



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Artes e Letras

Dez
Relatório de projeto

Hélder Gonzaga da Silva Gutierrez

Trabalho de Projeto para obtenção do Grau de Mestre em
Design Multimédia
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Doutor Afonso Nuno Ramalho de Pinho Borges

Covilhã, outubro de 2016

Agradecimentos

Ao meu orientador, Prof. Doutor Afonso Borges, pela inestimável formação académica e pessoal.

Ao meu colega de projeto Fábio, pela inteligência e inumeráveis capacidades, pela entrega e interminável paciência, e acima de tudo pela sua amizade.

Ao amor da minha família.

Ao amor dos meus amigos.

Ao amor da Tatiana.

Resumo

Os últimos anos têm sido caracterizados por um ressurgimento do artesanato no campo do design, que parece surgir de uma nostalgia pré-industrial por parte de uma sociedade pós-industrial, que romantiza o fabrico manual. Numa cultura com abundância em objetos baratos de produção industrial, aspira-se a qualidade e não quantidade. O que parece resultar deste desejo coletivo é a criação de produtos especiais com preço elevado, que justificam a sua própria existência e que acabam por se tornar exclusivos, símbolos de status. A preocupação deste projeto recai no propósito histórico e idealístico do design, de servir a indústria e as massas consumidoras, de conceber objetos fáceis de produzir e de utilizar.

A conclusão deste projeto integra o resultado final da participação da entidade Aldeias do Xisto na feira internacional EUNIQUE 2015, sob o tema Agricultura Lusitana. A base deste projeto surge assim de um briefing onde se pede a interpretação do artesanato e da tradição na Aldeia das Dez, neste caso. A abordagem a este trabalho valoriza a visão pessoal e aproveita a natureza do projeto de forma a explorar o campo do design e atingir resultados que possam contribuir para a discussão nesta área.

O presente trabalho procura a integração dos princípios do artesanato, a qualidade, o cuidado e a atenção ao detalhe, em produtos de origem industrial, de produção em massa, projetados e produzidos com a intenção de uso no mundo real como objetos de utilização diária. Para isso recorre-se a uma revisão bibliográfica e a uma reflexão crítica sobre o universo do design, sobre as abordagens dos seus principais intervenientes e particularmente dos produtos que conjuguem o artesanato ou a tradição com objetos para o dia-a-dia.

A definição de conceitos menores como o arquétipo, a memória, o pós-industrialismo e o *industrial-craft*, formam a base sobre qual o conceito do presente projeto se viria a desenvolver. O produto resultante deste projeto reflete uma abordagem definida de uma época e não todo o panorama. A recuperação da tradição através da memória e a celebração do modo de vida na Aldeias das Dez, assim como a preocupação de apresentar uma possibilidade de futuro melhor para a sua população, definem o resultado deste projeto.

Palavras-chave

Design author, design-real, artesanato, tradição, arquétipo, memória, pós-industrialismo, industrial-craft, projeto

Abstract

The last few years have been characterized by a resurgence of craftsmanship in the design field, which seems to arise from a pre-industrial nostalgia on the part of a post-industrial society, which romanticizes the **handcrafted**. In a culture with plenty of cheap industrial production objects, it aspires to quality and not quantity. What appears to result of this collective desire is the creation of special products with high prices, justifying its own existence and that ultimately becomes exclusive, a status symbol. The concern of this project lies in the historic and idealistic purpose of design, to serve the industry and the consumer masses, to design objects that are easy to produce and use.

The completion of this project integrates the end result of the entity Aldeias do Xisto in the international fair EUNIQUE 2015, under the topic Agricultura Lusitana. The basis of this project arises as well from a briefing where it asks for the interpretation of the craft and tradition in Aldeia das Dez, in this case. The approach to this work values the personal vision and enjoy the nature of the project in order to explore the field of design and achieve results that can contribute to the discussion in this area.

The present study seeks to integrate the principles of craftsmanship, defined by quality, care and attention to detail, in industrial, mass produced objects which are designed and developed with the intention of use in the real world as objects of daily life. To achieve this was necessary a literature review and a critical reflection on the world of design , about the approaches of its main actors and particularly of products that combine the craftsmanship or the tradition with objects for everyday life.

The definition of smaller concepts as the archetype, memory, post-industrialism and industrial-craft, form the basis on which the concept of this project was to develop. The resulting product of this project reflects an approach to set a time and not the whole panorama. The recovery of tradition through the memory and the way of life in Aldeia das Dez, as well as the concern to present a possibility of a better future for its people, define the result of this project.

Keywords

Design author, design real, crafts, tradition, archetype, memory, post-industrialism, industrial-craft, project

Índice

Capítulo 1: Introdução	p. 1
1.1. Objetivos	p. 1
1.2. Metodologia	p. 2
1.3. Estrutura	p. 3
Capítulo 2: Aldeias do Xisto - Agricultura Lusitana 2015	p. 5
2.1. Rede Aldeias do Xisto	p. 5
2.2. Agricultura Lusitana 2015	p. 6
2.3. Escolas + Aldeias	p. 8
2.4. Ubi + Aldeia das Dez	p. 10
2.4.1. Retrato territorial da Aldeia das Dez	p. 12
Capítulo 3: Projeto DEZ	p. 15
3.1. Aldeia das Dez	p. 15
3.2. Abordagem	p. 16
3.2.1. Autor: posição de resposta ao <i>briefing</i>	p. 16
3.2.2. <i>Design Real</i>	p. 19
3.3. Conceito	p. 22
3.3.1. Arquétipo	p. 23
3.3.2. Memória	p. 31

3.3.3. Pós-industrial	p. 41
3.3.4. Desenvolvimento <i>DEZ</i>	p. 47
3.3.5. <i>Industrial Craft</i>	p. 52
3.4. Produto final: <i>DEZ</i>	p. 59
Capítulo 4: Agricultura Lusitana 2015 - visibilidade nacional e internacional	p. 63
4.1. EUNIQUE 2015	p. 63
4.2. UA: apresentação Agricultura Lusitana	p. 65
4.3. Aldeias do Xisto e Agricultura Lusitana noutros meios	p. 66
Conclusão	p. 69
Bibliografia	p. 71
Anexos	p. 75

Índice de figuras

Figura 1: Mapa da Rede das Aldeias do Xisto (Fonte: https://uaonline.ua.pt/upload/med/joua_m_3563.pdf)	p. 5
Figura 2: Ligação Escolas + Aldeias (Fonte: http://artesãos.agriculturalusitana.com/pt/escolas-aldeias/)	p. 9
Figura 3: Aldeia das Dez, aldeia miradouro (Fonte: Autor)	p. 12
Figura 4: Igreja Matriz da Aldeia das Dez (Fonte: Autor)	p. 13
Figura 5: Pormenor da Tribuna (Fonte: Autor)	p. 13
Figura 6: Esboço do conceito DEZ (Fonte: Autor)	p. 23
Figura 7: Ply Chair, Jasper Morrison, 1988 (Fonte: https://pt.pinterest.com/pin/342273640405386860/)	p. 24
Figura 8: Anglepoise, George Carwardine, 1935 (Fonte: : http://www.anglepoise.com/files/thumb/b5f95d645df9fe2/600/600/fit)	p. 24
Figura 9: Sofa, Jasper Morrison, 1993 (Fonte: http://jaspermorrison.com/content/1-projects/2-seating/46-vitra-sofa/00-projects_sofas_vitra_sofa_01.jpg)	p. 25
Figura 10: Déjà-Vu, Naoto Fukasawa, 2005 (Fonte: http://www.hermanmiller.com/content/dam/hermanmiller/page_assets/products/Magis_Deja_vu_Stool/hero_magis_deja_vu_stool_1.jpg)	p. 26
Figura 11: Air Chair, Jasper Morrison, 2000 (Fonte: https://jaspermorrison.com/content/1-projects/2-seating/41-air-chair/00-projects_chairs_magis_air_chair_01.jpg)	p. 26
Figura 12: Pushed Washtub, Hella Jongerius, 1996 (Fonte: http://www.jongeriuslab.com/images/uploads/projects/_work_link/006_pushed_washtub_01.jpg)	p. 27
Figura 13: Soft Urn, Hella Jongerius, 1993 (Fonte: http://www.jongeriuslab.com/images/uploads/projects/_work_link/softurns-banner.jpg)	p. 27
Figura 14: 365, Ikea, (Fonte: https://pt.pinterest.com/pin/431923420496252014/)	p. 28
Figura 15: Coup, Konstantin Grcic, 2003 (Fonte: http://www.thedesignannual.com/db-images/cms/thomas_rosenthal_group/img/p276743_488_336-1.jpg)	p. 29
Figura 16: Bottleware, Oki Sato, 2012 (Fonte: https://s3-ap-northeast-1.amazonaws.com/web-cash/wp/wp-content/uploads/2012/10/bottleware_09.jpg)	p. 29
Figura 17: PH4/3, Poul Henningsen, 1929 (Fonte: https://pt.pinterest.com/pin/367817494550548666/)	p. 29
Figura 18: Esboço do estudo de proporções DEZ (Fonte: Autor)	p. 30
Figura 19: Esboço do estudo de proporções relacionais DEZ (Fonte: Autor)	p. 30
Figura 20: Chippendale, Robert Venturi, 1984 (Fonte: http://www.buffalonews.com/storyimage/BN/20160423/WORLD/160429699/AR/0/AR-160429699.jpg&maxW=960)	p. 32

Figura 21: <i>Steelwood Chair</i>, Ronan e Erwan Bouroullec, 2009 (Fonte: https://pt.pinterest.com/pin/417849671653946254/)	p. 33
Figura 22: <i>Standard</i>, Jean Prouvé, 1934 (Fonte: https://pt.pinterest.com/pin/417849671653946254/)	p. 33
Figura 23: <i>Ovale</i>, Ronan e Erwan Bouroullec, 2010 (Fonte: http://www.bouroullec.com/?p=212)	p. 34
Figura 24: <i>Olseau</i>, Ronan e Erwan Bouroullec, 2011 (Fonte: http://www.bouroullec.com/?p=224)	p. 36
Figura 25: <i>Eames House Bird</i>, Vitra autor e data? (Fonte: https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/564x/99/34/68/9934681701fb2689b7f824958704c671.jpg)	p. 36
Figura 26: <i>Kokeshi</i>, Ronan e Erwan Bouroullec, 2014 (Fonte: http://bouroullec.com/?p=276)	p. 36
Figura 27: Esboço do conceito <i>DEZ</i> (Fonte: Autor)	p. 37
Figura 28: <i>Render</i> da primeira versão do projeto <i>DEZ</i> (Fonte: Autor)	p. 38
Figura 29: Esboço da segunda versão do projeto <i>DEZ</i> (Fonte: Autor)	p. 38
Figura 30: Maquete em impressão 3D do prato de carne e sopa <i>DEZ</i> (Fonte: Autor)	p. 39
Figura 31: <i>Big Cities</i>, BIG+KILO, 2014 (Fonte: http://kilodesign.dk/work/tac/)	p. 40
Figura 32: <i>TAC</i>, Walter Gropius, 1969 (Fonte: https://pt.pinterest.com/pin/287948969904574186/)	p. 40
Figura 33: Esboço da versão final do prato de carne <i>DEZ</i> (Fonte: Autor)	p. 41
Figura 34: Tecido desenvolvido para a Vitra por Hella Jongerius (Fonte: http://www.jongeriuslab.com/work/hopsak-textiles)	p. 42
Figura 35: Gel Ink Pen, Muji (Fonte: Autor)	p. 42
Figura 36: <i>365</i>, Ikea, (Fonte: http://onegoodthingbyjillie.com/wp-content/uploads/2013/05/IKEA-plates.jpg)	p. 45
Figura 37: <i>Standard</i>, Teruhiro Yanagihara, 2012 (Fonte: http://www.1616arita.jp/products/ty_standard/images/photo2.jpg)	p. 45
Figura 38: <i>Marc Newson by Noritake</i>, Marc Newson (Fonte: https://cdn1.everten.com.au/media/catalog/product/cache/1/thumbnail/9df78eab33525d08d6e5fb8d27136e95/1/8/18266_-_noritake_marc_newson_2pc_cup_and_saucer_set4.1455097304.jpg)	p. 48
Figura 39: Pormenor do frete do parte de carne <i>DEZ</i> (Fonte: Autor)	p. 48
Figura 40: Pormenor da extremidade do conjunto <i>DEZ</i> (Fonte: Autor)	p. 48
Figura 41: <i>Non-Temporary</i>, Hella Jongerius, 2005 (Fonte: http://www.jongeriuslab.com/images/uploads/projects/_work_link/054_nontemporary_03.jpg)	p. 49
Figura 42: <i>Colour Porcelan</i>, Sholten & Baijings, 2012 (Fonte: http://image.rakuten.co.jp/esprit-store/cabinet/00666453/brand-back-1616arita.jpg)	p. 49
Figura 43: Pormenor de cor no prato de sopa <i>DEZ</i> (Fonte: Autor)	p. 50
Figura 44: Primeira versão do cartaz de apresentação <i>DEZ</i>	p. 51

(Fonte: Autor)

Figura 45: Logótipo DEZ (Fonte: Autor)	p. 51
Figura 46: Embalagens DEZ (Fonte: Autor)	p. 51
Figura 47: B-set, Hella Jongerius, 1999 (Fonte: http://matthewlangley.com/blog/wp-content/uploads/2014/09/sedia-1-by-enzo-mari-artek-1.jpg)	p. 53
Figura 48: Autoprogettazione, Enzo Mari, década de 70 do século XX (Fonte: http://matthewlangley.com/blog/wp-content/uploads/2014/09/sedia-1-by-enzo-mari-artek-1.jpg)	p. 54
Figura 49: Red White Vase, Hella Jongerius, 1997 (Fonte: http://www.jongeriuslab.com/work/big-white-pot-and-red-white-vase)	p. 55
Figura 50: Vallauris, Jasper Morrison, 2000 (Fonte: http://www.galeriekreo.com/images/contemporain/253/1.jpg)	p. 57
Figura 51: Osso, Ronan e Erwan Bouroullec, 2012 (Fonte: https://pt.pinterest.com/pin/516225176007291562/)	p. 57
Figura 52: Molde negativo do prato de carne em madeira DEZ (Fonte: Autor)	p. 58
Figura 53: Protótipo do prato de carne e peixe DEZ (Fonte: Autor)	p. 60
Figura 54: Protótipo do prato de carne e peixe DEZ (Fonte: Autor)	p. 60
Figura 55: Pormenor dos volumes no prato de carne DEZ (Fonte: Autor)	p. 61
Figura 56: Protótipo do prato de carne e peixe DEZ (Fonte: Autor)	p. 61
Figura 57: Sessão fotográfica para o catálogo Agricultura Lusitana (Fonte: Autor)	p. 62
Figura 58: Conjunto DEZ (Fonte: Autor)	p. 62
Figura 59: Stand Aldeias do Xisto, EUNIQUE 2015 (Fonte: http://artesãos.agriculturalusitana.com/pt/eunique-2015/)	p. 63
Figura 60: Escolas + Aldeias, Stand Aldeias do Xisto, EUNIQUE 2015 (Fonte: http://artesãos.agriculturalusitana.com/pt/eunique-2015/)	p. 64
Figura 61: Conjunto DEZ, EUNIQUE 2015 (Fonte: http://artesãos.agriculturalusitana.com/pt/eunique-2015/)	p. 65
Figura 62: Agricultura Lusitana, UA 2015 (Fonte: https://uaonline.ua.pt/pub/detail.asp?c=45381&lg=pt)	p. 66
Figura 63: Conjunto DEZ, Casino Fundanense 2015 (Fonte: Autor)	p. 67

Índice de anexos

Anexo 1: Cronograma Escolas + Aldeias (Fonte: Organização Agricultura Lusitana)	p. 77
Anexo 2: Esboços do formato <i>coup</i> e laterais (Fonte: Autor)	p. 79
Anexo 3: Esboços dos perfis e estudo de medidas (Fonte: Autor)	p. 81
Anexo 4: Esboços de estudo dos volumes (Fonte: Autor)	p. 83
Anexo 5: Maquetes de estudo (Fonte: Autor)	p. 85
Anexo 6: Esboços e <i>renders</i> da 2^a versão (Fonte: Autor)	p. 87
Anexo 7: Esboços de estudo da forma final (Fonte: Autor)	p. 89
Anexo 8: Esboços da versão final do prato de carne e peixe (Fonte: Autor)	p. 91
Anexo 9: Evolução do projeto 3D (Fonte: Autor)	p. 93
Anexo 10: Desenvolvimento do cartaz e estudo da marca (Fonte: Autor)	p. 95
Anexo 11: Embalagens (Fonte: Autor)	p. 97
Anexo 12: Molde em <i>roofmate</i> (Fonte: Autor)	p. 99
Anexo 13: Moldes em madeira (Fonte: Autor)	p. 101

Lista de acrónimos

ADXTUR - Agência para o Desenvolvimento Turístico das Aldeias do Xisto

AICEP Portugal Global - Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal

ARCA EUAC - Associação Recreativa de Artes da Escola Universitária das Artes de Coimbra

CCDRC - Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro

ESAD (Caldas da Rainha) - Escola Superior de Artes e Design das Caldas da Rainha

ESAD (Matosinhos) - Escola Superior de Artes e Design de Matosinhos

EUNIQUE - *International Fair for Applied Arts and Design*

IADE-U - Instituto Superior de Artes, Design e Empresa

IPCB - Instituto Politécnico de Castelo Branco

IPG - Instituto Politécnico da Guarda

ITB - Feira Internacional de Turismo de Berlim

PROVERE - Programa de Valorização Económica dos Recursos Endógenos

UA - Universidade de Aveiro

UBI - Universidade da Beira Interior

UE - Universidade de Évora

Capítulo 1

Introdução

1.1. Objetivos

Este Projeto de Trabalho tem como principais objetivos:

- 1) Enquadrar este presente trabalho no contexto onde se inseriu enquanto projeto realizado para integrar na exposição EUNIQUE 2015, através do tema Agricultura Lusitana, organizado pela Rede Aldeias dos Xisto, mais precisamente pela ADXTUR;
- 2) Retratar o território onde este projeto e presente trabalho se inseriu, neste caso, Aldeias das Dez, aldeia que integra a Rede em cima referida;
- 3) Analisar teoricamente o tema do artesanal na atualidade, a uma escala nacional e internacional, através da análise e crítica de várias abordagens de designers reconhecidos que procuram perceber a introdução do fator humano nos objetos através do design;
- 4) Expor todas as etapas de desenvolvimento que levaram ao produto final deste presente Trabalho de Projeto - *DEZ* - conforme os requisitos do projeto Agricultura Lusitana e de acordo com a análise e crítica realizada através das diversas abordagens estudadas.

Pretende-se com este trabalho fazer uma reflexão sobre a recuperação da tradição que hoje em dia parece existir sob forma de uma nostalgia pelo passado e perceber de que forma a introdução do artesanato ou a recuperação da sua memória melhora a relação entre o utilizador e o objeto.

Pretendeu-se explorar a evolução das capacidades tecnológicas de produção e de que forma tal permite desenvolver um produto democrático, capaz de ajudar o utilizador no dia-a-dia.

Utilizar o modo crítico e realizar comparações entre diversos produtos de origem artesanal e industrial da história do design, de forma a se perceberem como o artesanato e a humanização no objeto podem ser integrados num produto, num panorama atual marcado pela produção e consumo em massa.

Procurar detetar as falhas e as virtudes da indústria e desenvolver uma resposta que conjugue as mais valias da produção industrial com as qualidades do artesanal.

O projeto aqui apresentado foi desenvolvido no âmbito do projeto Agricultura Lusitana, através da ADXTUR, entidade gestora das Aldeias do Xisto. O seu desenvolvimento tem por base o briefing anunciado, que neste caso consiste em desenvolver um produto que represente a história e as tradições da Aldeia das Dez.

1.2. Metodologia

A metodologia aplicada desenvolveu-se em fases distintas:

- 1) Enquadramento teórico e estudo de casos;
- 2) Trabalho de campo;
- 3) Desenvolvimento e produção do projeto *DEZ*;
- 4) Realização deste presente Trabalho de Projeto relacionado com o projeto *DEZ*.

1) A primeira fase metodológica consistiu na recolha e tratamento de informação para a realização do enquadramento teórico do tema em estudo, que sustentou posteriormente a definição das estratégias a desenvolver na proposta prática. Efetuou-se uma pesquisa bibliográfica, pelo recurso a livros, artigos científicos, publicações on-line e revistas, e procedeu-se ao tratamento de informação para primeiramente contextualizar o tema a estudar.

2) Participação no projeto Agricultura Lusitana que consistiu num cronograma relativo à vertente do projeto Escolas + Aldeias e que estabelecia as datas de reuniões e datas de entregas sistemáticas do que era pedido, de forma a acompanhar o desenvolvimento e evolução dos trabalhos inseridos nestes projetos. Nesta fase foram também realizadas várias visitas à Aldeias das Dez como forma de entender o território onde este presente trabalho se iria inserir e a partir daí proceder ao desenvolvimento de um produto que preenchesse os requisitos pedidos pela organização do projeto e que seguisse a linha temática da Agricultura Lusitana.

3) Desenvolveram-se vários esboços e protótipos de forma a alcançar o produto final que durante esta fase sofreu várias modificações de acordo com os recursos disponibilizados pela organização responsável pelo projeto Agricultura Lusitana mas também pelas dificuldades sentidas, próprias deste tipo de projetos. Ultrapassados os obstáculos e estabelecido qual seria o produto final, procedeu-se à realização do protótipo final deste presente trabalho - *DEZ* - que teria de ser entregue de acordo com a data final estabelecida no cronograma referido no ponto 2, e seguir para a EUNIQUE 2015, feira onde integrariam em forma de exposição, no stand da Rede Aldeias do Xisto, todos os projetos desenvolvidos pelas instituições superiores que participaram neste projeto.

4) Terminado o projeto Agricultura Lusitana foi decidido aprofundar o tema do artesanato e design, pela sua importância que ocupa hoje no panorama atual do design, utilizando o projeto *DEZ* para esse fim, resultando então neste presente Trabalho de Projeto.

1.3. Estrutura

O presente trabalho de projeto está estruturado em quatro partes principais.

No Capítulo 1 - Introdução, são definidos os objetivos, a metodologia aplicada na sua realização e a estrutura do presente trabalho.

