

CRIA + projetos *RED UMBRELLA*

Sofia Aleixo Oliveira

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

Orientador: Prof. Doutor Afonso Nuno Ramanho de Pinho Borges
Co-orientador: Ana Teresa Filipe Simões
Fábio Emanuel da Silva Pereira

dezembro de 2020

Agradecimentos

Aos meus co-orientadores Ana Teresa Filipe Simões e Fábio Emanuel da Silva Pereira, pela coordenação e orientação nesta fase final do meu percurso académico.

Ao Bruno Serrão pela oportunidade e ao Gustavo Ramos pela ajuda e pelo apoio.

À minha colega e amiga de curso e de estágio Natalina Carmo, pelo companheirismo e pela sua amizade.

Aos meus amigos, pelo apoio incondicional, por acreditarem em mim e a todas as outras pessoas envolvidas durante este meu percurso. Um especial agradecimento aos meus amigos de faculdade Rita Pereira, Jennifer Santos, Ana Vieira, Miguel Rocha e Luís Lopes.

Aos meus pais, pelos sacrifícios que fizeram e pela ajuda incondicional porque sem eles isto tudo não seria possível.

Ao Ricardo, por nunca me deixar baixar os braços.

Resumo

O presente relatório descreve os projetos desenvolvidos no estúdio *RED Umbrella store & studio*, desenvolvidos ao longo de um estágio curricular de seis meses, integrado no mestrado de Design Industrial da Universidade da Beira Interior.

Pela importância que assumiu ao longo do estágio e pelo seu contributo na definição dos princípios de uma abordagem pessoal o projeto “CRIA” torna-se o centro do relatório. O projeto foi realizado a título individual que em simultâneo era acompanhado e orientado pelo responsável do estúdio. Nele constam também todas as etapas pelo que o projeto passou desde o briefing, lançado pelo estúdio, à criação e maquetagem. Para além deste projeto, neste relatório encontram-se divulgados projetos de mobiliário concretizados ao longo do estágio para a marca *RED Umbrella* bem como para outros clientes.

Ao longo do relatório é abordada a importância da evolução tecnológica e a sua influência no nosso quotidiano, mas em contrapartida a sua ligação com o passado, recuperado através da memória, demonstrando como o passado e o futuro se podem complementar a fim de criar uma ligação emocional entre o produto e o utilizador, evidenciando que a aproximação de ambos os elementos é uma necessidade.

Este trabalho é o resultado de uma recolha de informação sobre tecnologia, novos hábitos e formas de estar, e do relacionamento e aplicação dessas ideias no projeto apresentado.

Palavras-chave

Design, Tecnologia, Hábitos, Simplicidade, Espaço, Ligação, Simplicidade

Abstract

This report describes the projects developed at the RED Umbrella store & studio, developed over a six-month internship, integrated in the Master of Industrial Design at the University of Beira Interior.

Due to the importance it assumed throughout the internship and for its contribution in defining the principles of a personal approach, the “CRIA” project becomes the center of the report. The project was carried out on an individual basis, which was simultaneously monitored and guided by the person in charge of the studio. It also contains all the stages the project went through from the briefing, launched by the studio, to the creation and layout. In addition to this project, this report discloses furniture projects implemented throughout the internship for the RED Umbrella brand as well as for other clients.

Throughout the report, the importance of technological evolution and its influence on our daily lives is addressed, but in return its connection with the past, recovered through memory, demonstrating how th

e past and the future can complement each other in order to create a connection between the product and the user, showing that the approximation of both elements is a necessity.

This work is the result of a collection of information about technology, new habits and ways of being, and the relationship and application of these ideas in the presented project.

Keywords

Design, Technology, Habits, Simplicity, Space, Bonding, Simplicity

Índice

Capítulo 1	1
Introdução	1
1.1 RED Umbrella store & studio	1
1.2. Objetivos	2
1.3. Metodologia	2
Capítulo 2	5
Projeto CRIA	5
2.1. Inserção da tecnologia	5
2.2. Redução e simplicidade	16
2.3. Espaço e atmosfera	24
2.4. Ligação emocional	28
2.5. Processo	37
2.6. Maquetagem.....	45
2.7. 3D e conhecimento técnico	46
2.8. Origem CRIA	49
Capítulo 3	51
Projetos RED UMBRELLA	51
3.1. Secretária SEDE Guilherme Teixeira, SA.....	52
3.2. Secretária RED Umbrella	53
3.3. Room Butler	54
Conclusão	57
Bibliografia	60

Lista de Figuras

Figura 1. Chair One, Konstantin Grcic (2004)

(Fonte: https://www.magisdesign.com/product/chair_one/)

Figura 2. Valentine, Ettore Sottsass (1968)

(Fonte: <https://www.phaidon.com/agenda/design/articles/2016/september/14/how-ettore-sottsass-made-the-typewriter-sexy/>)

Figura 3. Stool Tool, Konstantin Grcic (2018)

(Fonte: <https://cremadesign.co.za/shop/stool-tool/>)

Figura 4. Mayday, Konstantin Grcic (1999)

(Fonte: <https://flos.com/products/table/mayday/mayday/>)

Figura 5. Grid, Ronan e Erwan Bouroullec (2019)

(Fonte: <https://www.establishedandsons.com/journal/beyond-the-9-5>)

Figura 6. Cyl, Ronan e Erwan Bouroullec (2016)

(Fonte: <https://www.dezeen.com/2016/10/28/bouroullec-brothers-vitra-cyl-office-furniture-design-orgatec-2016/>)

Figura 7. Ink, Jasper Morrison (2016)

(Fonte: <https://muwooden.com/fold-down-desk/>)

Figura 8. SK 4 Phonouser, Dieter Rams (1956)

(Fonte: <https://www.moma.org/collection/works/2649>)

Figura 9. T 1000, Dieter Rams (1962)

(Fonte: <https://collection.maas.museum/object/474059>)

Figura 10. The crate, Jasper Morrison (2006)

(Fonte: <https://jaspermorrison.com/projects/storage/the-crate>)

Figura 11. Juicy Salif, Philippe Starck (1990)

(Fonte: <https://www.starck.com/juicy-salif-alessi-p2009>)

Figura 12. Estudos de forma

(Fonte: autora)

Figura 13. Fionda, Jasper Morrison (2013)

(Fonte: <https://www.mattiazzi.eu/product/mc6-fionda/>)

Figura 14. Escrivaninha antiga de madeira maciça

(Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/564849978243851331/>)

Figura 15. Exploração de ideia

(Fonte: autora)

Figura 16. Déjà-vu stool, Jasper Morrison (2005)

(Fonte: <https://naotofukasawa.com/projects/477/>)

Figura 17. Sofa, Jasper Morrison (1993)

(Fonte: <https://jaspermorrison.com/projects/sofas/vitra-sofa>)

Figura 18. Sócrates, Jasper Morrison (1998)

(Fonte: <https://jaspermorrison.com/projects/kitchenware/socrates>)

Figura 19. Drinking Glass Family, Jasper Morrison (2007)

(Fonte: <https://www.twentytwentyone.com/products/alessi-jasper-morrison-glass-family-red-wine-glass?variant=29459502596207>)

Figura 20. Tom and Jerry, Konstantin Grcic (2011)

(Fonte: <http://konstantin-grcic.com/projects/tom-jerry/>)

Figura 21. PP Filebox, MUJI

(Fonte: <https://www.muji.us/store/furniture-interior/storage-organizers/pp-file-box.html>)

Figura 22. Globalight, Karim Rashid (2008)

(Fonte: <https://www.yatzer.com/globalight-karim-rashid-veuve-clicquot-rose>)

Figura 23. CD Player, Naoto Fukasawa (1999)

(Fonte: <https://naotofukasawa.com/projects/540/>)

Figura 24. W11K, Naoto Fukasawa (2003)

(Fonte: <https://naotofukasawa.com/projects/401/>)

Figura 25. Esboço final de forma (exterior)

(Fonte: autora)

Figura 26. Estudos de abertura e área de trabalho

(Fonte: autora)

Figura 27. Pormenor da abertura das escrivaninhas antigas

(Fonte: autora)

Figura 28. Pormenor da abertura da peça

(Fonte: autora)

Figura 29. Serif, Ronan e Erwan Bouroullec (2015)

(Fonte: <http://www.bouroullec.com/?p=285>)

Figura 30. Pormenor do mecanismo de abertura da peça

(Fonte: autora)

Figura 31. Pormenor do mecanismo de extensão da área de trabalho

(Fonte: autora)

Figura 32. Estudos de arrumação

(Fonte: autora)

Figura 33. Esboço de arrumação

(Fonte: autora)

Figura 34. Explicação da instalação da iluminação

(Fonte: autora)

Figura 35. Esboço final da peça

(Fonte: autora)

Figura 36. Maquete (1)

(Fonte: autora)

Figura 37. Maquete (2)

(Fonte: autora)

Figura 38. Maquete (3)

(Fonte: autora)

Figura 39. Maquete (4)

(Fonte: autora)

Figura 40. Render final (1)
(Fonte: autora)

Figura 41. Render final (2)
(Fonte: autora)

Figura 42. Render final (3)
(Fonte: autora)

Figura 43. Render final (4)
(Fonte: autora)

Figura 44. Render final em ambiente
(Fonte: autora)

Figura 45. Secretária para a sede Guilherme Teixeira, SA (ambiente)
(Fonte: autora)

Figura 46. Secretária para a sede Guilherme Teixeira, SA (perspetiva)
(Fonte: autora)

Figura 47. Secretária para a sede Guilherme Teixeira, SA (vista superior)
(Fonte: autora)

Figura 48. Secretária *RED Umbrella*
(Fonte: autora)

Figura 49. Secretária *Red Umbrella* (perspetiva)
(Fonte: autora)

Figura 50. Secretária *RED Umbrella* (vista superior)
(Fonte: autora)

Figura 51. *Room Butler*
(Fonte: autora)

Figura 52. *Room Butler* (opções em perspetiva)
(Fonte: autora)

Capítulo 1

Introdução

Para a conclusão do Mestrado no curso de Design Industrial pela Universidade da Beira Interior (UBI) são propostas três soluções: Projeto final, Dissertação ou Estágio curricular. Pela necessidade de ganhar experiência e explorar a área de estudos em contexto de trabalho real, a decisão passou pela realização de um estágio curricular com duração de seis meses. A oportunidade surgiu por parte do estúdio *RED Umbrella store & studio* que abriu portas para uma experiência enriquecedora num período compreendido entre outubro de 2018 e abril de 2019.

O presente relatório tem como finalidade expor o processo de projetos executados e pretende descrever de forma mais aprofundada um projeto individual realizado em simultâneo com os referidos anteriormente, a fim de enriquecer ainda mais esta experiência.

1.1 RED Umbrella store & studio

Sediada em Matosinhos, a *RED Umbrella* é um estúdio que conta com mais de 20 anos de experiência no setor da arquitetura e *design*. Os seus produtos e conceitos são caracterizados por um processo a que chamam evolução racional do desenho, de onde provém o nome *RED (Rational Evolution Design)*. Esta perspetiva pretende que os seus clientes compreendam que o *design* os pode proteger, surgindo o complemento *Umbrella* (guarda-chuva). O objetivo pelo qual foi criada deve-se à dedicação em melhorar a qualidade dos espaços que habitamos, juntando as duas áreas para criar interiores, mobiliário e acessórios que sejam funcionais e inspiradores. A *RED Umbrella* procura ter como princípio a liderança da utilização de materiais duradouros e construção de qualidade dando aos mesmos uma estética arrojada e elegante.

Na vertente do *design* de produto, o objetivo do estúdio é a criação de produtos novos e inovadores, como mobiliário ou iluminação, em que a principal finalidade é o enquadramento em espaços interiores de projetos de arquitetura que o estúdio executa, tornando cada uma numa peça única. Paralelamente eram executados outro tipo de peças, únicas, com o fim de alargar a linha de mobiliário da marca *RED Umbrella* produzidos maioritariamente em madeira maciça de nogueira ou carvalho.

1.2. Objetivos

Os objetivos do estágio curricular passam pela aprendizagem em contexto real de trabalho na área do *design* industrial e de produto, pela aplicação dos conhecimentos adquiridos durante os anos anteriores, compreensão do mercado de trabalho, os diversos públicos alvo. De acordo com o responsável da *RED Umbrella*, em simultâneo com a realização de projetos embebidos na filosofia do estúdio, existiu a possibilidade de desenvolver um projeto próprio com algumas limitações definidas pelo estúdio. Após o conceito estar praticamente definido iriam também ser definidos vários aspetos para que o produto se pudesse difundir num espaço físico, direcionar-se para um determinado público alvo e enquadrar-se numa indústria.

Posto isto, o intuito é expor as variadas fases deste projeto, explicadas e fundamentadas através da análise de vários fatores que influenciaram o processo.

1.3. Metodologia

Como foi referido anteriormente, além dos projetos realizados em contexto de estágio curricular, foi atribuído um projeto individual a fim de reforçar o meu papel enquanto designer no estúdio e fortalecer aquilo que seria o início de uma experiência profissional na área do design. Após deliberar todo o processo de elaboração do relatório, a metodologia dividiu-se em várias fases:

A primeira fase foi direcionada ao tema do *briefing* que consistiu na elaboração de um *home office* que absorvesse a identidade dos produtos *RED Umbrella* e, em simultâneo, tivesse a capacidade de se enquadrar e inserir em qualquer espaço físico, apresentando os vários pontos necessários para uma agradável área de trabalho. Além disso, era importante que conseguisse satisfazer as necessidades do público alvo, tendo a capacidade de originar uma ligação entre o utilizador e o produto. A fim de existir um conhecimento sobre o tipo de mobiliário em questão, é realizada uma recolha e exploração de informação relevante de forma a perceber o mercado destes produtos bem como as suas origens e os seus avanços.

A fim de reforçar a investigação, a segunda fase corresponde ao enquadramento teórico. Refere-se à recolha de informação que diz respeito às várias ideias, abordagens e objetos, recolhidos a partir de livros, artigos e sites que iriam ser relevantes na fundamentação do projeto. Ao ser concluída esta fase de enriquecimento teórico, a pesquisa é filtrada e o projeto começa a ganhar forma.

A terceira fase diz respeito a todo o processo de desenvolvimento do projeto *home office* que é defendido no presente relatório. Ao longo do desenvolvimento e através da exploração pelo desenho, surgem diferentes alternativas que, por sua vez, dão lugar à seleção da ideia que demonstra ter mais potencial a ser explorada.

A quarta fase coincide com o desenvolvimento da ideia selecionada, nomeadamente na sua definição e justificação. São utilizados recursos e aprendizagens adquiridas em contexto académico para a sua melhor percepção, recorrendo nomeadamente à modelação tridimensional, de modo a testar formas e dimensões, bem como à sua aplicação em ambientes para ter uma noção do produto real num enquadramento atmosférico.

