHO
 MICAEL BACELAR
 2018



Fig. 63
 MAQUETE DIGITAL
 MICAEL BACELAR
 2018

A segunda proposta, mais relacionada com o briefing apresentado pelo cliente, corresponde a um troféu com forma cilíndrica referente às colunas e para acrescentar algum dinamismo na peça, acrescentou-se um corte na diagonal com amplitude de 60° criando um certo movimento na peça.

Para responder à questão de sustentabilidade idealizou-se uma base complementar em cortiça, dando mais altura ao troféu criando uma sensação de elevação (figura 64). Esta proposta foi a selecionada pelo cliente devido à maneira como responde a todos os parâmetros do briefing. Este conjunto é composto por quatro tamanhos (figura 65), nas provas Meia-Maratona utilizam troféus com altura de 30 centímetros para o primeiro lugar, 25 centímetros para o segundo e 20 centímetros para o terceiro. Nas provas Mini-Maratona são utilizados troféus com altura de 25 centímetros para o primeiro lugar, 20 centímetros para o segundo lugar e 15 centímetros para o terceiro lugar.

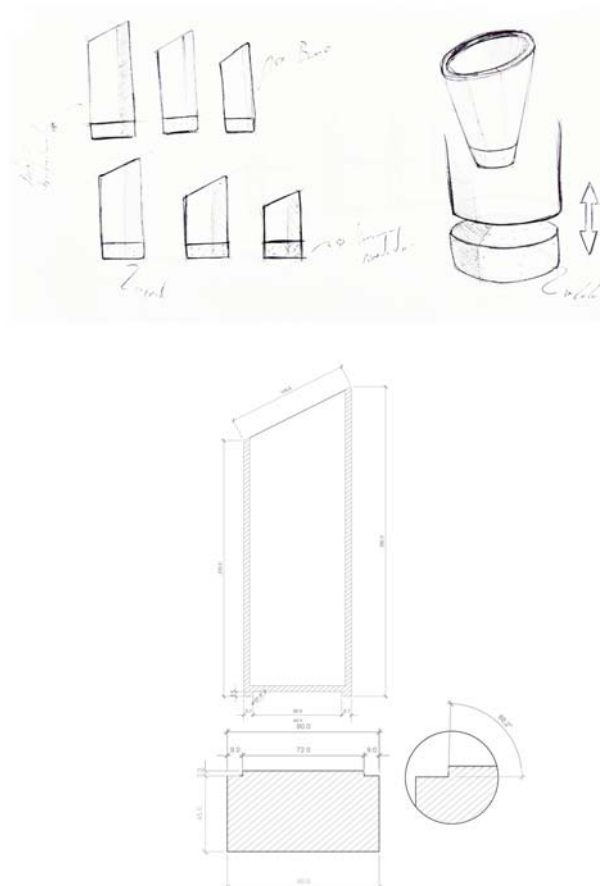


Fig. 64
DESENHO
MICAEL BACELAR
2018



Fig. 65
MAQUETE FINAL
MICAEL BACELAR
2018

Seguidamente à aprovação do conceito, deu-se seguimento para a produção. Executaram-se os desenhos técnicos (ver anexo 3), referentes a cada troféu e encaminhou-se para o oleiro de forma a iniciar a produção das peças respetivas em barro negro e entregar ao cliente (figura 66). As bases em cortiça e as respetivas gravações ficaram sobre a responsabilidade do cliente.



Fig. 66
COZEDURA: SOENGA
LINO SILVA
2018

Podemos ver o aspeto final do troféu na imagem seguinte (figura 67).



Fig. 67
ENTREGA DE TROFÉUS
EDP RUNNING WONDERS
2018

3.5.7 Portugal a Correr

As provas Portugal a Correr realizam-se apenas em territórios portugueses com potencial turístico, um circuito que aposta em corridas de Mini Maratona com cerca de 10 quilómetros organizados também pela GlobalSport, em parceria com as Câmaras Municipais onde se realiza cada uma das etapas do circuito, tendo cobertura e difusão para todo mundo através da TVI e TVI24. Agendadas para 2018, provas em Monção, Barrancos, São João da Pesqueira e Portimão, entre outras. Estas provas envolvem cerca de dois mil participantes por evento. Entregando troféus aos primeiros participantes de cada prova e um troféu anual ao atleta masculino e feminino com mais pontos conquistados no conjunto de todas as provas.

O briefing que a GlobalSport apresenta, clarifica que as provas Portugal a Correr são uma iniciativa recente, mas intimamente ligada à tradição portuguesa. O logo é uma andorinha das chaminés em voo pelo território e as medalhas produzidas, são em madeira com o intuito de homenagear a floresta portuguesa.

Após a análise do briefing foram retirados vários tópicos considerados importantes para o desenvolvimento deste troféu e assim iniciado a fase de esquiço de conceitos. A primeira abordagem nesta metodologia foi a criação de um moodboard (figura 68) com várias chaminés e a andorinha correspondente.



Fig. 68
MOODBOARD: PORTUGAL A CORRER
MICAEL BACELAR
2018

Esta ave possui uma cauda bifurcada e comprida, cabeça escura e garganta avermelhada contrastante com as partes inferiores brancas. O dorso e a parte superior das asas são azul-escuro.

Os primeiros esboços (figura 69) contêm referências do moodboard e solicitações do cliente, como é o caso das bases seguintes contendo referências às andorinhas.