O Capítulo 2 - Aldeias do Xisto - Agricultura Lusitana 2015, pretende expor o âmbito do projeto Agricultura Lusitana realizando um enquadramento à entidade organizadora deste projeto ADXTUR - Rede Aldeias do Xisto, uma contextualização da temática deste projeto e a explicação das várias vertentes de ação da Agricultura Lusitana, no caso do projeto *DEZ*, este inseriu-se na vertente Escolas + Aldeias. Termina com um retrato territorial sobre a Aldeia das Dez, localidade que seria o palco deste presente trabalho, onde a equipa que representou a UBI atuaria.

O Capítulo 3 - Projeto Dez, engloba todo o processo, teórico e prático, percorrido para chegar à conclusão do projeto a participar na EUNIQUE 2015, representando assim Portugal na Alemanha através da Rede Aldeias do Xisto, mas também o projeto apresentado neste presente trabalho. Termina com o resultado final e o feedback recebido.

No Capítulo 4 - Agricultura Lusitana 2015 - visibilidade nacional e internacional, pretende-se referir os vários contextos nos quais o projeto Agricultura Lusitana foi apresentado e exposto ao público: EUNIQUE 2015, Edifício da Reitoria da Universidade de Aveiro, Casino Fundanense e Loja Aldeias do Xisto. Este projeto foi ainda mencionado várias vezes através dos meios de comunicação. Pretende-se com isto demonstrar a projeção que este tipo de iniciativas alcança e a importância de integrar jovens designers neste contextos interdisciplinares.

Capítulo 2

Aldeias do Xisto - Agricultura Lusitana 2015

2.1. Rede Aldeias do Xisto

A Rede Aldeias do Xisto viria a nascer em 2000, quando numa das regiões mais isoladas e de baixa densidade populacional e infraestrutural do país e da Europa, Pinhal Interior, uns resistiam e outros sonhavam¹.

Constituída por 27 aldeias distribuídas pelo interior da região Centro de Portugal, estes pequenos núcleos agregam o potencial regional refletido na arquitetura, nas amenidades ambientais, na gastronomia e nas tradições, entre outros elementos culturais distintivos apresentados em produtos e serviços de excelência. A rede das Aldeias do Xisto é um projeto de desenvolvimento sustentável, de âmbito regional, liderado pela ADXTUR - Agência para o desenvolvimento Turístico das Aldeias do Xisto, em parceria com 19 municípios da região Centro e com mais de 100 operadores privados.

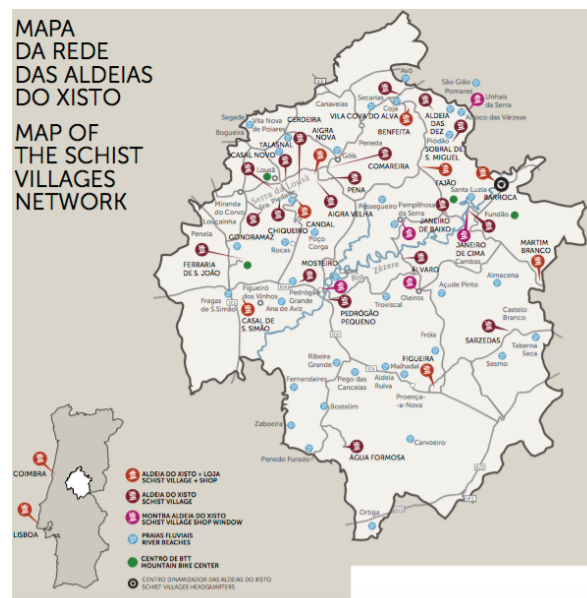


Figura 1: Mapa da Rede das Aldeias do Xisto

¹ Catálogo Agricultura Lusitana, p. 10. Acedido janeiro 12, 2016, em https://issuu.com/matildehorta/docs/catalogo_agricultura.

Os objetivos das Aldeias do Xisto são a preservação e a promoção da paisagem cultural e natural do território, a valorização do património arquitetónico construído, a dinamização do tecido socioeconómico e a renovação das artes e ofícios.

Hoje é uma marca bem consolidada que representa 27 localidades inseridas num território tão peculiar quanto singular², divididas em quatro grupos: Serra da Lousã, Serra do Açor, Zêzere e Tejo-Ocreza.

A ADXTUR lidera este projeto de desenvolvimento sustentável e de âmbito regional que é hoje uma marca territorial e um destino turístico premiado, nacional e internacionalmente.

Em 2008, em conjunto com a Entidade Regional do Turismo do Centro, assistia-se ao reconhecimento internacional da marca com a atribuição da “Palma de Prata” pela Geo Saison na ITB (Feira Internacional de Turismo de Berlim), na categoria de “melhor viagem de descoberta do mundo”. Foi oficialmente aceite como membro do World Craft Council (WCC) em 2015. Atualmente, o principal objetivo é continuar um trabalho persistente e coordenado com várias entidades locais e regionais de forma a interligar a tradição e a contemporaneidade.

A ADXTUR considera-se uma poderosa ferramenta ao serviço do desenvolvimento social e económico com atuação sobre o território e os seus recursos, em conjunto com as comunidades que nele habitam.

O ano de 2015 não seria diferente. A caminho da Alemanha, pretendeu-se um reposicionamento da marca a partir de um referencial de “turismo de impacto positivo” focado em transformar o território e a base social das Aldeias do Xisto num espaço de oportunidade, seguindo sempre uma abordagem social “amiga” da inovação e da criatividade.

2.2. Agricultura Lusitana 2015

As Aldeias do Xisto participaram nas edições anteriores da EUNIQUE com os projetos ÁGUA MUSA³, em 2013, e L4CRAFT⁴, em 2014.

² Aldeias do Xisto. Aldeias [em linha]. *Aldeias do Xisto Web site*. Acedido janeiro 12, 2016, em <http://aldeiasdoxisto.pt/aldeias>.

³ Web site do projeto Água Musa: <http://artesãos.aguamusa.com>.

⁴ Web site do projeto L4Craft: <http://artesãos.l4craft.com>.

Este percurso representa a aposta das Aldeias do Xisto na busca por novos caminhos de desenvolvimento, convocando conhecimento e ousando experimentar sobre a identidade de um território que se afirma de forma crescente como um laboratório vivo.

A ADXTUR ganhou notoriedade que teve como consequência Portugal ser o país convidado na EUNIQUE 2015 - *International Fair for Applied Arts and Design*, em Karlsruhe, na Alemanha, de 8 a 10 de maio. Agricultura Lusitana⁵ foi o tema central da participação das Aldeias do Xisto em representação de Portugal e representou o culminar de 15 anos de trabalho desenvolvido pela ADXTUR. O projeto foi financiado pelo PROVERE - Programa de Valorização Económica dos Recursos Endógenos e teve o apoio da Secretaria de Estado da Cultura, da Embaixada Portuguesa em Berlim, do Consulado Geral de Estugarda e do Turismo do Centro de Portugal.

O objetivo principal tem sido sempre defender os ofícios artísticos e representar a aposta das Aldeias do Xisto na criação de uma “*homeland*” onde os artífices e designers são convidados a gerar uma economia criativa e a representar a identidade do tempo e do espaço das Aldeias do Xisto. Ao longo dos anos e de vários projetos, este território tem-se afirmado como espaço de liberdade para a experimentação e reinvenção da simbiose mão + natureza + cultura.

De forma a atingir os objetivos propostos, são exploradas três vertentes de atuação do design: uma vertente estratégica que pretende “posicionar as Aldeias do Xisto como marca dinâmica e contemporânea coerente com os pressupostos de uma metodologia projetual baseada no design, na sustentabilidade ambiental, económica, infraestruturas e bem-estar pessoal”; uma vertente social na medida em que chama “novos atores para o território que promovam o desenvolvimento económico e social das Aldeias do Xisto através de práticas contemporâneas e revitalização de tecnologias tradicionais”; e uma vertente de produto que procura a “criação de novos produtos, atrativos e contemporâneos, que são veículo de comunicação da cultura e tradição das Aldeias do Xisto”⁶.

O projeto foi organizado como uma mostra do território, da cultura e do potencial presente nas Aldeias do Xisto, convocando para tal várias áreas do saber a interagirem com os lugares e com a identidade do território. Desta forma, o projeto foi direcionado para oito sentidos:

1. Artífices + Designers;
2. Escolas + Aldeias;
3. DECA UA + Fablab;
4. Sketchers;
5. Vídeo;

⁵ Web site do projeto Agricultura Lusitana: <http://artesãos.agriculturalusitana.com/pt/>.

⁶ Agricultura Lusitana. Press Kit [em linha]. *Agricultura Lusitana Web site*. Acedido junho 13, 2015, em <https://app.box.com/s/moyq2xdhhowdrkgxa5vjdlm2kel9cncy/1/3450216330/28850076098/1>.

6. Instalação;
7. Gastronomia;
8. Comunicação.

O conceito do projeto Agricultura Lusitana centra-se na ligação craft + design + identidade, reposicionando os ofícios artísticos e repetindo de forma renovada sobre o imaginário da nossa cultura. Os artífices que nos acompanharam ao longo destes projetos revelaram aqui, mais uma vez, a sua criatividade e capacidade de saber fazer.

A educação tem um papel importante na mudança. As universidades juntaram-se a este projeto, revelando o potencial criativo e produtivo nacional. A cada escola foi atribuída uma aldeia, com a qual se relacionaram imergindo no seu contexto social, inspirando-se na sua paisagem, na sua cultura, falando com os seus habitantes, criando uma dinâmica de construção do projeto baseada nos valores da responsabilidade e do saber fazer, estar e ser. Todos os projetos produzidos repetem essa experiência próxima. Seja baseando-se nas texturas de uma árvore ou de um corno de cabra, na orgânica do xisto, na cultura gastronómica e na sua celebração, no saber tradicional de um artesão, ou simplesmente na riqueza da interação humana. O conjunto de artefactos apresentados nesta exposição é o resultado de um tempo, de um país e da sua capacidade criativa.

Em 2015, a edição Agricultura Lusitana contou com a participação de 150 pessoas, vindas não só de 22 ateliers de *craft* e de uma equipa de design mas também de 9 escolas superiores, fator diferenciador desta 3ª edição. Estes foram convidados a imergir na realidade das aldeias e a inspirarem-se no contexto dos lugares para, a partir daí, criarem objetos significantes da memória e da identidade cultural lusa.

A inclusão de universidades e politécnicos no projeto pretendeu demonstrar o potencial criativo nacional do design no ensino superior. Criar oportunidade de encontro entre jovens criadores e a realidade do projeto, com a mais valia de uma visão alargada sobre os territórios das Aldeias do Xisto. Das vinte e sete aldeias do Xisto que integram a Rede, foram selecionadas nove para que nove instituições do ensino superior trabalhassem sobre elas. Cada instituição foi representada por um docente, que seria o coordenador do projeto, e uma equipa de dois a três alunos, de cursos de design.

2.3. Escolas + Aldeias

O projeto dirigido para as Escolas Superiores decorreu durante cinco meses, entre outubro de 2014 e março de 2015, dividido por diferentes etapas (anexo 1).

A ligação das nove aldeias com as instituições superiores estruturou-se da seguinte forma:

- ESAD (Caldas da Rainha): Ferraria de São João, Penela
- UBI: Aldeia das Dez, Oliveira do Hospital
- IADE-U: Figueira, Proença-a-Nova
- UA: Fajão, Pampilhosa da Serra
- UE: Álvaro, Oleiros
- IPCB: Janeiro de Cima, Fundão
- IPG: Martim Branco, Castelo Branco
- ARCA EUAC: Benfeita, Arganil
- ESAD (Matosinhos): Cerdeira, Lousã



Figura 2: Ligação Escolas + Aldeias

Foi exposto aos alunos, como briefing inicial, "Onde está a agricultura no pensamento dos designers?" pretendendo que as escolas convidadas reinventassem a cultura dos lugares, desenvolvendo projetos relacionados com o tema do projeto, Agricultura Lusitana. Para tal, várias áreas de pensamento foram propostas, tais como o Holístico, a Permacultura, o Científico, o Filosófico, o Cultural, o Landscape, a Arquitetura, a Música, a Ciência, a

Gastronomia, os Artefactos, a Gestão do território e a Geologia. Tais pensamentos devem permitir desenvolver projetos que operem com a memória e a cultura local, que convoque o pensamento em design, que se desenhe com base numa nova visão/utilização, que reflita um pensamento global e sustentável e que comunique as Aldeias do Xisto de forma pedagógica e ativa, suscitando novos pensamentos.

As propostas finais surgiram sob a forma de objeto ou linha de objetos, no caso de design de produto, ou editorial, no caso de design gráfico. Foram acompanhados por uma comunicação expositiva sob a forma de poster, onde esteve presente uma explicação sobre o conceito e o processo.

Durante o mês de outubro houve uma fase de apresentação do projeto Aldeias do Xisto - Agricultura Lusitana onde se procedeu ao lançamento, explicação do projeto, seus objetivos, referências e inspiração. Durante três dias, 8-9-10 de outubro, houve um 1º encontro. Os alunos das nove instituições superiores acompanhados pelos professores responsáveis do projeto ficaram alojados na Barroca, iniciando a 1ª fase de trabalhos cujos resultados deveriam ser apresentados no dia 28 de outubro via net: investigação, recolha de dados, identificação do tema, desenvolvimento do conceito, apresentação e troca sintética de ideias.

No mês de novembro realizou-se um 2º encontro igualmente com a duração de três dias, 25-26-27, e novamente os mesmo intervenientes ficaram alojados na Barroca. Esta fase pretendia a apresentação do anteprojeto e a materialização da ideia proposta (artefacto + comunicação) através de maquetes 3D e apresentação do poster de comunicação.

Dezembro e janeiro do ano seguinte, foram meses para estruturar o projeto final: protótipo e comunicação. Estas propostas finais seriam reveladas num 3ª e último encontro que ocorreu em fevereiro, 12-13-14, dentro dos mesmo parâmetros dos encontros anteriores. Consistiu numa reunião de projeto apresentando assim as propostas finais.

Março foi o mês que ditou o fim do percurso deste projeto com a entrega do protótipo final juntamente com o poster ou solução digital da comunicação do projeto e registo do processo, conjunto este que seguiria então para integrar na exposição EUNIQUE 2015 a decorrer entre os dias 8 e 10 de maio de 2015.

2.4. UBI + Aldeia das Dez

O primeiro contacto com o projeto Aldeias do Xisto - Agricultura Lusitana foi feito através do convite do Prof. Doutor, e orientador do presente trabalho de projeto, Afonso Borges,

também ele professor coordenador, representante da UBI na vertente Escolas + Aldeias no projeto Agricultura Lusitana 2015. Em conjunto com outro aluno do 2º ano do Mestrado em Design Multimédia (2014/2015), Fábio Pereira, a equipa estava formada para representar a UBI neste projeto. A Aldeia das Dez foi o território onde esta equipa atuaria.

A base deste projeto seria o *craft* aplicado no design, referindo as edições anteriores deste projeto juntamente com pequenas atualizações quanto aos procedimentos a tomar.

Um pequeno briefing foi disponibilizado pela entidade organizadora de forma a que tomássemos conhecimento da finalidade do projeto, assim como o seu calendário (anexo 1).

A criação desta proposta para as Aldeias do Xisto foi baseada num estudo teórico aprofundado e sua posterior análise crítica. Para compreender quais as estratégias de projeto a desenvolver, foi necessária uma análise histórica baseada em métodos e princípios sobre o *craft*, a humanidade na indústria e a recuperação da memória. Esta análise foi acompanhada por alguns exemplos de propostas desenvolvidas no âmbito da associação do *craft* ao design.

Foi determinante o estudo dos projetos desenvolvidos pelas principais empresas e designers que trabalharam com o intuito de promover a humanidade no produto assim como a própria produção manual, uma vez que são os responsáveis pela transmissão destes valores ao público geral através dos produtos desenvolvidos - produtos, que despidos do seu significado, continuam a exercer a função para o qual foram projetados - e por serem um exemplo de viabilidade económica, tornando-se uma fonte segura e fiável dada a experiência adquirida pelo contacto direto com o mercado.

Não obstante, desenvolveram, como resultado das suas colaborações, princípios e conceitos a considerar relativamente á projeção e desenvolvimentos de "produtos artesanais", que serviram de ponto de partida para a concretização deste projeto.

A partir de uma abordagem holística e uma postura consciente sobre as questões que condicionam a eficiência e viabilidade deste tipo de produtos, procurou-se demonstrar de que forma o design pode contribuir para o desenvolvimento de propostas associadas à produção manual. Neste sentido, foram analisados uma série de projetos, presentes no capítulo 3, que englobam produtos de produção massificada e outros de produção limitada.

Ainda que a maioria se integre no âmbito da exploração do *craft*, foram selecionados outros produtos que partilham conceitos e aspetos de enorme relevo para o desenvolvimento da proposta do presente trabalho.

A proposta prática que se apresenta reúne uma série de informações que, posteriormente tratada e analisada, sustenta o seu propósito. A análise dos casos de estudo selecionados permitiu reunir uma série de tipologias baseadas em diferentes e inovadoras técnicas de

produção, utilização de novos materiais, não obstante a utilização de métodos antigos e materiais nobres, entre outros, que podem reportar para o design, especificamente na área importada com a humanidade no produto, a conservação de valores e técnicas, com o intuito de levantar questões e gerar discussão em torno de problemas sociais e humanos.

2.4.1. Retrato territorial da Aldeia das Dez

A Aldeia das Dez, também conhecida como “Aldeia Miradouro”, localiza-se no concelho de Oliveira do Hospital, a 460 metros de altura, no flanco norte da Serra do Açor, junto a um dos seus cumes (Colcurinho) e sobranceira ao vale do Rio Alva. Distingue-se pelo granito, num território dominado pelo xisto, e pela sua localização repleta de vários miradouros.

A origem do seu nome não se sabe ao certo mas a hipótese mais plausível estará relacionada com a evolução a partir de “Aldeia das Diez” com base no apelido “Diez” (Dias), muito usual na região à época do seu povoamento.



Figura 3: Aldeia das Dez, aldeia miradouro

O seu povoamento é já muito antigo uma vez que os vestígios encontrados no Colcurinho pertencem a uma muralha, restos de um rasto pré-romano. O testemunho do período romano

é ainda perceptível através da via de ligação a Avô (no Caminho das Tapadas e no Areal, a 3 km da aldeia) e por algumas moedas encontradas próximo da povoação e do castro.

A aldeia iria evoluir em estatuto em 1543 quando o Bispo de Coimbra, D. Jorge de Almeida, a autonomizou de Avô. Em finais do século XVI voltou a ser anexada a Santa Maria do Avô e voltou a recuperar a sua autonomia definitivamente em inícios do século XVII.

Incorporada na Rede das Aldeias do Xisto desde 2010, encontra-se ainda em estado preliminar de requalificação da povoação.

A localidade assumiu relevo na indústria dos fósforos desde logo na década de 1860. Em 1890 existiam duas fábricas que ocupavam cerca de 50 operários: “Serra da Estrela” e “Francisco Antunes do Amaral”. Mais tarde uma viria a ser reconvertida em fábrica de lanifícios.

Mas a Aldeia das Dez viria a ser reconhecida pelos os seus entalhadores e douradores que deixaram a arte do seu trabalho em diversas igrejas. Por ter sido terra de entalhadores dotados de grande qualidade artística, uma das suas ruas viria a ser denominada em honra a estes. É a Igreja Matriz, ponto culminante da aldeia, que projeta esta arte local, visível na tribuna. Esta obra notável da 2ª metade do século XIX é da autoria do entalhador José Tavares. A pintura da peça seria apenas em óleo em vez de tinta para que os pormenores do trabalho não ficassem escondidos⁷.



Figura 4 e 5: Igreja Matriz da Aldeia das Dez / Pormenor da tribuna

⁷ *Aldeias do Xisto A descoberta começa aqui*, p. 62 - 71. Foge Comigo! Guias de Destinos, 2014. 2ª edição.

Capítulo 3

Projeto *DEZ*

3.1. Aldeia das Dez

No dia 29 de outubro de 2014 efetuou-se uma visita à Aldeia das Dez juntamente com o resto da equipa, Fábio Pereira e o Professor, coordenador do projeto, Afonso Borges. A intenção era estudar e procurar descobrir a direção deste projeto como resposta ao briefing.

A conclusão da visita deixou claro os pontos base para o desenvolvimento do projeto: a sensação de isolamento foi o primeiro a ser discutido, sensação essa originada pela viagem feita a este lugar remoto, localização geográfica da aldeia e aos seus acessos difíceis. O dia-a-dia vivido na aldeia reforçou este sentimento, onde a vida é lenta, calma e silenciosa.

A refeição foi um dos pontos principais da experiência resultante desta visita. A elevada qualidade gastronómica que, combinando o ambiente do espaço de restauração e o sentimento de lentidão da aldeia, convida a um abrandamento. Tornou-se em algo semelhante a uma celebração gastronómica, com imperativa apreciação e prazer. Não parece no entanto que este sentimento invada apenas visitantes uma vez que todo o comércio da aldeia fecha durante a hora de almoço, revelando a sua importância para os moradores da Aldeia das Dez. Ficou também evidente que a refeição se tratava da elevação dos produtos agrícolas da região.

Os pequenos comércios provam ser suficientes para as necessidades básicas da aldeia. O único comércio que parece menos virado para a população e mais para o turismo é a Loja Aldeias do Xisto que se encontra na Casa 5, assim como as infraestruturas hoteleiras. O próprio funcionário presente na loja comentou - num tom reprovativo - como os produtos disponíveis naquele espaço não são adquiridos pelos habitantes da aldeia, principalmente devido ao custo elevado da grande maioria do que se apresenta para venda. Este comentário teve relevância na direção a tomar no nosso projeto, apresentado desde aí um caminho que permitisse um resultado final mais democrático.

A Igreja Matriz revelou-se um testemunho da tradição de entalhadores e douradores da Aldeia das Dez, onde a tribuna talhada manualmente por José Tavares se destaca. Parece ser uma memória guardada com carinho pela aldeia, talvez por se considerar a atividade de maior reconhecimento na sua história, com os entalhadores e douradores da Aldeia das Dez a realizar trabalho em diversas Igrejas do país nos últimos séculos. Uma tradição que foi perdida e que é homenageada com uma rua batizada em seu nome: Rua dos Entalhadores.

Esta vontade de recuperar a memória presente nos habitantes tornou difícil de se ignorar no desenvolvimento deste projeto.