A quinta e última fase resulta na demonstração de três projetos realizados em simultâneo com o projeto principal. São três projetos realizados em horário laboral onde cada *briefing* foi definido pelo responsável do estúdio. O processo utilizado para a sua execução é semelhante ao descrito anteriormente onde, de acordo com os comentários ao trabalho, são realizadas pequenas alterações, caso fosse necessário, de modo a obter o melhor resultado possível.

Posto isto, o objetivo é refletir acerca da influência que os objetos têm sobre nós (ou vice-versa) e, por consequência, sobre os nossos comportamentos em relação a isso, consequências de vários acontecimentos e evoluções ao longo da história e da sociedade.

Capítulo 2

Projeto CRIA

2.1. Inserção da tecnologia

2.1.1. Contexto histórico

Apesar do conceito de *home office* ser cada vez mais utilizado pelos utilizadores, tornou-se necessário fazer uma análise centrada onde tudo começou, no período relativo ao surgimento do *design*, na eclosão da revolução industrial e no impacto que a mesma teve tanto no *design*, como na tecnologia. Uma das primeiras questões a ser estudada foi a influência da tecnologia no *design*, procurando entender como essa ação se tem desenvolvido até à atualidade. Antes de falar do seu grande impulso como um dos grandes fatores da evolução humana, é relevante recuarmos na história e perceber todo o processo por detrás deste progresso.

Antes da revolução industrial, todos os objetos existentes eram feitos pela mão ágil de pessoas denominadas de artesãos. Eram peças caracterizadas como singulares, únicas e repletas de imperfeições marcadas pelo seu processo de construção.

“Os artesãos não eram mantidos em alta estima a menos que os seus bens tivessem valor ou raridade.” (Morrison, 1996)

Nessa época, onde a criação de objetos era simplesmente realizada com alma, cuidado e com um certo romantismo, era cada vez mais possível a realização de qualquer tipo de objeto e, para esse efeito, a procura recaía sobre o artesanato. Capaz de produzir o que fosse pretendido, para o artesão era necessária habilidade, tempo e destreza, o que por consequência se traduzia em objetos caros, que só as pessoas com poder monetário conseguiam adquirir (Sudjic, 2011). Com a eclosão da revolução industrial todo este procedimento sofreu uma grande alteração. Ocorrida na Inglaterra entre os séc. XVIII e XIX e compreendida em várias fases, a revolução industrial é caracterizada pela alteração de procedimentos outrora minuciosamente trabalhados à mão, para uma execução e produção de produtos em série. Tal desenvolvimento possibilitou a realização de uma grande variedade de objetos produzidos em grandes quantidades consequentemente mais baratos. Foi esse o grande impacto da produção em massa. Ao comprar uma máquina, era feito um investimento em algo que produz um objeto em grande

quantidade, tornando-o mais barato, algo que não acontecia com o artesão que necessitava de tempo e onde a produção era feita individualmente, quase como se algo preciso se tratasse (Sudjic, 2011). Segundo Sudjic (2009, pg. 118) a produção industrial passou a ser associada à padronização, característica que os objetos de artesanato não conseguem adquirir pela sua produção lenta, minuciosa e cuidadosa, tornando-se assim a opção mais fácil na produção de objetos. Tal transformação alterou o paradigma ao tornar acessíveis objetos de qualidade à grande maioria das pessoas, o que proporcionou um crescimento social e económico que posteriormente revelou não ser muito benéfico. Devido à facilidade e rapidez em materializar um produto, originaram-se grandes economias e um elevado crescimento no mercado, que por outro lado acabou por ficar saturado de produtos sem grande conteúdo com o principal objetivo de serem lucrativos.

“Com a chegada da revolução industrial, a autoria destes produtos pertencia, na sua maioria, ao engenheiro de fábrica inspirado ou ao industrial entusiasta. Estes objetos tinham um novo tipo de anonimato, não porque as pessoas não tivessem interesse, mas porque já não eram feitos à mão ou únicos de qualquer forma.” (Morrison, 2006, pg. 159)

Os objetos começaram a ter liberdade para serem rapidamente multiplicados perdendo qualquer tipo de ligação nostálgica (Morrison, 2006, pg. 159), o que permitiu que os objetos industrialmente fabricados fossem libertados de qualquer imperfeição ou ineficiência dos processos manuais, permitindo aos objetos desenvolver o que Jasper Morrison chama de “*objectality*”, a personalidade que resulta da capacidade que têm de nos atrair e da utilidade que têm para nós, que em última instância nos fazem gostar ou não de um objeto. É dentro deste contexto que começa a surgir a figura do *designer*, que começou a dar nome a esses objetos que anteriormente eram chamados de anónimos por não existir a ideia de atribuir personalidade a objetos de carácter utilitário. Após esse surgimento os objetos passaram a ser identificados com os seus criadores (Morrison, 1996) e, neste sentido, o *design* passou a ser reconhecido no seu sentido moderno, havendo uma grande divergência com o artesanato (Sudjic, 2009, pg. 168). Devido às diversas opiniões gerou-se uma grande complexidade em torno desta revolução, parecendo pertinente referir que nem toda a sociedade era a via como uma mudança positiva. É nesse sentido que surge o movimento *Arts and Crafts*, que se manifestou principalmente como resposta às mudanças iniciadas pela revolução industrial. Compreendido entre 1834 e 1896, nascido na Grã-Bretanha e alastrado posteriormente por toda a Europa, foi um movimento sustentado por ideologias de John Ruskin e William Morris que repugnavam os produtos feitos pela máquina despojados de imperfeições, referindo-se a eles como objetos sem alma e anti-humanos. Evidenciavam uma clara preferência por objetos trabalhados de forma artesanal e apelavam ao *design*

individual, caracterizado por peças únicas, envolvendo a ideia de um certo romantismo. No decorrer do século XIX, a visão de Morris representava a nostalgia de um artesanato tradicional e individual que defendia as qualidades de um objeto, do seu material e da própria construção centrada no homem que, simultaneamente, ao fabricar com as próprias mãos um objeto, executava uma obra de arte e um objeto útil. A sua visão conservadora relativamente ao processo artesanal fez com que condenasse o sistema económico da altura, refugiando-se na “crença” de que a mecanização do trabalho seria substituída pelas comunidades defensoras dos objetos de utilidade, produzidos por processos artesanais. Em pleno século XX e em oposição no sentido comercial do trabalho, o *designer* americano Raymond Lowey, célebre pela sua abordagem comercial concentrada no aumento da curva de vendas, conseguiu aumentar o lucro de um produto alterando a cor do fundo que, em vez de continuar verde, passou a branco (Sudjic, 2011). Em oposição, William Morris via o design como uma cruzada moral, como uma lição com o objetivo de nos explicar que o papel do *design* seria mostrar o valor interior de uma coisa, menos preocupado com a relação dos objetos com a economia (Sudjic, 2011). Apesar da grande contestação à Revolução Industrial por parte de Ruskin e Morris, a verdade é que os seus argumentos não foram suficientes para retardar a transformação da sociedade, tornando-se impossível lutar contra a evolução tecnológica onde tudo o que era pensado era executado e produzido.

O número de *designers* começou a aumentar drasticamente e foram vários os que começaram a apostar na industrialização dos seus objetos. O nome *designer* começou a ser “frequentemente visto como um doador de forma para uma indústria cuja experiência tecnológica permitirá a produção (Morrison, 2015, pg. 14).” Jasper Morrison, *designer* londrino, explicou no seu livro *A Book of Things* que apesar da sua preferência pela visão poética das coisas, pelo conceptual e atmosférico, ficou visivelmente agradado pelo que a produção em série poderia fazer com os seus objetos. A beleza que Jasper Morrison vê na produção industrial é a capacidade de tornar os objetos acessíveis às pessoas através da produção em série (Morrison, 2015, pg. 215), o exato oposto do que acontecia com os objetos produzidos manualmente, que por serem produzidos em pequenas quantidades e por demorarem tempo a ser produzidos, se tornavam caros e inacessíveis, pelo menos à maioria. Outro *designer* contemporâneo apologista da produção em massa bem como a utilização de materiais inovadores nos seus projetos é Konstantin Grcic. O *designer* alemão, é conhecido pelo comprometimento industrial do seu trabalho, fomentados por uma variedade de materiais e uma adequação de métodos de produção introduzidos com uma originalidade que diferencia o seu trabalho. O mesmo refere que a beleza da indústria se traduz na produção de diversidade, variedade e é capaz de quase customizar projetos (Grcic, 2015) onde as novas tecnologias e a compatibilidade ecológica

desempenham um papel fundamental nos seus projetos, tanto quanto as suas referências históricas. Neste sentido começa a haver a criação de uma relação entre o *designer*, o cliente e a indústria para a realização de produtos onde cada uma das partes tem um papel fundamental para a realização de objetos. O *design* transformou-se num mediador entre as partes envolvidas, resultando em ideias que hoje vemos como fundamentais. Uma dessas ideias é a de que o *design* responde a um *briefing*, que é proposto por um cliente específico ou por uma empresa. É nesta sequência que o papel do *designer* é fundamental na resolução de problemas ou nos imprevistos propostos pelo cliente (Sudjic, 2009, pg. 174/175). Numa entrevista para a *Vitra Design Museum*, Konstantin Grcic (2015) refere que quem trabalha como *designer*, observa. A observação é uma forma de pensar sobre como as coisas funcionam, mas também como as coisas não funcionam, como falham e é neste contexto que o *designer* começa a expor as várias soluções. Na mesma entrevista o próprio refere que todo o processo, todas as limitações quer pelo cliente quer pelo processo de fabrico do objeto, têm um papel fundamental na definição de *design* e de objeto porque todo o processo conta, desde a ideia inicial por parte do cliente até ao produto final após a sua conceção. *Chair One*, uma cadeira desenvolvida ao longo de quatro anos por Grcic, resulta de uma consequência projetual no processo de aglomeração de materiais e técnicas, como o alumínio e a impressão 3D.



Figura 1. *Chair One*, Konstantin Grcic (2004)

Todas estas particularidades trazem ao projeto características individuais, dando sentido ao processo pelo qual o produto passa, mas também o motivo de ter sido criado. Por exemplo, se o processo contiver algo de especial, o previsto é que transmita também algo de especial ao seu utilizador (NENDO, 2013, pg. 63). Foi através da evolução da

indústria, de novos mecanismos e da tecnologia que os objetos caracterizados por uma complexidade única puderam ser produzidos, circunstância que outrora não seria possível de concretizar.

Décadas após a revolução industrial, a influência da tecnologia na indústria deu lugar a um progresso cada vez mais mecanizado que afetou não só o *design*, mas também outros setores. Deu asas a novos modelos, postos de trabalho e afetou e alterou na sociedade. Como referido anteriormente, são vários os objetos que refletem este novo paradigma industrial e tecnológico que posteriormente se revelaram bastante influentes para o consumidor, a fim de alterar os próprios hábitos. Numa sociedade vinculada pela revolução industrial, onde o crescimento social e económico avançava a uma rapidez extrema, nascem postos de trabalho adequados à tarefa do trabalho de escritório e uma nova ideia de organização começou a surgir. É no meio deste novo modelo que, culminando com a industrialização e a evolução tecnológica nascem as primeiras máquinas de escrever, objeto que se tornou importante na produtividade nos trabalhos de escritório e na fabricação de equipamentos de negócios. Vários foram os objetos fabricados com direção para a área dos negócios, despojados de qualquer alma pessoal e íntima por parte dos seus criadores. Para contrariar essa ideia e outras tantas foram projetados vários objetos, surgindo assim a máquina de escrever *Valentine*. Projetada no final dos anos sessenta por Ettore Sottsass para a marca Olivetti, foi um objeto que transformou a ideia que se tinha sobre as máquinas de escrever da altura, frias e desprovidas de sentimento, desenvolvendo algo mais íntimo para o utilizador. Segundo Sottsass, foi projetada para fazer companhia aos poetas solitários nos fins de semana no país (Sudjic, 2009, pg. 49), demonstrando o envolvimento poético presente no pensamento do autor e, por consequência, no produto. Sottsass concluiu que era possível que os equipamentos técnicos também pudessem ser domesticados a fim de terem um carácter próprio (Sudjic, 2009, pg. 49). Leve e funcional, tinha também o objetivo de proporcionar vitalidade e diversão a qualquer lugar de modo a não lembrar ninguém dos horários monótonos de trabalho e fornecer um objeto altamente diferente e colorido a uma mesa ou a um estúdio (Phaidon, 2016).



Figura 2. *Valentine*, Ettore Sottsass (1968)

“O que torna o *Valentine* um objeto tão fascinante, (...) é que foi um dos primeiros exemplos de uma máquina moldada por um *designer* motivado pela compreensão da natureza emocional do relacionamento entre as pessoas e as coisas que elas usam na vida cotidiana” (Phaidon, 2016).

Valentine teve o seu impacto e, é nos dias de hoje considerada um ícone do *design* pela diferença e atrevimento. Neste produto Sottsass propôs-se a modificar os estereótipos da sociedade através da própria cor e das tampas laranja nas carretilhas que figuravam mamilos numa homenagem às obras desnudas de Tom Welsseman, dando-lhe um carácter mais exótico. *Valentine* não conseguiu vingar comercialmente devido ao seu elevado custo, mas é exemplo de uma necessidade de mudança na rotina do quotidiano da sociedade, através da alteração de objetos responsáveis pela modificação dos nossos hábitos. Ao ser portátil, a máquina de escrever não tinha necessariamente de ser usada apenas num único local, podendo assim ser transportada para qualquer sítio em que o utilizador se sentisse mais confortável para escrever, sugerindo a possibilidade de haver uma mudança nos nossos hábitos do quotidiano.

Dessa forma, os avanços tecnológicos tomam cada vez mais impulso após a revolução industrial resultante de uma integração cada vez maior entre a ciência, produção e tecnologia. Com o aparecimento dos primeiros meios de comunicação como os computadores e os telefones, muitos centros de produção começaram a repensar a sua forma de agir enquanto indústria e de como esse avanço os proporcionou evoluir em todos os aspetos.