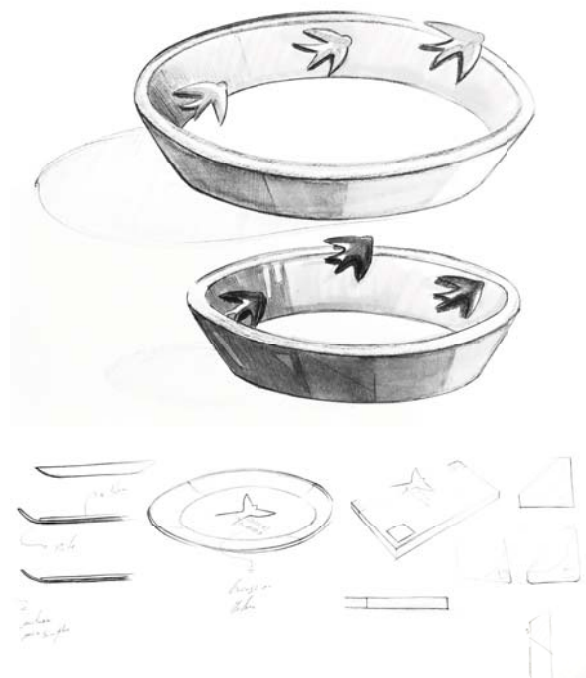


Fig. 69
DESENHO
MICAEL BACELAR
2018

Foi criado outro conceito relacionado com as chaminés, referências retidas do briefing e trabalhado posteriormente a referência das andorinhas na gravação.

Este conceito (figura 70), parte da forma retangular das chaminés transmitindo elevação e elegância. Um troféu composto por duas partes, a parte superior produzida em barro preto e a inferior em madeira. A utilização da madeira justifica-se pelo fato do cliente querer homenagear a floresta portuguesa.

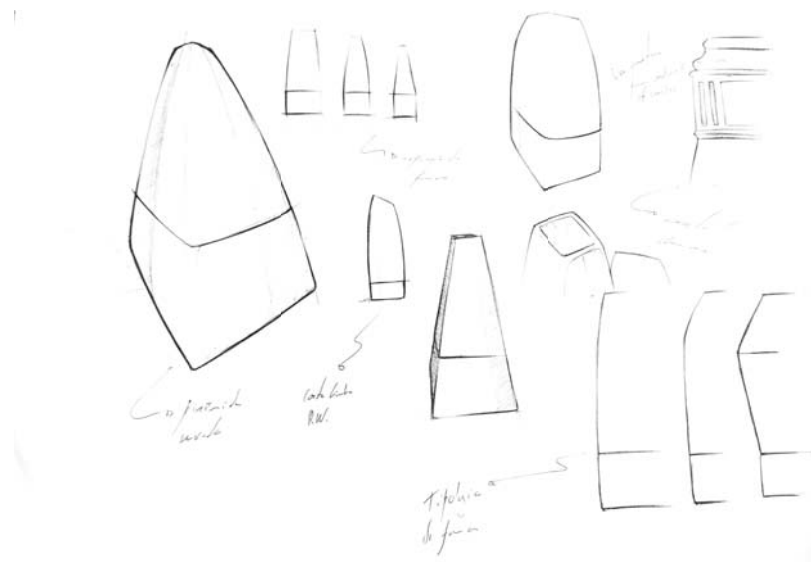


Fig. 70
DESENHO
MICAEL BACELAR
2018

A gravação (figura 71), contém referência às andorinhas, diferenciando os lugares premiados com a diferença de tamanho da gravação pois este conjunto de troféus é de tamanho único.

A gravação foi pensada de forma a que criasse uma ilusão de que a referência, andorinha, proveniente do logotipo, saltasse da base em cortiça e fosse voando pela superfície superior em barro preto.



Fig. 71
MAQUETE DIGITAL: GRAVAÇÃO
MICAEL BACELAR
2018

Este, foi então, o conceito selecionado pelo cliente pois sentiram ser o mais apropriado para responder ao briefing lançado pela GlobalSport.

Viabilizada a encomenda deste conceito, foram gerados os desenhos técnicos (ver anexo 4) e enviados para a produção dos mesmos passando por toda a fase artesanal, neste caso enchimento dos moldes (figura 72), o seu vazamento, secagem e processo de cozedura por soenga (figura 73).



Fig. 72
ENCHIMENTO DE MOLDES
MICAEL BACELAR
2018



Fig. 73
COZEDURA: SOENGA
LINO SILVA
2018

O resultado final deste troféu (figura 74), foi bastante positivo, tendo pequenos pormenores por ajustar no que toca à produção, mas como já foi referido, é sempre difícil chegar a uma produção elaborada ao pormenor.



Fig. 74
TROFÉU FINAL: EMBALAMENTO
MICAEL BACELAR
2018



Fig. 75
TROFÉU PORTUGAL A CORRER
MICAEL BACELAR
2018

4.

Metodologia de processo

4.1 Prototipagem e produção das peças

A prototipagem é executada depois de elaborados os desenhos técnicos da peça em questão, após o encaminhamento destes para o artesão, é criado um protótipo na roda de oleiro, onde é testada de forma a encontrar possíveis erros de produção e idealização, que são posteriormente corrigidos de forma a otimizar o processo de fabrico. É possível perceber com os protótipos questões como peso, espessuras necessárias para que a peça tenha a duração desejada e as formas mais viáveis de conseguir uma produção mais exequível. Após o refinamento do protótipo, é pensada a melhor maneira de produzir, tendo como referência a quantidade da encomenda. Se forem peças limitadas a um stock pequeno, a produção se possível passa pela roda manual, no entanto se a quantidade for grande, a produção passa por enchimento de moldes. É assim também que se verifica o preço de custo da peça ao perceber as despesas inerentes à sua conceção.

A produção das peças fica encarregue ao oleiro Manuel Tapada, que após a aprovação das mesmas, por parte do cliente e da empresa, recebe então os desenhos técnicos essenciais para fabricar a quantidade necessária. Contando com uma estimativa de dois meses como prazo de entrega. Através do formato da peça, o oleiro idealiza, como explicando anteriormente, a melhor forma de responder à encomenda, seja através de produção na roda como por conformação. O oleiro produz as peças, deixa secar cerca de um dia, dependendo da meteorologia e finaliza com uma cozedora no processo de soenga. A meteorologia é um fator importante quanto utilizado o processo de soenga, pois pode condicionar os prazos de entrega, quando se apresenta um clima húmido ou de precipitação, por ser um processo realizado a céu aberto.

