

Design as a tool for Development

**UNIDO
creative
industries**

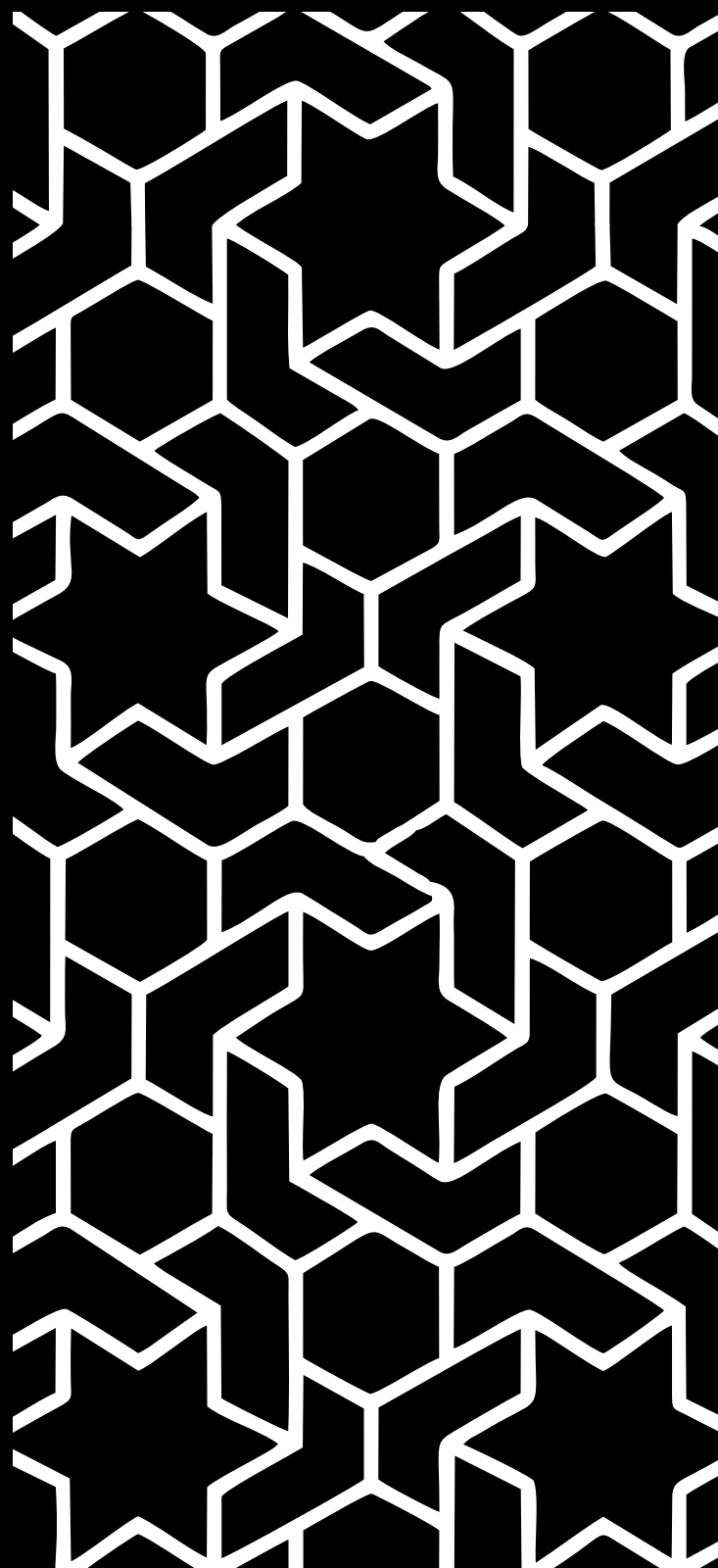
**Relatório
de Estágio**

**Mestrado
em Design**

**Especialização
em Design de
Interiores**

**Márcia Solange
Jordão Gomes**

2021



Design as a tool for Development

UNIDO creative industries

Organização das
Nações Unidas para o
Desenvolvimento Industrial

Relatório
de Estágio

Mestrado
em Design

Especialização
em Design de
Interiores

2021

orientador
esad
professor
Paulo Pereira

co-orientador
esad
professora
**Ana Sofia
Cardoso**

co-orientador
estágio
designer
**Giulio
Vinaccia**

aluna
**Márcia Solange
Jordão Gomes**

Design Colaborativo **Palavras-**
Artefacto Cultural **-Chave**
Património Histórico

“Design as a tool for Development” consiste num Relatório de Estágio na parceria entre a empresa Giulio Vinaccia & Associates e a UNIDO.

Resumo

Procuramos com este Relatório de Estágio analisar o papel das indústrias criativas na intervenção social e no desenvolvimento económico sustentável.

Os projectos que desenvolvemos partiram da colaboração com comunidades regionais com o objectivo de contribuir tanto para dinamizar a gama de oferta de produtos locais como o seu acesso ao mercado.

Ao longo deste estágio foram exploradas diversas formas de dar visibilidade às suas técnicas de artes e ofícios, aos recursos materiais locais e ao seu património histórico. Ao mesmo tempo, actualizamos os artefactos culturais inovando na qualidade do design, na tecnologia e no marketing.

Collaborative Design **Key Words**
Cultural Artifact
Historical Heritage

“Design as a tool for Development” is an internship report developed in partnership with the company Giulio Vinaccia & Associates and UNIDO.

Abstract

In this report, we analyse the multiple roles of creative industries as tools for social intervention and sustainable economic development.

The projects we developed began from collaboration with regional communities, aiming to diversify the range of local products as well as their market access points.

During this internship, we explored innovative ways to give greater visibility to their arts and crafts techniques, local material resources and their historical heritage. At the same time, we updated cultural artefacts by innovating in design quality, technology and marketing.