2.1.2. Alteração de hábitos

A produção de tecnologias cada vez mais eficientes mudou a nossa forma de pensar, comunicar e trabalhar e, com o aparecimento da *internet*, essas mudanças foram cada vez mais vincadas. Apesar de ter sido criada em 1969, apenas foi possível ser conectada por todo o mundo no final do século XX o que se tornou uma grande referência na evolução tecnológica, sendo o meio de comunicação mais utilizado entre vários setores. A tecnologia veio fazer grandes alterações no cotidiano, refletindo a necessidade sociedade pela procura do desenvolvimento de novas tecnologias que atendessem a essas necessidades, alterando a maneira como elas se movem e comportam. Tal avanço impactou o mundo, dotado de muitos recursos para melhorar os vários setores como a agricultura, o transporte, a comunicação ou a educação. Ao observar vários objetos considerados ícones da progressão tecnológica, como por exemplo, o primeiro telefone sem fios, o primeiro walkman, o primeiro computador portátil e todo o conhecimento que temos do presente, é possível ter uma percepção viável de como a criação de novos objetos, equipamentos e máquinas atingiu um ritmo acelerado. Foi através deles que ocorreu uma mudança a nível de modelos de trabalho, cadeias de produção industriais e por consequência a total mudança do nosso cotidiano. Estes objetos foram os primeiros a dar oportunidade à sociedade em poder usá-los fora do seu meio, em qualquer lugar criando assim mudanças nos nossos hábitos. A invenção e o desenvolvimento tecnológico mudaram a vida humana, resultado da nossa curiosidade, criatividade, resolução de problemas e o seu grande impacto reflete-se nos nossos pensamentos, comunicação e atividades sociais. A possibilidade de trabalhar a partir de casa é uma opção cada vez mais procurada e divulgada, e é esse o foco do projeto realizado. Assim sendo, foi aberta uma pesquisa de produtos que compreendessem este conceito de *home office*. Muitos foram os *designers* que refletiram nos seus objetos esta nova forma de organização de trabalho, bem como a liberdade de utilização que o próprio produto proporciona.

Stool Tool de Konstantin Grcic diferencia-se do que consideramos atualmente uma cadeira de escritório, mas reflete de igual forma o universo da mudança de hábitos e da área de trabalho. *Stool Tool* é um objeto que convida o utilizador a experimentar de forma espontânea todas as opções de utilização. Grcic refere na sua entrevista para a *Vitra Magazine* que “o *Stool Tool* é um volume monolítico com dois níveis. Ambos os níveis podem ser usados da maneira que quiser - por exemplo, tem um para sentar, como uma cadeira, e o outro para usar como mesa.” (Grcic, 2016)



Figura 3. *Stool Tool*, Konstantin Grcic (2018)

Leve e empilhável, o objeto dispõe de uma aba que permite a facilidade de transporte e armazenamento e adequa-se a qualquer tipo de espaço quer interior ou exterior, em casa, em qualquer escritório ou *open space*. Projetado em 2018 para a Vitra, *Stool Tool* é uma solução multifuncional que se adapta perfeitamente às nossas mudanças de hábitos convertendo-se no mais simples e livre possível enquanto função, transformando-se numa área de trabalho (Grcic, 2016). Esta ideia pode ser observada em outros projetos do autor que partilham o conceito de multifunção, sendo *Mayday* um dos exemplos mais pertinentes. Foi o seu primeiro projeto para a Flos em 1999 e contraria a ideia do que entendemos por um objeto que ilumina. Tal como o nome indica, *Mayday* é um pedido de ajuda, não pertencendo a nenhum espaço em particular, pelo contrário, surgindo como útil nas situações mais inesperadas. Utilizado como gambiarra de mecânico na garagem, pendurado numa árvore de jardim ou como luz de mesa de cabeceira nas leituras noturnas (Grcic, 1999).



Figura 4. *Mayday*, Konstantin Grcic (1999)

Ao contrário dos candeeiros habituais que normalmente são colocados num lugar definido, como na cozinha, sala ou perto de uma secretária, *Mayday* pode ser utilizado em qualquer lugar. Por não se destinar a nenhum local específico, é caracterizado como um candeeiro bastante versátil ao incorporar um cabo bastante longo e um gancho que o permite ser pendurado em qualquer lugar (Grcic, 2014). Posto isto, considera-se que *Mayday* procura ser tanto um candeeiro como uma ferramenta, versátil, dotado de várias referências e elementos funcionais, tal como *Stool Tool*.

Também os irmãos Ronan e Erwan Bouroullec projetaram produtos que tornaram o espaço de trabalho mais dinâmico e “livre”. Como é de conhecimento geral, o ambiente de trabalho deixou de ser fixo, dando abertura a modelos de trabalho como o *coworking* ou *home office*. A maneira como trabalhamos está em constante mudança e, por consequência, também nos adaptamos de uma forma mais rápida a qualquer ambiente.

“O mundo do trabalho é agora sobre movimento. Quando as pessoas tinham computadores, eram um pouco como trabalhadores de uma fábrica, pois tinham de se sentar nas suas mesas para trabalhar. Agora podemos trabalhar a qualquer hora e em qualquer lugar com o telemóvel ou o computador.” (Bouroullec, 2019)

Os irmãos Bouroullec projetaram *Grid*, um sistema modular que possui uma vasta gama de opções que oferece ao utilizador a verdadeira liberdade de modificar o produto de acordo com cada necessidade própria e ao mesmo tempo incentiva a criatividade e o dinamismo do seu uso. Poder corresponder a diversos tipos de utilizações é um obstáculo que cada vez mais é ultrapassado com a personalização do produto, oferecendo-lhes a oportunidade de adquirir algo e adaptá-lo às suas preferências.

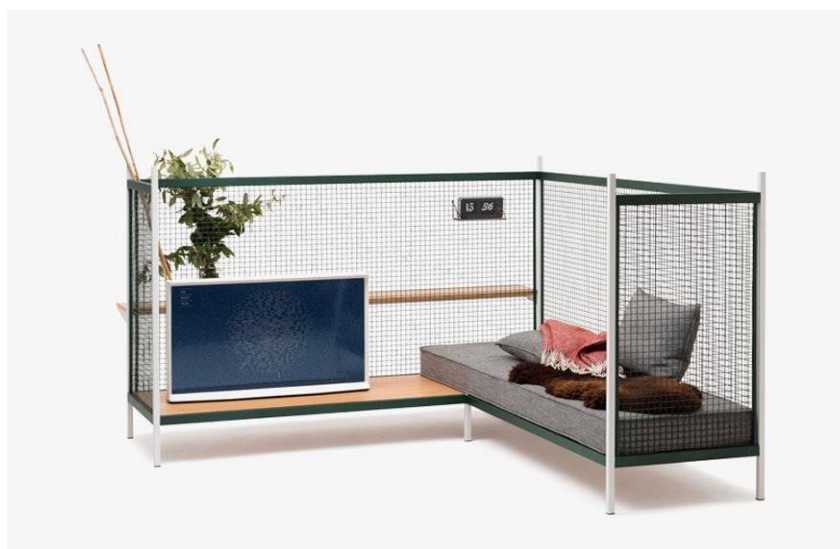


Figura 5. *Grid*, Ronan e Erwan Bouroullec (2019)

“Numa maneira simples de entender, *Grid* é um sofá. Aqui poderíamos ter uma televisão, um vaso grande com uma planta grande e também usá-lo como uma espécie de mesa. De alguma forma, isso pode se tornar um pouco como uma pequena casa que enches com coisas.” (Bouroullec, R, 2019)

Com este projeto os irmãos Bouroullec oferecem algum tipo de privacidade em espaços interiores criando também um ambiente lúdico e multifuncional. Para além de *Grid*, projetaram outros produtos dentro do mesmo contexto, como por exemplo *Cyl* que foi concebido para ser utilizado em interiores. Durante o processo, chegaram à conclusão de que o seu verdadeiro potencial se encontrava na transformação de um sistema modular com uma grande variedade de opções a fim de poderem ser utilizados em espaço num contexto de *coworking*, por exemplo. (Bouroullec, R, 2016)



Figura 6. *Cyl*, Ronan e Erwan Bouroullec (2016)

Um dos objetivos do mesmo era transmitir uma linguagem natural, artesanal e adicionar um toque emocional e pessoal à estética geral do local de trabalho, uma vez que os irmãos Bouroullec são reconhecidos por usufruírem da experiência pessoal para a criação de objetos.

Um outro projeto analisado que seria o grande impulso para o projeto defendido neste relatório é *Ink* de Jasper Morrison. Projetada recentemente, no ano de 2016, para a marca Molteni & Co, *Ink* é um espaço onde a forma é uma consequência do seu propósito.

“A aparência formal de um objeto não precisa ser o resultado de horas de análise cuidadosa de um problema ou de páginas de desenhos. Pode ser a consequência visual de uma ideia, um processo, um material, uma função ou um sentimento” (Morrison, 2015, pg. 14)



Figura 7. *Ink*, Jasper Morrison (2016)

É através de um suporte, como uma mesa, que as ideias tomam forma e se transformam em algo escrito ou projetado onde o principal requisito é a concentração. O seu nome, *Ink* aponta para a caligrafia antiga de caneta, tinta e papel, mas o seu valor vai mais além disso. Mais do que um objeto, *Ink* é um lugar onde se refletem ideias e que se adapta a qualquer tipo de lugar, permitindo diferenciar o espaço de casa e o espaço de trabalho, beneficiando assim do espaço enquanto da área de trabalho.

Deparamo-nos com vários objetos distintos uns dos outros, que partilham do mesmo conceito e objetivo, isto é, a capacidade de adaptar um objeto em qualquer espaço, transformando-o no seu próprio local de trabalho onde a monotonia é uma palavra que não entra na caracterização destes produtos. Cada um destes objetos teve uma contribuição na conceção do projeto aqui defendido, mas foi *Ink* o grande influenciador do mesmo devido à proximidade partilhada com o projeto desenvolvido enquanto objeto de *home office*. Enquanto definição, *home office* é uma área que é usada para trabalhar em diversas tarefas que engloba o espaço, a comunicação e a flexibilidade de tempo. Apesar da sua tradução significar “escritório em casa”, esta expressão serve para qualquer outro local de trabalho considerado autónomo como em casa, no café, no jardim, entre outros locais, sem ser necessariamente o local de trabalho fixo. Posto isto, percebemos que em pleno século XXI este método de trabalho é cada vez mais adotado devido à facilidade de comunicação e organização no trabalho que foi proporcionado pelo avanço tecnológico que por sua vez originou mudanças organizacionais estratégicas que apontam para novos métodos de trabalho flexível. Perante tais características, o pretendido para o projeto principal era que este fosse moldado às mudanças de hábitos a que a sociedade está sujeita, isto é, pretendia-se que fosse um projeto atemporal que

pudesse ser implementado em qualquer casa ou divisão sem obstruir a atmosfera existente, não esquecendo o seu propósito como área de trabalho e criação de ideias.

2.2. Redução e simplicidade

Durante a década de sessenta, com a evolução industrial e tecnológica, foi estabelecido um grande mercado de novos materiais como polímeros, metais, sintéticos, compósitos e vidro usados de forma abundante. É no início da década de setenta que se instala uma nova preocupação pelo meio ambiente e sustentabilidade, fazendo com que o mobiliário de plástico fosse cada vez menos procurado (Kries, 2011). Como consequência dessa preocupação ambiental surgiram estilos como o pós-industrialismo que primavam pela individualidade e oposição à produção em série, mas também como crítica e contraposição aos acontecimentos da época, produzindo resultados de maior visibilidade formal. Pretendiam aproximar o *design* à arte havendo um grande impulso na economia pelo facto de se poder vender “arte” de *designers* em galerias de arte (Kries, 2011). Em paralelo ao *design* radical italiano, mas em oposição ao seu exagero formal, tinha surgido o minimalismo. Com raízes na arte, floresceu da rejeição do expressionismo excessivo e deu lugar ao abstrato, ao tridimensional, despojado de qualquer conteúdo emocional ou pessoal. Nomes como Donald Judd, Dan Flavin, Robert Morris, entre outros, foram fundamentais na formação deste conceito em que as suas esculturas “brincam” com as formas geométricas, resultando no recurso a formas primárias e valorização do espaço vazio, evidenciando o sentido de redução. O conceito passou para outras áreas como a música e o *design*, mas pelo menos no *design*, não obteve visibilidade esperada, assumindo-se mais como uma tendência formal, tendo sido recuperado mais recentemente como princípio de simplificação. Aliás, a ideia de minimalismo como simplificação e redução está presente desde a revolução industrial, que é sobre padronização, adaptando assim essas características aos objetos e à sua produção (Kries, 2011). Pela proximidade a princípios funcionalistas é inevitavelmente comparado ao modernismo visível na promoção das linhas limpas e elegantes e na eliminação de tudo o que está a mais apenas para tornar bonito. Um dos principais apologistas do modernismo foi Mies Van Der Rohe, um dos nomes da arquitetura do século XX, que lecionou na conhecida escola *Bauhaus* tornando-se um dos impulsionadores da sua repercussão enquanto escola e movimento. Tornou-se célebre pela sua expressão “*less is more*” (“*menos é mais*”), tornando-se assim a máxima deste movimento. A pureza e a frieza do seu conceito era tal que causou uma ausência extrema de personalidade em cada objeto que viria a provocar um distanciamento emocional do utilizador com o próprio objeto. Dieter Rams, *designer* alemão, que muitas vezes citava Mies Van Der Rohe, parece partilhar esta ideia, inclusive, podemos encontrar no seu livro *As little*

design as Possible expressões como “*Deus está nos detalhes*” protagonizada por Mies Van Der Roe. Uma das suas particularidades é caracterizada por alcançar um tipo de resultado que culminasse no menor esforço possível para o utilizador, fazendo com que os seus objetos se foquem apenas no essencial que é visível e tudo o resto é ocultado. Os trabalhos que realizou para as marcas Braun e Vitsoe revelam que Rams tem um conhecimento sobre as necessidades do utilizador e o modo como este interage com o produto. Dieter Rams “costumava descrever os barbeadores e batedeiras da Braun como mordomos ingleses, discretamente invisíveis quando não são necessários, mas sempre prontos para executar sem esforço quando solicitados” (Sudjic, 2009, pg. 7).

“Os detalhes permitem a comunicação, ajudando na transparência e na aproximação entre o utilizador e o produto (Lovell, 2011, pg. 233).”

Apesar de ser considerado minimalista, Dieter Rams conseguia contornar esse conceito de frieza através da aplicação de cor de forma estratégica e comunicativa, mantendo a simplicidade, racionalidade e honestidade das formas. Embora o seu percurso na Braun seja a continuação do trabalho de outros *designers*, podemos constatar que nos produtos Braun, as cores, as formas geométricas bem como a sua clareza e a ausência de decoração juntamente com outros materiais naturais utilizados, resultam em objetos onde os detalhes assumem um papel importante. Ao observar o *SK 4 Phonouser*, o primeiro grande sucesso de Dieter Rams, percebemos que o produto contém várias particularidades. A sua tampa feita de acrílico foi uma das inovações que ajudou no grande sucesso comercial deste produto tornando, naquela época, *SK 4 Phonouser* decisivo para o *design* de áudio. Noutros produtos como o *T 1000 rádio*, Rams permite o uso de cores consideradas chamativas apenas quando necessárias, como forma de alerta, regra que era levada ao extremo pelo próprio. O uso destas cores neutras tanto neste como noutros objetos faz com que estes se enquadrem em qualquer espaço ou ambiente.