Num balanço geral à atualidade da aldeia e levando em consideração as intenções do projeto Agricultura Lusitana, ganha relevo o panorama de isolamento, de deserdação e de uma população maioritariamente envelhecida. Com o desenvolvimento aparentemente estagnado as opções de vida na aldeia não parecem mudar desde as últimas décadas, originando o deslocamento da sua população para zonas de alta densidade populacional. A renovação parece mais dependente do turismo, que apresentando aspetos positivos e negativos dificilmente se desassocia da sua natureza sazonal. Torna-se também fundamental para o projeto a ausência de artesanato e artesãos na aldeia, assim como de qualquer outro meio de produção, que nos obriga a olhar para outras opções de forma a responder ao briefing.

Tomando em consideração as observações e conclusões da visita realizada parte-se para a seguinte fase, procurando um processo de criação de conceito livre de qualquer imposição e restrição. O resultado deste processo abriu várias possibilidades ao desenvolvimento deste projeto, sendo necessário uma discussão de forma a considerar o que se pretende contar sobre a Aldeia das Dez e sobre a nossa visão tanto da sua realidade como da disciplina do design.

3.2. Abordagem

3.2.1. Autor: posição de resposta ao *briefing*

Louise Schouwenberg⁸ (2016) define da seguinte forma o "*design author*": "*People who have the artistic talent, intuition for the times in which they live, people who are motivated by curiosity and a researching attitude, and have the guts to ignore conventions and come up with their own distinctive answers*".

Design authors, ou *authors-in-design*, são designers que aspiram fazer mais do que simplesmente oferecer soluções a questões práticas, procurando criar projetos que contenham diversas *layers* de significado e de referências (Schouwenberg, 2016).

⁸ Curadora e escritora Holandesa, professora de *Contextual Design* na Design Academy Eindhoven. Autora de *Hella Jongerius: Misfit*, de 2010. Co-autora de *Konstantin Grcic: Panorama*, de 2014 e de *Beyond the New*, de 2015.

Autoria é um termo normativo que implica que o designer tenha algo válido a acrescentar, um modo de projetar que envolve coautoria e sentido de responsabilidade. Schouwenberg (2016) é rápida a distinguir *design authors* do autor ditatorial, que procura o estrelato, afirmando que não deve ser confundido com os *star designers* da década de 1990, mais preocupados com edições limitadas e *one-offs* que sejam aceites pelo mundo das artes do que desenvolver conceitos válidos para o principal objetivo do design, o dia-a-dia.

Mateo Kries⁹ (2014, p. 30) afirma que o designer é primariamente considerado um solucionador de problemas que deve encontrar soluções funcionais independentemente de a preocupação final ser a estética, a sustentabilidade ou as vendas. Existem diferenças entre um designer que procura uma resposta direta ao problema prático e um designer que considera sempre narrativas e ideias maiores, fiel à sua intuição subjetiva (Schouwenberg, 2016). A necessidade de designers *problem solvers* será possivelmente uma constante, ainda que correndo o risco de cair numa abordagem conservadora, confinado ao que a indústria oferece. Mesmo com inovações técnicas permanece delimitado às exigências do mercado. Para Schouwenberg (2016) existe a necessidade de os designers questionarem, discutirem e redefinirem a profissão. "Authorship" no design não lida apenas com expressão individual, mas cria também visões distintas e consistentes do mundo circundante. Opinião partilhada por Hella Jongerius¹⁰ quando afirma que o seu trabalho pode também ser interpretado como um comentário crítico ao campo do design (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 126), resultando do processo de questionar a disciplina e de ter a coragem de seguir o caminho lógico que daí advém (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 29).

Designers como Dieter Rams¹¹, Konstantin Grcic¹², Jasper Morrison¹³, Hella Jongerius, Ronan e Erwan Bouroullec¹⁴, entre outros, não se limitam a projetar bons produtos mas também

⁹ Historiador de arte Alemão, curador chefe do Vitra Design Museum desde 2011 e autor de *Total Design*, de 2010.

¹⁰ Designer Holandesa, o seu estúdio-laboratório é conhecido pela experimentação e pela fusão entre indústria e trabalho manual. Autora do sofá *Polder*, produzido desde 2005 pela Vitra.

¹¹ Designer Alemão, estudante no HfG-Ulm e diretor de design da Braun, nome fundamental do funcionalismo, *Gute Form* e dez princípios do *Good Design*. Autor do design de projetos como o *Snow White Coffin SK4*, de 1956, ou do rádio *T3*, de 1958.

¹² Designer Alemão, fundador do estúdio KGID em 1991, caracteriza-se pelo foco no processo, pela tensão e discussão da noção de conforto. Vencedor de dois Compassos d'Oro com os projetos *Chair_One* e *Myto*.

¹³ Designer Inglês, crítico dos excessos dos anos 1980 e vulgarmente associado ao minimalismo formal e neomodernismo. Conhecido por críticas como a dirigida ao Pós-Modernismo na *Ply Chair* de 1988, e pela organização da exposição *Super Normal*, e por produtos como *Socrates* ou a série *Rowenta*, de 2004.

¹⁴ Designers Franceses, reconhecidos pela abordagem poética e pelo desenvolvimento da noção de customização. Vencedores do Compasso d'Oro 2011 com *Steelwood*. Autores da cadeira *Vegetal*, 2008 e de *Serif TV*, de 2015.

procuram refletir sobre as implicações do seu trabalho para o mundo. Os seus produtos são veículos de conhecimento que contêm diversas camadas de significado e referências (Schouwenberg, 2016). Schouwenberg (2016) refere o trabalho de Konstantin Grcic, cujas implicações vão para além da funcionalidade do seu uso individual. Grcic enriqueceu o campo do design não apenas ao introduzir uma nova perspetiva sobre o design, mas também uma nova linguagem, uma nova estética. Este afirma que não desenvolve produtos com intenção de agradar (Kries & Lipsky, 2014, p. 58). Eles cumprem a sua finalidade, são funcionais, mas ao mesmo tempo, e implicitamente, questionam a sua própria funcionalidade e procuram convidar o utilizador a fazer o mesmo. Mateo Kries (2014, p. 58) destaca como os seus produtos já são caracterizados pela sua resistência a um consumo visual fácil, ainda que extremamente funcionais e frequentemente sucessos comerciais. Os produtos "*unweildly*" de Grcic já criaram um espaço na nossa memória coletiva (Kries & Lipsky, 2014, p. 30), ainda que este não procure um *signature style*, antes um progresso e reinvenção constante (Kries & Lipsky, 2014, p. 32).

O que Schouwenberg (2016) parece afirmar com *design author*, para além de um estilo individual, é mais a presença de uma forte visão. Deyan Sudjic¹⁵ (2009, p. 85) parece partilhar a mesma opinião quando refere que o trabalho de Naoto Fukasawa¹⁶, Jasper Morrison, James Irvine¹⁷ e de Sam Hecht¹⁸ para a MUJI, que partem de uma linguagem visual semelhante e desenvolvem objetos que fazem uso dessa linguagem, pode ser visto como um género incomum de designer como autor. Os objetos são suficientemente fortes para terem um carácter e *signature style* distintos. Alice Rawsthorn¹⁹ (2012, p. 31), referindo-se aos irmãos Bouroullec, explica como para ter sucesso no mundo do design - referindo-se a sucesso como "produzir trabalho tão forte e distinto que muda as nossas vidas de alguma forma" - são necessárias três qualidades: a habilidade de produzir "*a singular design style*", coerente e aplicável a diferentes gamas de produtos, materiais e processos; confiança; e uma determinação absoluta para o realizar. Quando o resultado é positivo, produz design de

¹⁵ Jornalista de origem Sérvia radicado no Reino Unido, é diretor do Design Museum de Londres e de exposições temporárias, de Glasgow UK City of Architecture 1999. Diretor de Venice Architecture Biennale em 2002. Editor da Domus nos anos 2000, e Blueprint na década de 1980 e 1990. Autor de *The Language of Things*, de 2009.

¹⁶ Designer Japonês e professor na Tama Art University, na sua prática procura criar designs baseados na observação do dia-a-dia e no comportamento intuitivo. *CD-Player* da Muji e o banco *Déjà Vu*, na origem da exposição *Super Normal*, são dois dos seus projetos mais marcantes.),

¹⁷ Designer Britânico, exerceu a sua atividade em Milão, tendo colaborado com a Olivetti e o Sottsass Studio. Autor de autocarros para a Mercedes e do redesign do modelo *No14*, a cadeira *Bentwood*.

¹⁸ Designer Inglês, colaborador da Ideo na Califórnia e Tokyo, professor visitante na HfG Karlsruhe, funda a Industrial Facility com Kim Colin. Projetando a paisagem com neutralidade, é responsável por produtos como o *Second Phone* da Muji de 2004, ou o set *Formwork* da Herman Miller, de 2014.

¹⁹ Historiadora da arte Britânica, acessível crítica de design no International Herald Tribune, membro do Arts Council Inglês e autora de *Hello World*, de 2013.

impressionante individualidade, originalidade e liberdade. Quando não resulta tão bem, sentimos uma individualidade um tanto arrogante (Hara, 2007, p. 426).

Na entrevista para a revista *Disegno*, Louise Schouwenberg (2016) é questionada se as reservas de Roland Barthes²⁰ sobre a autoria são relevantes para o design. Schouwenberg responde que as próprias palavras "*author*" e "*designer*" parecem estar em desacordo. A característica essencial do design é servir os outros, enquanto autores levam em grande estima as suas intuições e visões sobre o mundo. Se Barthes destaca que a descrição tradicional do autor não é mais válida, que qualquer autor é parte de uma continuação histórica, o *design author* é, na melhor das hipóteses, "*a co-author*". Cada *design author* está assente sobre os ombros de gigantes, que por sua vez estavam sobre os ombros de gigantes (Schouwenberg, 2016).

"Conventions can only be ignored if you first know and fully understand them."

Louise Schouwenberg, 2016

O que se procura com esta abordagem é consistência. Menos interesse em lucros rápidos, mais empatia, compromisso, consciência e uma visão mais alargada (Schouwenberg, 2016). Interpretar o significado da vida humana através do processo de produzir objetos (Hara, 2007, p. 25). Procurar respostas com base na experiência pessoal, com aspirações de projetar objetos com uma 'essência inevitável' livre do ego do designer (Lovell, 2011, p. 364), evitando a tentação de recorrer à novidade, moda, tendência e capricho, e - fundamentalmente - seguir uma visão pessoal que valorize a natureza do pensamento e dos métodos que são usados (Sudjic, 2009, p. 35-37).

3.2.2. *Design Real*

"Why do so many designs fail to pass the everyday test?"

Fukasawa & Morrison, 2007

A proposta de discussão levantada por Naoto Fukasawa e Jasper Morrison implica que antes se questione "para que mundo se pretende projetar?" (Schouwenberg, 2016). Louise Schouwenberg (2016) considera fundamental existir a consciência da essência do design e consciência do seu contexto. Pretendendo-se projetar para o mundo real, objetos para o dia-

²⁰ Filósofo Francês e teórico de referência, dedicou-se a estudos em sociologia e lexicologia como membro do Centre National de Recherche Scientifique, sendo autor de livros como *The Death of the Author*, de 1967, e *Mythologies*, de 1972.

a-dia, será necessário levar em consideração um utilizador real, ou pelo menos os projetos deveriam revelar a um nível mais abstrato algo válido sobre a forma como o ser humano interage com produtos no dia-a-dia.

No entanto o design, profissão de reconhecimento crescente nos últimos anos, tornou-se numa fonte de poluição visual (Fukasawa & Morrison, 2007, p. 28). Inflacionado pela importância da indústria mediática na economia (Foster, 2011, p. 21), pela presença em revistas de *lifestyle*, e por departamentos de marketing, o design tornou-se numa competição de produzir objetos chamativos através da cor, forma e surpresa. O propósito histórico e idealístico do design, de servir/conectar a indústria e as massas consumidoras, de conceber objetos fáceis de produzir e de utilizar no dia-a-dia parece se ter perdido (Fukasawa & Morrison, 2007, p. 29). O design faz as coisas parecerem especiais e Jasper Morrison destaca como se torna difícil optar pelo normal quando existe o especial. Deyan Sudjic (Colin & Hetch, 2010, p. 168) afirma que a utilidade é inversamente proporcional ao *status*, quanto menor a utilidade de um objeto, maior a sua valorização. Para Jasper Morrison (2007, p. 29), "*that's the problem*".

Mas não se parece tratar de um problema recente. Edgar Kaufmann²¹ (Sudjic, 2015), afirmava ser um equívoco comum que o principal objetivo de "*good modern design*" é facilitar o comércio, e que um grande número de vendas são provas de excelência no design. Um equívoco partilhado por Gordon Russell²² (Sudjic, 2015), ao afirmar que se um artigo vende em grandes quantidades, isso por si só prova que deve ser bem projetado, e reforçado por Raymond Loewy²³ e a sua famosa capa na *TIME Magazine* como o designer que "*streamlines the sales curves*" (Sudjic, 2015). Kaufmann (Sudjic, 2015) discorda. O número de vendas são episódios na carreira dos objetos e o uso deve ser a sua primeira consideração.

Eliot Noyes²⁴ (Sudjic, 2015), enquanto diretor do departamento de design do *Museum of Modern Art* em Nova Iorque em 1940, organizou a exposição *Useful Objects of American Design under 10\$*, com o objetivo de demonstrar a existência de design anónimo de qualidade na América, através de um processo de descoberta de objetos em lojas de ferragens e de materiais de escritórios. Sam Hecht (2005, p. 82), ainda que sem o afirmar, parece basear-se

²¹ Diretor do departamento de design industrial do *Museum of Modern Art* de Nova Iorque, na década de 1940, professor adjunto de Arquitetura e de História da Arte na *Columbia University*.

²² Designer Britânico, defensor do movimento Arts and Crafts. Presidente do *Utility Design Panel*, em 1943, e diretor do *Council of Industrial Design* desde 1947.

²³ Designer Francês, exerceu a sua atividade em Nova Iorque. Autor da embalagem Lucky Strike, de 1939, da decoração do avião presidencial Americano *Air Force One*, e do logótipo da Shell, de 1971. Reconhecido como o primeiro *star designer*.

²⁴ Arquiteto Norte Americano, iniciou a carreira no estúdio de Walter Gropius e Marcel Breuer. Foi o primeiro Diretor de Design Industrial do *Museum of Modern Art* de Nova Iorque, na década de 1940. Trabalhou como consultor para a IBM e Mobil Oil.

nesta exposição para criar *Under a Fiver Collection*, uma coleção de objetos que sirvam uma necessidade primária, específica e com preço inferior a 5 libras. Sudjic (Colin & Hetch, 2010, p. 12) vê a exposição como uma oportunidade para observar design pelos olhos de designers, e observa como para a maioria dos visitantes, é necessário uma explicação sobre o significado dos objetos, ou o que eles representam. Parece sugerir a necessidade de explicar a invisibilidade, a ingenuidade discreta que é a base de todo o "*real design*" (Colin & Hetch, 2010, p. 12). A coleção é uma ferramenta útil. Os objetos que Hecht encontra e coleciona são reflexões sobre a maneira como abordamos questões práticas, levantando perguntas relativamente ao uso dos objetos no dia-a-dia, como são produzimos ou que processos se usam para os projetar (Colin & Hetch, 2010, p. 13).

Jane Fulton Suri²⁵ (2005, p. 166) sugere uma observação atenta do que as pessoas realmente fazem, procurando a explicação do comportamento humano. Esta curiosidade revela o significado adjacente às interações "*nonspectacular*" (Suri, 2005, p.166) que ocorrem diariamente, exemplificando comportamentos que variam do instintivo, como agarrar algo para obter estabilidade, a experiências quase subconscientes, como a de aquecer as mãos numa caneca quente ou acariciar veludo, ou frutos de aprendizagem social, como pendurar o casaco numa cadeira para a reservar. Observar interações diárias revela subtis detalhes de como o ser humano se relaciona com o design e com o mundo. Para Suri (2005, p. 166), examinar estas interações revela a maneira como nos encaixamos, adaptamos e compreendemos o que nos rodeia, tornando facilmente perceptível como o design entra nas nossas vidas, como moldamos o nosso ambiente e como somos moldados por ele.

Dieter Rams (Lovell, 2011, p. 343) considera necessária uma reflexão paciente e compreensiva da realidade, das necessidades, desejos e emoções das pessoas quando se pretende projetar objetos funcionais, o que evidencia a necessidade de uma visão distinta e consistente sobre o mundo que nos rodeia (Schouwenberg, 2016). As vantagens de uma abordagem baseada na observação parecem surgir em objetos de fácil interpretação, intuitivos e emotivos, que resultam em soluções mais duradouras (Suri, 2005, p. 170). Para Jasper Morrison (2006, p. 42) objetos de sucesso são o resultado do equilíbrio entre estética e funcionalidade com a consideração adicional do material apropriado. A combinação da experiência de viver com o objeto, o efeito do objeto na paisagem e a comunicação do seu propósito.

A experiência de viver com um objeto acaba por realçar características que ultrapassam a estética. A utilidade em relação a certas tarefas, o gozo resultante da utilização e a estima proveniente da posse são qualidades que podem ser definidas como um objeto que se usa sem

²⁵ Psicóloga e arquiteta Norte Americana, líder na Ideo a investigação em *Human factors*, procurando trazer evidências das ciências sociais para a pratica do design. Professora em Stanford University, UC Berkeley's School of Business, California College of the Arts e autora de *Thoughtful Acts?*, de 2005.

se pensar na sua forma, “*something that’s good to have around*” (Fukasawa & Morrison, 2007, p. 100). Jasper Morrison (Fukasawa & Morrison, 2007, p. 29) considera desnecessário o esforço de projetar algo formalmente especial uma vez que objetos desenvolvidos para atrair atenção são usualmente insatisfatórios. Morrison não pretende afirmar o desenvolvimento formal como um aspeto negativo, parece antes partilhar da opinião de Eliot Noyes (Sudjic, 2015), de que a forma apropriada desenvolve-se naturalmente e que do uso contínuo de um objeto resulta uma forma inevitável a que chama “*Super Normal*” (Fukasawa & Morrison, 2007, p. 99).

O objeto “*Super Normal*” é o resultado de uma longa tradição de evolução formal nos produtos do dia-a-dia, que evita uma rutura com a formalidade histórica e procura antes resumi-la (Fukasawa & Morrison, 2007, p. 29). Não é uma teoria nem um sistema para projetar melhores produtos, mas sim um ‘reconhecimento’ de como vivemos e interagimos com os objetos. “*Super Normal*” é uma qualidade que surge do uso, uma descoberta de longo prazo da qualidade de um objeto que ultrapassa o julgamento inicial baseado na forma (Fukasawa & Morrison, 2007, p. 99). Parecem pertencer mais ao dia-a-dia, onde “*things really look like what they are*” (Sudjic, 2015).

Os objetos que ocupam o nosso dia-a-dia surgem de uma maturidade do design que tem sido cultivada ao longo da sua história (Hara, 2007, p. 25). Não procuram atingir a perfeição estética, ao rejeitar como design uma perfeição intimidante e consciente (Koivu *et.al.*, 2012, p. 150). São apreciados através do uso. Para Jasper Morrison (2007, p. 111), quanto mais usamos um bom objeto, mais facilmente apreciamos as suas qualidades, descobrindo beleza numa relação bilateral. Parece ser este o fundamento do objeto *Super Normal*, uma conjugação de utilidade e autoria que não são exclusivos mas que procuram antes influenciar-se positivamente, ao que Hella Jongerius chama de “*refinement of serviceability*” (2010, p. 35).

3.3. Conceito

O projeto *DEZ* procura ir ao encontro dos fundamentos anteriormente defendidos, com base na vontade de contar a história da Aldeia das Dez sob um perspectiva pessoal e original, e de projetar objetos com utilidade e funcionalidade que justifiquem a sua existência, que não condene o objeto ao esquecimento.

Optamos assim por projetar um conjunto de pratos, mais como um gesto de agradecimento à refeição e ao momento vivido na aldeia, mas também como reflexo do trajeto dos seus produtos agrícolas, do que termina no prato, entrando assim nos parâmetros do projeto Agricultura Lusitana. O que claramente parece responder ao briefing é a recuperação do

entalhe, mesmo que apenas numa relação de memória, que se procura introduzir no projeto *DEZ*. Tomando por base a tribuna da Igreja Matriz pretende-se recuperar, reinterpretar e dar novo significado à antiga tradição da Aldeia das Dez.

Refletindo a importância da refeição na aldeia e a tradição, agora inexistente, de entalhadores e douradores, o projeto consiste num conjunto de pratos que procuram contar a história desta localidade ao longo de uma refeição. Um conjunto composto por um prato de sopa, peixe e carne que vão sugerindo e refletindo a passagem do tempo desde a época dourada dos entalhadores e douradores até à atualidade.

Este conceito parece-nos relevante através do cruzamento da tradição local com a intenção de desenvolver um produto de uso diário - os pratos - ou que pelo menos reflita a forma como o ser humano se relaciona com objetos no dia-a-dia. É também baseado nesta procura de um *design real* que reside a tentativa de desenvolver um produto democrático, mais acessível, afastando-se de séries limitadas e exclusivas que são normalmente associadas a um custo elevado.

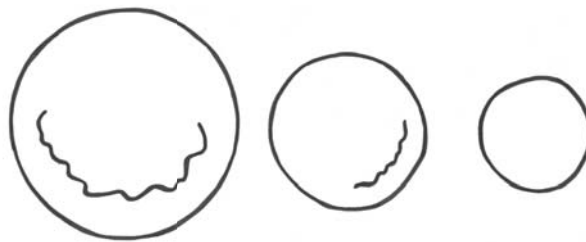


Figura 6: Esboço do conceito *DEZ*

3.3.1. Arquétipo

O primeiro passo na materialização do conceito do projeto *DEZ* centrou-se no seu desenvolvimento formal. Neste campo o que se levou em consideração foi a procura de funcionalidade, de projetar com a intenção de um uso inconsciente, de utilidade. A definição de arquétipo vai para além da formalidade num objeto. É uma forma que comunica a sua função e as ações necessárias para a sua utilização (Sudjic, 2009, p. 57).

Alguns arquétipos provêm da evolução ao longo de centenas de anos. Formas trabalhadas de geração em geração que se tornam universais, invisíveis. Deyan Sudjic (2009, p. 60) refere como ninguém se questiona sobre quem projetou a primeira cadeira com quatro pernas em cada canto. A *Ply Chair* de Jasper Morrison, produzida pela Vitra, parece estar próximo da imagem de cadeira partilhada universalmente, apenas com ligeiras subtilezas que indicam a sua diferença: a ligeira curvatura do encosto, a surpreendente leveza e a simplicidade da sua construção (Fuksawa & Morrison, 2007, p. 8).