“Estes tempos perigosos para a Terra requerem não só paixão, imaginação, inteligência e trabalho árduo, mas — essencialmente — um sentido de optimismo disposto a agir sem plena compreensão, mas com fé no efeito de pequenos actos individuais sobre o cenário global.”

Papanek
1995, p. 27

1 Introdução (p.13)

Enquadramento

Justificação

Objectivo Geral

Relevância

Metodologia Investigação

Estrutura

Metodologia Projectual

2 Empresa (p.23)

3 Contexto Histórico

UNIDO (p.29)

4 Projecto Principal

(p.37)

Azerbaijão *Souvenirs*

Contextualização

Metodologia

Objectivos Gerais

Estrutura

Azerbaijão

Baku

Colecção 1 **Arquitectura** (p.51)

Colecção 2 **Cerâmica** (p.67)

Gulab (p.77)

Saboaria (p.78)

Colecção 3 **Metal** (p.79)

Colecção 4 **Loiça de Banho** (p.87)

Colecção 5 **Pele de Ovelha** (p.93)

Madeira (p.103)

Lenços de Seda (p.109)

Tapeçaria (p.113)

Colecção 6 **Bordado** (p.117)

Colecção 7 **Arte Rupestre** (p.126)

5 Proposta Conceptual

Espaço Comercial (p.133)

6 Outros Projectos

Tunísia *Souvenirs* (p.141)

Sri Lanka *Lankaboo* (p.159)

Etiópia *Hub Addis* (p.165)

Tunísia *Hub Palais* (p.171)

7 Considerações

Finais (p.179)

Bibliografia (p.185)

Lista de Figuras (p.193)

Lista de Siglas (p.203)

Anexos (p.207)

INTRODUÇÃO 1

No âmbito da integração na empresa “Giulio Vinaccia & Associates”, em Milão, sob regime de Estágio Curricular, desde Fevereiro a Julho do ano 2020, foram desenvolvidas propostas para novas linhas de produtos. Estas encontram-se enquadradas no âmbito do programa co-financiado pela União Europeia “Development of Clusters in Cultural and Creative Industries in the Southern Mediterranean”, implementado pela “UNIDO Creative Industries”.

Enquadramento Estágio

A UNIDO – United Nations Industrial Development Organization, promove o desenvolvimento industrial para combater a pobreza, para uma globalização inclusiva e pela defesa da sustentabilidade ambiental. Esta organização sob a alçada do programa “European Neighborhood and Partnership Instrument” (ENPI) e com a contribuição do “Italian Development Cooperation” traça como objectivo a parceria da UE com diversos países do Mediterrâneo, tais como o Azerbaijão e a Tunísia — locais de intervenção do presente Relatório de Estágio.

A iniciativa procura promover a competitividade e agregar valor às esferas social, industrial, económica e ambiental, através da ligação entre a indústria criativa, a investigação, a tecnologia e o conhecimento e cultura autóctones. Este princípio interdisciplinar de criação de produtos, serviços, experiências, ambientes ou negócios posiciona o ser humano no centro do processo. Nesta lógica, capacita, nomeadamente, a geração de novas oportunidades de relação entre o design e a identidade individual e cultural.

Os projectos desenvolvidos no âmbito do Estágio surgem como uma resposta inovadora face ao mercado actual. Respondem a um contexto emergente de crise e têm como benefício potenciar o desenvolvimento das comunidades envolvidas, de forma sustentável e inclusiva ao realçar os códigos identitários únicos, tal como é descrito na proposta formal dos projectos, na plataforma do projecto UNIDO:

It could represent a tremendous opportunity for inclusive and sustainable industrial development (ISID) and job creation in the countries of the Southern Mediterranean. Meanwhile, by nurturing creativity and fostering innovation that are rooted in each country’s respective cultural heritage, the region’s diversity could be strengthened and it’s economic performance could be enhanced. (UNIDO, 2019, sp.)

Justificação

A partir da experiência proporcionada por este estágio internacional propomos-nos analisar e reflectir sobre:

1 - O design colaborativo como meio para o desenvolvimento económico sustentável das comunidades rurais. O diálogo e aprendizagem entre todos os intervenientes tem o potencial de gerar produtos inovadores, com boa aceitação no mercado e economicamente rentáveis.

A diversificação de oportunidades de trabalho em negócios de pequena escala, surge como alternativa à migração para as áreas urbanas, os grandes centros laborais, realidade que contribui para a desertificação e envelhecimento do interior dos países.

Torna-se assim, indispensável, aprofundar o crescente potencial desta metodologia de trabalho na reformulação de problemas, em soluções, criando uma visão mais esperançosa do futuro.

2 - A imaginação e a criatividade como motores para a criação de trabalho e revitalização de sectores de produção fragilizados. Especialmente, como recurso para gerar possibilidades de emprego para grupos específicos em carência, tais como, as mulheres, jovens sem formação especializada, população envelhecida e comunidades periféricas.

Vibrante, dinâmico e flexível, o sector das indústrias criativas está em acelerado crescimento à escala global. É característica a sua capacidade de adaptação a diferentes conjunturas, o que amplia o seu campo de implementação.

São várias as áreas de actividade deste sector: a arquitectura e o design; o artesanato; a moda; o teatro; a música; o audiovisual; a literatura, entre muitas outras.