Figura 8. T 1000, Dieter Rams (1962)



Figura 9. T 1000, Dieter Rams (1962)

Minimalismo e simplicidade podem ser duas ideias distintas. Como referido anteriormente, o minimalismo pode ser relacionado com uma atitude mais radical, de demonstrando frieza, afastamento, ausência de sentimento e personalidade. Em contrapartida, a ideia de simplicidade parece relacionar-se mais com a redução no sentido de simplificação da complexidade e não de redução ao mínimo necessário. Jasper Morrison que se baseia com frequência nas coisas simples da vida como a sua memória, tradição e cultura para a execução dos seus projetos, é muitas vezes caracterizado como um designer minimalista. Durante o Pós-modernismo consideravam-no um defensor de um mundo minimal, apesar de Morrison discordar dessa opinião, pois este não se revia num estilo onde era descartada a história que os objetos do quotidiano podem carregar (Morrison, 2015, pg. 215). A mesma opinião é partilhada por Oki Sato, *designer* japonês que defende que o seu objetivo sempre foi tornar os seus objetos mais próximos do utilizador transportando neles uma certa poética, suavidade e nostalgia.

“O trabalho de Nendo não se trata de adicionar; trata-se de celebrar a beleza e a narrativa que existem num processo cuidadosamente executado. É a noção de respeitar os materiais de alguém e uma estética marcada por subtração e simplicidade (Carrnick, 2013, pg. 7)”.

Este tipo de conceito provém do *design* tradicional japonês, antecessor do minimalismo, caracterizado pela ordem, simplicidade, e formas limpas. O mesmo é um reflexo da própria cultura japonesa onde a simplicidade é o mais valorizado e tudo o que não é essencial para a funcionalidade dos objetos não é necessário.

The Crate, de Jasper Morrison, é um exemplo de como um objeto do dia-a-dia, apesar da sua forma simples, pode criar tanta controvérsia.

Quando se mudou para a sua casa em Paris, os construtores tinham deixado para trás uma caixa de vinho velha e Morrison, no fim de a limpar, usou-a como mesa de cabeceira devido ao pouco mobiliário ainda presente. Ao conviver durante dois anos com aquele objeto percebeu que tinha chegado o momento de mostrar às pessoas de como aquele objeto se tinha tornado bom e decidiu fazer dele uma peça para o uso doméstico, realizando apenas pequenas alterações.



Figura 10. *The crate*, Jasper Morrison (2006)

Com este objeto percebemos como a simplicidade está nos objetos que nos rodeiam aos quais damos menos importância, como uma caixa de vinho, a caneta que usamos no nosso dia-a-dia ou até mesmo a cadeira onde nos sentamos diariamente. Em contrapartida vemos-nos a dar mais atenção a objetos supérfluos e dispensáveis, que apenas chamam a nossa atenção visual e que por vezes não executam a sua função com clareza. Apesar de ser um bom exemplo de contexto do que está a ser discutido, *The crate* não foi visto com bons olhos pelos espectadores e críticos de *design*. “Consideraram um abandono cínico do dever do designer de criar. (...) Alguns queixaram-se do preço e apercebi-me que uma solução prática bem-intencionada poderia incomodar tantas pessoas.” (Morrison, 2015, pg. 94). Certamente a mesa de cabeceira era mais cara do que uma caixa de vinhos, mas também mais barata que uma mesa de cabeceira convencional, aliás, qualquer pessoa poderia reproduzir uma réplica deste objeto com uma simples caixa de vinho. Toda esta revolta se deu devido à opinião que existe sobre a figura de *designer*, sobre o que é o *design* e qual o seu propósito. Discute-se em que circunstância pode a assinatura de designer prevalecer sobre o produto, ser mais útil do que qualquer outra coisa que pudesse trazer de benéfico para qualquer projeto (Sudjic, 2009, p. 35). Quando os *designers* começaram a ganhar autoria e notoriedade, muitas foram as empresas que contratavam *designers* por motivos errados. O intuito das mesmas não era criar um vínculo de parceria que pudesse fomentar a qualidade do próprio trabalho, mas sim conter o nome do *designer* nos seus próprios catálogos, na sua imagem de marca (Grcic, 2013). Começaram a surgir críticas pela utilização do *design* como alternativa ao domínio decorativo desenvolvido pelos pós-modernistas, que redescobriram o

ornamento desenvolvendo um novo interesse pela decoração que nos chega atualmente por meio das novas tecnologias que (quase) conseguem fazer todo o tipo de objetos ornamentais.

Sabemos que a aparência e a estética de um objeto são, para a maioria das pessoas, os principais fatores para a compra do mesmo, aliás, ao longo da grande parte da história da humanidade, o *design* foi uma metáfora de riqueza e decoração que celebra os traços do homem (Hara, 2007). Apesar da forma ser bastante valorizada, o carácter dos objetos não vem da sua aparência estética, mas sim do seu interior, como é referido por Jasper Morrison em *The Unimportance of Form*. Ao depararmos com um objeto, se pensamos que a forma é menos importante, somos capazes de desenvolver uma sensibilidade para outras qualidades que o objeto possa ter. É necessário haver uma maneira que permita que outros aspetos se sobreponham à sua forma (Morrison, 1991) porque, ao se estar mais preocupado com a forma, faz com que a figura do *designer* seja vista apenas como doador da forma, ou seja, espera-se objetos com visibilidade e destaque, o que por vezes parece ficar longe do verdadeiro significado do *design*. Com isto podemos referir que a autoria, por si só, não é um problema. O verdadeiro problema está na forma como é usada, de maneira egocêntrica, fútil e luxuosa. Philippe Stark é um bom exemplo disso, “Ninguém absorve melhor a versão contemporânea do *designer* como celebridade, capaz de transformar objetos domésticos anónimos com a sua assinatura” (Sudjic, 2009, p. 27). *Designer* e arquiteto francês, já conseguiu ser o *designer* mais exposto do mundo, dono de uma carreira construída tanto pela sua personalidade quanto pelos objetos que desenha.

“Stark trabalha com a mesma fórmula, com base numa paleta decorativa bem trabalhada, saltos de escala surrealistas, estilo antropomórfico fofo e um hábito desagradável de tentar anexar nomes absurdamente impronunciáveis a objetos do quotidiano.” (Sudjic, 2009, p. 29)

Poderíamos enumerar vários objetos capazes de constatar esta opinião, mas basta observarmos *Juicy Salif* – o espremedor de citrinos de Philippe Starck para a Alessi. Esta peça foi pensada enquanto o *designer* desfrutava de um prato de lulas sentindo a falta do travo a limão. Questionado se *juicy salif* foi concebido para respeitar a sua função, Starck afirma que este objeto não é para espremer limões, mas sim para iniciar conversas.



Figura 11. Juicy Salif, Philippe Starck (1990)

Posto isto, *Juicy Salif* é um objeto que se destaca não pela funcionalidade, mas sim pela sua simbologia, pelo que o objeto representa e pela relação que criamos com ele. Deste modo, pode-se afirmar que Starck com este e outros produtos não defende a ideologia de que a forma segue a função. É um objeto que chama à atenção não pela sua funcionalidade, mas sim pelas emoções que cria. Ao fazer uma pequena comparação entre o espremedor *Juicy Salif* de Stark com *The crate* de Jasper Morrison, percebe-se que uma mesa de cabeceira feita por uma caixa de vinho cria tanto ou mais polémica e controvérsia do que um espremedor de citrinos que é tudo menos um espremedor. A questão prende-se por duas vertentes: uma consiste em *designers* como Stark, que fazem do sensacionalismo e da fama uma promoção ao seu trabalho, o que fez com que o *Juicy Salif* fosse aceite sem grande contestação; Outra traduz-se em *designers* como Morrison que, apesar de ser bastante conhecido, é mais preocupado em criar objetos que servem o propósito do utilizador, tal como *The crate* serviu o seu quando a sua casa estava pouco mobilada. Ao colocarmos as opiniões dos dois objetos lado a lado, concluímos que o problema do objeto de Jasper Morrison está relacionado com o próprio anonimato, isto é, ele pegou numa caixa antiga de vinho, mas se tivesse decidido produzir ou replicar um objeto histórico de algum *designer* como aconteceu com outros produtos seus, talvez o projeto não tivesse sido tão mal recebido e criticado pelos espectadores (Rawsthorn, 2006), o que nos leva a questionar se o interesse está no próprio objeto ou na assinatura do mesmo. Ao comparar os objetos de *design*, é possível constatar-se que Stark é um *designer* de assinatura no que toca à conceção de um objeto e não é, de todo, o pretendido para este projeto. Não descurando do aspeto formal, que como já foi referido acima,

continua a ser valorizado, procura-se com este projeto dar prioridade à funcionalidade e praticabilidade ao utilizador. Por sua vez, Jasper Morrison foi uma grande referência no presente relatório que, ao contrário de Stark, interessa-se pela beleza dos objetos, mas por uma beleza natural, pelo seu carácter interior. Segundo o *designer*, tais características estão implementadas nos objetos a que não prestamos atenção, utilizados no nosso dia-a-dia e que são muitas vezes substituídos pela beleza superficial de um objeto com assinatura de *designer*.

Em *Immaculate Conception* de Jasper Morrison, o mesmo refere que enquanto *designers* é natural que haja a promoção dos seus trabalhos, mas “talvez pudéssemos estudar e absorver parte da misteriosa qualidade e naturalidade que os objetos anónimos contêm, livres do ego do seu autor” (Morrison, 1996), recordando que os objetos anónimos sempre estiveram presentes no nosso quotidiano. Esses objetos eram usados pela sua necessidade enquanto função e tarefa e não pela assinatura que pudessem ter. Grande parte dos produtos de Morrison são conhecidos por transportarem simplicidade, redução, clareza nas formas e uma forte ligação com o utilizador, características que eram necessárias para o projeto que viria a ser desenvolvido. Para que fosse possível dar início aos primeiros esboços, foi necessária uma análise e ponderação sobre toda a pesquisa filtrada até então, incluindo o mobiliário de *home office* e as linhas dos produtos *RED Umbrella*, de maneira a ser desenvolvido um produto que acrescentasse algo à marca, e por sua vez, ao mercado. Ao realizar os primeiros esboços o foco inicial foi o aspeto formal do produto em que é perceptível uma redução de formas, como se de um jogo de geometria se tratasse. Nesta situação também foi tida em conta uma pesquisa onde predominava a suavidade das formas, de aspeto simples e reduzido onde as várias alternativas eram discutidas e exploradas para que resultasse num objeto com personalidade própria de modo a ser conseguida uma certa elegância no produto. De certa forma, também se pretendia que o produto fosse uma evolução de um passado recente, nomeadamente das escrivainhas antigas tão usadas na criação de grandes textos e ideias, capaz de acrescentar uma visão funcional combinada com alguma elegância. Para além de transportar memórias, era fundamental que esta peça se inserisse em qualquer espaço e ambiente, seja ele mais clássico ou mais contemporâneo, capaz de satisfazer todas as necessidades do utilizador.

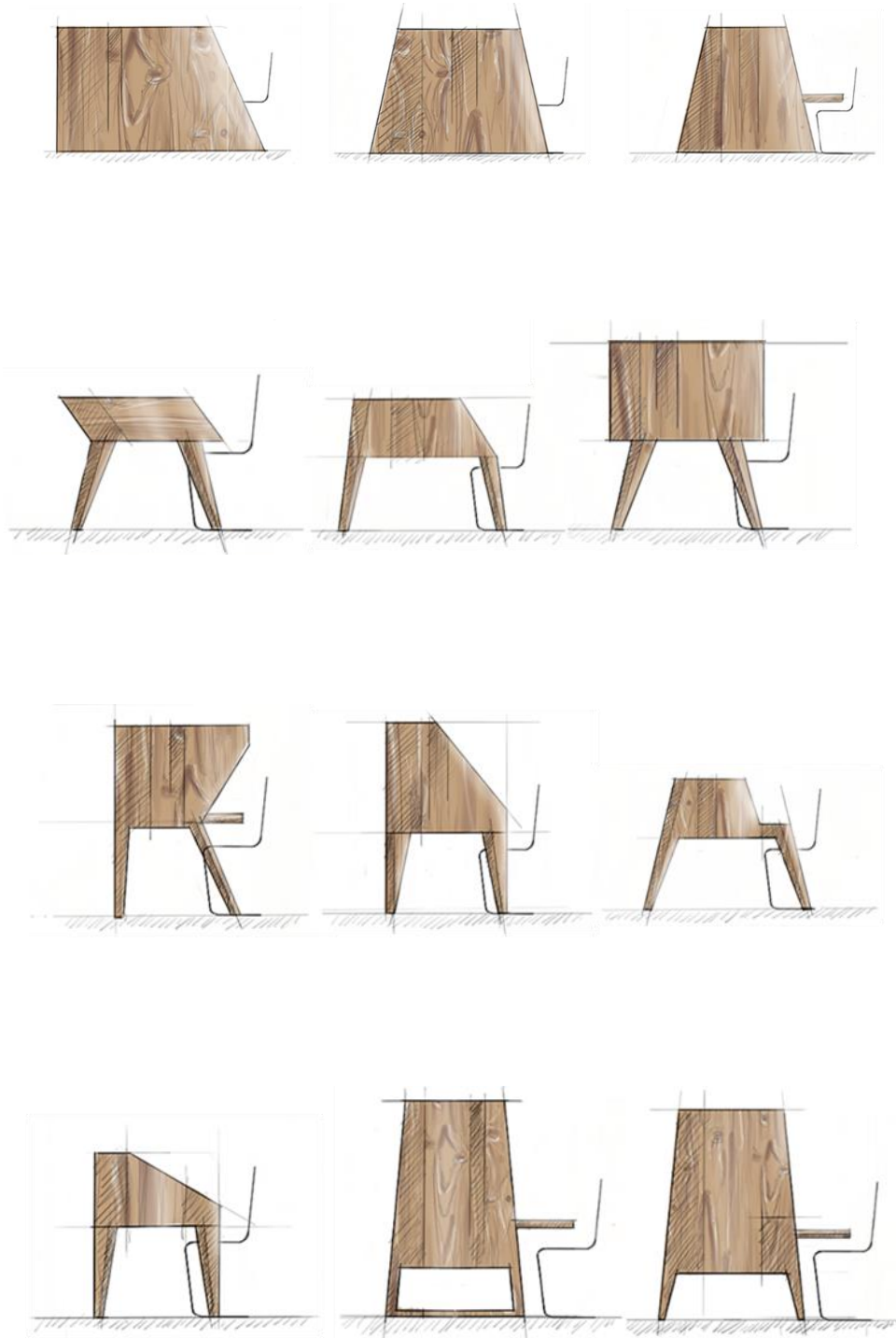


Figura 12. Estudos de forma

2.3. Espaço e atmosfera

Ao falarmos de inserção do objeto no espaço bem como a sua dissipação na atmosfera, é inevitável falar de vários objetos, obras e *designers* que abordam este tema. As obras *Designing Design* e *White* de Kenya Hara são um exemplo onde se debatem os conceitos de *emptiness* e *white*. O que se destacou como base de inspiração para este projeto foi o seu enquadramento, a relação entre o objeto e o espaço e, maioritariamente a dissipação do próprio objeto nesse mesmo lugar. Kenya Hara discute o branco não apenas como cor, mas como conceito de *design*.