Quando a meteorologia não coopera, é subcontratado um forno a lenha, porém com capacidade de resposta mais reduzida por cozer menos quantidade, tornando o preço de custo final mais elevado.

4.2 Comunicação e lançamento

A comunicação parte da ideologia da marca, o mercado onde se pretende inserir e do serviço que disponibiliza. A Bisarro é uma marca que prima pela atenção ao detalhe, que protege e valoriza o trabalho artesanal como toda a excelência e cuidado presentes nas peças elaboradas à mão. Para transmitir estes valores, a comunicação tem de ser trabalhada de forma significativa, com fotografias que consigam transmitir todo o processo intrínseco, descrevendo todas as suas convicções de modo a não gerar conflito entre seguidores mais implicativos, pois é um mercado que interfere com muita tradição que por vezes é alterada para o bem da marca, do design português, como para a arte em si.

O estilo de comunicação gráfica é pensado também para o mercado exclusivo que se insere, de forma a que a os artigos se relevem por si, para a venda dos mesmos a história neles contida é o necessário para alcançarem o sucesso, portanto, é utilizado uma linha formal, simples e coesa, que conta toda a história do serviço que disponibiliza.

A estratégia de lançamento da coleção reestruturada, passou por uma seleção de ofertas apresentadas à equipa de design por parte de várias lojas, marcas e grupos, onde se realçou aquela que mais ligada estava às ideologias da marca. A proposta eleita contemplava o lançamento exclusivo, ainda com data indefinida, nas lojas da marca A Vida Portuguesa (Desde Sempre).

Esta marca nasceu em 2007, ligada a um fascínio por produtos portugueses, principalmente antigos e artesanais, presente nos interesses da sua fundadora, Catarina Portas.

As lojas d'A Vida Portuguesa estão situadas em espaços comerciais centenários e integralmente preservados que primam pelo lançamento e divulgação de marcas portuguesas. As lojas atualmente estão situadas em Lisboa, mais propriamente Chiado, Intendente e Mercado da Ribeira, e no Porto.

Esta proposta era a que mais vinculava os valores da marca Bisarro pela sua aposta em produtos exclusivos com design português.

4.3 Embalagem

O embalamento das peças é feito consoante o seu destino, se o consumidor final for um cliente que tenha solicitado um produto exclusivo, as peças são embaladas em caixas standard de cartão canelado, embrulhadas em papel da empresa. Um papel género jornal com a assinatura da marca, este papel é utilizado pois na olaria tradicional, os oleiros quando transportavam as suas peças para as feiras, embrulhavam as mesmas em papel de jornal, posto isto, a Bisarro adotou esta tradição e criou o seu próprio papel de jornal. É também utilizado palha fina seca para acondicionar de melhor forma o conteúdo tornando a embalagem autêntica confinando-lhe um carácter sustentável.

Quando se trata de retalhistas, lojas ou consumidor que pretende peças da coleção existente, as peças são acomodadas em embalagens próprias destinadas e produzidas para cada peça, com as medidas necessárias para um transporte seguro contendo sempre o toque refinado que a palha fina seca concede. A embalagem possui no seu exterior, o logotipo e história da marca, como também o conceito por detrás do produto.

4.4 Preços

O preço de cada produto é estipulado de acordo com toda a envolvente criada no processo de desenvolvimento do mesmo. Primeiramente a produção transmite um preço de custo por unidade, preço esse que inclui todas as despesas que o fornecedor, artesão gera de modo a proceder à manufatura. Sobre este valor é posteriormente acrescentado a percentagem da marca que contempla o custo de desenvolvimento do produto como também toda a despesa associada a que este processo implica, como por exemplo, embalamento e transporte. Tendo como pontos de consideração, quantidade de encomenda ou exclusividade, estes pontos diminuem ou aumentam o preço de custo de cada peça ou de desenvolvimento.

Conclusão

Finalizado o estágio curricular, é necessário refletir sobre todas as experiências vividas durante este período, realçando pontos fortes como também pontos a melhorar. O balanço foi deveras positivo, pois foi uma formação com grande aprendizagem, tanto a nível profissional como a nível pessoal, visto que houve um contato com a realidade do mercado profissional no mundo do design, como ampliação e aprofundamento dos conhecimentos teóricos e práticos. Superando os desafios encontrados através de uma postura de autoformação, profissionalismo e dedicação.

A oportunidade de contatar as diversas realidades, bem como intervir e trabalhar com/para clientes foi muito significativo, pois permitiu testar competências, reconhecer limitações e principalmente aprender com os erros.

Acrescento que aprendi imenso não só com clientes da Bisarro mas também com a equipa de Design, Renato Rio Costa e Daniel Pera, através do meu contato diário com estes, proporcionando-me perspetivas novas tanto na área profissional do design, como pessoal.

Na área profissional do design, foram transmitidos valores significantes, como metodologias, posturas e atuações a ter numa empresa. Sendo acompanhado por uma equipa de excelência que prima pela sensibilidade em passar conhecimentos, experiências adquiridas nesta profissão, apoiando-me no sentido de me tornar melhor Designer.

É neste contexto real, com todos os constrangimentos, receios e contrariedades que se aprende um pouco da profissão de Designer. Aprender a tomar decisões, escolhas como também, fundamentalmente, aceitar as críticas, tendo consciência dos erros que cometemos, de modo a poder melhorar e aprender com essas mesmas situações.

Com este estágio curricular, percebeu-se também que é fulcral, passar por uma experiência assim, de forma a consolidar toda a aprendizagem que se adquire durante os anos anteriores de curso.