Conforme a orientação de Margolin (2014) sobre este assunto, o poder da imaginação pode dar resposta a uma série de questões, transcritas abaixo, orientadas para a projecção do futuro onde os designers têm uma poderosa capacidade de intervenção material ou imaterial para a visualização de um mundo mais humanizado:

Quais as premissas subjacentes às nossas visões de futuro? Que técnicas possuímos para dar um corpo intelectual a estas visões do futuro? Quais as possibilidades de transformar estas visões em acção? O primeiro ponto a abordar é a nossa capacidade para imaginar: a imaginação nunca é uma actividade aleatória ou acrítica, baseando-se sempre em valores, ou na tentativa de dar corpo aos nossos sentimentos, relativamente à forma como gostaríamos que o mundo, ou pelo menos uma parte dele, fosse. Com efeito, a nossa capacidade para imaginar um futuro diferente é essencial à nossa apetência para desenvolver uma cultura sustentável. (Margolin, 2014, pp.15-16)

3 - O valor da memória colectiva e individual. A possibilidade desta ser empregue como elemento charneira de projectos de design conscientes do seu papel na construção do património da história do Habitar.

“As práticas de preservação do património cultural passaram a ser apropriadas como instrumento de construção de cidadania e afirmação social de identidades de grupos que demandam visibilidade social e acesso a direitos.” (Brandão, 2015, sp.)

A partir da experiência e resultados do estágio, pretendemos analisar de que modo o design pode influenciar o desenvolvimento social sustentável e inclusivo e qual o seu papel como ferramenta de enobrecimento cultural local.

Objectivo Geral

A pertinência do estudo incide sobre a necessidade de investigar mais profundamente sobre uma temática ainda pouco explorada e cruzá-la com a síntese de resultados práticos conseguidos. Torna-se cada vez mais urgente identificar novas metas e explicar abordagens teóricas e práticas na construção de hipóteses alternativas para a participação responsável do design na mudança e adaptabilidade aos futuros desafios sociais e ambientais.

Relevância

No campo do design de Interiores procuramos demonstrar a relevância da imersão cultural e da utilização dos atributos técnicos vernaculares das comunidades locais na configuração estético-formal de espaços ricos em atributos simbólicos e semióticos. Estes aspectos habilitam o designer na sua capacidade criativa de concepção de projectos com marcada identidade conceptual e em harmonia com o cenário envolvente.

Metodologia de Investigação

Relativamente às fontes de informação consultadas, nas fontes primárias, o método principal de recolha tratou-se da análise dos documentos disponibilizados pela empresa, relativos à investigação prévia ao desenvolvimento de estratégias e planeamento de trabalhos a aplicar na fase em que iniciámos o estágio.

Para a construção desta base de dados de apoio ao projecto, foi realizado um mapeamento da localização das oficinas (na região de Sheki, Azerbaijão) dos artesãos participantes no projecto de desenvolvimento de produtos turísticos.

Analisaram-se as entrevistas estruturadas, realizadas pessoalmente e os registos fotográficos que identificam e descrevem a selecção dos sujeitos fonte da observação directa. A recolha de dados sobre as especificidades da produção material de cada sujeito foi realizada no local de trabalho de cada um. Identificaram-se os métodos, as ferramentas, os materiais, as tradições e procedimentos postos em prática na oficina individual de cada participante.

No desenvolvimento da pesquisa recolheram-se também informações do documento de trabalho, original, não publicado, referente à abordagem prática por meio das indústrias criativas para alcançar o desenvolvimento sustentável e inclusivo.

Na categoria das fontes primárias enquadra-se também, a entrevista realizada ao orientador, o designer Giulio Vinaccia, com fim a clarificar e delinear o seu posicionamento, objectivos e ferramentas de trabalho.

No que respeita às fontes de consulta secundárias, a revisão narrativa da literatura incidiu sobre livros; artigos; entrevistas; dicionários; periódicos; estatísticas; documentos visuais e páginas da *web*, reflectindo o estado da arte sobre o tema. Consultaram-se obras bibliográficas de natureza activa, bem como bibliografia passiva.

Estrutura Trabalho

A sequência dos conteúdos do trabalho começa pela Introdução, **Capítulo 1**, com a apresentação das informações sobre o tema através da Contextualização do Estágio; da Justificação para a investigação; a definição do Objectivo Geral a que nos propomos alcançar e a Relevância do trabalho. Procedemos à descrição do Processo Metodológico do estudo, da Metodologia Projectual na Empresa e da Estrutura global.

No **Capítulo 2**, delineamos as características da Empresa: o seu posicionamento, a lógica de actuação e os procedimentos de intervenção projectual.

Em sequência, no **Capítulo 3**, fazemos um breve enquadramento histórico do design colaborativo e explicamos o papel da UNIDO Creative Industries.

No **Capítulo 4** avançamos com o Projecto Principal. Após a contextualização, fazemos a exposição dos trabalhos realizados através de fotografias da maquetização, renderização de peças e ambientes, esboços ou fotografias da produção, conforme o caso particular.

Começamos por estabelecer o Contexto; a Metodologia; Objectivos Gerais e Estrutura. De seguida as colecções desenhadas foram ordenadas segundo seis áreas de incidência: a Arquitectura; a Cerâmica; o Metal; a Pele; o Bordado e a Arte Rupestre. Cada uma é ilustrada através de registos fotográficos e informação sobre os artesãos na prática da sua actividade profissional nas suas oficinas. Todas as áreas de actuação começam com uma introdução, seguida do contexto vernacular local e no seguimento, apresentamos os esboços conceptuais e a renderização das colecções finais. Estas áreas principais são intercaladas com outras cinco — o *Gulab*; a Saboaria; a Madeira; os Lenços de Seda e a Tapeçaria — para as quais não desenvolvemos produtos, mas que se relacionam entre si e são fundamentais para a identidade da cultura Azeri. No final da mostra, elaboramos uma conclusão.