“O branco que surgiu como resultado do preenchimento de um espaço.” (Hara, 2007, pg. 11)

Em *designing design* é questionada a delicadeza que se foi perdendo nas linhas dos objetos do quotidiano, mas também é debatida a exploração do “espaço” em branco e de como isso poderia ser significativo na conceção de grandes projetos de *design*. Kenya Hara explora a essência do branco e enfatiza a sua subtilidade e simplicidade como uma cor que pode despertar a imaginação que conseqüentemente pode transportar-nos para algo familiar como uma memória. O designer equipara com uma folha de papel branca com as suas memórias (Hara, 2007, pg. 19), isto é, aquilo que retém no seu pensamento e na sua imaginação que vai além da questão física e emocional que esta cor pode representar. Esta ligação que é direcionada à folha de papel serve como impulso à criação de um projeto que está diretamente ligado a uma imaginação repleta de memórias de um passado recente capaz de se enquadrar no espaço e numa atmosfera tão naturalmente quanto possível.

Jasper Morrison, que integra esta obra, também desenvolveu uma sensibilidade extrema à atmosfera que na sua opinião se encontra em situações quotidianas consideradas anónimas.

“Noventa e nove por cento de todos os objetos de design destinam-se a ser rapidamente notados (...). Mas os objetos que se notam imediatamente, normalmente não são os melhores do dia-a-dia, perturbam a atmosfera e proporcionando demasiada presença.” (Morrison, 2018)

É neste contexto que Jasper Morrison é antagonista de objetos que se “fazem notar”, não por serem melhores, mas sim porque chamam à atenção, o que cria um desequilíbrio numa paisagem tornando-a confusa. Por outro lado, existem muitos objetos que levam algum tempo para que sejam notados pela sua simplicidade e praticidade, mas que foram

concebidos para ter um ótimo desempenho e contribuir para uma atmosfera sutil e discreta e não apenas para chamar a atenção. Para Morrison, umas das coisas que lhe dá mais prazer é perceber o meio e o espaço no qual as pessoas vivem e em que medida é que os objetos influenciam o meio (Morrison, 1999). Jasper Morrison defende que a tarefa do *designer* não se centra só em dar forma, mas também em encontrá-la por boas razões e aplicá-la nos lugares certos (Morrison, 2006, pg. 37), contudo, nem sempre acontece e a cadeira *Fionda* de Jasper Morrison, desenhada para a Mattiazzi em 2012, é um exemplo de fracasso. Feita para ambientes interiores e exteriores, *Fionda* é o resultado de uma inspiração e recriação das velhas cadeiras de campismo que o *designer* encontrou no Japão. Jasper Morrison refere que “foi atraído pela linguagem do *camping* e do mobiliário de esforço. É algo sobre a leveza da estrutura e a eficiência necessária para conseguir algo confortável” (Morrison, 2013). A brecha para o melhoramento encontrava-se na base das antigas cadeiras de campismo serem feitas de alumínio, bastante simples, mas que não deixavam de ser desconfortáveis e desenquadradas do ambiente de sala de jantar. É sobre este conceito que nasce *Fionda*, com um visual renovado, tecidos formais e com uma praticidade de se poder empilhar sobre cada estrutura. Apesar do seu *design* inovador, *Fionda* foi um conceito que não foi bem recebido pelo público em geral, por Morrison procurar adaptar os genes da cadeira de acampamento a uma nova versão a ser usada em espaços interiores. Não tendo sido bem compreendida, levou a ser reconhecida como uma cadeira de ar livre. (Morrison, 2015, P. 74)



Figura 13. *Fionda*, Jasper Morrison (2013)

Independente das opiniões geradas, *Fionda* não deixa de ser a visão que Jasper Morrison tem pela cadeira de campismo japonesa, onde retratou a ligação emocional, a memória e a cultura que retirou de outro lugar e transformou noutro produto, ainda que se a presença de design possa ser questionada por se tratar de um exemplo em que a autoria se dilui no próprio produto. Com o exemplo desta cadeira, o *designer* aconselha a que se tenha cuidado com os pequenos detalhes, pois basta um que seja mal calculado, para arruinar um produto. Para que isso não aconteça deve-se tentar ter em atenção a imensidão de fatores que podem tornar um produto um sucesso ou um fracasso.

Também em *Designing Design* podemos referir, através dos vários *designers* referidos no livro, que para existir criatividade não é necessária a constante criação de algo novo existindo a possibilidade de redescobrir o que nos é familiar de forma igualmente criativa. Apesar de haver conhecimento da vasta cultura que nos rodeia, a verdade é que não temos consciência do seu valor e do seu benefício (Hara, 2015, pg. 39). Um trabalho criativo pode ser concebido através de uma redescoberta de necessidades em algo que nos seja familiar, aproveitando as histórias e as diversas culturas tendo consciência do seu valor para melhorar a vida quotidiana.

“A capacidade de fazer uso desses ativos culturais como recurso virgem que não é menos criativo do que a capacidade de produzir algo do nada. Sob os nossos pés, encontra-se uma veia gigantesca e intocada de minério” (Hara, 2015, pg. 39)

No livro *A Book of Things* Jasper Morrison reforça que o *design* deveria ser criado e destinado à vida quotidiana, aos espaços e ao utilizador. Apesar de se pretender desenvolver um produto destinado a quem trabalha a partir de casa e necessita de um espaço próprio e individual para o fazer, tencionava-se que o mesmo fosse adaptado a várias idades, contemporâneo mas retornando a objetos como a escrivaninha (figura 15). Sendo assim optou-se por desenvolver um produto que realizasse as necessidades do utilizador, objeto caracterizado por linhas contemporâneas, mas que emprega referências de um passado. A funcionalidade e o intuito deste produto seria relacionar essas memórias e convivências do passado com a aparência e contemporaneidade do presente para a criação de um produto que se enquadrasse e dissipasse em qualquer espaço e ambiente.



Figura 14. Escrivaninha antiga de madeira maciça



Figura 15. Exploração de ideia

2.4. Ligação emocional

Ao falar de relação entre espaço e ligação emocional, parece ser relevante referenciar o conceito de *Super Normal* de Jasper Morrison e Naoto Fukasawa. Um objeto considerado *Super normal* é algo extremamente normal onde se assume a simplicidade como algo de extraordinário (Annicchiarico, 2007). São objetos excepcionais porque não procuram o especial, chamar à atenção, ou seja, são notáveis por não serem perceptíveis, pelo seu sentido de invisibilidade e ausência, sem perder os seus recursos. O *Super normal* é algo que se refere tanto ao presente como ao passado, sendo possível conter uma evolução no sentido em que o que se projeta no presente é derivado do conhecimento adquirido ao longo de gerações.

“A nossa apreciação da atmosfera é muitas vezes vinculada ou cruzada com o passado, e os objetos que desempenharam um papel em algumas memórias atmosféricas anteriores têm uma poderosa posse sobre nós.” (Morrison, 2015, p. 109)

A exposição do *Super normal* chamou ainda mais a atenção para os *designers* Jasper Morrison e Naoto Fukasawa, ambos criadores deste manifesto. Os dois *designers* procuravam que o manifesto fosse reconhecido pelo seu *normal* a ponto de aproveitar as formas tradicionais, materiais ou técnicas de produção a fim de adotar uma forma e uma estética familiar, sem ser o próprio "normal" (Terstiege, 2007, pg. 9). *Super normal* procura ser notado pela sua normalidade no espaço em que é inserido, e não um destaque relativamente à identidade, originalidade ou estilo. Defende algo que seja capaz de se libertar da opinião atual do que é considerado *design*, (Fukasawa, 2007, pg. 21) em que os objetos são feitos para chamar à atenção através do seu aspeto e não pelo seu potencial de uso. É também caracterizado pela constante procura da capacidade que certos objetos considerados banais e discretos têm para ser mais notáveis pela sua naturalidade, capazes de se disseminar num espaço sem que seja notada a sua presença, livre de qualquer tipo de reação de estranheza. Estas características foram essenciais para o desenvolvimento deste projeto, na medida em que seria possível trazer certas memórias do mobiliário de escrivaninha às nossas casas de uma forma contemporânea, leve e subtil.

No livro *Super Normal - sensations of the ordinary* escrito por Jasper Morrison e Naoto Fukasawa encontramos múltiplos objetos que transmitem esta filosofia. Os bancos *déjà-vu* de Naoto Fukasawa desenvolvidos para a Magis são um exemplo de como é possível chegar a um resultado *super normal*.



Figura 16. *Déjà-vu stool*, Jasper Morrison (2005)

Déjà-vu provém de uma forma já existente transformada em algo inovador e diferente apenas pela mudança do material, conseguindo redesenhar algo que nos é familiar, e por consequência, normalizado no dia a dia (Fukasawa, 2007, pg. 102). Originalmente estes bancos fazem-nos viajar no tempo e remetem-nos aos típicos bancos de madeira rústicos. Naoto Fukasawa optou por modernizá-los e transmitir elegância e sofisticação através da mudança para o alumínio. “Fukasawa converte uma forma existente, convencionalmente associada exclusivamente a um determinado material (madeira), num objeto *Super Normal*, através da sua escolha idiossincrática de um material novo e não convencional.” (Terstiege, p. 9). Esta família de bancos expressava o que Naoto Fukasawa acreditava ser indispensável para estes objetos, a simplicidade, utilidade e qualidade acreditando que todos nós estamos ligados de forma inconsciente a produtos e acessórios do nosso quotidiano sem nos apercebermos disso. Pode dizer-se então, que *super normal* é sobre a relação de como vivemos e nos relacionamos com os objetos.

“Os objetos tornam-se super normais pelo seu uso e não pelo seu design”. (Morrison, 2007, pg. 99)

É um facto que aquilo que nos chama a atenção de um objeto é a sua aparência física, mas também é certo que lhe é dada demasiada importância, no entanto, ao contrariar essa “tendência” é possível desenvolver uma outra sensibilidade direcionada para outras qualidades existentes num objeto (Morrison, 2015, pg. 14). Com isto, o *designer* pretende defender que os objetos têm mais para oferecer do que apenas a sua forma ou o seu aspeto físico. As referências ao trabalho de Jasper Morrison procuram explorar a relação e a ligação emocional que um objeto pode ter com o utilizador. O próprio baseia muito os seus produtos nas suas memórias, tradições e culturas. No seu livro *Everything but*

the walls constam variadas histórias que fundamentam cada projeto, onde está presente a de “sofa”, uma reinterpretação dos velhos sofás britânicos *chesterfield*.



Figura 17. Sofa, Jasper Morrison (1993)

Produzido para a Vitra, este sofá foi projetado baseado na ideia que o autor tinha sobre o conforto de um sofá. “A Inglaterra da minha juventude estava cheia de sofás Chesterfield e, pelo menos na minha cabeça, tornou-se um símbolo para todos os sofás e para o conforto de uma casa”, (Morrison, 2006, pg. 58). Jasper Morrison utilizou uma memória individual para a projeção desta peça, baseada no exemplar da sua infância e da sua casa. No fundo, era uma característica que se pretendia para o projeto aqui defendido, ter a capacidade de aproveitar ou extrair informação daquilo que vimos e experienciamos ao longo da vida.

Jasper Morrison considera que um objeto antigo é-lhe acrescentado valor emocional ao cumprir de forma exemplar a sua função. Acredita esta ser uma razão para que não seja esquecido, defendendo que esses objetos devam ser reinterpretados e reaproveitados da melhor forma a fim de poderem ser transportado para os dias de hoje, adotando a tecnologia moderna com o intuito de se tornarem objetos cada vez melhores e mais competentes. Esta ideia de evolução ou reconstrução pode ser observada em *Sócrates*, um saca rolhas também da autoria de Jasper Morrison que procura o melhoramento sobre uma tipologia já existente e não a constante busca pela reinvenção de algo novo.

“Eu tenho um saca-rolhas semelhante a este há cerca de vinte anos. É uma tipologia antiga, mas boa, que parecia ter desaparecido. A ação da alavanca do pantógrafo facilita muito o retirar das rolhas e, como existem maus saca-rolhas, decidi que era o meu dever reintroduzi-lo no mundo.” (Morrison, 2006, pg. 97).

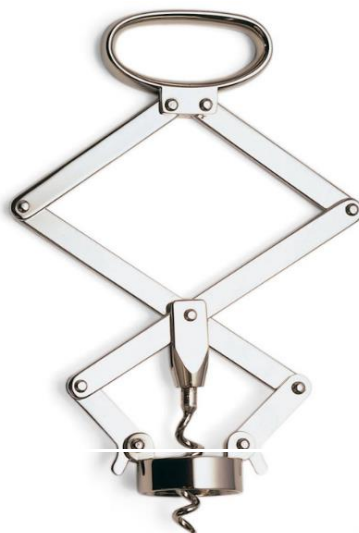


Figura 18. Sócrates, Jasper Morrison (1998)

Também a sua família de copos - *Drinking Glass Family* – para a Alessi em 2007 é baseada nas vivências e experiências do autor, Jasper Morrison. Esta família de copos foi uma ideia reforçada dos copos que ele comprara numa loja de antiguidades em Paris. “Depois de usá-los por alguns anos, entendi como eles eram perfeitamente despretensiosos e que grande atmosfera eles davam à mesa.” (Morrison, 2015, pg. 6)



Figura 19. Drinking Glass Family, Jasper Morrison (2007)

Jasper Morrison acabou por trabalhá-los de forma tridimensional a fim de tirar melhor partido dos copos originais e dar-lhes a devida personalidade que o próprio procurava.

Cada copo foi devidamente pensado para ser destinado ao uso diário, até mesmo o copo caracterizado pelo pé alto. Ao comparar este último com os copos cilíndricos simplificados podemos questionar-nos sobre a decisão da aplicação do pé no copo alto. A resposta a esta pergunta centrasse na ligação familiar que Jasper Morrison tem com este tipo de copos que, por sua vez, tornam-se mais sofisticados por serem destinados ao vinho. A diferença prende-se pelo ato de beber vinho, que é cada vez mais habitual ser servido em copos do dia-a-dia e, com este copo podemos sempre fazê-lo sem a necessidade de usar um copo mais aprimorado. Além destes *designers*, Grcic também utilizou o redesenhar de um objeto clássico, alterando alguma tipologia a fim de o melhorar. Exemplo disso é o banco *Tom and Jerry* desenvolvido para a Magis em 2011, redesenhado com a tipologia clássica dos bancos de oficina onde ocorreu uma alteração do material. Feito de madeira maciça e com dois tamanhos disponíveis, o banco mantém a capacidade de ajustar a sua altura através do seu eixo giratório de plástico, que originalmente era de metal, de forma a permitir que o mecanismo do assento girasse de forma mais rápida e suave.