A iluminação elétrica é uma categoria recente quando comparada com a cadeira, o relógio, a torneira ou a chave, que são exemplos de arquétipos que duram há centenas de anos. Mas apesar da sua juventude, o candeeiro *Anglepoise* parece rapidamente afirmar-se como arquétipo na sua categoria. A forma comunica a função, tornando claro o que o *Anglepoise* é e como se opera (Sudjic, 2009, p. 60).



Figura 7 e 8: *Ply Chair*, Jasper Morrison, 1988 / *1227 Anglepoise*, George Carwardine, 1935

Apesar de o *Anglepoise* ser considerado um arquétipo, a sua juventude em comparação a outros produtos - como por exemplo a tradicional garrafa de vinho Francesa que permanece inalterada à séculos - não lhe permite ser visto instantaneamente como uma forma familiar. Falta-lhe o tempo necessário para se aprofundar na consciência coletiva do mundo (Sudjic, 2009, p. 70). Enquanto certos arquétipos comunicam com exatidão, outros parecem oferecer o conceito mais vago de conforto de uma memória.

Naoto Fukasawa (2007, p. 107) refere como o sentimento de conforto surge do uso de objetos “*that have been around for a long time*”, acabando por se tornarem familiares. *Sofa* de Jasper Morrison, desenvolvido para a Vitra, parece surgir deste raciocínio. Morrison (2006, p. 58) relembra como a memória do sofá *Chesterfield* da sua infância se tornou no símbolo de todos os sofás e na imagem do conforto de casa.



Figura 9: *Sofa*, Jasper Morrison, 1993

Um produto desenvolvido com base num arquétipo oferece um reconfortante sentido de continuidade, num processo de redescobrimto do que é familiar (Hara, 2007, p. 434). Não procura literalmente recriar um estilo arcaico mas antes introduzir uma história *ready-made* num objeto, com a intenção de dar uso à enorme acumulação de cultura nas mãos dos designers (Hara, 2007, p. 435), fazendo uso de diferentes níveis de profundidade psicológica e emocional que resultam num complexo sentido de familiaridade (Sudjic, 2009, p. 76).

Naoto Fukasawa (2007, p. 101) inicia cada projeto com uma pesquisa do que é normal ou arquétipo, procurando evitar a pressão de criar algo novo e melhor, de ignorar a perfeição existente em determinada categoria. Trata-se de um processo evolutivo e não de uma

revolução criativa (Fukasawa & Morrison, 2007, p. 108), de extrair a essência da normalidade (Fukasawa & Morrison, 2007, p. 101). O banco *Déjà-Vu* de Fukasawa para a Magis parece ser o resultado prático desta abordagem, dos quais a forma e as proporções apresentam uma simplicidade rústica onde apenas o material escolhido, neste caso alumínio, o distingue do típico banco de madeira que toma por base (Fukasawa & Morrison, 2007, p. 8). A evolução proporcionada pelo material parece suficiente para justificar a sua existência.



Figura 10 e 11: *Déjà-Vu*, Naoto Fukasawa, 2005 / *Air Chair*, Jasper Morrison, 2000

A abordagem de Fukasawa partilha semelhanças com a de Jasper Morrison, onde ambos não imitam diretamente objetos específicos, mas definem e refinam arquétipos (Sudjic, 2009, p. 84). A *Air Chair* que Morrison projetou para a Magis tratou-se mais de um desafio tecnológico - da adaptação do processo “*gas injection*” proveniente da indústria automóvel - do que um desenvolvimento formal (Morrison, 2006). Hella Jongerius também recorre à imagem do arquétipo - *Pushed Washtub* e *Soft Urn*, ambos em borracha (Schouwenber *et.al.*, 2010, p. 125) - num processo que parece procurar a integração de novas tecnologias a uma imagem familiar, evitando a exploração da novidade pela forma. Para estes designers, a procura de novas formas é uma distração (Sudjic, 2009, p. 84). Não se pretende afirmar a utilização do arquétipo como principal abordagem ao design. O desenvolvimento tecnológico irá permitir novos objetos e novas categorias de produtos para o qual serão criados novos arquétipos (Sudjic, 2009, p. 85). A partir do momento que é criado, o arquétipo ocupa a nossa consciência coletiva (Sudjic, 2009, p. 80), numa memória pronta a ser utilizada - por vezes de forma quase direta - na criação de objetos “*that fell right*”(Fukasawa & Morrison, 2007, p.

100), que não provocam ondas na nossa vida. Para Naoto Fukasawa “*is something that exists deep under our consciousness and it is genetically inherited. Its expression represents a basic form of images that catalyses a common subconscious*” (Fukasawa, 2010). Outros objetos acabam por se ambientar de forma mais subjetiva recorrendo à familiaridade. Jasper Morrison (2007, p. 109) refere que a nossa apreciação da atmosfera é frequentemente conectada ao passado e a objetos que fizeram parte de memórias com um forte domínio sobre nós. Para Kenya Hara²⁶ (2007, p. 435) trata-se de repetidamente extrair ideias do comum que é a vida diária.



Figura 12 e 13: *Pushed Washtub*, Hella Jongerius, 1996 / *Soft Urn*, Hella Jongerius, 1993

A decisão de enveredar pela apropriação do arquétipo surge após uma vasta pesquisa de *dinnerware*. Sabendo de antemão que no decorrer do projeto se iria cruzar uma referência ao ofício de entalhar da Aldeia das Dez, impôs-se um limite entre formas simples, limpas e naturais, de forma a evitar demasiado ruído visual no conjunto final. De todos os produtos estudados, a linha 365 do IKEA destacou-se tanto pela intenção de uso para o dia-a-dia, implícito no seu nome, como pela sua imagem familiar que considera o uso inconsciente e natural. A conjugação do prato principal, prato de sopa e tijela de 365 definiram os primeiros

²⁶ Designer gráfico Japonês, professor na Musashino Art University, é diretor artístico da Muji. Defensor de uma abordagem de *emptiness* e de não intervenção em livros como *Designing Design* e *White*, de 2007 e 2010.

passos deste projeto no que toca à formalidade. Com isto pretende-se desenvolver uma familiaridade e um conforto desde o primeiro contacto.



Figura 14: 365, Ikea

Também resultante da pesquisa foi a perceção de diferentes gamas de pratos que se diferenciam formalmente. O formato *coup*, definido pela semelhança à tigela, é visível nos pratos do conjunto *Coup* de Konstantin Grcic para Thomas|Rosenthal. As características desta forma, as superfícies lisas e laterais mais altas, como em *Bottleware* de Oki Sato²⁷, oferecem o espaço e a visibilidade necessária para o desenvolvimento da aplicação dos entalhes no produto. A opção de recorrer a esta tipologia recai no facto de oferecer uma superfície maior, que permita uma maior liberdade para o seu desenvolvimento (anexo 2).

²⁷ Arquiteto e designer Japonês, fundador e diretor do ascendente estúdio Nendo, gabinete com uma abordagem focada na história e surpresa nos produtos. Autores de *Thin Black Lines* de 2011.



Figura 15 e 16: *Coup*, Konstantin Grcic, 2003 / *Bottleware*, Oki Sato, 2012

Num "pequeno acidente" ou reviravolta que por tantas vezes definem o caminho de um projeto, devido ao que tinha sido definido até agora e considerando a necessidade de desenhar três pratos, observou-se as semelhanças formais com *PH 4/3 Lamp* de Poul Henningsen²⁸ quando invertido. Levando em consideração Sam Hecht, quando afirma que "*existing typologies form an intelligent archive that is inevitably ripe for amalgamation and appropriation*" (2005, p. 110), o desenvolvimento formal dos pratos e o estudo das suas proporções, individuais e conjuntas, apropriou-se da forma de *PH 4/3 Lamp*.



Figura 17: *PH4/3*, Poul Henningsen, 1929

²⁸ Arquiteto e designer Dinamarquês, é reconhecido pelos candeeiros produzidos pela Louis Poulsen, *PH* e *Artichoke*, elegantes *reflection machines* em metal e vidro, ícones do design Escandinavo.

O principal método utilizado para realizar estes estudos e comunicar a evolução das ideias foi o esboço, tanto na sua prática analógica como manual. Após a investigação formal e do cruzamento com as proporções de *PH4/3 Lamp*, foram definidos os perfis e as dimensões de cada prato, com o prato de carne a medir 25,5 centímetros de diâmetro e 3,05 centímetros de altura, o prato de sopa com 22,5 centímetros de largura e 3,1 centímetros de altura e o prato de sopa com 17,2 centímetros de largura e 3,8 centímetros de altura (anexo 3). Enquanto as dimensões dos pratos levaram em consideração as relações proporcionais entre eles, não se procurou comprometer a utilidade do conjunto.

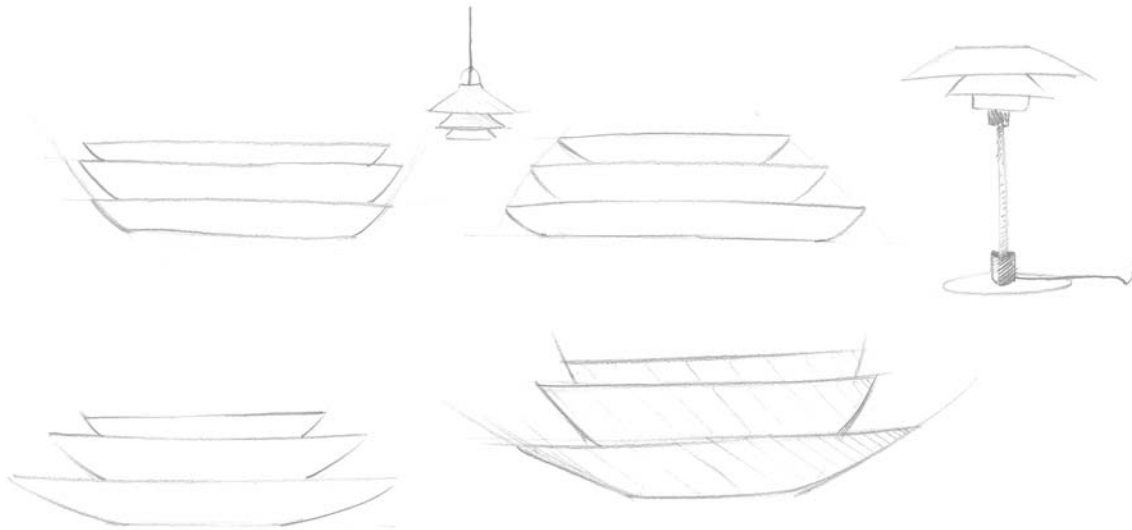


Figura 18: Esboço de estudo de proporções *DEZ*

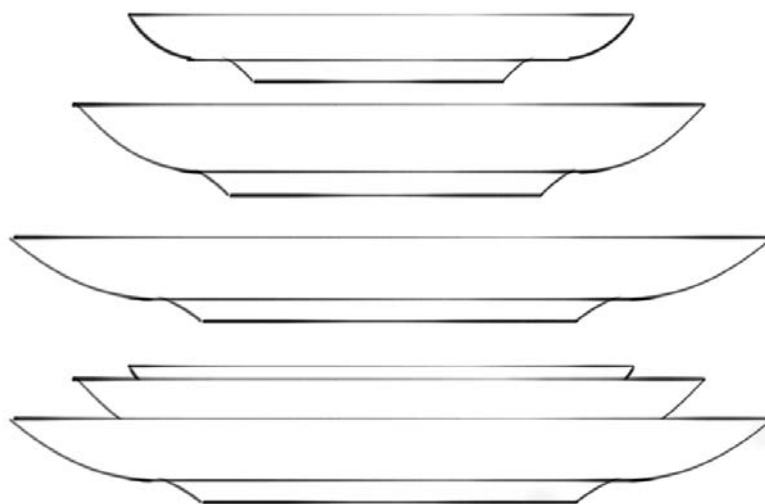


Figura 19: Esboço de estudo de proporções relacionais *DEZ*

A definição destes parâmetros ditou a base tanto para o desenvolvimento e refinamento formal, como para a inserção da tradição do entalhe no projeto *DEZ*.

3.3.2. Memória

Quando a empresa americana de mobiliário Knoll convidou Robert Venturi²⁹ e a sua parceira Denise Scott Brown para desenvolver um linha de cadeiras em 1979, Venturi surgiu com uma série de cartoons tridimensionais que evocam a memória da mobília *Chippendale* ou *Queen Anne*. As cadeiras eram deliberadamente transgressivas para serem entendidas como uma referência ao passado (Sudjic, 2009, p. 80). Esta reação fundou as bases do pós-modernismo do início da década de 80, em contraste com o princípio modernista de abordar o processo de design como se nada tivesse sido feito anteriormente.

Para o pós-modernismo a história e a memória não podiam simplesmente ser ignorados (Sudjic, 2009, p. 80). Os objetos pós-modernos eram irónicos, com a intenção de não serem interpretados pelo que eram, mas como um comentário ou uma referência a outra coisa qualquer. Venturi trabalhou entre os parâmetros do arquétipo para proporcionar uma memória distorcida do artesanato *Chippendale* sem proporcionar diretamente um objeto artesanal, expondo a natureza associativa do design (Sudjic, 2009, p. 80).

Tanto Robert Venturi na América como Ettore Sottsass³⁰ na Europa procuravam criar objetos funcionais com ressonância emocional ao evocar a memória (Sudjic, 2009, p. 82). Venturi produziu mobiliário *Chippendale* numa versão cartoon, enquanto Sottsass redescobriu a inocência da década de 1950.

²⁹ Arquiteto Norte Americano, considerado um dos pais do Pós-Modernismo, nomeadamente pelo livro de 1966, *Complexity and Contradiction in modern Architecture*.

³⁰ Designer Italiano, colaborador da Olivetti e autor de *Valentine*, de 1969. Referência da abordagem e linguagem Pós-Modernista, adere ao Studio Alchimia em 1979, que abandona em desacordo com Alessandro Mendini, e em 1981 cria o grupo Memphis. Autor da estante *Carlton*, 1981.



Figura 20: *Chippendale*, Robert Venturi, 1984

O Pós-modernismo trata-se de uma recuperação de elementos de diferentes estilos e eras (Julier, 1993, p. 161). Para alguns designers trouxe uma sensação de libertação perante as regras do modernismo. Já Jean Baudrillard³¹ (1987, citado por Julier, 1993, p. 162) considera o pós-modernismo como “*an ecstasy of communication*”, preocupado apenas com a superfície e não com substância. Para Dieter Rams (Lovell, 2011, p. 359) aumentou a predominância de uma atitude egocêntrica entre os designers.

O pós-modernismo foi uma reação, um conflito ideológico entre o modernismo e a nova era (Hara, 2007, p. 428), mas é uma ferramenta extremamente útil para os designers que permite reavaliar o passado e interagir com o presente (Julier, 1993, p. 162). A designer Holandesa Hella Jongerius parece ciente desta abordagem. O seu trabalho celebra as imperfeições artesanais como resposta à perfeição anónima que a indústria tem vindo a produzir à mais de um século (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 120).

O artesanato é um tema popular neste momento, com designers preocupados em introduzir uma dimensão artesanal - normalmente de forma nostálgica, recorrendo a um passado imaginário e a um ambiente rural - em qualquer produto que projetem (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 120). Para Louise Schouwenberg (2010, p. 120) esta abordagem é uma regressão, afirmando que o progresso não pode ser visto em isolamento com o desenvolvimento em outras

³¹ Sociólogo Francês e teórico da pós-modernidade, professor na Nanterre University of Paris, na European Graduate School in Saas-Fee, sendo autor de obras como *Le Système des Objects*, de 1968, e *The Ecstasy of Communication*, de 1987.

áreas. O designer deve ter em consideração o legado cultural, que expressa a sua era; o estado da arte da inovação tecnológica, os valores éticos e a visão sobre a estética. A relevância do trabalho de Jongerius (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 120) recai na combinação dos detalhes artesanais com a produção industrial, numa gama de possibilidades abrangente de técnicas novas e antigas assim como de significados novos e antigos (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 183).

“*We breathe new life into the tradition. We don’t repeat, we interpret and reinterpret.*”

Hella Jongerius (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 182)

Jongerius pretende destacar a importância de olhar para a história sob uma nova perspectiva, de recuperar e combinar técnicas antigas e modernas (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 36). Quem parece partilhar a ideia de que nenhum projeto se inicia com uma folha em branco são os irmãos Bouroullec. Para eles o design industrial é visto como um processo contínuo de melhoria das tipologias já existentes (Koivu *et.al.*, 2012, p. 209). A *Steelwood Chair* que Ronan e Erwan Bouroullec desenvolveram para a Magis não se tratou de um *one-off* nem de reinventar a cadeira (Koivu *et.al.*, 2012, p. 209). É uma resposta contemporânea a uma cadeira clássica. Os irmãos assumiram a *Standard* de Jean Prouvé³² e criaram uma versão de produção industrial com uma simples alteração - usaram madeira para as pernas e metal para o encosto. Um processo de moldagem industrial contemporâneo tornou possível este desvio para a recuperação e reinterpretação de um clássico do design (Koivu *et.al.*, 2012, p. 209).



Figura 21 e 22: *Steelwood Chair*, Ronan e Erwan Bouroullec, 2009 / *Standard*, Jean Prouvé, 1934

³² Designer Francês com abordagem experimental e oficinal, é conhecido pelo uso inconventional na exploração de folhas metálicas, e autor dos modelos *Cité Armchair* de 1927 e *Standard* de 1950.

Outro aspeto que parece definir o trabalho de Ronan e Erwan Bouroullec é a sua inspiração na natureza. Os irmãos insistem que os seus objetos não são uma destilação direta da natureza, mas admitem serem atentos observadores dos seus arredores. Para Andre Branzi³³ (Rawsthorn, 2012, p. 44) os produtos dos Bouroullec aparentam ser menos parisienses e pertencer mais a uma França provincial, uma França que aprecia mais jardins do que parques (Rawsthorn, 2012, p. 44). Os seus trabalhos não são reproduções exatas de ideias e formas naturais. Procuram antes, de forma abstrata, evocar a memória de formas que existem há centenas de anos (Koivu *et.al.*, 2012, p. 155), como em *Ovale*, que para Alberto Alessi³⁴ apresenta formas semelhantes a seixos alisados pela água ao longo de milénios, “*neo-primitive*”, e evocar memórias de infância sem descurar o lado prático (Rawsthorn, 2012, p. 31).

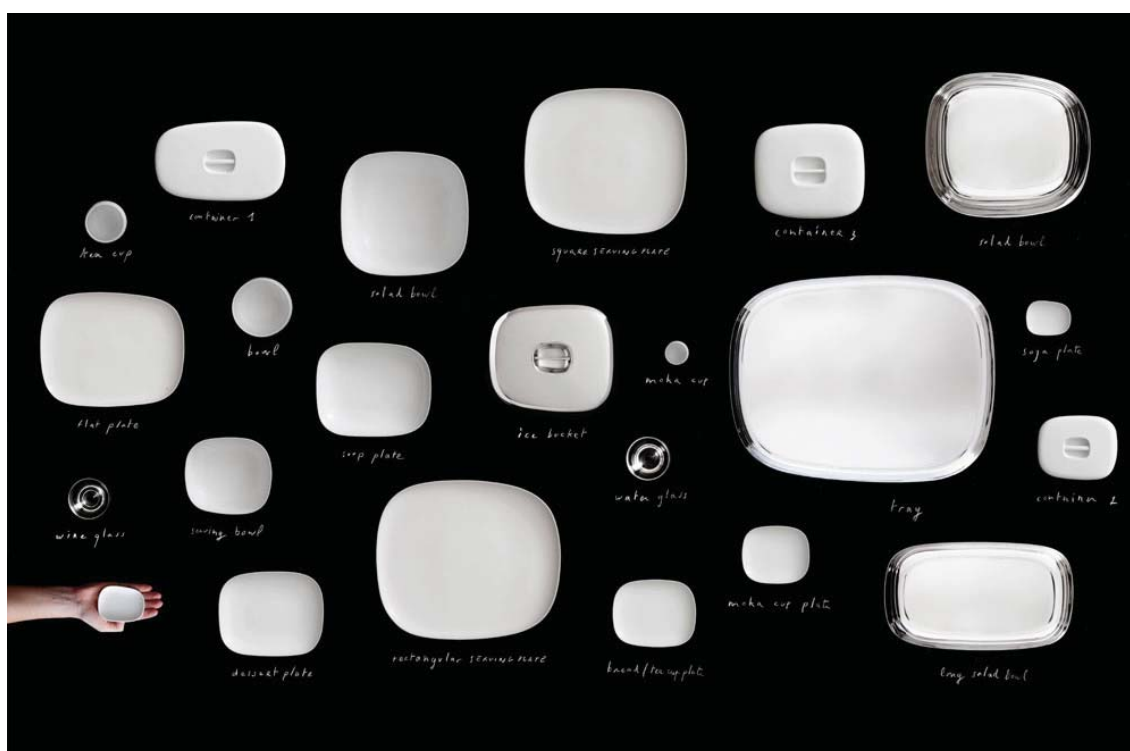


Figura 23: *Ovale*, Ronan e Erwan Bouroullec, 2010

³³ Designer Italiano, colaborador da Olivetti, membro do Studio Alchimia e fundador do grupo Memphis, conhecido pela abordagem experimental e pelo pragmatismo do *Tolomeo*, 1986.

³⁴ Designer, escritor e executivo italiano. Filho mais velho de Carlo Alessi, ligado à Alessi desde 1970, com papel fundamental no investimento em design, desde os mestres pós-modernistas, aos designers emergentes atuais.

Os objetos transportam significados. Não apenas relacionados com a funcionalidade ou processos de produção, mas também emocionais, a percepção atual e histórica (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 36). Jongerius (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 37) desconstrói essas percepções e usa novos significados. A troca de desconstruir para reconstruir com os fragmentos é crucial, é na reconstrução desses fragmentos do passado, não como um universo fechado e acabado, que se revela um novo potencial (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 38). Para Louise Schouwenberg (2010, p. 37) o potencial apela à imaginação do utilizador, tal como uma obra de arte, “*It doesn’t consume energy, but it produces energy*”.