Após esta exposição dos trabalhos, no **Capítulo 5**, desenvolvemos a proposta conceptual de um espaço comercial de venda, para os produtos de *souvenir* projectados para a Câmara do Turismo do Azerbaijão.

Segue-se o **Capítulo 6** “Outros Projectos”, organizados consoante o país de actuação. Após a contextualização de cada um, fazemos a exposição dos trabalhos realizados através de fotografias da maquetização, renderização de peças e ambientes, esboços ou fotografias da produção.

Começamos com a mostra da projecção de *souvenirs* para o Departamento de Turismo da Tunísia seguido do design de exposição para a organização *Lankaboo*, no Sri Lanka, ainda o desenvolvimento de um espaço de cozinha no Hub *Addis*, na Etiópia e, por fim, o desenho de uma zona exterior no Hub *Palais*, na Tunísia.

No **Capítulo 7**, terminamos com as conclusões e comentários a que chegamos, em resposta ao objectivo da investigação.

Finalmente, seguem-se as **Referências Bibliográficas**, a **Lista de Figuras** e **Lista de Siglas** e os **Anexos**, com a entrevista recolhida a Giulio Vinaccia e informação complementar do projecto *Lankaboo*.

Processo Metodológico Projectual

O designer Giulio Vinaccia, desde 1994, tem conduzido uma carreira de consultoria para projectos orientados para o design colaborativo, em cooperação com uma rede de organizações nacionais e internacionais e governos locais. Como perito neste tipo de projectos, opera segundo uma metodologia de trabalho especializada nos objectivos gerais a que se propõem, com espaço de adaptabilidade aos cenários específicos.

Desenvolve programas que partem da identificação dos elementos da herança cultural, de fontes de materiais e técnicas locais. Englobam a criação de colecções de produtos de design, a sua identidade corporativa e estratégia de comunicação. A empresa providencia apoio à produção e programas de formação.

As suas propostas apoiam-se em alguns princípios para o desenvolvimento sustentável, como descrito na sua página *web* (Vinaccia, 2021, sp.): *Preservation of local cultures; Rational use of local raw materials; Preservation of traditional techniques; Gender Focus; Minimization of waste\Pollution; Reduction of health and environmental hazards.*

Trata-se de uma empresa própria, com apoio de colaboradores em regime de estágio, organizados consoante o projecto a desenrolar.

O espaço de trabalho situa-se num interessante complexo de residências de indústrias criativas, uma Escola de moda, espaços verdes e ao mesmo tempo espaço residencial para alguns dos criadores. Localizado no centro de Milão, a sua zona envolvente é muito estimulante, rica em museus, recintos de eventos, *ateliers* e lojas de criadores e marcas relevantes das diversas disciplinas do design, assim como variados espaços de restauração de gastronomia local.

O escritório, espaçoso, com todas as comodidades, é partilhado com outra empresa, proporcionando um interessante contacto com pessoas de diferentes áreas de trabalho.

A integração na equipa de trabalho formada por mais dois estagiários designers, com especialização em áreas diferentes, foi muito boa e enriquecedora. Todos iniciámos os trabalhos no mesmo período, em regime *full time*.

As ferramentas utilizadas foram o computador pessoal, com *softwares* de desenho e representação especializados. Em fase de maquetização utilizaram-se múltiplos materiais, conforme as necessidades específicas. Todas as etapas foram acompanhadas por desenhos de estudo, feitos à mão.

Esquemáticamente, a metodologia de trabalho aplicada no estágio seguiu as seguintes fases (ver quadro com a metodologia completa da empresa, p. 24):

- 1 - Planeamento** (*briefing*; investigação e trabalho de campo; desenvolvimento do conceito; estratégia; planos de acção; reuniões)
- 2 - Desenvolvimento** (*moodboards*; *brainstorming*; soluções alternativas; esboços; desenhos técnicos; representação tridimensional; maquetização)
- 3 - Produção** (prototipagem 3D; testagem; estudo do processo de produção)
- 4 - Implantação** (renders de apresentação; identidade gráfica; embalagem)

EMPRESA **2**

“**Design as a tool for development**” descreve a missão da empresa liderada pelo designer Giulio Vinaccia, referência internacional no Design Social.

Constata-se como tendência contemporânea na disciplina do design, o cruzamento das áreas criativas com aspectos como o desenvolvimento socioeconómico, sustentável e agregador de valor às comunidades na margem do mercado ocidental. Estas podem mesmo ser integradas em todas as fases do processo projectual. A importância da inclusão cultural e identitária de cada comunidade nas soluções propostas, é fundamental. Desde os aspectos técnicos, simbólicos, cromáticos, os signos e as tradições, são todos encarados como valores criativos.

A parceria entre a manualidade, a auto-produção e o processo industrial replicável e escalável, com alta qualidade conceptual e material, são potencialmente características diferenciadoras. Estas são também capazes de competir directamente com produtos contemporâneos, da mesma categoria, dentro do mercado internacional.

Vinaccia, propõe como desafio aos designers deixar uma marca consciente, em que o belo anda a par com as questões de produção, marketing e conceito do produto. Tal apresenta-se como a resposta aos problemas que fazem parte da vida quotidiana, em qualquer parte do globo. Neste contexto, a empresa tem desenvolvido projectos nos mais variados países, tais como: o Brasil, a Argentina, a China, o Egipto, a Itália, Madagascar, a Suécia, entre muitas outras. Em parcerias com entidades públicas e privadas, demonstrando o seu pluralismo e flexibilidade cultural.

São sobretudo planos de trabalho que partem da necessidade de integração de comunidades que se encontram em cenários de carência, através de processos participativos e de reabilitação que promovem a autonomia, a aprendizagem, a independência económica e o sentido de pertença da população visada.