Figura 20. *Tom and Jerry*, Konstantin Grcic (2011)

Noutra perspetiva, a marca Muji também serviu de base para este relatório pelo seu conceito de desenvolver produtos com o objetivo de satisfazer as necessidades do utilizador. Baseada nos princípios da redução do consumismo, Muji procura pensar o *design* de forma distinta ao dar relevância aos melhores materiais, métodos de fabrico e forma. Procura desenvolver produtos sem associação a qualquer tipo de marca, que não se afirmem pela sua presença, mas sim pela relação com o anónimo através da sua ligação e integração feita de uma forma suave e subtil. Muji é uma marca que, de forma clara, apresenta produtos que primam pela funcionalidade que, de forma implícita, são uma necessidade para o utilizador. (Fukasawa, 2010, pg. 227). Fukasawa afirma que a necessidade passa pela procura de produtos e conceitos que atendam às suas próprias

necessidades (Fukasawa, 2010, pg. 227) e não por chamarem à atenção pela estética que, posteriormente pode resultar na insatisfação do cliente. Sam Hecht, *designer* que trabalhou para a marca, refere que um objeto Muji é capaz de satisfazer as nossas necessidades de forma clara. Fala especificamente de *PP Filebox*, uma caixa de arquivo capaz de armazenar qualquer tipo de objeto. “Empilha-se perfeitamente, com um raio apropriado para essa função de arquivamento. Elas ajudam-me a organizar a minha vida não apenas de maneira funcional, mas também emocional.” (Hecht, 2010, pg. 233)



Figura 21. PP Filebox, MUJI

O *PP Filebox* utiliza-se sem dificuldades e veio provar que não é necessária nenhuma assinatura para o considerarmos um objeto capaz de satisfazer o utilizador em todos os aspetos, conseguindo ir além do que o utilizador pode esperar e ainda assim poder ser considerado um objeto humilde. *Industrial Facility* é o nome do estúdio onde Sam Hecht cria os seus produtos e mobiliário juntamente com Kim Colin. Ambos partilham da opinião que os produtos devem conter uma ligação entre utilizador, ambiente e produto como se de um triângulo se tratasse, sendo cada etapa do projeto igualmente importante para a conclusão de cada objeto. Colin afirma “*cada projeto nunca é criado em isolamento cultural e, portanto, o nosso escritório comporta-se como um bom e condensado bairro internacional, que é eficiente, energético e agradável*” (Colin, 2008). *Este método* faz com que os seus produtos consigam agradar a qualquer tipo de cultura para onde são projetados e relacionados ao ambiente em que são usados.

Apesar de haver cada vez mais *designers* que partilham da mesma ideologia, existem muitos outros que são contraditórios a estas ideias. Quando olhamos para um objeto, fazemos juízos de valor sobre ele, mas muitas vezes fazemo-lo de forma errada.

“O principal componente de curto prazo é a aparência visual, porque é sobre isso que a maioria das pessoas tem uma opinião imediata, mas é a mais superestimada e enganosa delas.” (Morrison, 2015, pg. 217)

No entanto existe quem se identifique com o *design* especial e vistoso, não só as pessoas comuns que adquirem produtos iludidos por essas características, como também os próprios designers criadores de objetos supérfluos que procuram o destaque no meio de uma panóplia de objetos já existentes. Muitos designers são defensores do avanço tecnológico e defendem a teoria de que os objetos deveriam acompanhar os avanços abruptos do nosso estilo de vida.

No documentário *objectified*, Karim Rashid, *designer* egípcio, dá como exemplo o facto de conseguirmos ter todo o tipo de objetos tecnológicos como um *ipod*, um telemóvel, um portátil, mas em simultâneo encontramos objetos com os quais vivemos já ultrapassados, como uma cadeia de madeira (Rashid, 2009) o que, na opinião do próprio, não faz sentido. Para Karim Rashid, nostalgia, tradição e memória são palavras que não entram no seu vocabulário enquanto *designer*. Ao observarmos os seus produtos conseguimos ter uma perfeita noção que o seu conceito de *design* prima pela máxima contemporaneidade, tecnologia, pela imensa diversidade e modernidade de uma forma bastante excêntrica. *Globalight* é a perfeita interpretação disso. Criado por Karim Rashid para a marca de champanhe francesa *Veuve Clrquot* – rosé é um produto que junta a excentricidade e o multifuncionalismo num só objeto. É um candeeiro ultra contemporâneo que cria uma linha de luz suave de cor rosa substituindo as velas nas mesas dos jantares românticos. Para além de ser transportável para qualquer lugar, o seu propósito vai da iluminação à capacidade de transportar a garrafa de champanhe e mantê-la à temperatura ideal aproximadamente duas horas.



Figura 22. *Globalight*, Karim Rashid (2008)

Globalight é um produto característico do *design* de Karim Rashid com linhas fluidas, orgânicas, cores vibrantes e formas icônicas, com o objetivo de chamar à atenção característico da ideia de produto especial, fatores que não eram de todo o desejado para o projeto aqui defendido.

Em oposição a estes objetos completamente supérfluos, despojados de qualquer história, Naoto Fukasawa, já abordado neste relatório, foi mais uma vez estudado para comprovar a ideia de objetos que contam histórias. Dois bons exemplos são o telemóvel *W11K* e o *CD Player* baseados em vivências do designer. O *CD Player* foi desenvolvido para a Muji e, a sua inspiração acontece a partir da vivência pessoal que Fukasawa tinha de um ventilador situado na parede da sua cozinha de casa que girava com o ato de puxar um fio como interruptor, gesto que era universal para todos. Para tornar esse ato “imortal”, o *CD Player* funcionava de igual forma.

“Quando o fio era puxado, o CD começava a girar lentamente e a música espalhava-se, como o fluxo de ar de um ventilador,” (Fukasawa, 2007, p. 20)



Figura 23. *CD Player*, Naoto Fukasawa (1999)



Figura 24. *W11K*, Naoto Fukasawa (2003))

É nessa natureza interativa do objeto, bem como a sua sucessão de movimentos e sensações, que estava o centro do seu apelo ao *design* tornando-se assim um produto bastante popular entre os demais produtos eletrônicos da marca Muji. Já o telemóvel *W11K* foi desenvolvido devido à memória do ato de descascar batatas.

“Quando era jovem, eu descascava uma batata e a sujidade aderida nela desapareceu assim que foi lavada, revelando os ângulos obtusos deixados pela faca na sua superfície redonda.” (Fukasawa, 2007, p. 69)

Esse gesto ficou imortalizado na memória de Fukasawa e quando surgiu a oportunidade de projetar um telemóvel decidiu transportá-la para o produto. (Fukasawa, 2007, p. 69). Na opinião de Naoto Fukasawa, o *designer* tem cada vez mais trabalhado para estimular a alma e a mente das pessoas sendo que o *design* necessita de algum tipo de conexão com o comportamento. Com estas abordagens pretendia-se que houvesse uma ligação emocional entre utilizador e objeto, não pela sua observação, mas também pelas ideias de *affordance* e do gesto, a fim de criar uma relação.

“O designer espera que um objeto faça isso a alguém. E o facto de usar os objetos em casa faz com que se tornem parte da família.” (Joungerius, 2009)

Este projeto tem como finalidade desenvolver um produto que faça parte do percurso de alguém, contando a sua história. Pretende-se, por acréscimo, que a peça tenha melhorias com o uso a fim de criar uma relação emocional que aumente com o tempo. Dessa forma, motivado por todas as informações e influências recolhidas, concluiu-se que a forma final fosse o mais simples e intemporal possível ao juntar materiais e mecanismos próximos ao tradicional usado neste tipo de mobiliário. Para isso, optou-se pela redução da forma ao mais simples possível com o intuito de que o utilizador consiga criar uma ligação a este tipo de produto muito utilizado em tempos. Optou-se então por linhas próximas ao utilizado no tradicional, mas de uma forma mais contemporânea e atual. Fundamentalmente o projeto apoia-se na invisibilidade e familiarização com o utilizador de forma a que se sentisse parte integrante do espaço. Para o projeto, o desejado seria encontrar harmonia entre o ambiente em que se insere e o seu propósito, isto é, um aspeto formalmente simples adaptável a qualquer espaço.



Figura 25. Esboço final de forma (exterior)

2.5. Processo

Após toda a informação recolhida foi-se deparando com um problema real que acontece em quase todas as escrivaninhas, a abertura e a área de trabalho. Por norma, a porta de abertura serve também como área de trabalho para o utilizador. Para fazer os dois efeitos é sempre necessário um apoio ou uma ferramenta capaz de suportar o peso feito pelos objetos pousados e corpo do utilizador nessa área. Posto isto, a primeira preocupação foi resolver esse problema através de soluções adaptáveis capazes de suportar qualquer peso sem o risco de danificar o produto.

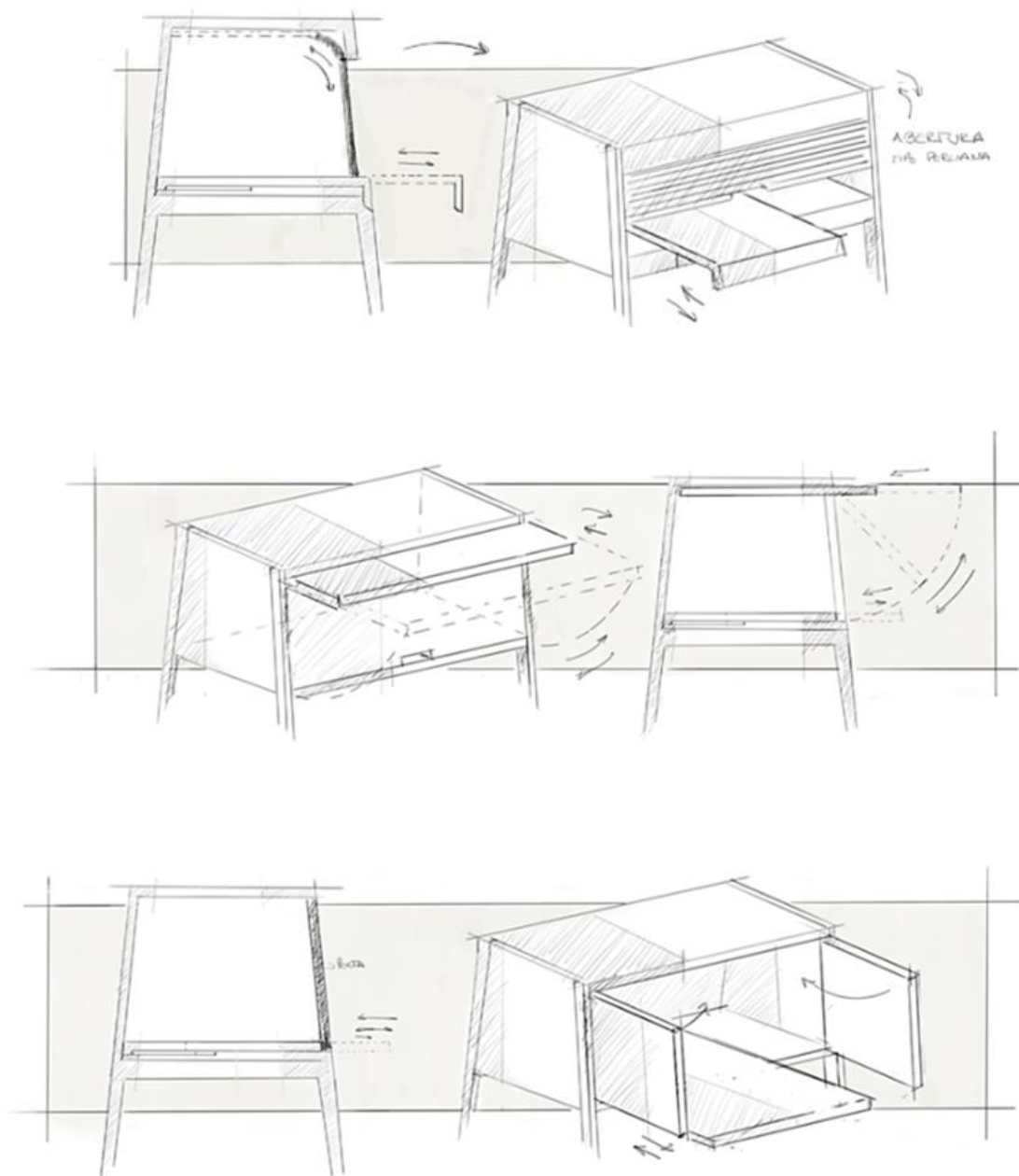


Figura 26. Estudos de abertura e área de trabalho

Estando a forma final definida e os pormenores tratados, rapidamente se chegou à conclusão que o material a ser utilizado seria a madeira. A pedido do responsável do estúdio, o tipo de madeira a ser utilizada na sua conceção seria a madeira de nogueira, maciça, já utilizada noutros produtos da marca *RED Umbrella*. Este material é cada vez mais procurado pela sua nostalgia, uma vez que é um material tirado da terra, vive, respira e é trabalhada como se de um ser vivo se tratasse. Além disso, sendo um material que se desgasta com o uso, cria uma relação com utilizador moldando-se ergonomicamente e melhorando a sua utilização. É utilizada em diversos contextos devido à sua estrutura mais resistente, sólida e robusta que confere uma maior durabilidade ao objeto. No entanto, a produção de objetos com este material nobre acarreta um custo de produção bastante elevado devido ao tratamento e vasto processo a que é sujeito até ao fabrico final. Ao utilizar este tipo de madeira no projeto, concluiu-se que iria tornar-se um produto bastante dispendioso em produção e preço final, particularidade que não era desejada. Após a procura de soluções de igual forma duradouras, mas mais fáceis de produzir e fabricar, constatou-se que o MDF revestido com folha de madeira de nogueira natural seria a melhor opção para este produto. Sendo um material muito mais ecológico, devido ao aproveitamento das sobras de outras madeiras, o MDF tem a particularidade de possibilitar acabamentos de qualidade mantendo a sua superfície homogénea, limpa e resistente. A aplicação da folha de madeira natural dá ao produto uma aparência agradável e genuína tornando este tipo de produtos bastante semelhantes aos de madeira maciça, criando de igual forma uma ligação entre o objeto com o utilizador. Posto isto, esta opção, cada vez mais utilizada pelas grandes empresas de mobiliário, foi também a escolhida para este *home office*, uma solução mais económica, ecológica e versátil de igual forma.