A consideração do princípio pós-modernistas de recuperação da memória e a natureza associativa do design ditaram a integração dos entalhes neste projeto, com o propósito de recuperar a antiga tradição da aldeia e revelar a sua história. Procura-se introduzir o novo de forma suave naquilo que é normal - os pratos - o que para Mateo Kries (2011, citado por Borges, 2014, p. 274) consiste na mistura de opostos como a aparência do minimalismo com a liberdade e memória recuperada por Memphis.

A pesquisa foi o primeiro processo para reduzir as hipóteses de desenvolvimento do projeto e selecionar o caminho a seguir. Da pesquisa, os resultados principais centraram-se na recuperação de antigas tradições locais, na sua reinterpretação e no seu significado. Em *Oiseau*, um simples pássaro em madeira com a intenção de proporcionar “*a caring presence, a pleasant company*”³⁵, os irmãos Bouroullec recuperam a claridade dos objetos em madeira de *Folk Art* Nórdico³⁶. O que também parecem querer recuperar é a memória de *Eames House Bird*, originalmente um artefacto de *Folk Art* americana colecionado por Charles e Ray Eames³⁷ numa das suas viagens³⁸. Outro produto desenvolvido por Ronan e Erwan Bouroullec que reinterpreta uma tradição antiga é *Kokeshi*. Baseado nas bonecas em madeira produzidas há mais de cem anos por artesãos Japoneses, os Bouroullec recuperam a sua forma circular, fruto do processo de fabrico, e reinterpretam a tradição ao introduzir “*the movement of a friendly Japanese greeting*”³⁹ através de uma articulação.

³⁵ Ronan & Erwan Bouroullec. Projects: 2011, L’Oiseau [em linha], *Ronan & Erwan Bouroullec Web site*. Acedido maio 28, 2016, em <http://artesãos.bouroullec.com/?p=224>.

³⁶ Vitra. Home: L’Oiseau [em linha], *Vitra Web site*. Acedido setembro 13, 2016, em <https://artesãos.vitra.com/en-br/product/loiseau>.

³⁷ Designers Norte Americanos, dos nomes mais influentes do século 20. Ligados à criação da tecnologia e design de macas em contraplacado durante a segunda-guerra, Charles Eames notabiliza-se na iniciativa *Low-Cost* do MoMA. Autores de design sério mas *playful*, são autores de peças como a cadeira *LCW*, *Louge Chair and Ottoman* e o cabide *Hang it All*.

³⁸ Vitra. Home: Eames House Bird [em linha], *Vitra Web site*. Acedido setembro 13, 2016, em <https://artesãos.vitra.com/en-br/product/eames-house-bird?subfam.id=37103>.

³⁹ Ronan & Erwan Bouroullec. Projects: 2014, Kokeshi [em linha], *Ronan & Erwan Bouroullec Web site*. Acedido maio 28, 2016, em <http://artesãos.bouroullec.com/?p=276>.



Figura 24 e 25: *Oiseau*, Ronan e Erwan Bouroullec, 2011 / *Eames House Bird*, Vitra



Figura 26: *Kokeshi*, Ronan e Erwan Bouroullec, 2014

A intenção de recuperar a memória dos entalhes no projeto *DEZ* surge da vontade de contar a história da aldeia ao longo de uma refeição. Considerando a época dos entalhadores na Aldeia das Dez como o período de seu maior reconhecimento, optou-se por gradualmente contar a sua história, do presente até ao passado, dividindo a cronologia em três partes, uma para cada prato. O primeiro prato da refeição, o de sopa, representa a atualidade da aldeia, o seu estado de estagnação e de aparente “desaparecimento”. Formalmente o prato é desprovido de qualquer simbologia, numa imagem que Kenya Hara (2010, p. 38) descreve como “white”, o que representa o “nada”, sendo interpretado não como termo negativo mas como a capacidade de algo que pode ser preenchido (Hara, 2010, p. 38). O prato de peixe, segundo da refeição, sugere a existência de algo maior que possa ter acontecido, apresentando discretos e subtis volumes na parte inferior do prato, criando a ligação entre um passado rico e um presente inexistente. O prato de carne é a celebração da época dourada da aldeia, onde o fundo do prato é preenchido por volumes abstratos que remetem para os entalhes presentes na Igreja Matriz. Tal como o trabalho dos irmãos Bouroullec, não se pretende recriar as formas exatas que constituem a tribuna. Procura-se antes, de forma abstrata, evocar a memória das formas presentes nos entalhes.

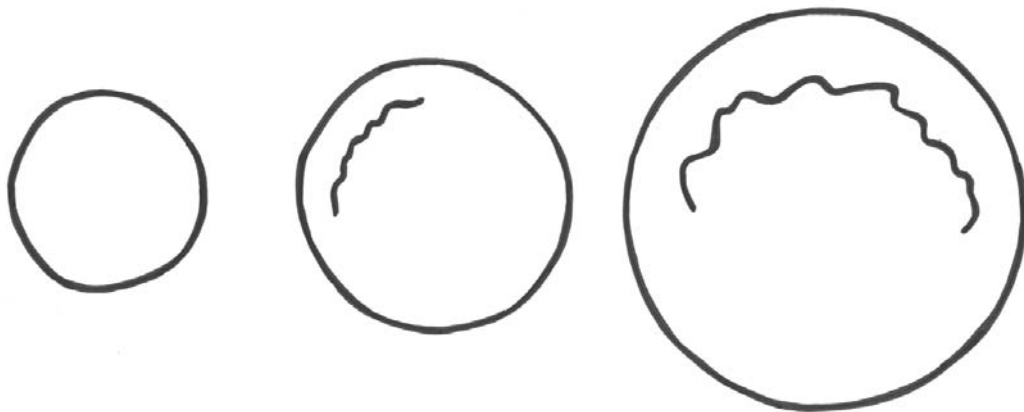


Figura 27: Esboço do conceito *DEZ*

O processo de desenvolvimento das formas a aplicar na parte inferior dos pratos foi a maior dificuldade deste projeto, parcialmente devido a insatisfação pessoal com o resultado. A procura da melhor forma de representar os entalhes começou por esboço e foi acompanhada por software 3D. As primeiras formas desenvolvidas e apresentadas numa das primeiras

reuniões do projeto Agricultura Lusitana apresentavam muitas semelhanças com aquelas encontradas na tribuna e uma rigidez formal pouco agradável (anexo 4). Optamos por integrar no processo de desenvolvimento a maquetagem, utilizando um prato de formato *coup* onde desenvolvemos diferentes estudos e versões com massa de moldar. Este processo continuou auxiliado com o estudo em esboços (anexo 5).



Figura 28 e 29: Render da primeira versão do projeto DEZ / Esboço da segunda versão do projeto DEZ

Para a segunda reunião de acompanhamento dos projetos integrantes da Agricultura Lusitana foi necessário apresentar maquetes. Reconhecendo a dificuldade na produção manual destas peças e no tempo necessário para as completar, recorreremos à impressão 3D da Universidade da Beira Interior. Devido à capacidade de impressão ser reduzida em termos de tamanho, os pratos imprimidos, o de sopa e o de carne, tiveram de ser divididos em duas e quatro partes respetivamente, o que implicou desenvolver uma forma de encaixe básica (anexo 6). Os resultados das impressões permitiram uma noção mais precisa das dimensões e, talvez mais importante, do aspeto visual dos volumes no prato de carne e da suas qualidades físicas, o toque.



Figura 30: Maquete em impressão 3D do prato de carne e sopa *DEZ*

A introdução do entalhe nos pratos, que pode ser visto como decoração, procura criar uma ligação com o utilizador. Hella Jongerius (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 189) refere como a questão da decoração quase nunca se limita a ornamento e que se baseia nela para procurar uma ligação maior entre o utilizador e o objeto. Se tem qualidade, coincide com a função, com a formalidade e com o conteúdo do produto (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 126). Neste projeto, a decoração, se a considerarmos como tal, serve o propósito de contar a narrativa da Aldeia das Dez, no entanto com a intenção de criar uma ligação entre o produto e o utilizador. Revela-se, portanto, a importância do desenvolvimento dos volumes nos pratos, cuja preocupação vai mais além da qualidade estética.

As impressões desenvolvidas na UBI revelaram aspetos do projeto que necessitavam de refinamento e reconstrução. Uma vez mais o padrão utilizado no fundo do prato de carne não atingiu o resultado esperado. Apresentava uma forma mais livre que o anterior mas continuava preso a uma exposição circular, pouco fluída. Estávamos mais interessados na relação de volumes do que no próprio desenho dos volumes, num resultado que não nos

parecia refletir e indicar diretamente os entalhes na Igreja Matriz. Outro problema detetado foi a espessura dos pratos, que apresentavam bordas com 3mm de espessura, sendo demasiado frágeis neste formato.

Reconhecendo os problemas do projeto até este momento, foi necessário dar um passo atrás e recomeçar a etapa anterior, novamente acompanhado por estudos em esboço, desenho e maquetagem digital. Foi reconhecido também a necessidade de uma pesquisa adicional de decoração em *dinnerware*. Um projeto que se revelou importante foi *BIG Cities*, de BIG + KILO para a Rosenthal. *BIG Cities* recupera a linha *TAC*, desenvolvida no final da década de 1960 por Walter Gropius⁴⁰ e surge da ligação entre a formalidade clássica da porcelana com a silhueta de várias cidades do mundo, incluindo Copenhaga, Londres, Paris e Nova Iorque, desenhado na superfície⁴¹. O que se revelou importante para este projeto foi a fluidez e a sensação de irregularidade da decoração, ainda que disposta em forma circular. Foi nesse sentido que as alterações efetuadas no projeto *DEZ* foram realizadas, abandonando a ideia de envolver o prato circularmente e passando a aproveitar a superfície inferior como um todo. Isto permitiu criar uma forma mais abstrata e menos detalhada, mas que devido ao tamanho superior parece-nos refletir mais eficazmente os entalhes da Aldeia das Dez (anexo 7).



Figura 31 e 32: *BIG Cities*, BIG + KILO, 2014 / *TAC*, Walter Gropius, 1969

⁴⁰ Arquiteto Alemão, membro da Deutscher Werkbund, fundador e nome fundamental da Bauhaus, após a extinção da Bauhaus, termina a carreira nos Estados Unidos.

⁴¹ Kilo. Work: *TAC - Big Cities* [em linha], *Kilo design Web site*. Acedido agosto 29, 2016, em <http://kilodesign.dk/work/tac/>.

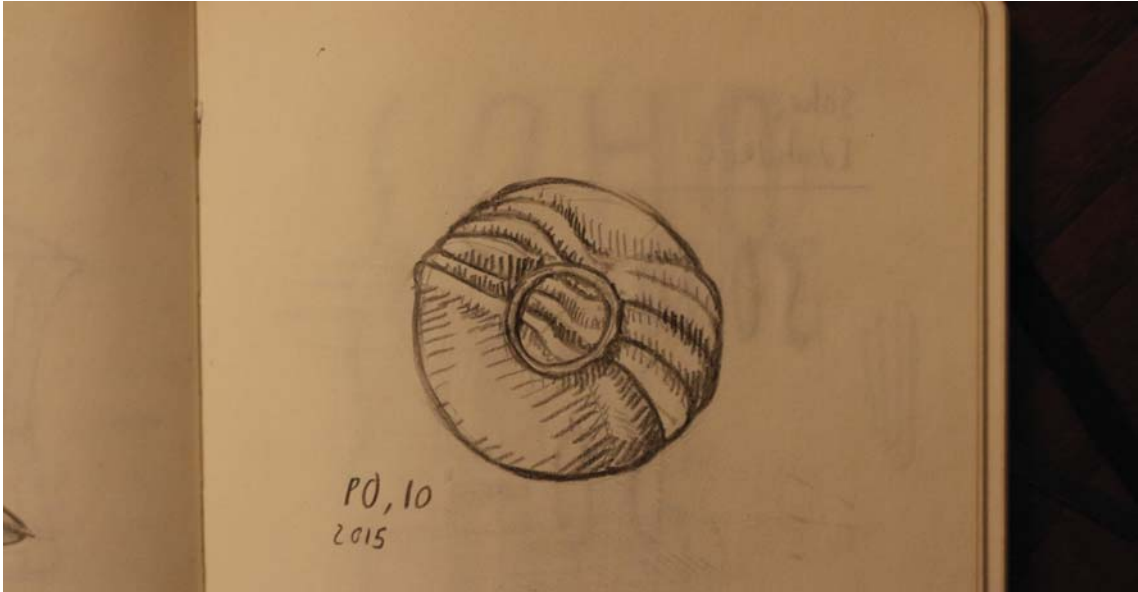


Figura 33: Esboço da versão final do prato de carne DEZ

Com o desenvolvimento dos volumes no prato de carne, seguiu-se a sua introdução no prato de peixe. Refletindo o estado de transição entre o passado e o presente, os relevos apresentam menos volume e ocupam uma área menor na parte inferior do prato, apresentando também quatro linhas de volumes em vez das cinco presentes no prato de carne (anexo 8).

3.3.3. Pós-industrial

A consideração do industrialismo neste projeto surge da perceção de dois fatores. A inexistência de artesões na Aldeia das Dez e a vontade de desenvolver um produto democrático e utilizável, que sobreviva à utilização intensa do dia-a-dia.

A standardização, introduzida no início do século XX, encorajou os designers modernistas a desenvolver a possibilidade de construir um futuro melhor, com a indústria a apoderar-se do Fordismo para criar uma linha de montagem eficiente que combina projetar e produzir em formato standard (Rawsthorn, 2013, p. 194). O designer não se limita a projetar para as necessidades do utilizador mas também para cumprir os requisitos impostos pela indústria no que toca a materiais, técnicas e execução (Lovell, 2011, p. 340). Os benefícios permitiram a milhões de pessoas o acesso a produtos mais baratos, mas também mais seguros, eficientes e ecológicos (Rawsthorn, 2013, p. 195), ajudando a destacar as vantagens da produção

massificada: produzir em grandes quantidades para garantir custos baixos com qualidade consistente e repetível (Colin & Hetch, 2010, p. 29).

A maioria dos projetos desenvolvidos por designers hoje em dia é baseado na perspetiva de uma produção em grande escala, sob os princípios da padronização e da produção massificada (Hara, 2007, p. 423), que gera uma economia de escala. Quanto maior o número de cópias produzidas, menor o preço de cada uma (Kries & Lipsky, 2014, p.128). Para Hella Jongerius (Rawsthorn, 2013, p. 195), a desvantagem da padronização é que corre o risco de tornar as nossas vidas “*soulless*”. No design industrial, a individualidade do designer é suprimida (Hara, 2007, p. 424).

O trabalho de alguns designers parece procurar resposta a este problema. Alice Rawsthorn refere o trabalho de Jongerius para a Vitra ao exemplificar a alteração introduzida na produção de tecidos para a mobília de Charles e Ray Eames. O desenvolvimento tecnológico no processo de tingir tecido tornou a distribuição da cor uniforme, perdendo as irregularidades existentes nos tecidos originais da década de 1960, que pareciam mais quentes e matizados. A solução de Jongerius foi combinar tons ligeiramente diferentes da mesma cor para recrear o efeito original (Rawsthorn, 2013, p. 195). O revendedor Japonês Muji⁴² alcança um efeito similar por omissão. A partir do momento em que o utilizador remove a etiqueta do preço, todos os traços da sua origem desaparecem e cria uma sensação de pertença (Sudjic, 2009, p. 211).



Figura 34 e 35: Tecido desenvolvido para a Vitra por Hella Jongerius / Gel Ink Pen, Muji

⁴² Marca Japonesa. O nome Muji é uma abreviação de *mujirushi*, que significa “no brand” e os seus produtos não apresentam branding.

Comparado com o aumento de segurança, fiabilidade e outras vantagens práticas que a produção industrial oferece, produzir mobília ligeiramente menos fria e procurar uma ligação com o utilizador parece uma preocupação menor (Rawsthorn, 2013, p. 195). Deyan Sudjic (2009, p. 215) refere como o próprio design é fruto do sistema industrial e que a própria ideia de uma dimensão crítica no design, e da criação de objetos que se distanciem do sistema que os torna possíveis é uma proposição paradoxal. Paola Antonelli⁴³ (Sdjic, 2009, p. 215) afirma existir algo questionável sobre um design que não possuí pelo menos a ambição de ser produzido em massa. Porém até pequenas preocupações como as anteriormente descritas parecem ter relevância numa época em que, depois de aproveitarmos os benefícios da produção massificada, as tomamos por garantido e ansiamos por idiosincrasia (Rawsthorn, 2013, p. 195). Designers procuram agora soluções que respondam ao desejo de individualidade sem sacrificar os benefícios práticos da produção em massa, “*the blessings of industry*” (Jongerius & Schouwenberg, 2015).

Revelando-se a importância da indústria no design, Louise Schouwenberg (2010, p. 302) considera fundamental que o designer contribua para o desenvolvimento do legado cultural, o que implica especial atenção ao estado da arte da inovação tecnológica e que acaba por guiar a discussão para novos campos. O tema atualmente mais discutido no que toca a esta área é a impressão 3D, denominada por um artigo no *The Economist* como “*The Third Industrial Revolution*” (*The Economist*, 2012). O artigo refere como esta tecnologia tem a capacidade de transformar o processo de produção em massa para passar a oferecer a possibilidade de uma produção pessoal. É sugerido que o *digital media* está a transformar o utilizador em designer que cria e produz os seus próprios objetos (Kries & Lipsky, 2014, p. 60). Se considerarmos este desenvolvimento como uma possibilidade, o papel do designer parece ser posto em causa. Jongerius (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 30) parece discordar desta visão e afirma que será sempre necessário a visão especialista dos designers, tal como Konstantin Grcic (Kries & Lipsky, 2014, p.60) ao considerar que mesmo existindo a possibilidade de as ferramentas ficarem disponíveis para os utilizadores, existirá sempre a necessidade de alguém que literalmente dê forma aos produtos e que seja capaz de os situar entre as fronteiras do seu contexto. Grcic está convencido que o futuro do design encontra-se com a indústria (Kries & Lipsky, 2014, p.60).

Não se pretende no entanto afirmar que a tecnologia de impressão 3D não terá relevância para o design. O design digital e as ferramentas de fabricação são hoje tão ubíquas como inevitáveis, mas podem ser postas em prática em vários sentidos assim como seguir diferentes lógicas técnicas e culturais. As ferramentas digitais podem ser uma ajuda poderosa no processo criativo do designer, permitindo que formas tridimensionais visualizadas no ecrã possam ser facilmente imprimidas e testadas, assim como as tradicionais maquetes físicas

⁴³ Editora e curadora Italiana, editora da *Domus* e *Abitare*, atualmente curadora de design e arquitetura do MoMA de Nova Iorque, e responsável por exposições como *Design and the Elastic Mind* e *Talk to Me*.

podem ser facilmente digitalizadas e ajustadas no ecrã (Kries & Lipsky, 2014, p.130). Os designers de hoje usam cada vez mais *notations* físicas e digitais num processo quase inseparável, alternando entre projetar no papel e nos meios informáticos disponíveis, reexaminando e testando modelos físicos e digitais indiferentemente. Para Mario Carpo⁴⁴ (Kries & Lipsky, 2014, p.130) esta maneira de projetar *cross-way*, integrada, sintetiza a noção de “*digital craftsmanship*”. As ferramentas digitais tornam-se neste momento quase extensões protéticas da mão humana, ferramentas como aquelas que os artesãos sempre usaram para interagir e dar forma ao material. Possivelmente mais potentes e versáteis, mas correspondendo igualmente à mesma maneira reativa, sensorial e quase intuitiva de projetar e produzir objetos (Kries & Lipsky, 2014, p.131).

O projeto Agricultura Lusitana procurou, entre outros pontos, celebrar o artesanato da região. Foi sugerido por João Nunes⁴⁵, Diretor de Design do projeto, a utilização de sabedoria e *know-how* local para a produção dos produtos a ser desenvolvidos. O problema que surgiu em tentar seguir esta recomendação foi a inexistência de produção artesanal na Aldeia das Dez. Os entalhadores e douradores da aldeia são uma memória distante e atualmente não se produz qualquer tipo de artesanato. Esta perceção obrigou a estudar outras possibilidades de uma produção artesanal, ou pelo menos que representassem o artesanato local.

Como referido anteriormente, a produção industrial parece estar longe de refletir ou sugerir produtos de origem artesanal. Porém, neste caso pareceu ser a alternativa mais viável. Permite também responder à vontade de produzir um produto mais democrático. Tendo em conta que o projeto *DEZ* procurou ser funcional e utilizável, foi necessário ter em consideração a natureza da sua utilização. Um aspeto em 365 do IKEA que nos pareceu interessante é a possibilidade de substituição, de repor um prato partido por outro igual, sem a preocupação de entrar na loja e não encontrar o mesmo modelo. Foi desenvolvido para ser usado e inevitavelmente partir. Assumi uma posição democrática, de muito para todos com um nível de qualidade constante.

⁴⁴ Professor e crítico Italiano, Associative Professor de História da Arquitetura na French Schools of Architecture e professor visitante de História da Arquitetura na School of Architecture of Yale University. Autor de *Architecture in the Age of Printing: Orality, Writing, Typography, and Printed Images in the History of Architectural Theory*, de 2001.

⁴⁵ Designer gráfico Português, membro fundador do estúdio Atelier João Nunes and Pã Design no Porto, em 2004.



Figura 36 e 37: 365, Ikea / *Standard*, Teruhiro Yanagihara, 2012

De uma pesquisa realizada a projetos que envolvam indústria e localidade, deparou-se com 1616 / Arita Japan. Arita é uma cidade no sul do Japão que desde 1616 produz cerâmica fabricada por artesãos locais que usam o ingrediente distinto da região, argila feita a partir de brita. Inspirado pela habilidade e experiência dos artesãos locais, o designer Teruhiro Yanagihara⁴⁶ desenvolveu uma nova marca de produtos cerâmicos. Os produtos da 1616 / Arita Japan são fabricados nas mesmas fábricas em Arita mas a abordagem ao processo de design é completamente diferente. A marca defende a criação de produtos contemporâneos que possam ser usados no dia-a-dia mas que mantenham a robustez, a delicadeza e a execução manual extraordinária que define a loiça original da região⁴⁷. Este projeto permite a recuperação económica local ao recorrer à sua tradição, neste caso industrial.

A ausência de uma tradição industrial na Aldeia das Dez, assim como a inexistência de produção sob qualquer método de fabrico atualmente, obrigou a procurar por soluções fora da região. Louise Schouwenberg (2010, p. 182) explica como alguns designers conectam explicitamente a produção artesanal com a localidade geográfica. Uma vez que os materiais,

⁴⁶ Designer Japonês, diretor criativo da empresa de mobiliário Karimoku New Standard e na 1616 / Arita Japan.