Metodologias de Trabalho

A Metodologia de trabalho do designer, segue cinco fases processuais: (Vinaccia, 2020, sp.)

1. DREAM IT PLANE	3. DO IT PRODUCE	4. PRODUCE IT DEPLOY	5. SELL IT SELL
2. DESIGN IT DESIGN	Serie 0 test	Presentation Rendering	Marketing Actions
Technical Drawings	Time & Production	Story Boarding	Quality Control
3D Renderings	Process	Storytelling	Production Definition
Design Alternatives	Construction Training	Packaging	Social Responsibility
Sketches	Draws	Graphic Design	
Brainstorming	3D Prototyping	Exhibit Design	
Mood Boards	Line Process Check		

Complementarmente, mais se acrescenta que a construção deste processo metodológico projectual, é gerada segundo um “Ecosistema Criativo”. Este identifica e relaciona as quatro entidades estratégicas, de áreas distintas, mas fundamentais e indissociáveis para o desenvolvimento das “Indústrias Criativas como ferramentas de desenvolvimento” (Vinaccia, 2019, sp.): as Universidades & Centros Culturais; a Opinião Pública; a Indústria e o Governo & Instituições.

Governments need to take a leadership role in fostering the creative economy and in order to have a successful initiative as well as a sustainable system, collective action of businesses, labor, academia, the non-profit sector, community groups, and all the involved individuals should be included. (UNIDO, 2015, sp.)

Neste contexto, o designer tem um papel activo decisivo na promoção desta interação entre as entidades envolvidas, servindo como agente mediador no decurso da participação da comunidade e os seus artesãos no desenvolvimento de projecto, desde a sua fundação, “atribuindo relevância ao que é informal” (Khensani de Klerk, 2019, sp.).

Giulio afirma que o “design é uma atitude de resolver problemas“, que implica empatia e disponibilidade, para compreender com quem e para quem estamos a trabalhar.

O designer deve colaborar na criação de soluções, ao levar o conhecimento adquirido com a sua experiência, mas sem uma postura paternalista ou de superioridade, desfasada da realidade em que se está a trabalhar

CONTEXTO **3** HISTÓRICO

De forma a melhor contextualizar o tema do Design social começámos por fazer uma leitura histórica das variadas abordagens teóricas.

A força crescente de uma nova cultura de sustentabilidade parte da gravidade dos problemas sociais e ambientais da sociedade contemporânea, como os processos de migração e o envelhecimento da população, bem como a falta de qualidade de vida na cidade e a escassez dos recursos naturais.

(UNIDO, 2015): Países como a Índia e a China com a economia em rápido crescimento, precisam redefinir o seu modo de vida com urgência. E nos países ocidentais tradicionalmente ricos, o presente cenário de crise económica pressiona a necessidade de redefinirmos as ideias de bem-estar e reduzir o consumo. Ambas as realidades são oportunidades de criarmos novos modelos mais sustentáveis.

O tema do design social tem ganho maior relevância e visibilidade desde o anos noventa com o trabalho de teóricos e investigadores como Victor Papanek, Victor Margolin e Ezio Manzini. Estes autores reflectem uma continuidade do trabalho de pensadores e movimentos, dos quais destacamos: William Morris e John Ruskin; o Movimento Arts and Crafts; Hermann Muthesius; e Walter Gropius e a Escola Bauhaus (ver cronologia nas páginas seguintes).

Em 1971, já Papanek alertava para os perigos da produção em massa para uma cultura de consumo. Defendia que a abordagem deveria ser mais humanizada e inclusiva, direccionada para as comunidades, tendo em conta as suas raízes sociais, culturais e geográficas.

Papanek trabalhou com comunidades em países em desenvolvimento, criando produtos de baixa tecnologia e desenhava para pessoas com deficiências. Ele propunha convergir a harmonia do vernacular com o design contemporâneo, num processo em conjunto com as comunidades locais, como estratégia para revitalização do seu legado histórico.

Outro autor relevante é Victor Manzini ao focar-se na inovação social como meio de resolver problemas, encarados como muito difíceis ou mesmo impossíveis de resolver. Manzini quebra os modelos dominantes, avançando com a ideia da produção distribuída, que consiste na descentralização dos grandes centros de produção, passando a incluir também os artesãos e as pequenas e médias empresas de regiões mais afastadas do ambiente industrializado

1849

1877-1894

2ª metade
século XIX

• **John Ruskin**

“The Seven Lamps
of Architecture”

- rejeição de cânones do passado
- racionalidade na ornamentação
- a cópia ou imitação não pode ser uma estratégia para baixar os custos
- procura de referências de beleza nas formas orgânicas
- respeito pela natureza dos materiais

• **William Morris**

“Artes Menores
e outros ensaios”

- ambientalismo e a preservação do património arquitectónico na Inglaterra
- “sociedade mais humana e menos mecânica”
- conceito da “arte do trabalho-prazer”, na medida em que é útil, produtivo e não aliena
- defesa da produção manual pelo artífice, em harmonia com a natureza

• **Movimento Arts and Crafts**

- procura de valores no ambiente rural: autenticidade; racionalidade e modéstia
- coerência com as especificidades e necessidades locais
- interesse pelos interiores domésticos da habitação vernacular inglesa “A Casa Inglesa”

1902

1919-1933

1965

•

Hermann Muthesius

“Style-Architecture and Building-Art ”

- elevar os *standards* do design através do trabalho conceptual
- qualidade superior dos materiais empregues e excelência da produção industrial no ciclo projectual
- produção diferenciada e expressiva dos valores do país

•

Escola Bauhaus

- modelo de trabalho criativo em parceria directa com as empresas
- estabelecer padrões de qualidade no desenho de objectos por meio do uso da máquina
- projectar para as necessidades reais do mundo moderno, contrariando as modas transitórias
- experimentação manual com os variados materiais e ferramentas