O processo de criação desta peça enquadra-se em teorias de alguns *designers*, como a utilização de alguma linguagem tradicional num produto novo, contemporâneo, mas que é caracterizado pela análise das escrivatinhas utilizadas há décadas.

Sendo que este produto foi o resultado dessa análise, também era pretendido que o mesmo captasse as necessidades da produção do próprio, através do apoio das novas tecnologias, mas em contrapartida que nunca perdesse a sua origem tradicional.



Figura 27. Pormenor da abertura das escrevaninhas antigas



Figura 28. Pormenor da abertura da peça

Um *designer* que tenta, de forma constante, criar uma correlação entre o passado e o futuro nos seus projetos bem como nos seus espaços, é o *designer* Konstantin Grcic, já referido neste presente relatório. Para além de outros *designers*, Grcic é apologista de que cada objeto deve ser alterado consoante o avanço tecnológico defendendo a melhoria

constante dos objetos a fim de se adaptarem a cada época e a cada geração. “Combinar uma estética industrial com elementos artísticos experimentais” (Grcic, 2015) é um pensamento que acompanha aquilo que se pretende para este projeto. A necessidade da evolução enquanto objeto centrado numa perspectiva do presente sobre o passado também acompanhou esse raciocínio.

Para além desta referência, os *designers* Ronan e Erwan Bouroullec, já abordados neste relatório, foram alvo de estudo pela forte recorrência à memória para a melhoria de um objeto no presente. Todo o trabalho e métodos usados pelos dois *designers* resultam numa forte ligação entre o objeto e o utilizador ao empregar as referências ao passado. A televisão *Serif* dos irmãos Bouroullec para a marca *Samsung* concentra em si uma grande ligação com o passado. Ganhou um *Golden Award nos International Design Excellence Awards* em 2016 devido à sua eficácia em conseguir captar o passado que levou à transformação de algo mais contemporâneo.

“É uma TV que não pertence ao mundo da tecnologia.” (Bouroullec, 2015)

Serif é uma televisão que é mais do que um simples ecrã. É um objeto com uma grande presença e que se adapta de forma natural a diferentes ambientes como qualquer outro objeto projetado pelos dois *designers*.



Figura 29. *Serif*, Ronan e Erwan Bouroullec (2015)

“Não pertence ao mundo da tecnologia, mas ao mundo do mobiliário e do design.” (Bouroullec, 2015)

O nome *Serif* advém do seu perfil enquanto forma que é idêntico à letra i serifada que se diferenciou entre todas as outras televisões disponíveis no mercado. É um produto que vem provar que uma televisão não é apenas algo para observar nem é só um retângulo

preto. Em oposição, existe a oportunidade de ser criada uma pequena prateleira na parte superior da própria televisão com o fim de poderem ser colocados objetos, característica que foi herdada das primeiras televisões existentes no mercado, recuperando assim a ideia da televisão enquanto peça de mobiliário presente na memória dos irmãos Bouroullec.

Este exemplo vai um pouco ao encontro do projeto aqui defendido em que uma das principais alterações em relação ao tradicional foi o mecanismo de abertura do objeto bem como a adaptação da área de trabalho e, por essa razão, optou-se por fazer uma atualização da forma das escrivaninhas tradicionais. Posto isto, foi necessário ter algum cuidado com cada peça a ser produzida bem como os seus complementos e encaixes devido às inúmeras questões técnicas. O facto do estúdio onde foi realizado o estágio não ter qualquer parte de produção, recorrendo sempre a empresas subcontratadas, dificultou um pouco a preparação de cada peça para produção. Contudo, durante esse período foram retiradas várias dúvidas a técnicos e fornecedores para existir uma verificação que todos os mecanismos usados no funcionamento do produto eram possíveis de se concretizar.

Um dos primeiros aspetos técnicos a ser estudado foi a aplicação da peça que iria permitir que a abertura da escrivaninha rodasse no seu eixo e, em simultâneo, ao estar na posição horizontal permitisse o seu recolher para dentro. Para obter essa solução, foram implementadas duas peças metálicas, presas por um parafuso em cada extremidade das laterais para permitir a rotação da abertura. Por sua vez, a abertura contém uns rasgos nas extremidades que permite que a mesma consiga se deslocar a fim de ser recolhida, como pode ser observado na figura 30. Com o fim de tornar a abertura mais resistente e funcional, ao invés do movimento feito de cima para baixo para posteriormente servir como mesa, para este projeto optou-se pela abertura inversa, de baixo para cima.

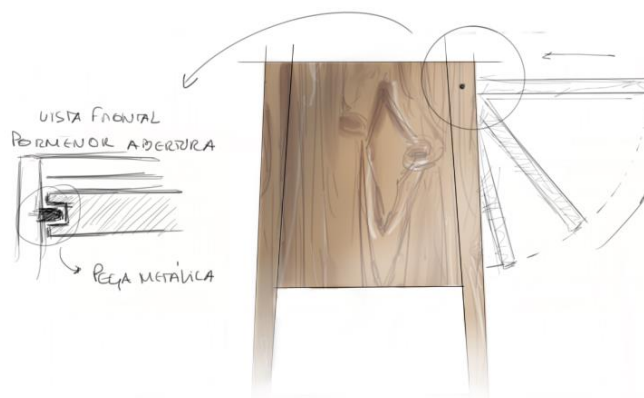


Figura 30. Pormenor do mecanismo de abertura da peça

Um outro aspeto a ser trabalhado foi o funcionamento da área de trabalho e de como iria funcionar a sua expansão e recolher. A ideia seria funcionar da mesma forma que as secretárias antigas que continham uma área onde era colocado o teclado do computador. Neste seguimento, optou-se pela aplicação de corrediças colocadas na parte inferior da área de trabalho permitindo a sua extensão obtida pelo gesto intuitivo de puxar. Ao utilizar dispositivos eletrónicos e para que os não perturbem a área de trabalho, a peça irá ter um orifício por onde passam todos os cabos (figura 31).

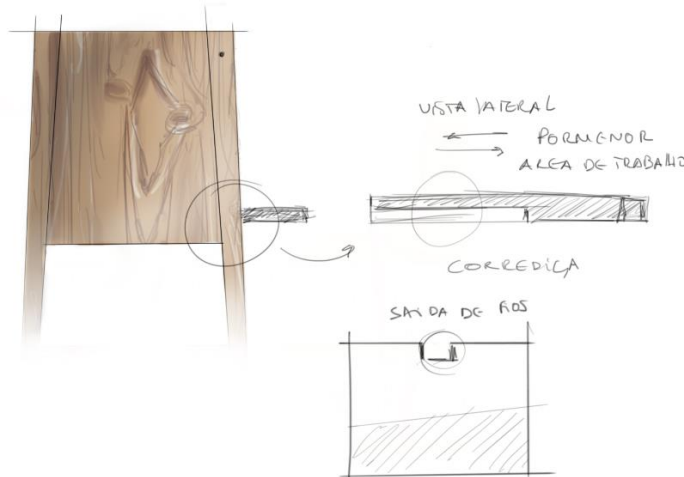


Figura 31. Pormenor do mecanismo de extensão da área de trabalho

Ao desenvolver a peça, concluiu-se que nos dias de hoje não existe tanta necessidade de arrumação quer nos escritórios quer em *home office* pelo facto de tendencialmente optarmos por documentos digitais. Ao longo das décadas quanto mais leve e fina era a tecnologia, menos espaço era necessário no tampo da secretária. Dito isto, determinou-se que o interior da peça não iria necessitar de muitos elementos de arrumação, apenas o essencial para armazenar algum material de escrita, livros e outros objetos.

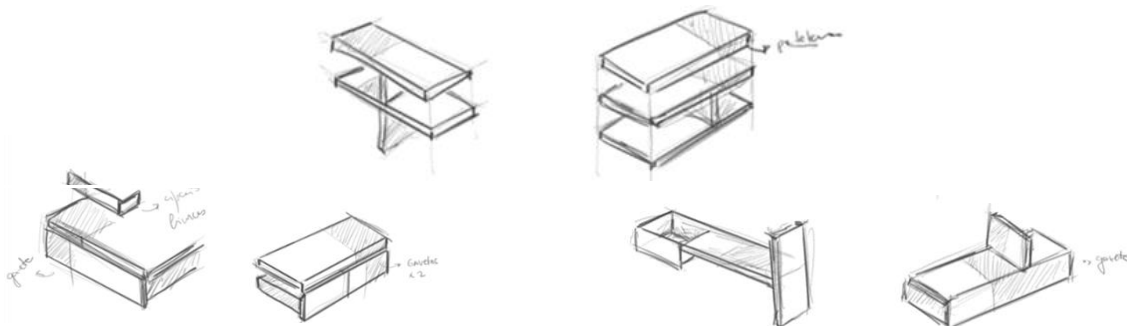


Figura 32. Estudos de arrumação

Posteriormente às várias explorações de ideias, optou-se pela forma de arrumação mais simples e prática priorizando apenas o essencial para arrumação nomeadamente uma prateleira, uma gaveta e um apoio para o material de escrita.

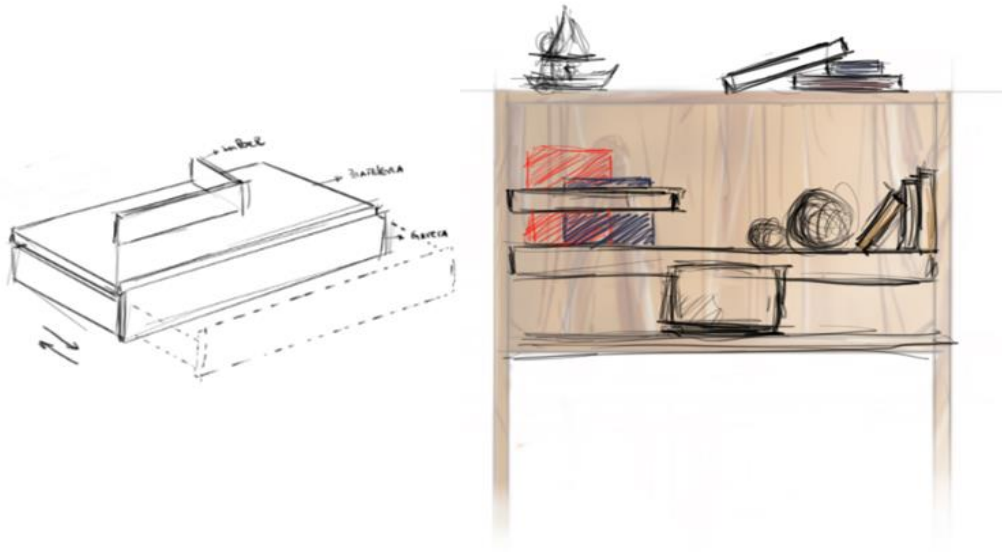


Figura 33. Esboço de arrumação

Dando por terminada a etapa de estudos da forma, determinou-se que seria uma mais valia se a peça agregasse iluminação a fim de ser possível utilizar sem o auxílio de um candeeiro. Com o objetivo de se tornar algo prático para o utilizador, foi feita uma vasta pesquisa sobre tipos de iluminação e formas de ser incorporada. Posto isto, e em discussão com alguns técnicos optou-se pela fita led, cada vez mais utilizada neste contexto. A fita vai ser posta sobre uma calha de alumínio para que não haja dissipação de calor para a madeira e posteriormente será colocado um difusor para neutralizar a luz. O interruptor ficará colocado ao lado da iluminação, a fim de tornar o acesso mais fácil e prático.

Para o bom funcionamento da iluminação, foi necessária uma placa de madeira com dois rasgos. Um deles preparado para a fita led, difusor e a sua ligação ao interruptor, e outro pensado para a instalação elétrica que liga o interruptor ao *driver*, colocado no interior do produto de forma discreta, sem causar qualquer problema ao normal funcionamento do produto (ver figura 34). Para haver corrente elétrica que permita o correto funcionamento da iluminação, o objeto contém na retaguarda um rasgo revestido com a folha de madeira, contendo os fios elétricos que o possibilita de ser ligado à tomada à eletricidade (ver figura 34). Por último, o interruptor é colocado do lado esquerdo da luz led, funcionando com um toque suave facilitando a sua utilização.

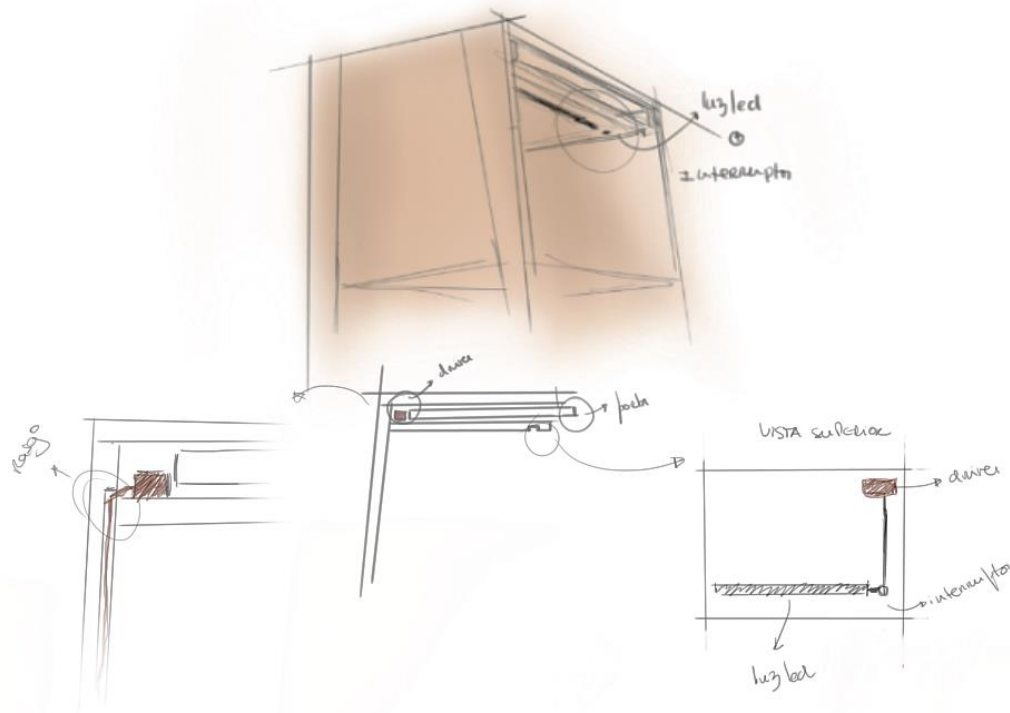


Figura 34. Explicação da instalação da iluminação

Ao chegar à forma final através do desenho, concluiu-se que a sua forma simplificada daquilo que se entende por uma escrivaninha, permite que o mesmo passe despercebido em qualquer espaço, não sendo perceptível, à primeira vista, que se trate de um *home office*. Ao longo do presente relatório todos os exemplos foram grandes referências para a solidificação e concretização deste projeto ajudando a criar consistência em termos teóricos e práticos.