Dispus de várias tarefas cansativas, tarefas menos interessantes e complexas de fazer, mas, no entanto, quando são feitas de forma correta, passam grande aprendizagem.

Concluindo, apesar de ter finalizado este estágio com uma panóplia de informação recém-adquirida, considero que é apenas o início de um longo caminho a percorrer no qual ainda terei imenso para descobrir. Pois, pretendo ser um profissional atualizado e interessado, pelo que necessito continuar a instruir-me, pesquisando sobre os mais variados assuntos relacionados com o Design.

Bibliografia

- Carneiro, E. L. (1969). Breves notas sobre impermeabilização cerâmica. Em *Olaria: Boletim do Museu de Cerâmica Popular Portuguesa* (pp. 57-86). Barcelos.
- Castells, M. (2002). *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura, A Sociedade em Rede* (Vol. 1). Lisboa: Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Chaves, L. (1950). Nos domínios da Etnografia e do Folclore. Em *Ocidente* (pp. 149-153). Lisboa.
- Costa, P. (1999). Em J. R. (Autor), *O Livro dos provérbios portugueses* (Vol. 2, pp. 393 - 497). Lisboa: Editorial Presença.
- Cruz, M. T. (2002). O Artificial ou a Cultura do Design Total. *Revista de Arte, Cultura e Tecnologia*, 7.
- Côrtes, F. R. (1942). A olaria negra de Trás-os-Montes. Em *Livro do segundo congresso transmontano* (pp. 163-178). Casa de Trás-os-Montes e Alto-Douro.
- de Sousa, F., & Gonçalves, S. (1987). *Memórias de Vila Real* (Vol. 2). Vila Real: Arquivo Distrital de Vila Real; Câmara Municipal de Vila Real.
- Diani, M. (1988). *Immateriality takes Command* (Vol. IV). (D. Issues, Ed.)
- Fernandes, I. M. (2008). Um gosto decorativo: louça preta e vermelha polvilhada de branco (mica). Em André, A. Teixeira, & J. A. Bettencourt, *Velhos e Novos Mundos. Estudos de Arqueologia Moderna* (Vol. 2). Matosinhos: Câmara Municipal.
- Fernandes, I. M., Moscoso, P., & Castro, F. (2009). *A louça preta de Bisalhães (Mondrões, Vila Real)*. Museu de Arqueologia e Numismática de Vila Real; Museu de Olaria de Barcelos.
- Flusser. (1999). *The Shape of Things, A Philosophy of Design*. Reaktion Books.
- Hubert, B. (2016). Interview with Benjamin Hubert. (A. Montagud, Entrevistador)

- Júnior, S. (1940). Oleiros e olaria. Em *Vida e Arte do Povo Português* (pp. 217-234). Lisboa: Lisboa: Secretariado da Propaganda Nacional.
- Montagud, A., & Iranzo, J. (2016). Interview with Benjamin Hubert. *More With Less*.
- Pacheco, F. A. (2000). *A musa irregular*. Porto: Asa.
- Peixoto, R. (1995A). Sobrevivência da primitiva roda de oleiro em Portugal. Em *Etnografia Portuguesa* (pp. 179-184). Lisboa: Publicações D. Quixote.
- Pereira, D. B. (2007). Deus também erra. Em *Revista Terra Feita Voz - nº4*. Humbertipo - Artes Gráficas - Porto.
- Pires, A. (2003). "*As Idades da Terra*" - formas e memórias da olaria portuguesa. Instituto do Emprego e Formação Profissional.
- Pires, A. (2003). O tempo de mudança. Em "*As Idades da Terra*" - formas e memórias da olaria portuguesa. Instituto do Emprego e Formação Profissional.
- Prostes s.d, P. (1907). *Indústria de Cerâmica*. Lisboa: Lisboa: Aillaud & Irmão.
- Queiroz, E. d. (1900). *A Correspondência de Fradique Mendes*. Porto: Livraria Chardron.
- Read, H. (1969). *O Significado da Arte*. Ulisseia - Lisboa.
- Teixeira, A., & Bettencourt, J. A. (2012). *Velhos e Novos Mundos. Estudos de Arqueologia Moderna* (Vol. 2). Centro de História de Além-Mar Faculdade de Ciências Sociais e Humanas – Universidade Nova de Lisboa Universidade dos Açores.
- Vasconcelos, J. d. (1908). Pelas vias da arte e das indústrias transmontanas. Em J. Leitão, *Ilustração transmontana*. Porto.
- Wigley, M. (2010). O Que é Feito do Design Total? (J. Bártolo, Editor)

Websites

Cozedura cerâmica em fogueira - "soenga" (acedido em março de 2018) [<http://fotoarchaeology.blogspot.com/2011/06/cozedura-em-fogueira-soenga.html>]

Cozedura tradicional de louça preta em Molelos (acedido em março de 2018) [<http://www.cm-tondela.pt/index.php/servicos/gabinete-de-cultura-e-projectos-culturais/noticias/item/3082-cozedura-tradicional-de-louca-preta-em-molelos>]

Há uma história de cinco séculos em Bisalhães que se está a aproximar do fim (acedido em abril de 2018) [<https://www.publico.pt/2015/05/18/local/noticia/ha-uma-historia-de-cinco-seculos-em-bisalhaes-que-se-esta-a-aproximar-do-fim-1694125>]

Interview with Benjamin Hubert (acedido a janeiro de 2018) [<http://morewithlessdesign.com/en/benjamin-hubert/>]

Olaria Negra de Bisalhães declarada Património da Unesco (acedido em março de 2018) [<https://www.jn.pt/local/noticias/vila-real/vila-real/interior/olaria-negra-de-bisalhaes-declarada-patrimonio-da-unesco-5525566.html>]

Anexos

Anexo 1 - Frappé Ceres (desenhos)