•

Walter Gropius

“The New Architecture and The Bauhaus”

- diálogo entre a racionalização, o funcionalismo e os sistema de produção mecanizado
- preocupações com o bem estar físico, psicológico e social dos indivíduos
- necessidade de harmonia com a natureza vernacular do ambiente em que vivemos
- rejeição de padrões pré-definidos e desajustados à realidade

1971
1995

2002

2015

•

Victor Papanek

“Design for the Real World”
“Arquitectura e Design. Ecologia e Ética”

- crítica ao papel do designer na cultura de consumo dominante
- orientação do design para a inclusão social das minorias e sustentabilidade ambiental
- design colaborativo como ferramenta transformadora de comunidades fragilizadas

•

Victor Margolin

“Design for a Sustainable World”

- o designer participa do desenvolvimento económico e social numa perspectiva global
- preocupação com as desigualdades de consumo entre os países industrializados e o mundo em desenvolvimento

•

Ezio Manzini

“Design, When Everybody Designs - An Introduction to Design for Social Innovation”

- o design tem a potencialidade para motivar e apoiar a mudança social - design para a inovação social
- buscar soluções baseadas em novos modelos sociais e económicos orientados para a sustentabilidade
- reativação de processos e áreas especializadas de manufactura já extintos

UNIDO — Organização das Nações Unidas para o Desenvolvimento Industrial

Como introdução ao conjunto dos projectos, vamos passar à análise dos princípios teóricos e metodológicos da UNIDO Creative Industries.

Esta organização tem apoiado o crescimento duradouro das Indústrias Criativas em vários países em carência, através de planos de desenvolvimento de empresas. Projectos como os que colaboramos promovem uma abordagem holística focada na ligação entre a economia, a cultura e a tecnologia.

(UNIDO, 2015): As Indústrias criativas compreendem todos os produtos e serviços resultantes da criatividade e com valor económico. Podem incluir as artes e ofícios manuais, as artes, a música ou novas ideias de negócio. A sua contribuição para o desenvolvimento social e económico dos países é geralmente subestimada. Estas têm um alto potencial de criação de emprego e influenciam o sistema de educação ao contribuírem para a consciência cultural e através de actividades que promovem a coesão social.

A Organização defende que é fundamental ganhar apoios a todos os níveis: o sector público, o privado, a área da educação e as comunidades. Este ambiente promove a criatividade e a inovação, essenciais para assegurar o desenvolvimento sustentável, inclusivo e duradouro das indústrias criativas.

Um dos objectivos principais é combater a pobreza através das actividades produtivas com especial atenção aos grupos mais vulneráveis, como as mulheres, a juventude, as comunidades rurais e os artesãos.

Projectos de desenvolvimento de artefactos culturais nas áreas rurais destinados ao sector turismo têm vindo a ser implementados em várias zonas do mundo. Envolve países como por exemplo, a China; o Egipto; o Butão; o Haiti; a Etiópia e o Paquistão. Estes tomam forma através do desenvolvimento de produtos com bases em análises de marketing, inovação na qualidade do design e packaging diferenciador.

Referimos como exemplo o projecto premiado *Tsara*, em Madagáscar, de Giulio e Valerio Vinaccia com a UNIDO, no qual a natureza e a tecnologia se fundem, na criação de uma colecção diversificada que utiliza fibras naturais locais com materiais e tecnologias modernas. A produção manual é feita inteiramente por mulheres nas suas aldeias e proporciona-lhes independência financeira.

Um projecto de qualidade procura alcançar a mudança nos problemas identificados, estas soluções só se tornam possíveis através da imersão no ambiente social e cultural onde vai actuar, por forma a conseguir soluções realistas e aceites no meio em que vai ser replicada.

As transformações geradas pelas práticas do Design Social, vão além da correcção dos problemas sociais por meio do desenvolvimento sustentável. Promove, igualmente, uma reestruturação social na forma de viver em comunidade, repensar a visão do mundo e de como nos relacionamos com os outros.

(UNIDO, 2015): O carácter cooperativo, na génese do Design Social, implica desafios para o designer em ultrapassar as barreiras linguísticas e culturais. A Organização encoraja a que se criem ferramentas criativas para a comunicação, criação de laços e partilha de conhecimento com a população local. O conhecimento empírico gerado através destas interações são fundamentais para o decorrer dos trabalhos e confere autoreconhecimento da qualidade e relevância do saber local.

Durante o projecto são constantes as actividades de pesquisa de informação; análise de necessidades; adaptação de aspectos técnicos, económicos e logísticos; a prática experimental de possíveis soluções, em paralelo com o desenvolvimento conceptual. Existem múltiplas possibilidades para resolver o mesmo problema, este ciclo pode avançar ou recuar nos diferentes estágios. Um aspecto fundamental para o seu progresso, é a capacidade de comunicação entre os vários intervenientes e disciplinas do projecto.

One of the possible answers might be the one from the Foundation Design without Borders, where they outline that the designer should be trained to communicate, to understand the human aspects as well as the psychological and physiological aspects of the products/services. (UNIDO, 2015, p.20)

Produção

Existem oportunidades para uma cadeia de produção mais sustentável que proporcione autonomia regional:

As técnicas tradicionais, que não podem ser terceirizadas, são apelativas tanto para o mercado doméstico como para o internacional. Existe procura deste mercado de nicho. Para habilitar os produtores a atenderem a esta procura deve ser possibilitado o acesso ao mercado grossista, a exposição a tendências contemporâneas e criar ligações com mercados de produto final relevantes.