Figura 35. Esboço final da peça

2.6. Maquetagem

Após a fase criativa estar finalizada, foi iniciada a concretização de uma maquete com o objetivo de conseguir uma melhor percepção física da ideia do projeto esboçado anteriormente. A maquete foi desenvolvida principalmente em *k-line* com o intuito de analisar dimensões e equilibrar proporções.

Ao analisar a maquete houve a necessidade de corrigir algumas medidas, algo benéfico para termos a percepção de erros cometidos através do desenho.



Figura 36. Maquete (1)



Figura 37. Maquete (2)



Figura 38. Maquete (3)



Figura 39. Maquete (4)

2.7. 3D e conhecimento técnico

A modelação tridimensional e a renderização foi o próximo passo pelo que é uma fase bastante benéfica. É através destes pontos que é possível ter uma perceção mais real de todos os detalhes, de forma a poder trabalhá-los. Apesar de todas as dimensões estarem definidas através do processo de maquetagem, esta fase não deixa de ser fundamental pois é através do 3D que se tem uma melhor perceção das dimensões, detalhes, encaixes necessários e textura de materiais.



Figura 40. Render final (1)



Figura 41. Render final (2)



Figura 42. Render final (3)



Figura 43. Render final (4)



Figura 44. Render final em ambiente

2.8. Origem CRIA

Após todos os problemas estarem resolvidos e todos os processos concluídos, deu-se por terminado todo o projeto.

Considera-se que o nome atribuído a um projeto é um aspeto fundamental pois é responsável por representá-lo bem como resumir todo o seu fundamento. Falando especificamente neste projeto, o seu nome advém de um processo gradual que o caracteriza, sendo assim denominado de CRIA. Este nome surge maioritariamente pela sua origem etimológica. Criar provém do latim *creo- are* que significa dar existência a algo, gerar, produzir, entre outros sinónimos. Sendo o primeiro projeto a ser realizado fora do contexto académico e onde foram aplicados todos os ensinamentos adquiridos ao longo do percurso universitário, optou-se por homenageá-lo. O nome dá ênfase ao processo de CRIAção, de CRIAtividade, de ser CRIAtivo através do trabalho realizado a partir de casa, insinuando conseguir oferecer imaginação a quem usufruir deste objeto.

Capítulo 3

Projetos RED UMBRELLA

Como já foi referido anteriormente, ao longo do estágio curricular e em simultâneo com o desenvolvimento do projeto final, houve espaço para criar produtos não só para a marca *RED Umbrella*, mas também participar em peças implementadas em projetos de arquitetura de interior igualmente desenvolvidos pelo responsável do estúdio. Estes projetos contavam com uma ideia base já definida por parte do estúdio ou do próprio cliente e, por serem projetos que necessitam de uma resposta rápida em termos de prazos de execução, o tempo para o processo criativo é escasso e muitas vezes ignorado. Eram executados esboços principais de dimensões, o respetivo 3D e desenhos técnicos para haver uma melhor perceção de cada produto e, por fim, o enquadramento de cada um deles num ambiente próprio. Os projetos aqui apresentados foram bem recebidos por parte do responsável do estúdio, mas principalmente por parte do cliente.



Figura 45. Secretária para a sede Guilherme Teixeira, SA (ambiente)

3.1. Secretária SEDE Guilherme Teixeira, SA

Considera-se esta secretária um exemplo de modernidade juntando madeira de nogueira com detalhes em metal de cor dourada ou prateada. O tampo contém um rasgo que permite “suportar” dispositivos tecnológicos como o telemóvel e o *tablet*, bem como esconder da vista os cabos de alimentação elétrica. Esse rasgo também permite a abertura de um compartimento situado no fundo da secretária com o fim de armazenar livros, capas de arquivo, material de escrita, entre outros objetos pessoais. Além de compartimentos, esta secretária dispõe das habituais gavetas de arrumação, contando com duas em cada extremidade e sobrando apenas espaço necessário para o utilizador se movimentar ao centro. Esta peça inclui um compartimento secreto situado na parte inferior do tampo, no centro da mesma com a finalidade de servir de esconderijo para guardar documentos e objetos de maior valor. É possível encontrar duas barras de aço tubular na parte inferior da mesa que conferem uma boa estrutura da secretária dando apoio e estabilidade aos pés da mesma. Os compartimentos são produzidos em chapa quinada que contém um encaixe que as permite “circular” no rasgo do tampo. Os detalhes referidos anteriormente dão à secretária graciosidade e elegância pois têm um papel fundamental na construção da mesma enquanto identidade.



Figura 46. Secretária para a sede Guilherme Teixeira, SA ((perspetiva)



Figura 47. Secretária para a sede Guilherme Teixeira, SA (vista superior)

3.2. Secretária RED Umbrella



Figura 48. Secretária RED Umbrella

A simplicidade e linhas limpas são características evidentes nesta secretária. Feita de madeira de nogueira é caracterizada pelos seus pés angulares, que com algum estudo, adaptou-se para uma perfeita estabilidade e estrutura da peça. Aos pés junta-se um tampo que dispõe de um compartimento preparado para esconder cabos elétricos dos dispositivos tecnológicos, arrumação para pequenos livros, material de escrita, entre outras coisas.



Figura 49. Secretária Red Umbrella (perspetiva)



Figura 50. Secretária RED Umbrella (vista superior)

3.3. Room Butler



Figura 51. Room Butler

Historicamente um *Room Pantry* era um espaço/divisão situado em casas burguesas com a finalidade de armazenar pratos familiares, porcelanas e objetos de grande valor. Com o avanço dos tempos este conceito caiu em desuso, mas devido ao seu potencial, foi adotado pelo estúdio a fim de criar uma peça a ser situada nos quartos das habitações para a arrumação de objetos comuns. É desta forma que nasce o conceito inovador do *Room Butler*. É um produto elegante devido aos materiais e detalhes nele usado. Foi pensado para uma produção em madeira de nogueira ou carvalho, com utilização de mármore preto para a parte superior da peça, com o intuito de atribuir harmonia ao produto. Posteriormente esta ideia foi desenvolvida e resultou em três versões distintas, alterando a zona superior para madeira, ripas de madeira ou cestaria. Desta forma, a ideia do *Room Butler* resultou em três opções que tinham tanto de igual como de diferente.



Figura 52. Room Butler (opções em perspectiva)

Conclusão

Este trabalho é o resultado de uma experiência a juntar a um portefólio onde o grande objetivo foi aplicar todo o conhecimento adquirido por parte do estagiário e também obter algum contacto e relação com o mercado de trabalho, algo que ainda não tinha sido feito.

O contexto pelo qual o projeto CRIA foi introduzido, resulta da necessidade de criar uma peça que relaciona a ligação emocional, a memória pessoal e a nossa relação com espaços num novo contexto reintroduzindo nele algo mais contemporâneo dando-lhe um novo rumo, uma nova vida. A tecnologia veio inovar e transformar tudo à nossa volta e este projeto tenta consciencializar na medida em que podemos e por vezes devemos acompanhar a tecnologia dado que o tradicional não seja esquecido e inutilizado podendo haver uma perfeita junção destes dois vértices. CRIA é uma abordagem contemporânea e evolutiva, com raízes no tradicional, procurando ser consciente do que se passa à nossa volta no mundo atual. A produção física do mesmo era um grande objetivo em todo o processo, no entanto, não foi possível, o que não invalida todo o processo, conhecimento e diálogo adquirido ao longo deste processo.

Todos os outros projetos concretizados dentro e fora do contexto do estúdio mostram a realidade do que é atualmente o mercado de trabalho que gira muito à volta do consumidor que por vezes se torna exigente, mas é esse triângulo entre o cliente, o *designer* e o estúdio/empresa que comprova essa mesma realidade nos dias de hoje em que temos ser rápidos e eficazes na resposta a um consumidor impaciente.

Todos os processos encaram-se como importantes e pertinentes na medida em que muitos projetos são o resultado de uma resolução de problemas onde o design melhorou e a vida do consumidor ficou mais simplificada.

Este estágio curricular de seis meses foi muito proveitoso quer em crescimento profissional e pessoal. Foi centrado no projeto CRIA e noutros projetos complementares que serviram como fundamentação a algo já adquirido, mas também para alcançar outros conhecimentos de conteúdos desconhecidos e nunca explorados mostrando assim as várias e distintas áreas do design.

Bibliografia

Annicchiarico, S. *Super Normal: Sensations of the Ordinary*. Londres: Lars Muller Publishers.

Carnick, A. *Nendo 10/10*. Japão: Gestolten

Bouroullec. (2019) *BEYOND THE 9-5*. Acedido em <https://www.establishedandsons.com/journal/beyond-the-9-5>

Bouroullec, R. (2019) *GRID Ronan & Erwan Bouroullec*. Acedido em <https://www.establishedandsons.com/products/grid>

Bouroullec, R. & Bouroullec, E. (2015). *Ronan and Erwan Bouroullec interview: Serif TV for Samsung | Design | Dezeen* Acedido em https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=_qogwJT4QxI&feature=emb_title

Bouroullec, R. (2016) *Ronan and Erwan Bouroullec's 'cyl' office system for VITRA at orgatec*. Acedido em <https://www.designboom.com/design/ronan-erwan-bouroullec-cyl-office-system-vitra-orgatec-10-25-2016/>

Colin, K. (2008). *Sam Hecht and Kim Colin*. Acedida em <https://www.hermanmiller.com/designers/hecht-and-colin/>

Fukasawa, N. (2007). *Super Normal: Sensations of the Ordinary*. Londres: Lars Muller Publishers.

Fukasawa, N. (2007). *Naoto Fukasawa*. Londres: Phaidon Press Limited

Fukasawa, N. (2010). *MUJI*. Japan: Rizzoli.

Grcic, K. *Konstantin Grcic Industrial Design, Schillerstrasse 40*. Bene. Acedido em <https://bene.com/en/office-magazine/konstantin-grcic-industrial-design-schillerstrasse-40-en/>

Grcic, K. (1999) *Mayday / Portable Lamp / Flos / 1999*. Acedido em <http://konstantin-grcic.com/projects/mayday/>

Grcic, K. (2014). *Konstantin Grcic: Panorama*. Alemanha: Vitra Design Museum.

Grcic, K. (2014) “Mayday” Portable Lamp, by Konstantin Grcic for Flos. Acedido em <https://www.themethodcase.com/mayday-lamp-flos-konstantin-grcic/>

Grcic, K. (2015) *Konstantin Grcic - Panorama – Interview*. Vitra Design Museum. Acedido em https://www.youtube.com/watch?v=cAJZFXiWvZs&t=546s&fbclid=IwAR1jMKrNYgBbP5_rTABkAl2PDrFyw7q49qpBfjefyKqITKow_dkMcGglAP4

Grcic, K. (2016) *'Let's just do it' - A Talk on the Stool-Tool*. Acedido em <https://www.vitra.com/en-pt/magazine/details/stool-tool-talk>

Grcic, K. (2016) *konstantin grcic discusses chair table and stool tool for VITRA at orgatec*. Acedido em <https://www.designboom.com/design/orgatec-2016-konstantin-grcic-chair-table-stool-tool-vitra-10-30-2016/>

Hara, K. (2007). *Designing Design*. Baden, Suíça: Lars Müller Publishers.

Hecht, S. (2010). *MUJI*. Japan: Rizzoli.

Hustwit, G. (2009). *Objectified*. Reino Unido. Acedido em <https://www.hustwit.com/objectified>

Joungerious, H. (2009). *Objectified*. Reino Unido. Acedido em <https://www.hustwit.com/objectified>

Kries, M (2011). *dornbracht conversations 3: panel 1, part 2*. Acedido em https://www.youtube.com/watch?v=4V_VJVQXmQw

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

Morrison, J. (1991). *The Unimportance of Form*. Ottogono No. 100. Acedido em <https://jaspermorrison.com/publications/essays/the-unimportance-of-form>

Morrison, J. (1996). *Immaculate Conception – Objects without author*. Ottogono No. 118.

Acedido em <https://jaspermorrison.com/publications/essays/immaculate-conception-objects-without-author>

Morrison, J. (1999). *Looking for Atmosphere - From Jasper Morrison, published by Éditions Dis Voir*. Acedido em <https://jaspermorrison.com/publications/interviews/looking-for-atmosphere>

Morrison, J. (2006). *Everything but the walls*. Baden, Suíça: Lars Müller Publishers.

Morrison, J. (2007). *Super Normal: Sensations of the Ordinary*. Londres: Lars Muller Publishers.

Morrison, J. (2013). *Fionda chair by Jasper Morrison for Mattiazzi*. Acedido em <https://www.dezeen.com/2013/04/06/fionda-chair-by-jasper-morrison-for-mattiazzi/>

Morrison, J. (2015). *A Book of Things*. Baden, Suíça: Lars Müller Publishers.

Morrison, J. (2015). *Designing Design*. Baden, Suíça: Lars Müller Publishers.

Morrison, J. (2018). *Objects & Atmosphere - An interview with Jasper Morrison for Iittala Journal*. Acedido em <https://jaspermorrison.com/publications/interviews/objects-atmosphere>

Nendo. (2013) *Nendo 10/10*. Japão: Gestolten.

Phaidon. (2016). *Como Ettore Sottsass fez a maquina de escrever sexy - 1968*. Acedido em <https://de.phaidon.com/agenda/design/articles/2016/september/14/how-ettoresottsass-made-the-typewriter-sexy/>

Rashid, K. (2008). *Globalight by Karim Rashid for Veuve Clicquot Rose*. Acedido em <https://www.yatzer.com/globalight-karim-rashid-veuve-clicquot-rose>

Rashid, K. (2009). *Objectified*. Reino Unido. Acedido em <https://www.hustwit.com/objectified>

Rawsthorn, A. (2006). *Inspired design? Or just a crate?* The New York Times. Acedido em <http://www.nytimes.com/2006/08/13/style/13iht-design14.2464582.html>

Sudjic, D. (2009). *The Language of Things*. Londres, Reino Unido: Penguin Books Ltd.

Sudjic, D. (2011). *A linguagem das coisas*. Programa milénio. Acedido em https://www.youtube.com/watch?v=-cmI8Rv_sA&fbclid=IwARoBJ3Tq6jPOTNQS4o9mMKYYLQe8MEM6CoKEZ7plBha_torPiYo8De3k4GU

Terstiege, G. (2007). *Super Normal: Sensations of the Ordinary*. Londres: Lars Muller Publishers.