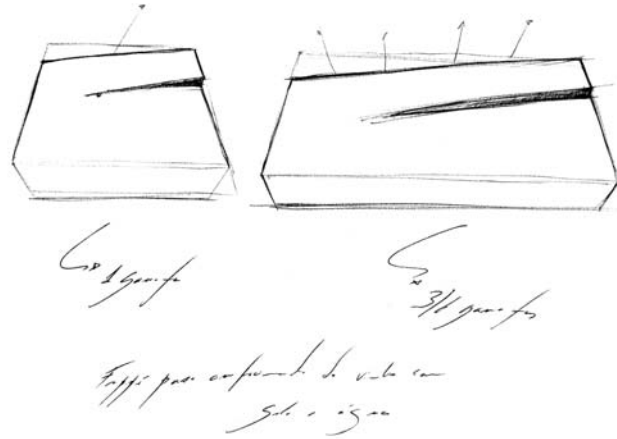


Fig. 76
DESENHO: FRAPPÉ CERES
MICAEL BACELAR
2018

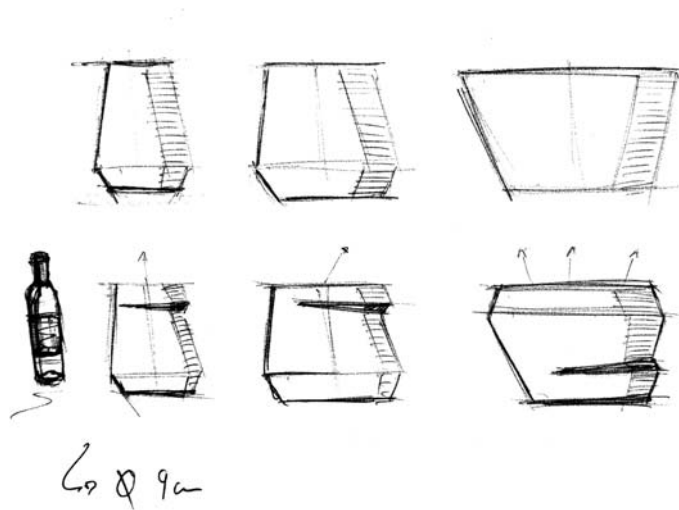


Fig. 77
DESENHO: FRAPPÉ CERES
MICAEL BACELAR
2018

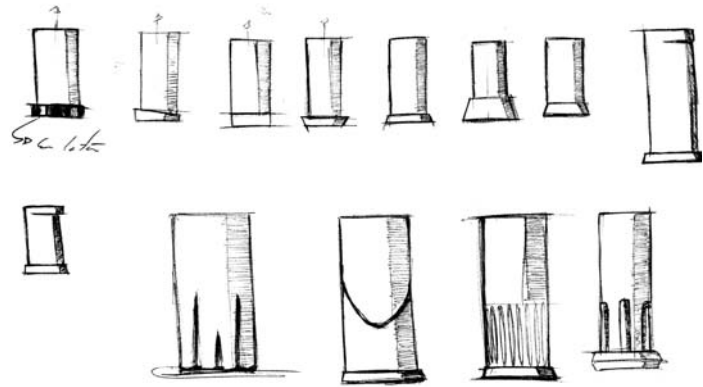


Fig. 78
 DESENHO: FRAPPÉ CERES
 MICAEL BACELAR
 2018

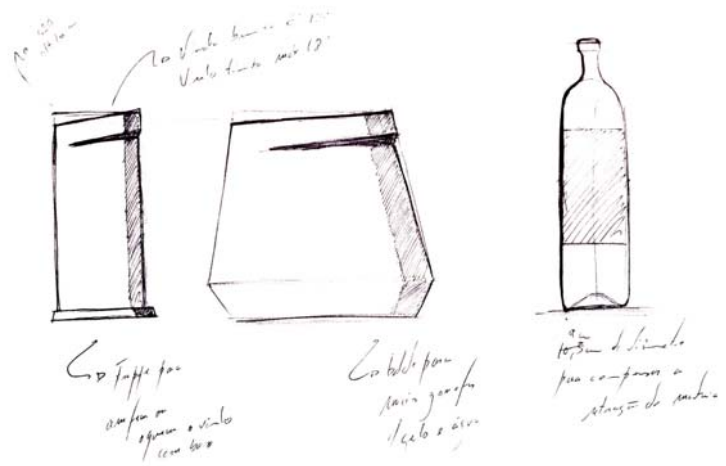


Fig. 79
 DESENHO: FRAPPÉ CERES
 MICAEL BACELAR
 2018

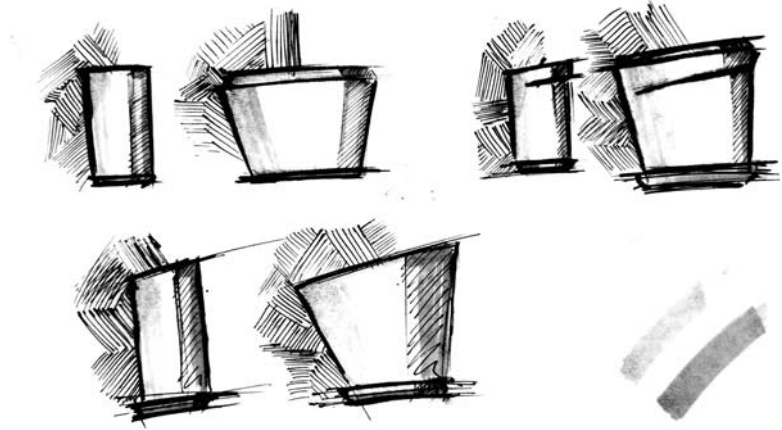


Fig. 80
DESENHO: FRAPPÉ CERES
MICAEL BACELAR
2018

Anexo 2 - Aquecedor Nimbo (desenhos)