(...) O território e as comunidades são o ponto de partida de um ecossistema criativo. (UNIDO, 2015, p.30, tradução livre)

(UNIDO, 2015): O fraco desenvolvimento na criatividade e inovação implica que as comunidades a viverem em áreas rurais, não consigam beneficiar de algumas oportunidades de desenvolvimento que a longo prazo podem contribuir para melhorar a sua qualidade de vida.

Foram identificados três diferentes impulsionadores de crescimento das indústrias criativas: o desenvolvimento Tecnológico (redução do preço real de produção); a Procura (subida dos rendimentos nos países em desenvolvimento) e o Turismo.

(UNIDO, 2015): A natureza vibrante e competitiva das Indústrias Criativas requer que os produtores sejam capazes de se adaptar às rápidas e variadas mudanças do sistema. Para lidar com esta realidade, os projectos treinam indivíduos em empreendedorismo e design de forma a adquirirem o conhecimento e ferramentas necessários para aplicarem nas suas micro-empresas e apoiar a construção de comunidades mais resilientes.

PROYECTO 4
PRINCIPAL

Projectos

A integração dos projectos estratégicos desenvolvidos na estruturação da cidade contemporânea, pode servir como instrumento transformador em várias escalas da sociedade nos seus desafios actuais e ao mesmo tempo, capacitar a relação competitiva entre a rede de entidades que neles participam.

Modelos de planeamento projectual que estabelecem novas relações sociais inclusivas, servem de mecanismo de agregação de valores que transpõem as fronteiras físicas, sobretudo entre o ocidente para com os países do sul do hemisfério, dado que a identidade é “um caminho para a emancipação, mas também uma forma de opressão” (Baumann *in* Brandão, 2015, p. 94).

Estes são processos fundamentais na materialização de respostas para os desafios do habitar impostos às futuras gerações, numa perspectiva universal, colectiva e agregadora “projetando futuros possíveis mais brilhantes ou realidades alternativas” (Khensani de Klerk, 2019, sp.).

“Ao promover o engajamento participativo de indivíduos e comunidades no desenho de suas próprias casas, ruas e bairros, esta abordagem poderia revolucionar a qualidade e a relevância da forma urbana. A homogeneidade das cidades modernas neutraliza a variedade de estilos de vida e impede o crescimento do carácter individual (...). Ao reconhecer a presença de idiossincrasias locais, os padrões de qualidade ambiental podem ser aprimorados por novas maneiras de construir estruturas organizacionais baseadas no empoderamento de todos os membros da sociedade através da diversidade e aumento da colaboração.” (Khensani de Klerk, 2019, sp.).

Todos os projectos em que estivemos envolvidos fazem parte do programa da UNIDO Creative Industries, esta organização é um meio de atingir os objectivos traçados na Assembleia Geral da ONU (2015). Aqui, foi definida como missão universal o desenvolvimento sustentável, para o combate à pobreza e à exclusão - ‘leave no one behind’. Foram estabelecidos programas com metas a cumprir, nos seguintes campos de actuação: Pessoas, Planeta, Prosperidade, Paz e Parceria.

Azerbaijão *Souvenirs*

Contextualização

O período de estágio foi integrado numa equipa constituída por três designers estagiários — todos iniciaram o estágio na mesma fase com supervisão e mentoria do designer orientador, Giulio Vinaccia.

Este projecto principal faz parte do programa UNIDO em relação directa com o Ministério da Cultura e Turismo do Azerbaijão.

As actividades fizeram parte da segunda fase projectual, já após a precedente aprovação da proposta por parte do cliente, na fase preparatória. Foram desenvolvidas propostas específicas dentro dos vários temas já estudados e delineados na etapa preliminar.

Metodologia

Cada um dos estagiários, com as suas aptidões específicas e previamente identificadas pelo orientador, debruçou-se sobre uma família de objectos enquadrada em determinado tema.

Durante os três primeiros meses, de Fevereiro a Abril, a organização do trabalho seguiu quatro temáticas específicas, conforme descritas abaixo. Cada uma das partes identificadas foi desenvolvida com objectivos semanais ou quinzenais.

1 – Arquitectura da paisagem da cidade

2 – Cerâmica tradicional vermelha

3 – Técnica tradicional de trabalho em Metal aplicado à loiça de banho

4 – Pele e Bordado tradicional

Como resultado, foi executada para o Departamento de Turismo do Azerbaijão, uma linha completa de *Souvenirs*. Privilegiou-se sempre o enobrecimento da cultura e técnicas locais, com o intuito por parte do Governo em contrariar a importação em massa de artigos customizáveis de produção asiática, sem qualquer relação directa, material ou cultural, com o país em causa. Os produtos desenhados, foram estrategicamente organizados, segundo três níveis de produção:

1 – Design nas aldeias, em edição limitada, para venda em galerias na cidade;

2 – Produção manual nas aldeias, em médio volume;

3 – Produção industrial, com acabamentos à mão na comunidade local.

Nestas aldeias de tradições ricas, parte da ideia do projecto será desenhar Rotas que permitam aos turistas conhecer a aldeia, os artesãos e a sua produção local, propiciando a venda directa de lembranças com histórias e experiências vividas pelo visitante. Actividades comerciais como esta, estimulariam o desenvolvimento económico destes pequenos negócios familiares, que por sua vez, enobrecem a cultura local.

A vida nas aldeias é simples e humilde, contudo, na generalidade não se observaram realidades de extrema carência económica tornando-as na maioria acessíveis, assim como aos seus artesãos, sem que existam contingências sociais associadas.