⁴⁷ 1616 / arita japan. Home [em linha], 1616 / Arita Japan Web site. Acedido junho 8, 2016, em <http://artesãos.1616arita.jp/en/>.

as técnicas, a linguagem formal e os padrões de decoração são geralmente ancorados nas tradições locais, evocam assim um sentimento de reconhecimento e identidade. Esta consideração pode aparentar alguma importância numa época de globalização, mas para Schouwenberg (2010, p. 182) existem aspetos regressivos nesta tendência, pondo em causa a existência de uma ligação mais forte entre utilizador e produto quando existe uma clara conexão com o local de produção. Para Hella Jongerius (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 182) torna-se mais importante responder às necessidades do projeto do que à origem da sua produção.

Não se pretende descurar o briefing deste projeto, muito menos negar um dos seus principais requisitos. O que parece ser mais importante não é a origem da produção, mas o cuidado e a atenção que definem o processo e os produtos artesanais. Para Sam Hecth o cuidado representa o que é demonstrado na qualidade material ou no processo de produção do objeto. Mas não se limita à materialidade, podendo ser também sobre a comunicação e “*how beautifully it can be used*” (Colin & Hetch, 2010, p. 29). Procura-se então desenvolver um produto que englobe o espírito artesanal mas que contenha os benefícios da produção industrial, evitando assim a produção de edições limitadas e a impossibilidade de aquisição tanto por parte da população da Aldeia das Dez como de parte dos seus visitantes.

Considerando uma produção industrial, tornou-se também necessário escolher um material com o qual trabalhar. A porcelana acabou por se revelar a melhor opção, ao apresentar tanto uma maior qualidade material como uma maior resistência quando comparado com grés ou faiança. O preço material mais elevado pareceu-nos justificável pela maior resistência, que permite a utilização de espessuras mais finas e um maior controlo necessário nas diferenças de volumes. A porcelana permite também um acabamento de maior qualidade, ao revelar uma vitrificação transparente e um toque isento de porosidade e sonoridade, o que nos parece refletir o cuidado acima referido.

Assumindo a impossibilidade de ajuda por parte de um artesão profissional, necessário para o procedimento da maquetagem, tornou-se fundamental recorrer a outro processo. Considerando o tempo e os meios disponíveis a opção recaiu na impressão 3D. A utilização de ferramentas digitais acompanhou o desenvolvimento deste projeto desde o início, tendo o software Rhinoceros e Solidworks permitido o desenvolvimento de maquetes virtuais que concedem uma construção mais rápida mas fundamentalmente, e tendo em consideração as formas orgânicas dos entalhes, ajustável (anexo 9). Permite também uma visualização do conjunto, que revela uma noção geral que não é perceptível no esboço 2D. Realizados os estudos e desenvolvimento de maquetes rápidas, acompanhado pelo desenvolvimento em software 3D, a primeira prototipagem ocorreu na UBI. A rapidez na maquetagem representa mais tempo para o desenvolvimento em esboço ou desenho 3D. Não se apresenta como uma vantagem sobre o processo clássico de maquetagem manual, apenas como outra abordagem, uma que não permite um processo *hands on*, um desenvolvimento fluído e entendimento

físico do produto. Às vantagens deste processo de impressão 3D descritas no tema anterior unem-se a rapidez do processo assim como a sua precisão.

O desenvolvimento de um resultado que parece corresponder ao que se procura atingir, com os volumes do prato a refletirem os entalhes da Igreja Matriz, conduz o projeto para a fase seguinte, a prototipagem. Após verificar as falhas no projeto assim como as limitações da impressão digital da UBI, foi necessário recorrer a uma nova parceria. Através da rede Aldeias do Xisto, foi disponibilizado o seu Fab Lab localizado no Fundão. O equipamento disponível e o *know-how* técnico abriram oportunidades no que toca à prototipagem que não pareciam possíveis neste projeto.

3.3.4. Desenvolvimento *DEZ*

Com a definição da formalidade geral do projeto *DEZ* concluída, partimos para o desenvolvimento e refinamento de pormenores e acabamentos. Considerando Dieter Rams quando afirma “*truly functional design only comes from the most careful and intense attention to detail*” (Lovell, 2011 p.233), foi dispensado o tempo necessário para ajustar detalhes de forma a cumprir o resultado final pretendido.

Um dos primeiros detalhes, e também fundamental, foi a aplicação do frete. O frete é o círculo em relevo que se encontra na parte inferior dos pratos e que é aplicado com dois propósitos. O primeiro é permitir um processo de vitrificação mais rápido e homogêneo, fruto de ser a única área de contacto entre prato e superfície. Esta característica permite também maior higiene quando em utilização, pela altura existente entre a superfície inferior do prato e a face da mesa.

A definição da altura em particular teve grande importância no aspeto final do conjunto. Como resultado de uma pesquisa deparamo-nos com *Marc Newson by Noritake*, um *dinnerware* desenvolvido para a Qantas International First & Business por Marc Newson⁴⁸. O pormenor que nos interessou foi a aparência de levitar, transmitindo uma sensação de leveza ao conjunto. Esta característica foi conseguida no projeto *DEZ* através da aplicação do frete com baixa altura e com o menor diâmetro possível, tornando o frete o menos obstrutivo possível. Foi necessário levar em consideração, principalmente no prato de carne, a dimensão dos volumes aplicados, e um diâmetro mínimo que não tornasse a base instável. As dimensões aplicadas foram 0,48 centímetros de altura por 12,4 centímetros de diâmetro no prato de carne, 0,35

⁴⁸ Designer Australiano radicado em Inglaterra, estrela dos anos 1990 conhecido pelas formas curvas influenciadas pelo surf e presentes na *Lockeed Chaise Longue* e *Ford 021 C*. Colabora com a Apple.

centímetros de altura e 10,3 centímetros de diâmetro no prato de peixe e 0,35 centímetros de altura por 10 centímetros de diâmetro no prato de sopa.



Figura 38 e 39: *Marc Newson by Noritake, Marc Newson / Pormenor frete do prato de carne DEZ*

Como referido anteriormente, a primeira versão do prato apresentava a espessura das extremidades demasiado finas, sendo imperativo proceder à sua correção. A inserção dos 2mm necessários para atingir a rigidez requerida tornou as laterais visualmente pesadas. A solução desenvolvida foi modificar o perfil superior do prato, mantendo a linha exterior e alterando apenas a linha interior. Esta apresenta agora uma curvatura que termina para fora. A espessura dos pratos na parte inferior é de 5mm, assim como a das extremidades.

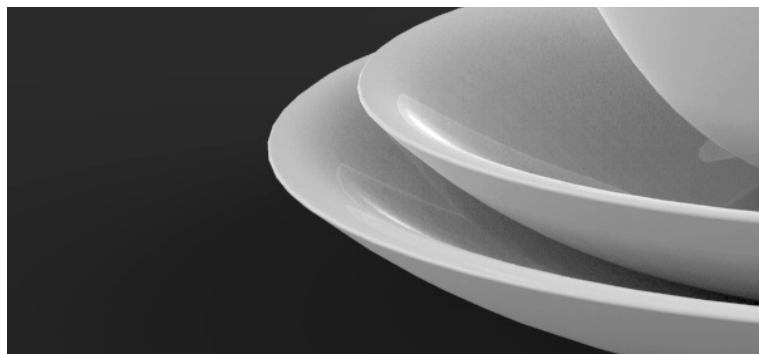


Figura 40: Pormenor da extremidade do conjunto *DEZ*

Com a idealização de um fabrico dos pratos em porcelana, um detalhe importante é o acabamento. As possibilidades neste campo são vastas. *Dinnerwares* como *Non-Temporary* da Hella Jongerius para a Royal Tichelaar Makkum, apresenta o próprio processo de produção como decoração e acabamento. Um pormenor interessante deste produto é a parcialidade da vitrificação que expõe parte da porcelana, sendo depois sobreposto por padrões decorativos. Outro projeto que partilha esta exposição material é *Colour Porcelain* de Scholten & Baijings⁴⁹ para a 1616 / Arita Japan. O duo de designers Holandeses recuperaram cores tradicionais Japonesas e criaram composições por camadas, que são aplicadas manualmente em várias texturas e variações de vitrificação que combinam com o próprio branco natural da porcelana de Arita⁵⁰.



Figura 41 e 42: *Non-Temporary*, Hella Jongerius, 2005 / *Colour Porcelain*, Scholten & Baijings, 2012

Para o projeto *DEZ* pareceu-nos relevante destacar os volumes que remetem para os entalhes. Entre diversas possibilidades, recorrer a um jogo entre a vitrificação e a própria porcelana revelou-se a mais interessante, numa celebração material como em *Non-Temporary*. Acaba também por criar uma ligação à tribuna da Igreja Matriz e ao seu acabamento em óleo que procura destacar o material que foi trabalhado, a madeira. A decisão recaí em não vitrificar os volumes nos pratos de peixe e carne, criando assim uma relação de distinção visual e de textura subtil. A memória dos douradores da Aldeia das Dez foi recuperada pelo uso da cor amarela, que neste projeto é aplicado no interior do prato de sopa. O motivo para esta

⁴⁹ Estúdio fundado em 2000 pelos designers Holandeses, Stefan Scholten e Carole Baijings, o seu trabalho é focado nos interiores e na exploração da cor.

⁵⁰ 1616 / arita japan. 1616 / SB “Colour Porcelain” [em linha], 1616 / Arita Japan Web site. Acedido junho 8, 2016, em http://artesãos.1616arita.jp/en/products/sb_colourporcelain/.

colocação, e considerando o princípio “white” de Kenya Hara, deve-se simplesmente à esperança de um futuro melhor para a aldeia por parte dos autores deste projeto.

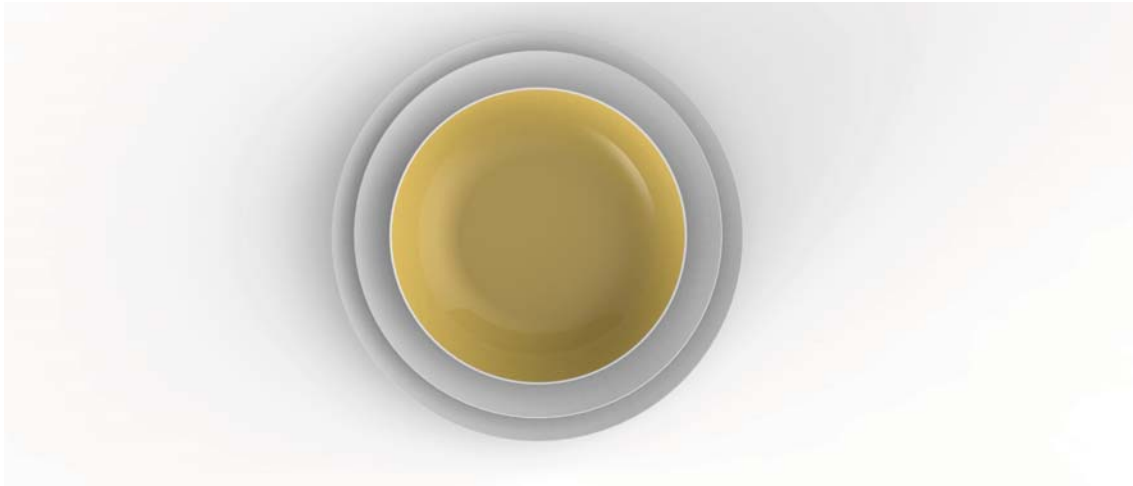


Figura 43: Pormenor de cor no prato de sopa *DEZ*

Para a segunda apresentação do projeto Agricultura Lusitana foi pedido o desenvolvimento de um cartaz de apresentação com o propósito de ser usado na exposição EUNIQUE 2015. Este cartaz deveria conter uma imagem e um pequeno texto descritivo do projeto. Selecionou-se uma fotografia de pormenor aos entalhes da tribuna da Igreja Matriz, que nos parece comunicar claramente qual a tradição que o projeto *DEZ* procura reinterpretar.

Durante o processo criativo do cartaz pareceu-nos coerente elaborar um logótipo para o projeto assim como uma embalagem para os pratos. Até este momento o nome do presente projeto não havia sido discutido, o que permitiu uma maior liberdade na criação do logótipo. A escolha do nome *DEZ*, claramente referente à aldeia no qual se baseia este projeto, permitiu desenvolver um logótipo que utiliza uma vista de perfil e de topo dos pratos para formar o número 10. O resultado procura apresentar-se como uma marca que comunica de forma clara e direta o que representa de forma subtil e elegante (anexo 10).



Figura 44 e 45: Primeira versão do cartaz de apresentação *DEZ* / Logótipo *DEZ*

O mesmo raciocínio foi aplicado na criação no desenvolvimento das embalagens. Considerando o tipo de cliente das Lojas Aldeias do Xisto, foram elaboradas embalagens para cada prato, com a ideia de permitir a aquisição de apenas uma unidade como lembrança. Neste conceito entra também o princípio de utilização de 365 do Ikea referido anteriormente. As embalagens apresentam no topo e numa das laterais uma vista de topo e de perfil, respetivamente, do produto que contém. O recorte de uma fotografia dos entalhes da Igreja Matriz preenche a lateral oposta e quando as três embalagens são sobrepostas complementam-se ao formar uma única imagem. Este pormenor procura reforçar o sentido de conjunto que são os três pratos (anexo 11).



Figura 46: Embalagens *DEZ*

3.3.5. *Industrial Craft*

Nas últimas décadas o movimento *craft* tem alcançado novos níveis de popularidade entre diversas áreas artísticas como a moda, a arquitetura e o design (Schouwenberg, 2015, p. 188). No entanto o *craft* e o design parecem ser dois campos distintos. Justin McGuirk⁵¹ (2011) refere que pelo menos desde a revolução industrial o designer e o artesão tem papéis tradicionalmente diferentes. Num mundo onde a produção se baseia no Fordismo, o designer cria os modelos que serão replicados por "*industrial craftsmen*" milhares de vezes, conduzindo à produção em massa que através do consumismo marcou a segunda metade do século passado.

O consumo em massa, segundo Louise Schouwenberg (2015, p. 35), é responsável pelo empobrecimento das relações que as pessoas desenvolvem com os seus objetos do dia-a-dia, típico de uma "*throwaway society*", de constantes tendências que facilmente convencem a descartar bons objetos. Schouwenberg (2010, p. 127) refere como os efeitos negativos que acompanham a produção industrial - o rápido ciclo de comprar, usar, deitar fora e comprar novamente - criou uma grande indiferença em termos de como lidamos com as coisas que nos rodeiam. O trabalho de Hella Jongerius combina produção artesanal com produção industrial para responder à falta de conexão entre objeto e utilizador, procurando uma durabilidade psicológica (Schouwenberg, 2015, p.35), a necessidade de as pessoas valorizarem os produtos com os quais se rodeiam (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 127).

B-Set, um conjunto de louça que Jongerius desenvolveu para a Royal Tichelaar Makkum, foi uma resposta à crescente desilusão provocada pela perfeição da indústria (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 233). Recorrendo a um ligeiro aumento da temperatura no forno de cozedura da cerâmica, as formas mantêm-se inalteradas mas dispõem de diferenças subtis, leves deformações e falhas que tornam cada peça única (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 127). Para Paola Antonelli, Jongerius (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 233) procura com *B-Set* a ligação existente entre o utilizador e o seu conjunto de loiça favorito, coberto com marcas de lembranças e histórias, introduzindo memória no produto através das cicatrizes que vão acumulando ao longo da vida e do uso.

⁵¹ Crítico Britânico, colabora com The Guardian e Icon, é consultor de design da Domus e diretor da Strelka Press. Autor de *Radical Cities: Across Latin America in Search of a New Architecture*, 2014.



Figura 47: *B-set*, Hella Jongerius, 1999

Hoje em dia, marcas visíveis de produção artesanal representam uma alternativa válida à produção em massa, mas como em qualquer tendência ou movimento, apresenta consequências positivas e negativas (Schouwenberg, 2015, p.36). Schouwenberg (2015, p. 36) refere como frequentemente nostalgia e significados autênticos são projetados em materiais, técnicas e tradições locais, enquanto inovações contemporâneas são ingenuamente esquecidas. Trata-se de fazer justiça tanto ao passado como ao presente, opinião partilhada por Jongerius, que procura evitar as armadilhas de sentimentalismo e nostalgia, de celebrar “*handicraft for handicraft’s sake*” (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 128), e afirma abordar o artesanato da perspetiva da indústria ao realizar exclusivamente experiências que possam ser reproduzidas (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 128), numa procura de introduzir diferenças individuais dentro da produção em série, e transladar soluções para o processo industrial (Schouwenberg, 2015, p.38).

Para McGuirk (2011), o que parece ser novo é o desejo de revelar o processo e não apenas o objeto final. Numa cultura pós-industrial que romantiza o artesanato, é um desejo que reafirma o valor do artesanal sobre o “*machine-made*”. Um campo onde o artesão parece capaz de competir com a indústria, é na valorização da atenção ao detalhe, à qualidade (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 181). Enquanto “*craftmanship*” é associado à ideia de atenção e cuidado, a indústria sugere standardização (Sudjic, 2009, p. 119).

No entanto o problema aparente do “*craft*” é a tendência de atingir preços elevados (McGuirk, 2011). Na década de 1970 o designer italiano Enzo Mari⁵² (McGuirk, 2011), indignado com a qualidade da mobília de baixo custo da época, desenvolveu um conjunto de projetos, designado *Autoprogettazione*, que distribuiu gratuitamente para que os utilizadores o pudessem construir recorrendo a algumas tábuas de pinho, um martelo e alguns pregos. McGuirk (2011) refere como hoje em dia o custo material para construir um armário projetado por Mari é superior ao preço de um armário do Ikea, e que, recorrendo a um artesão, o preço de montagem torna-se quatro vezes superior. A ideia de artesanato acessível numa economia global parece uma proposta proibitiva, pelo menos em países desenvolvidos.



Figura 48: *Autoprogettazione*, Enzo Mari, década de 70 do século XX

⁵² Designer e teórico Italiano, coordenador da Nuove Tendenze, 1963, defensor de design democrático, conhecido pela crítica acutilante e por produtos como a *Sedia 1* ou pelos calendários *Timor* e *Formosa*.

A proposta de voltar a uma economia baseada na produção artesanal é pouco plausível. O que parece existir é uma nostalgia pós-industrial pelo pré-industrial, uma romantização do “*handmade*” numa cultura com superabundância de objetos baratos de produção massificada uma vez que aspiramos a qualidade e não quantidade (McGuirk, 2011).

Stefan Scholten e Carole Baijings afirmam ser necessário a consciência de que as necessidades e a realização de um projeto não dependem do artesanato (Schouwenberg, 2015, p.38). McGuirk (2011) refere a ironia da aspiração ao “*craftsmanship*” por parte dos consumidores ocidentais enquanto a maioria da população mundial vive do artesanato local e aspira a produtos industrializados. A produção em massa é um fator essencial no design industrial (Schouwenberg, 2015, p.38), e um processo necessário para retirar biliões de pessoas de situações precárias (McGuirk, 2011).

A fronteira entre produção industrial e artesanal não é clara quando até a indústria automóvel recorre à produção manual (Schouwenberg, 2015, p. 40). Para Schouwenberg (2015, p. 40) quando técnicas artesanais são aplicadas de forma eficiente torna-se possível criar produtos acessíveis a um vasto número de pessoas. *Red White Vase* de Hella Jongerius parece entrar conceptualmente nessa categoria de produto. Recorrendo à combinação de um vaso formalmente artesanal que apresenta acabamentos que remetem ao artesanal com acabamento em tinta industrial proveniente da indústria automóvel (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 275), procura criar uma relação entre técnicas artesanais e industriais.



Figura 49: *Red White Vase*, Hella Jongerius, 1997

Para Jongerius “*the decorative traces of the working process (...) say something about the clash between past and present, and about the role of individuality within a serial process of production*” (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 126). Esta tensão entre artesanal e industrial parece ser a base da abordagem de Jongerius, numa procura pela da ligação entre técnicas tradicionais, padrões de decoração históricos, e técnicas e decorações contemporâneas (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 182). Trata-se de interpretar e reinterpretar, de introduzir nova vida na tradição e não repeti-la. Como resultado desta abordagem, técnicas antigas ganham novos significados e novas funções (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 185).

Enquanto artista criativo, existe um certo grau de responsabilidade no designer em refletir e retratar a era em que vive (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 128). Cada período necessita do seu registo. Para Jongerius (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 31) a interpretação desta era deve fazer justiça não só à saudade do passado, que parece aparecer em todo o lado, mas também ao presente. Jongerius defende o artesanato não porque deseja voltar atrás no tempo mas precisamente porque deseja dar o próximo passo. A indústria alcançou muito, mas também perdeu muito (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 128). O artesanato oferece uma resposta poderosa às restrições da indústria, mas deve ser incorporado de forma inteligente no processo industrial (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 31).

O Fab Lab Aldeias do Xisto dispõe de tecnologias e processos de fabrico que obrigaram a uma reflexão sobre a prototipagem final dos pratos. Quando procuramos, juntamente com João Nunes, um meio para produzir os protótipos finais foi sugerido Alberto Azevedo⁵³. Esta sugestão foi considerada no sentido de apresentar um protótipo final de produção artesanal e assim corresponder ao briefing da Agricultura Lusitana.

A utilização de mão profissional na realização do protótipo - uma pesquisa confirmou a qualidade do seu trabalho - parece também garantir um resultado final que faz jus à nossa vontade de apresentar - e representar - um produto de qualidade próxima da industrial. Este processo remete para o projeto *Vallauris*, onde um museu da aldeia provençal de Vallauris propôs a Jasper Morrison desenvolver uma edição limitada de cerâmicas produzidas por artesãos locais. Morrison desviou-se da regra autoimposta de não se concentrar em produção industrial⁵⁴ e acabou por criar um projeto que partilha a suavidade e clareza formal dos seus designs industriais, onde a melhor maneira de os implementar era através de moldes (Morrison, 2006, p. 164). Morrison (2006, p.164) justifica que o anonimato de um acabamento industrial é mais apropriado para objetos de uso diário que aqueles com acabamentos feitos à mão.

⁵³ Designer-artesão de Guimarães, cofundador do projeto A2 onde se dedica à cerâmica contemporânea.

⁵⁴ Design Museum. Jasper Morrison [em linha], *Design Museum Web site*. Acedido agosto 22, 2016, em <http://design.designmuseum.org/design/jasper-morrison.html>.