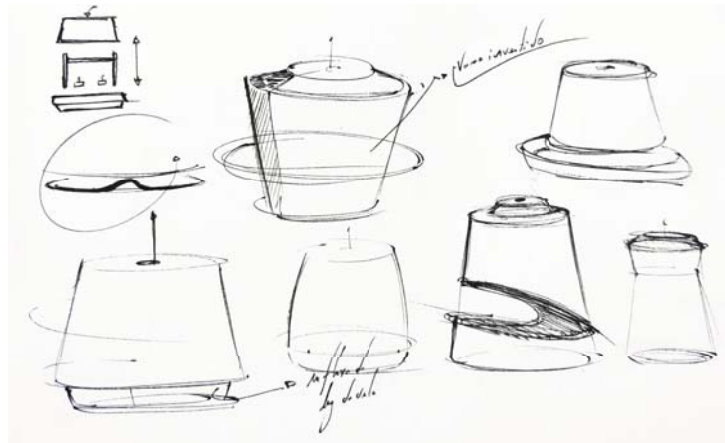


Fig. 81
DESENHO: AQUECEDOR NIMBO
MICAEL BACELAR
2018

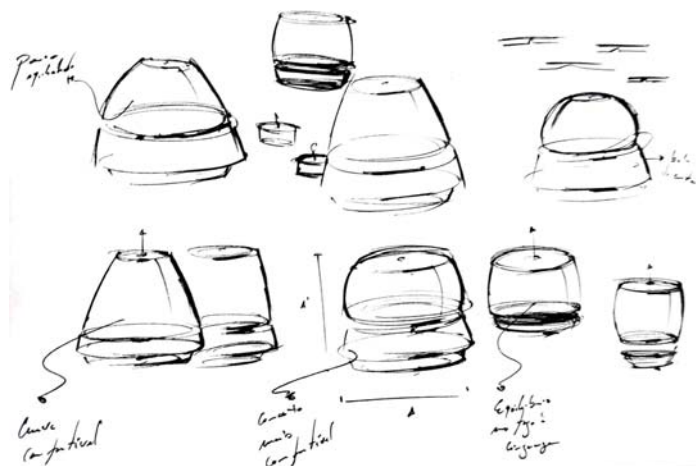


Fig. 82
DESENHO: AQUECEDOR NIMBO
MICAEL BACELAR
2018



Fig. 83
DESENHO: AQUECEDOR NIMBO
MICAEL BACELAR
2018

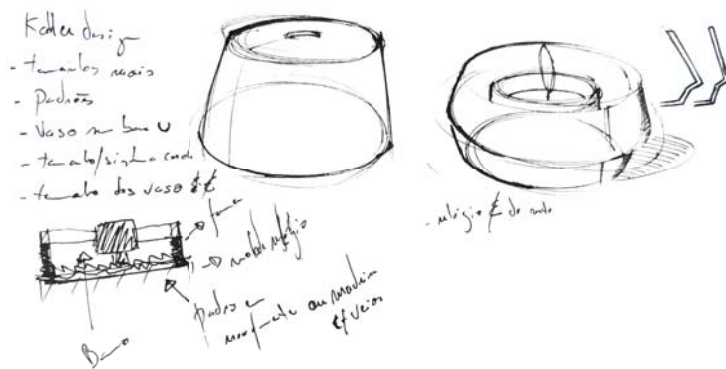


Fig. 84
DESENHO: AQUECEDOR NIMBO
MICAEL BACELAR
2018

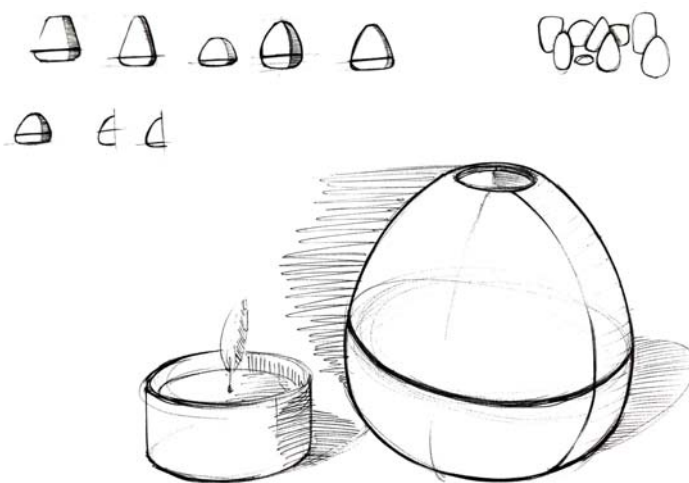
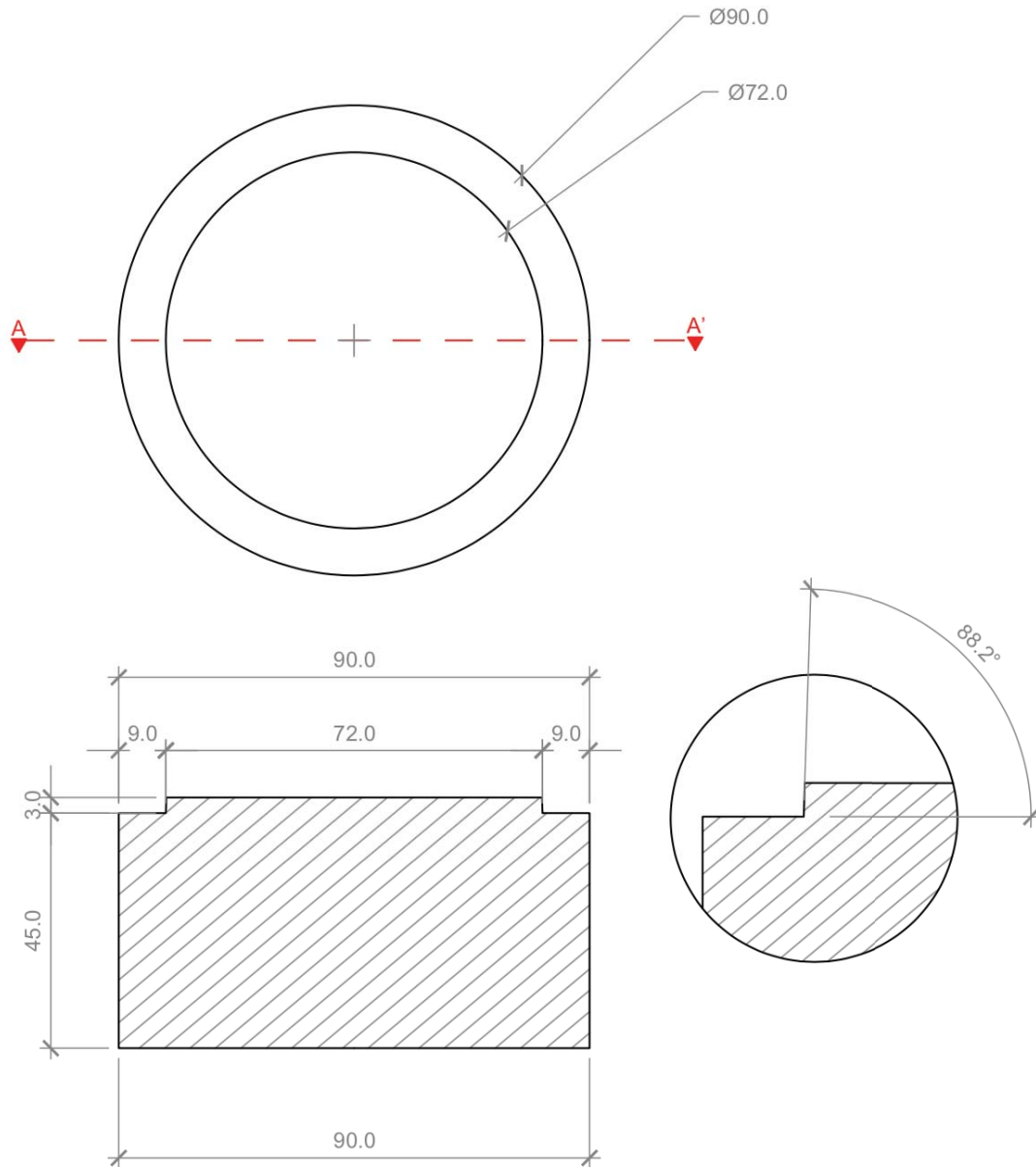


Fig. 85
DESENHO: AQUECEDOR NIMBO
MICAEL BACELAR
2018

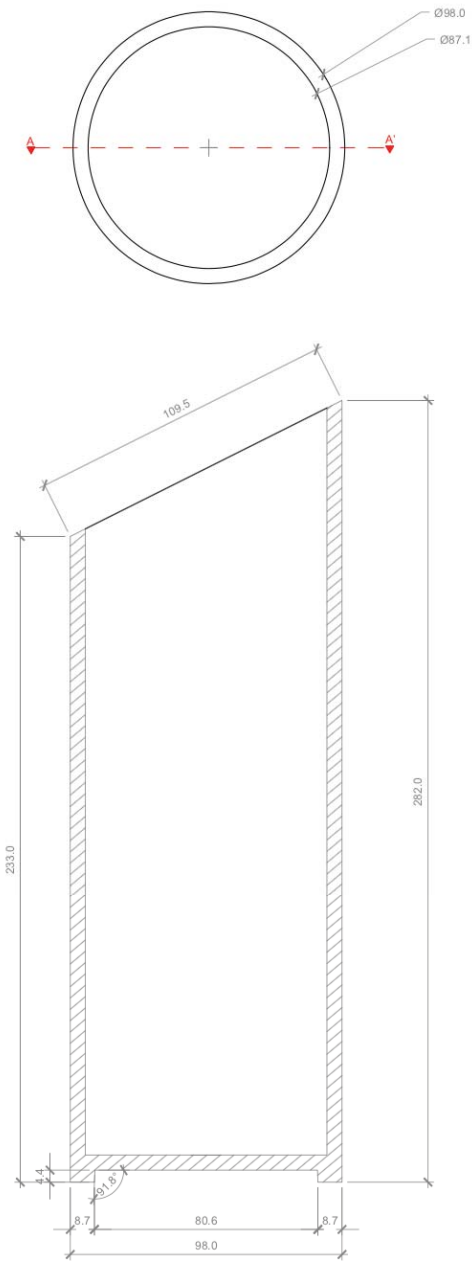
Anexo 3 - Troféu EDP Running Wonders (desenho técnico e produto final)



BISARRO HANDMADE CERAMICS	PROJECTO		CLIENTE	
	Base Troféu EDP Running Wonders		Bisarro	
	CONTEÚDO			
	Corte A - A'			
DESENHO	UNIDADES	FOLHA	DATA	
Bisarro	mm	A4	07.05.2018	
OBSERVAÇÕES			ESCALA	PÁG.
Cortiça			1:1	1/1

Este desenho é propriedade do Bisarro. Não podendo ser utilizado, reproduzido no seu todo ou em parte ou comunicado a terceiros sem a sua expressa autorização.

Fig. 86
DESENHO TÉCNICO EDP RUNNING WONDERS
MICAEL BACELAR
2018



	PROJECTO		CLIENTE	
	Troféu 1º Lugar EDP Running Wonders		Bisarro	
	CONTEÚDO			
	Corte A - A'			
DESENHO	UNIDADES	FOLHA	DATA	
Bisarro	mm	A2	16.04.2018	
OBSERVAÇÕES			ESCALA	PÁG.
Compensação de cozedura + 9% já incluída			1:1	1/1

Este desenho é propriedade de o Bisarro. Não podendo ser utilizado, reproduzido no seu todo ou em parte ou comunicado a terceiros sem a sua expressa autorização.