Figura 50 e 51: *Vallauris*, Jasper Morrison, 2000 / *Osso*, Ronan e Erwan Bouroullec, 2012

O que no fim parece importante para Morrison assim como para Hella Jongerius é a conexão do processo experimental com o processo industrial. Para Jongerius é esse o fundamento do design (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 126). A cadeira *Osso* de Ronan e Erwan Bouroullec para a *Mattiazzi*⁵⁵ parece unir os dois processos, a produção em série e o trabalho artesanal (Borges, 2014, p.335). Kenya Hara refere como a indústria Italiana de pequena escala integra a qualidade elevada do trabalho manual no processo de produção, que permite ao design Italiano atingir uma “originalidade abundante” (Hara, 2007, p. 426). No fundo partilha-se com Hella Jongerius a insatisfação com projetos temporários ou experimentações artísticas, e a vontade de que o desenvolvimento aponte para além da fase de protótipo (Schouwenberg *et.al.*, 2010, p. 126).

Com a definição da prototipagem final e com o ajuste dos detalhes finais dos pratos concluídos, recorreremos ao Fab Lab para produzir a maquete final. Com a comunicação realizada entre o Fab Lab e o artesão, fomos informados do processo necessário para iniciar a prototipagem. A opção de realizar os protótipos em cerâmica requer a produção de um molde de fabrico. Devido ao tempo limitado, o primeiro passo passou por construir dois moldes apenas, um negativo e um positivo do prato de carne onde será depois inserida a cerâmica . O

⁵⁵ Empresa Italiana, de dimensão familiar, conhecida por trabalhar em madeira e por aliar produção manual com produção industrial - robotizada.

responsável do Fab Lab considerou como melhor opção produzir os moldes em madeira, recorrendo assim à máquina CNC disponível. Optamos por madeira de pinho, pela maior facilidade em ser maquinada.



Figura 52: Molde negativo do prato de carne em madeira DEZ

A procura da relação entre o *craft* e o industrial no próprio processo de fabrico dos protótipos pareceu-nos interessante, por possibilitar um significado mais completo ao projeto final a apresentar na EUNIQUE 2015. No entanto este processo não se revelou eficaz. Aliando a falha de comunicação e a inexperiência dos recursos humanos do Fab Lab - com a maquinaria e o seu processo de funcionamento -, este foi um passo cujo resultados foram praticamente insignificantes.

O processo necessário para criar os moldes requereu um teste em *roofmate* para garantir a capacidade da CNC em produzir tal molde. Este teste foi maioritariamente positivo, porém a deslocação do molde durante o processo limitou a sua conclusão (anexo 12). Seguiu-se a produção dos moldes em madeira, que apesar de ultrapassar o tempo estimado de produção apresentaram boa qualidade (anexo 13). O problema surgiu quando nos deslocámos a Guimarães para entregar os moldes. Alberto Azevedo rapidamente nos informou que seria impossível realizar o processo com moldes de madeira, por ser um material que não permite a absorção da humidade da cerâmica. O erro de comunicação ditou a condenação de todo o processo. Azevedo explicou que seria necessário um protótipo do prato, possivelmente realizado por impressão 3D, para que pudesse assim realizar um molde e contramolde no material correto. Como forma de poupar tempo fomos informados que seria preferível produzir logo o molde e contramolde em madeira.

Este contratempo, numa altura de escasso tempo até à entrega final, ditou uma reformulação do processo de prototipagem. Como resultado, e após conversa com a entidade responsável pelo Fab Lab, os protótipos finais foram produzidos por impressão 3D em termoplástico ABS.

3.4. Produto final

O resultado do projeto *DEZ* desenvolvido para ser apresentado na feira internacional EUNIQUE 2015 através das Aldeias do Xisto consiste num conjunto de três pratos: sopa, peixe e carne. São acompanhados por três embalagens desenvolvidas especificamente para cada um dos pratos, por um molde negativo do prato de carne em madeira de pinho, fruto do contratempo ocorrido com o Fab Lab e incluído no conjunto com o intuito de ajudar na comunicação do projeto, parecendo-nos estabelecer a ligação entre a tradição dos entalhes da Aldeia das Dez presente no cartaz e o produto final.

A aparência final idealizada através de *renders* não se equipara com o resultado final. Os protótipos são apresentados no material resultante da impressão 3D, termoplástico ABS, e o único acabamento possível de realizar antes da entrega foi a suavização da superfície. Os protótipos de embalagens foram produzidos em cartolina de 240gr e o molde em madeira recebeu tapa-poros como processo de suavização.

O resultado deste projeto permitiu uma premiação internacional, no dia 25 de julho de 2015, o prémio *Design and Design*.



Figura 53: Protótipo do prato de carne e peixe *DEZ*



Figura 54: Protótipo do prato de carne e peixe *DEZ*



Figura 55: Pormenor dos volumes no prato de carne *DEZ*



Figura 56: Protótipo do prato de carne e peixe *DEZ*



Figura 57: Sessão fotográfica para o catálogo Agricultura Lusitana



Figura 58: Conjunto DEZ

Capítulo 4

Agricultura Lusitana: visibilidade nacional e internacional

4.1. EUNIQUE 2015

Como já referido, Agricultura Lusitana seria o tema central da participação das Aldeias do Xisto na EUNIQUE 2015, em Karlsruhe, na Alemanha, representando Portugal enquanto país convidado, que ocorreu entre os dias 8 a 10 de maio de 2015.

Este trabalho foi uma transposição da realidade das Aldeias do Xisto inspirada no contexto dos lugares, das suas comunidades, paisagens e culturas, resultando na criação de objetos significantes da memória e identidade.

O tema explorou o potencial que a agricultura permitiu na evolução do homem, na fixação aos lugares, no desenvolvimento dos artefactos e de toda a cultura rural, material e imaterial.



Figura 59: Stand Aldeias do Xisto, EUNIQUE 2015

O projeto *DEZ* apresentado neste presente trabalho enquadrou-se na vertente Escolas + Aldeias. Foram num total nove escolas superiores ligadas a nove diferentes aldeias inseridas na rede Aldeias do Xisto.

O stand no qual as Aldeias do Xisto, representado Portugal, apresentaram o tema Agricultura Lusitana na EUNIQUE 2015 pretendeu envolver o visitante no pulsar da terra lusitana, despertando os sentidos, evocando memórias e revelando o potencial da criatividade e produção nacionais. No mesmo espaço onde este projeto foi exposto foram, também, promovidos os serviços dos parceiros das Aldeias do Xisto (alojamento, restauração e animação) e foram disponibilizadas vários programas visita à rede. O espaço de 500 m² dividiu-se em cinco vertentes expositivas⁵⁶:

- 1 - Artífices + Designers: saber fazer e metodologia prometiam;
- 2 - Escolas + Aldeias: imersão na realidade das Aldeias;
- 3 - DECA UA + Fablab: fusão de alta e baixa tecnologia;
- 4 - Contendor vídeo: uma viagem pelos sentidos e pelo território das Aldeias do Xisto;
- 5 - Instalação: Cabras, mantas, cestas e escadas - ícones do território das aldeias do Xisto;
- 6 - Gastronomia: Espaço de degustação dos saberes e sabores locais.



Figura 60: Escolas + Aldeias no stand Aldeias do Xisto, EUNIQUE 2015

⁵⁶ Agricultura Lusitana. Press Kit [em linha]. *Agricultura Lusitana Web site*. Acedido agosto 12, 2015, em <https://app.box.com/s/moyq2xdhhowdrkgxa5vjdlm2kel9cncy/1/3450216330/28850077588/1>.

A presença de Portugal através da rede Aldeias do Xisto na EUNIQUE 2015 pretendia imprimir um resultado obtido através do estudo da potencialidade social e económica de várias aldeias portuguesas inseridas num território bastante próprio pela sua forma física e cultural, tentando modos renovados de aplicar os ensinamentos artesanais do passado.

Daqui nasceram objetos e produtos que recordam as raízes destes lugares mas que trazem a estética e funcionalidade do presente, numa lógica sustentável.



Figura 61: Conjunto DEZ, EUNIQUE 2015

4.2. UA: Apresentação Agricultura Lusitana 2015

A 9 de dezembro de 2015, foi inaugurada e apresentada a Agricultura Lusitana em forma de exposição no edifício da Reitoria da Universidade de Aveiro que esteve aí patente até ao dia 18 de fevereiro de 2016. Na sua data de inauguração foi promovida uma sessão de debate sobre a internacionalização do país a partir da cultura rural. A sessão, aberta pela reitora da Universidade de Aveiro Marlene Amorim, contou com a participação de representantes de várias entidades ligadas à Rede das Aldeias do Xisto e ao projeto Agricultura Lusitana: DECA, ADXTUR, CCDRC, Turismo do Centro de Portugal e AICEP.

A missão da Agricultura Lusitana foi estabelecer pontes de ligação com os públicos internacionais, não só através da EUNIQUE 2015, na Alemanha, mas também no Salão Internacional do Património Cultural, em Paris, consolidando a presença de Portugal no World Craft Council⁵⁷.

Seria nesta altura em que se encontrava já a decorrer uma estratégia conjunta entre a ADXTUR e a AICEP - Agência para o Investimento e Comercio Externo de Portugal - que tinha como objetivo ser vertida em protocolo, para, nos próximos anos, reforçar junto das suas delegações no estrangeiro a capacidade para comercializar bens e serviços produzidos no interior do país⁵⁸.



Figura 62: Agricultura Lusitana, UA 2015

4.3. Aldeias do Xisto e Agricultura Lusitana noutros meios

Este tema da Agricultura Lusitana foi também exposto e promovido a nível nacional.

Intitulado de "Encontros do *Craft* + Design", foram realizadas exposições no Fundão, no Casino Fundanense e na Loja Aldeias do Xisto da Barroca, entre 7 de agosto a 30 de setembro de 2015. Em ambos os espaços pretendeu-se a integração na trilogia *Craft* + Design + Identidade

⁵⁷ UA Online. Cultura [em linha]. *UA Online Web site*. Acedido novembro 23, 2015, em <https://uaonline.ua.pt/pub/detail.asp?c=44641>.

⁵⁸ Notícias de Aveiro. Iniciativas [em linha]. *Notícias de Aveiro Web site*. Acedido novembro 23, 2015, em <http://artesãos.noticiasdeaveiro.pt/pt/37835/exposicao-agricultura-lusitana-na-universidade-de-aveiro/>.

através de uma súpula dos projetos anteriores, Água Musa e L4Craft, juntamente com a 3a edição, Agricultura Lusitana⁵⁹.



Figura 63: Conjunto *DEZ*, Casino Fundanense 2015

A vertente Escolas + Aldeias ganhou alguma projeção nacional tendo sido publicado artigos sobre os objetos desenvolvidos pelas instituições superiores que participaram no projeto Agricultura Lusitana, como por exemplo na revista "Público", e também na sua plataforma online⁶⁰.

⁵⁹ Diário Digital Castelo Branco. Cultura [em linha]. *Diário Digital Castelo Branco Web site*. Acedido novembro 27, 2015, em <http://artesãos.diariodigitalcastelobranco.pt/detalhe.php?id=34616>.

⁶⁰ Público. Design [em linha]. Público Web site. Acedido novembro 30, 2015, em <https://artesãos.publico.pt/culturaipilon/noticia/agricultura-lusitana-1694962>.

Conclusão

Este projeto resulta da tensão existente da procura do relacionamento com o utilizador, com a indústria, e com o desejo de acrescentar uma visão pessoal à disciplina, na pesquisa de um intermédio indefinido cuja resolução é o resultado do próprio processo de projetar. Evitando relacionar-se exclusivamente com as exigências do mercado, com o briefing Agricultura Lusitana ou com os desejos e vontades de um utilizador imaginário, tencionou-se explorar um possível potencial que contribua para o pensamento e desenvolvimento da disciplina do design.

A procura da humanização neste projeto dispensou o recurso da mão humana, pelo menos no produto final. A reflexão de um produto utilitário, desenvolvido com a intenção de um uso diário, requer uma qualidade invisível, uma utilização inconsciente que a produção industrial parece permitir. A consideração do artesanato na era atual leva-nos a incluir a sua presença através da memória, em que se procura criar uma ligação entre utilizador e objeto que evite um consumo desapegado, frio e normalmente associado a produtos de origem industrial e massificada. A inclusão do artesanato no próprio processo de desenvolvimento deste projeto procura considerar as vantagens deste método à luz da atualidade, sendo expressas pelo carinho e cuidado que nos parece definir tanto o processo de produção artesanal como o processo de projetar um objeto. O resultado artesanal acaba por não ser representado fisicamente mas revela-se como uma qualidade que acrescenta valor, não quantitativo, ao produto final. Também à luz da atualidade, procura-se integrar um processo de evolução constante, ao se considerar a atual preocupação de aplicar novidades tecnológicas ao serviço de um bem maior, longe da existência fundamentada pela novidade e pela procura do lucro rápido. O recurso à impressão 3D no processo de desenvolvimento do projeto confirmou as enormes vantagens da evolução tecnológica. Quando aplicada numa linha que a conecte com o passado, de consciência e consideração pelo que foi feto e por onde parece ser possível ir, permite desenvolver produtos com maior capacidade de alcance, capazes de uma repercussão maior no campo do design e na vida do utilizador.

O que se procurou fundamentalmente com o projeto DEZ foi oferecer *“the full picture”* da realidade da Aldeia das Dez. Procurou-se manter um equilíbrio na relação entre a ideia, o preço, a função e a forma. Para Hella Jongerius isto representa um puzzle complicado, onde cada *“layer has to be right, every string has to be played and in combination lead to renewal”* (Schouwenberg et.al., 2010, p. 128). Enquanto designers procurou-se criar uma soma total que é maior que o denominador comum.

Bibliografia

Alessi, A. (2010). Ovale collection. *Bouroullec*. Acedido novembro 23, 2014, em <http://www.bouroullec.com/?p=212>

Anónimo. (2015). Artesãos + Designers. *Agricultura Lusitana*. Acedido setembro 2015, 28, 2015 em <http://www.agriculturalusitana.com/pt/artesaos-designers/>

Anónimo. (2004). Nymphenburg Sketches - Flowers and Game. *Jongeriuslab*. Acedido janeiro 18, 2015, em <http://www.jongeriuslab.com/work/nymphenburg-sketches-flowers-and-game>

Anónimo. (2006). Jasper Morrison. *Design Museum*. Acedido setembro 2, 2016, em <http://design.designmuseum.org/design/jasper-morrison.html>

Anónimo. (2011). L'Oiseau. *Bouroullec*. Acedido dezembro 12, 2014, em <http://www.bouroullec.com/?p=224>

Anónimo. (2012). 1616 / S&B "Colour Porcelain" Design: Scholten & Baijings . 1616 /Arita. Acedido janeiro 7, 2015, em http://www.1616arita.jp/en/products/sb_colourporcelain/

Anónimo. (2014). Kokeshi. *Bouroullec*. Acedido dezembro 14, 2014, em <http://www.bouroullec.com/?p=276>

Anónimo. (2014). TAC - Big Cities. *Kilo*. Acedido janeiro 5, 2015, em <http://kilodesign.dk/work/tac/>

Anónimo. 1616 / Arita Japan. 1616 / Arita. Acedido janeiro 13, 2015, em <http://www.1616arita.jp/en/>

Anónimo. Eames House Bird. *Vitra*. Acedido agosto 23, 2016, em <https://www.vitra.com/en-cz/product/eames-house-bird>

Anónimo. Marc Newson by Noritake. *Noritake*. Acedido outubro 18, 2014, em <http://www.noritake.com.au/our-collection/by-category/designer-tableware/marc-newson-by-noritake>

Baudrillard, J. (2005). *Le Système Des Objets*. London: Verso.

Borges, A. (2009). *Simplificação e redução*. Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, Porto.

BORGES, A.N.R.P. (2014). *Normal: memória, invisibilidade e significado nos objectos*. Dissertação de Doutoramento, Departamento de Comunicação e Arte - Universidade de Aveiro, Portugal.

Colin, K., & Hecht, S. (2010). *Usefulness in Small Things*. New York: Rizzoli International Publications.

Economist, T. (2012, April 21). The third industrial revolution. *The Economist*. Acedido abril 12, 2015, em <http://www.economist.com/node/21553017>.

Foster, H. (2011). *Design and Crime*. London: Radical Thinkers.

Fukasawa, N., & Morrison, J. (2007). *Super normal*. Baden: Lars Muller Publishers.

Fukasawa, N. (2010). *Design Inevitable: Humans, Things and Environments*. Acedido agosto 5, 2016, em <https://vimeo.com/40652598>

Hara, K. (2007). *Designing design*. Baden: Lars Muller Publishers.

Hara, K. (2010). *White*. Baden: Lars Muller Publishers.

Hecht, S., & Colin, K. (2005). *Industrial Facility: Product as Landscape*. London: Industrial Facility.

Jongerius, H; Shouwenberg, L. (2015). Beyond the new. A search for ideals in design. *Jongeriuslab design studio*. Acedido abril 4, 2015, em <http://beyondthenew.jongeriuslab.com/>.

Julier, G. (1993). *The Thames and Hudson Encyclopedia of 20th Century Design and Designers* (pp. 216). London: Thames & Hudson.

Koivu, A., Bouroullec, R., & Bouroullec, E. (2012). *Ronan and Erwan Bouroullec: Works*. London: Phaidon

Kries, M., & Lipsky, J. (2014). *Konstantin Grcic: Panorama*. Weil am Rhein: Vitra Design Museum

Lovell, S. (2011). *Dieter Rams: As Little Design as Possible*. London: Phaidon Press.

McGuirk, J. (2011, August 1). The art of craft: the rise of the designer-maker. *The Guardian*. Acedido setembro 21, 2015, em <https://www.theguardian.com/artanddesign/2011/aug/01/rise-designer-maker-craftsman-handmade>

Morrison, J. (2006). *Everything But the Walls*. Baden: Lars Muller Publishers.

Rawsthorn, A. (2013). *Hello World*. London: Penguin.

Rawsthorn, A., Mréjen, V., & Troncy, É. (2012). *Ronan & Erwan Bouroullec*. Metz: Centre Pompidou-Metz

SCHOUWENBERG, L. (2016, March 7). Incubating the Design Author. *Disegno*. Acedido junho 10, 2016, em <https://www.disegnodaily.com/article/incubating-the-design-author>

Schouwenberg, L., Antonelli, P., Rawsthorn, A., & Boom, I. (2010). *Hella Jongerius: Misfit*. London: Phaidon Press.

Schouwenberg, L., Grootens, J. (2015). *Reproducing Scholten & Baijings*. London: Phaidon Press.

Sudjic, D. (2009). *The Language of Things*. London: Penguin UK.

Sudjic, D. (2015, January 27). When we knew what good design was. Deyan Sudjic on Max Bill's "Die Gute Form". *Uncube*. Acedido julho 17, 2016, em <http://www.uncubemagazine.com/blog/15161005>

Suri, J. F. (2005). *Thoughtless Acts?* San Francisco: Chronicle Books.



Anexos

Anexo 1

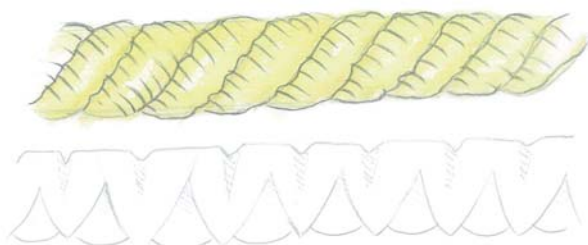
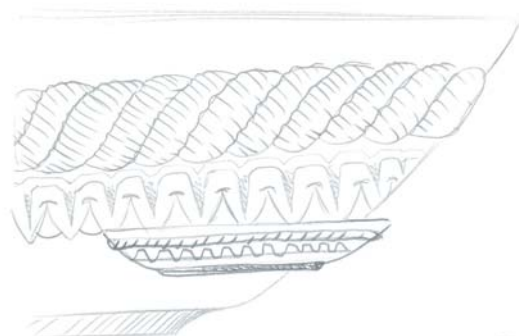
Cronograma Escolas + Aldeia

	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Janeiro	Fevereiro	Março	
Projeto Escolas Superiores		<p>8-9-10- RS+JN+BR+KT</p> <p>LANÇAMENTO PROJETO OBJETIVOS REFERÊNCIAS INSPIRAÇÃO</p> <p>Local Barroca 10 Profs 20 alunos</p> <p>3 dias 2 noites 8 chegada 9 Apresentação projeto mindshake in 10 regresso</p> <p>SEQUÊNCIA ></p> <p>INVESTIGAÇÃO</p> <p>RECOLHA DE DADOS</p> <p>IDENTIFICAÇÃO DO TEMA</p> <p>DESENVOLVIMENTO DO CONCEITO APRESENTAÇÃO E TROCA SINTÉTICA DE IDEIAS</p> <p>28 troca de ideias via net Feedback</p>	<p>SEQUÊNCIA ></p> <p>ANTE PROJETO</p> <p>MATERIALIZAÇÃO DA IDEIA proposta artefacto + comunicação</p> <p>26-27-28 - JN+RS+BR-CA</p> <p>REUNIÃO DE PROJETO MAQUETES 3 D</p> <p>+POSTER DA COMUNICAÇÃO</p> <p>Local Barroca 10 Profs 20 alunos 3 DIAS 2 noites 25 Chegada 26 Sessão trabalho 27 Regresso</p>	<p>SEQUÊNCIA ></p> <p>PROJETO FINAL</p> <p>PROTOTIPO + COMUNICAÇÃO</p>			<p>12-13-14 - JN+RS+BR-CA</p> <p>REUNIÃO DE PROJETO</p> <p>MAQUETES 3D E POSTER DA COMUNICAÇÃO Propostas Finais</p> <p>Local Barroca 10 Profs 20 alunos 3 DIAS 2 NOITES</p>	<p>SEQUÊNCIA ></p> <p>12-</p> <p>PROTOTIPO FINAL PARA A EXPOSIÇÃO + POSTER OU SOLUÇÃO DIGITAL DA COMUNICAÇÃO DO PROJETO E REGISTO DO PROCESSO</p> <p>(Digital ou analógico Tablet - Poster)</p> <p>20-RS+JN+BR FP- LA- Reitoria</p> <p>APRESENTAÇÃO PÚBLICA VALORAÇÃO DOS RESULTADOS</p> <p>Local UNIVERSIDADE DE AVEIRO REPRESENTANTES DAS ESCOLAS</p>

Anexo 2

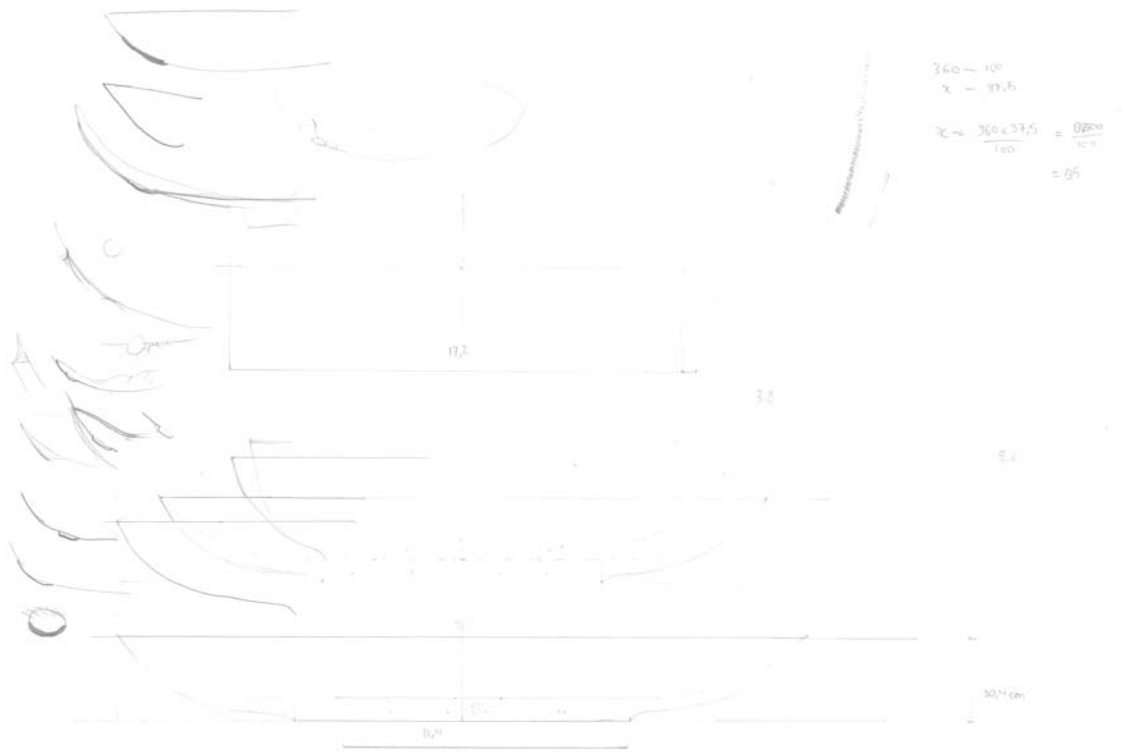
Esboços do formato *coup* e laterais

Plato Principal



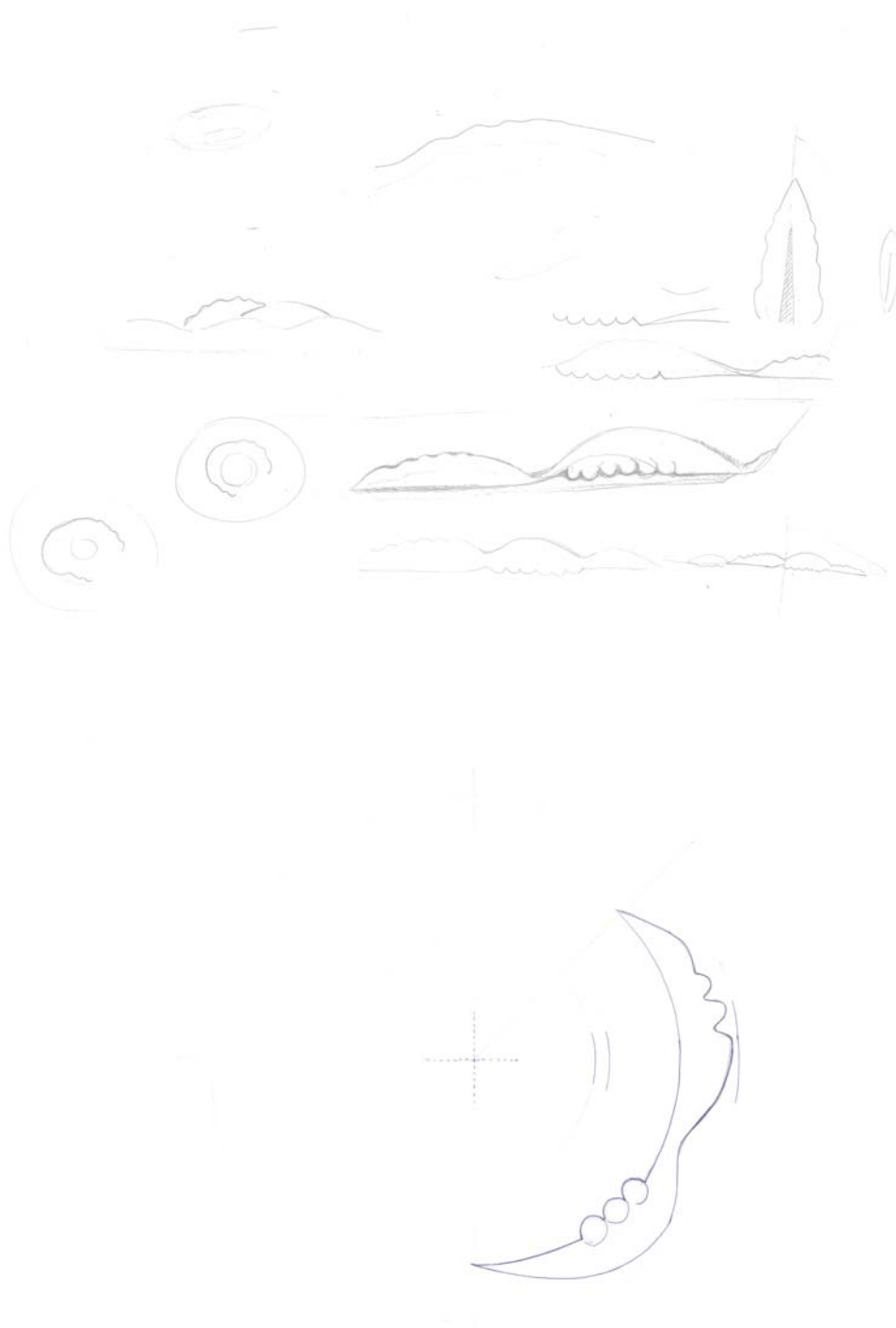
Anexo 3

Esboços dos perfis e estudo de medidas



Anexo 4

Esboços de estudo dos volumes



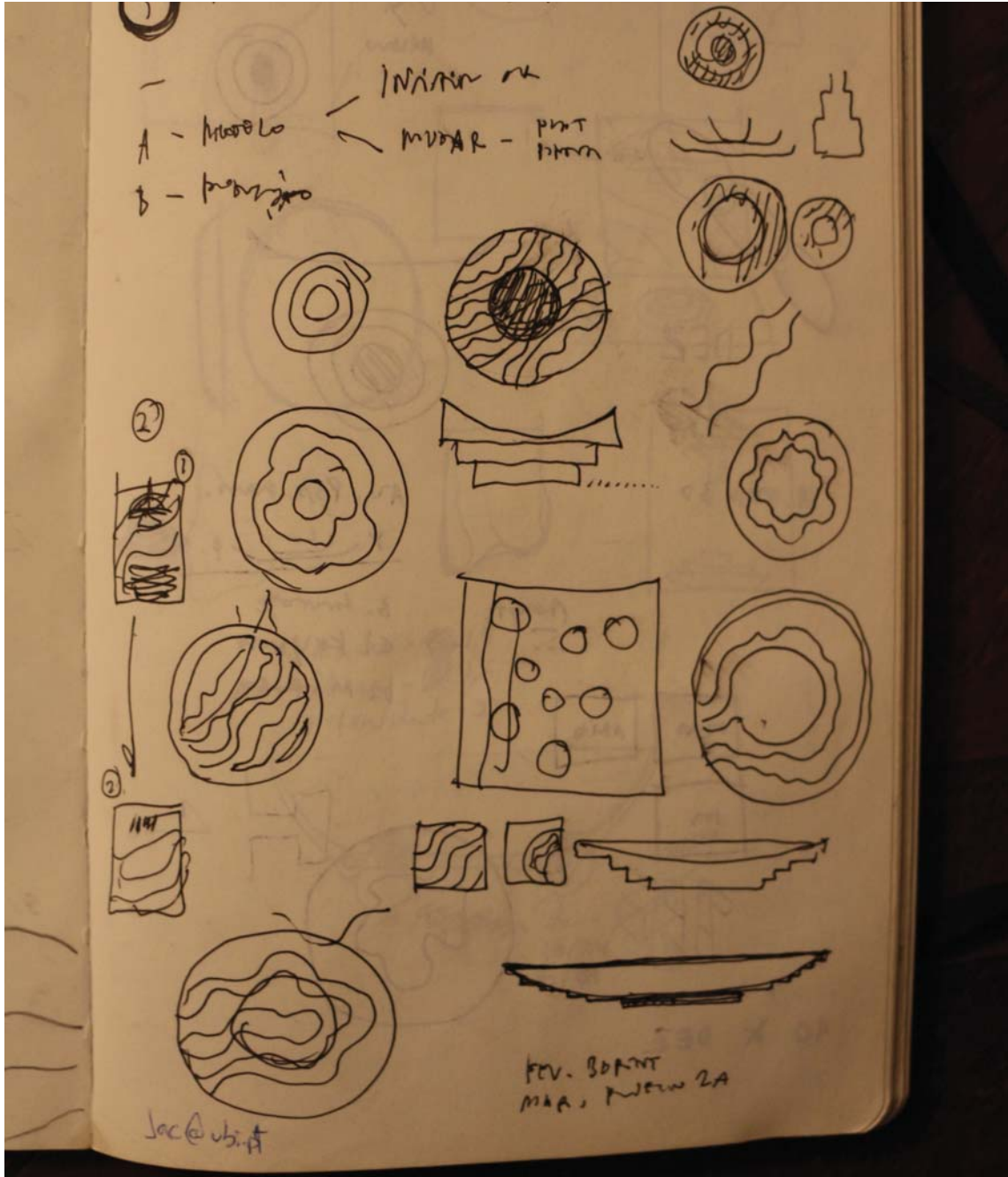
Anexo 5

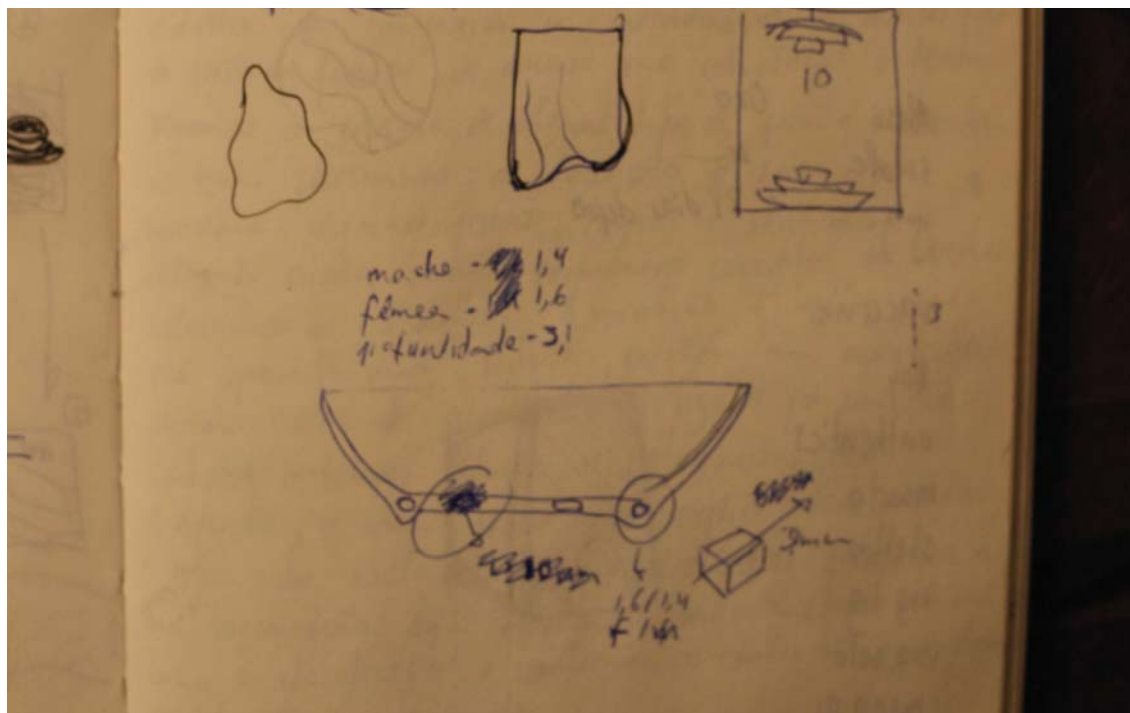
Maquetes de estudo



Anexo 6

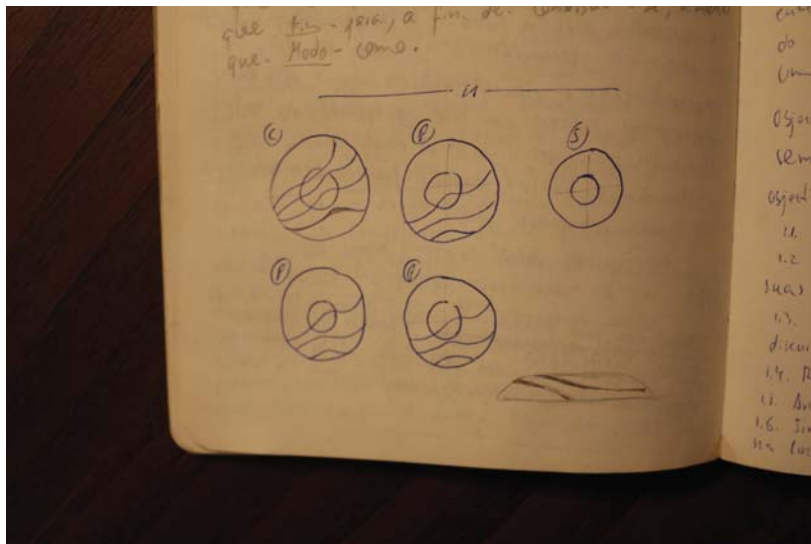
Esboços e renders da 2ª versão





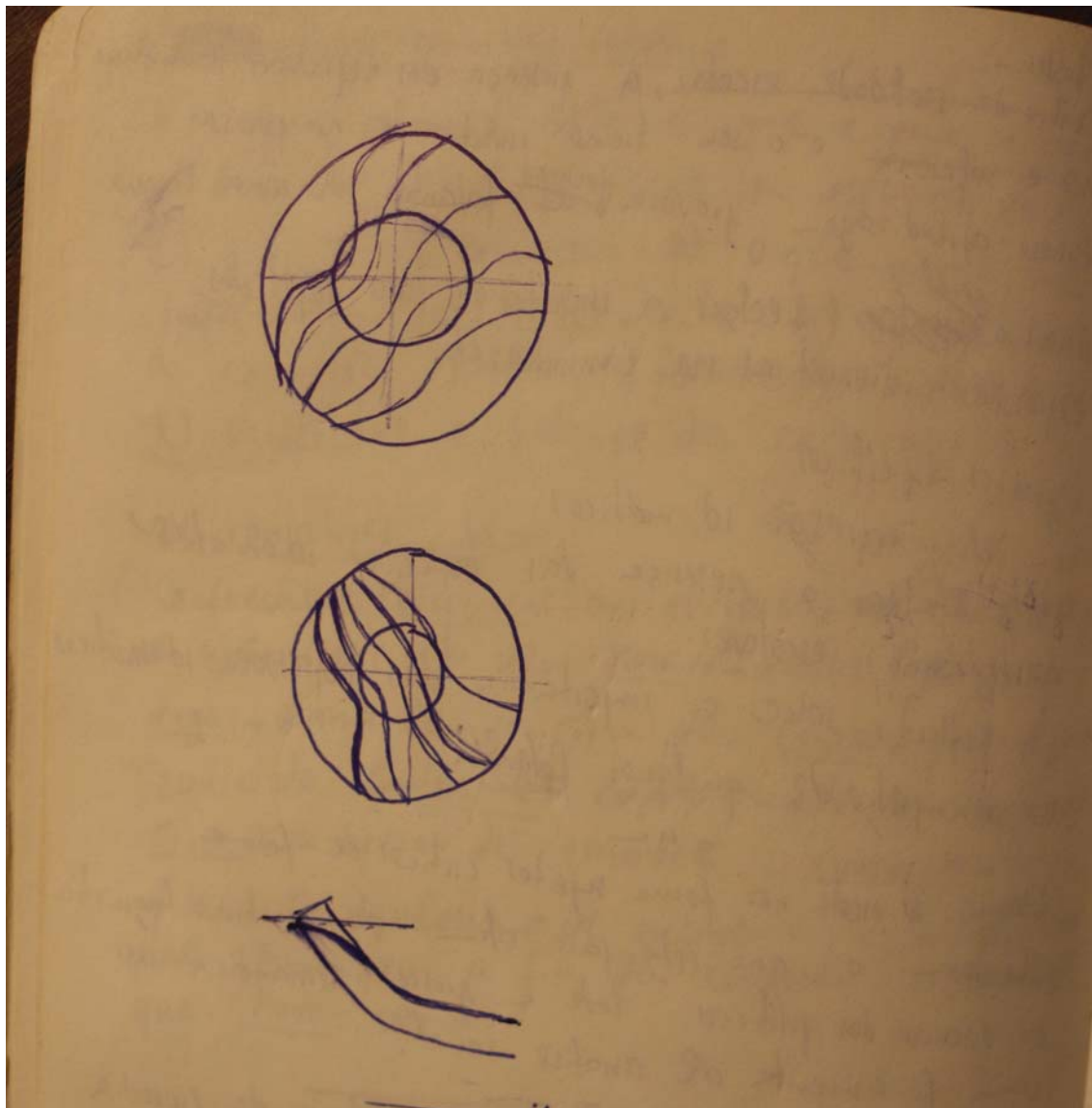
Anexo 7

Esboços de estudo da forma final



Anexo 8

Esboços da forma final do prato de carne e peixe



Anexo 9

Evolução do projeto 3D





Anexo 10

Desenvolvimento do cartaz e estudo da marca





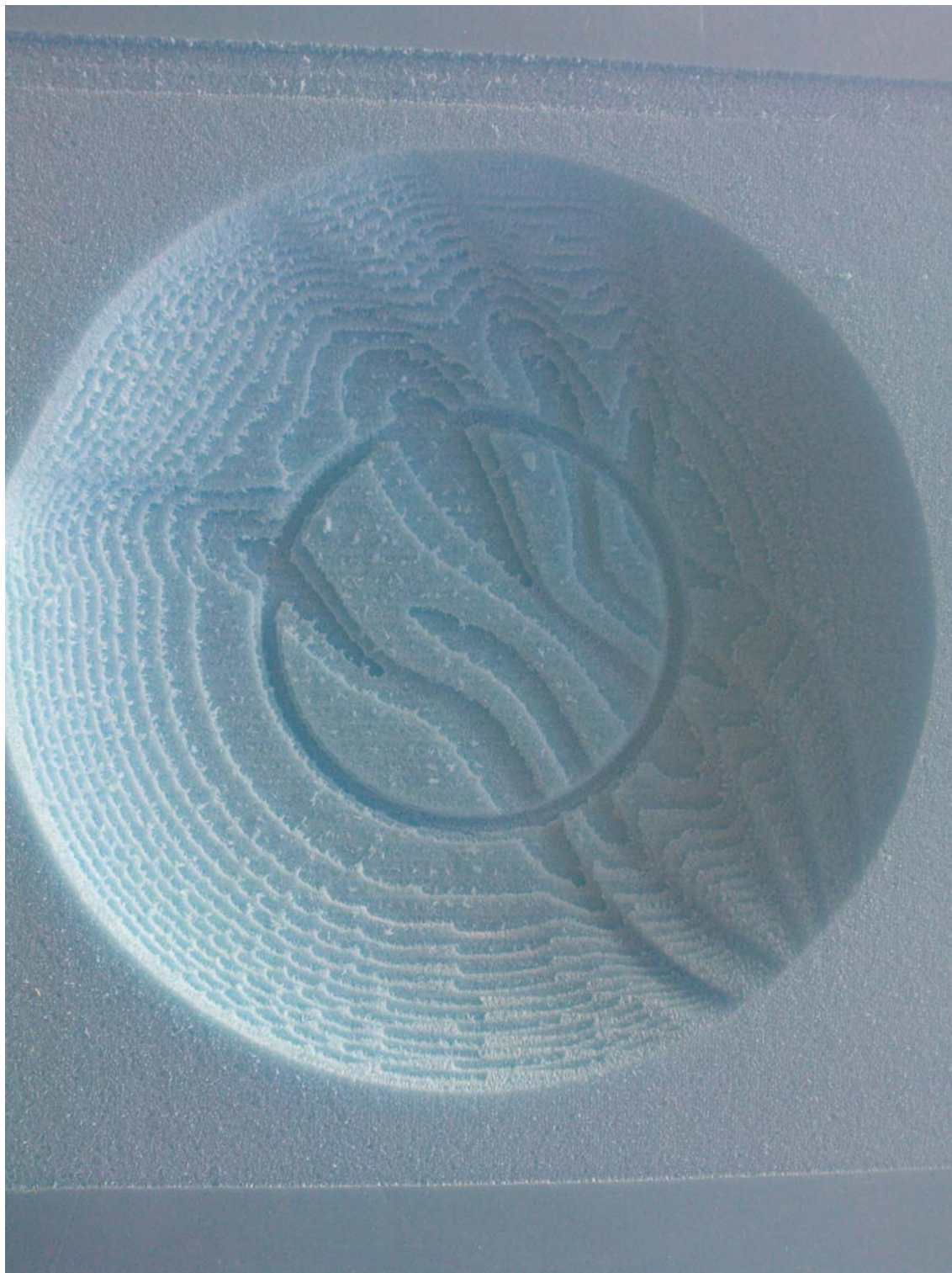
Anexo 11

Embalagens



Anexo 12

Molde em *roofmate*



Anexo 13

Molde