Fig. 87
DESENHO TÉCNICO: EDP RUNNING WONDERS
MICHAEL BACELAR
2018

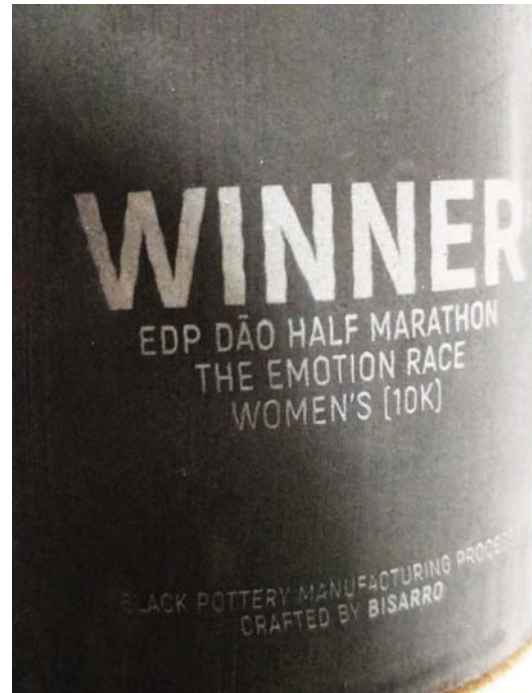
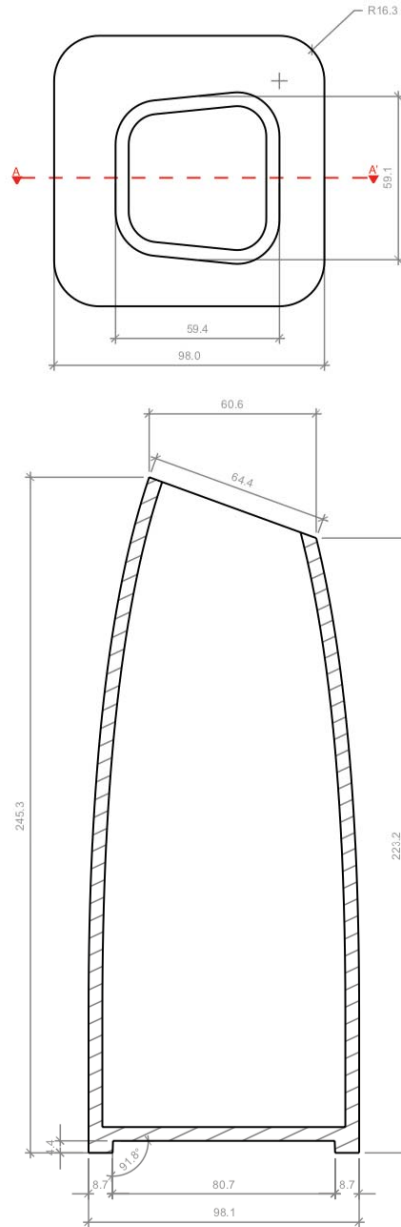


Fig. 88
TROFÉU FINAL EDP RUNNING WONDERS
MICAEL BACELAR
2018



Fig. 89
TROFÉU FINAL EDP RUNNING WONDERS
MICAEL BACELAR
2018

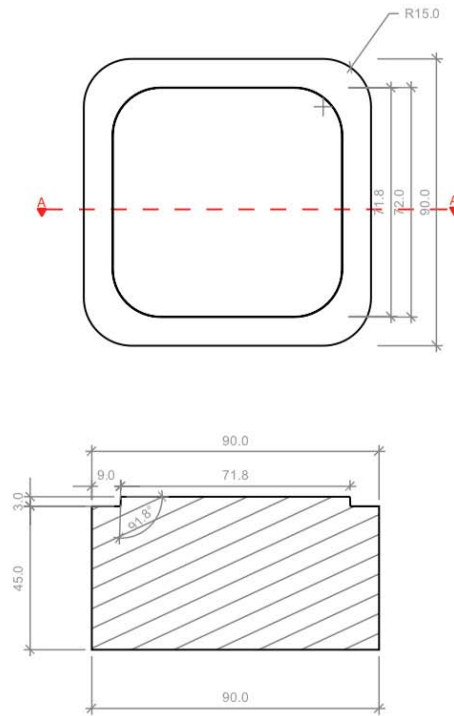
Anexo 4 - Troféu Portugal a Correr (desenho técnico e produto final)



	PROJECTO		Troféu Portugal a Correr		CLIENTE	Bisarro		
	CONTEÚDO							
	Corte A - A'							
	DESENHO	Bisarro	UNIDADES	mm	FOLHA	A2	DATA	09.07.2018
OBSERVAÇÕES					ESCALA	1:1	PÁG.	1/1
Compensação de cozedura + 9% já incluída								

Este desenho é propriedade do Bisarro. Não podendo ser utilizado, reproduzido no seu todo ou em parte ou comunicado a terceiros sem a sua expressa autorização.

Fig. 90
DESENHO TÉCNICO: PORTUGAL A CORRER
MICAEL BACELAR
2018



BISARRO HANDMADE CERAMICS	PROJECTO		CLIENTE	
	Troféu Portugal a Correr		Bisarro	
	CONTEÚDO			
	Corte A - A'			
DESENHO	UNIDADES	FOLHA	DATA	
Bisarro	mm	A2	09.07.2018	
OBSERVAÇÕES			ESCALA	PÁG.
Madeira			1:1	1/1

Este desenho é propriedade do Bisarro. Não podendo ser utilizado, reproduzido no seu todo ou em parte ou comunicado a terceiros sem a sua expressa autorização.

Fig. 91
DESENHO TÉCNICO: PORTUGAL A CORRER
MICHAEL BACELAR
2018