Na abordagem estratégica foram estudadas forças, fraquezas e oportunidades principais. As forças: a capacidade técnica e artística; o valor acrescentado na autenticidade cultural; a singularidade do carácter artesanal; a edição limitada; a possibilidade de alcançar o mercado de topo; a sustentabilidade ambiental; a capacidade de fornecer serviços de acabamento finais para empresas maiores; a distribuição dos produtos para mercados internacionais especializados; a criação ou valorização de negócio próprio e o impacto da criação de uma marca nacional “Made in Azerbaijão”.

Existem problemas como: a procura dos clientes por preços baixos, que não são compatíveis com os custos da mão de obra; a concorrência com a produção de artigos de baixo custo da Ásia; a qualidade do produto é inconsistente; alguns dos modelos são de fraca qualidade de design, datados e a variedade é limitada; falta de conhecimento em design de marca (*branding*); baixa capacidade de financiamento; força de trabalho limitada; restrições do espaço de trabalho e reduzida capacidade numérica de produção de encomendas.

Objectivos Gerais



FIG. 1
Paisagem costeira de Baku.

Estrutura

1

Arquitectura

Debrucemo-nos sobre cada uma das quatro temáticas principais do projecto, já identificadas:

Arquitectura da paisagem da cidade do Azerbaijão

No âmbito da projecção de *souvenirs* para venda em pontos turísticos, foram concebidos elementos que remetem aos marcos arquitectónicos da capital do país, Baku. O conjunto, divide-se em monumentos da cidade antiga e ícones da arquitectura contemporânea, que marcam a linha costeira com o mar Cáspio. A partir desta identificação, foram desenhadas várias categorias de peças e em diversos materiais, como madeira ou cerâmica, alusivos a esta imagética. Os resultados foram objectos de decoração, artigos têxteis e produtos para a casa.

2

Cerâmica

Cerâmica tradicional vermelha

A cerâmica vermelha, é uma técnica tradicional de olaria nesta região. Todo o processo é manual até à peça final. Identificado o potencial da expressão plástica destas distintas peças, projectaram-se colecções de artigos utilitários e decorativos para o ambiente da casa, diferenciados pela ornamentação alusiva às referências locais.

3

Metal

Técnica tradicional de trabalho em Metal, aplicado a equipamento para casa-de-banho

Foi estabelecida como fonte de inspiração a técnica tradicional de manuseamento de folhas de metal anodizado na produção de peças utilitárias com detalhes decorativos muito próprios e de baixo custo, como alguns exemplos inusitados de lavatórios. Estas técnicas e material foram a base para um conjunto de equipamentos de casa de banho com design contemporâneo, para equipar hotéis seleccionados do país.

4

Pele e Bordado

Pele e Bordado tradicional

Identificaram-se, também, mais dois elementos característicos da cultura material tradicional desta região, o bordado e a matéria prima da pele de ovelha. A ideia foi reinventar a aplicação destas referências. Foram delineadas peças base utilitárias, para “vestir” com estes conceitos. Materiais como, a madeira, o metal, o têxtil e a cerâmica entraram em simbiose para a criação de novas peças, reinterpretando a tradição. No final, concebeu-se uma colecção com escalas contrastantes e funções diversas, desde acessórios a mobiliário, mas seguindo sempre o mesmo fio condutor.

Azerbaijão

O país localiza-se na costa do Mar Cáspio, cercado pelas montanhas do Cáucaso e trata-se de uma República independente da União Soviética, desde 1991. É uma região de marcantes contrastes. A sua população de cerca de dez milhões de habitantes (censo 2019), é maioritariamente muçulmana.

É um império ancestral com todo o seu património histórico e ao mesmo tempo caracterizado por um rápido e próspero desenvolvimento económico estimulado sobretudo pela revitalização da exploração das grandes reservas locais de petróleo e gás natural. Esta realidade é muito notória na capital, Baku. Notáveis marcos arquitectónicos do passado convivem com um extraordinário conjunto de exemplares da arquitectura contemporânea, de vanguarda.

Simultaneamente, rapidamente esta paisagem cosmopolita se transforma em vila rural. Este contraditório confere-lhe um interesse peculiar.

Também é importante destacar a riqueza da produção agrícola, dada a variedade climática das distintas regiões. É mais um motivo para a estabilidade económica e social do país, apesar das realidades diversas.

O Azerbaijão é um destino procurado pelas atrações culturais, como a arquitectura histórica protegida pela UNESCO e os projectos contemporâneos inovadores, passando pelo artesanato e tradições simbólicas seculares, assim como pela riqueza do seu património arqueológico e natural e a gastronomia local.



FIG. 2

Paisagem costeira de Baku.

FIG. 3

Cidade Velha - Muralha medieval.

Turismo

O mercado turismo doméstico e internacional é um sector da economia que se vai consolidando como importante factor de desenvolvimento do país. Infraestruturas de apoio a esta actividade têm vindo a ser implementadas e modernizadas ao longo das últimas décadas. Tais como, as vias de acesso, os serviços hoteleiros, a rede de comunicação entre as agências de viagens, assim como os serviços de comunicação das atracções turísticas. Desde a sinalética a serviços de navegação que fornecem informação mais detalhada sobre os marcos históricos de interesse, eventos culturais, restauração, transportes e outras tantas áreas de apoio ao turismo.

Diversas rotas turísticas, que mostram a diversidade do país já foram criadas e testadas.

Baku



FIG. 4
Cidade Velha em primeiro plano. Atrás, Flame Towers (ao centro) e Azeri TV Tower (à esquerda).

A capital do país (desde 1860), Baku, é uma cidade com uma dinâmica especial. A “Cidade Velha” tem marcos históricos incontornáveis, tais como a Muralha medieval em pedra (fig. 3); a Maiden Tower (fig. 8); o Palácio Ismailiyya, entre outros. Alguns dos mais relevantes representados nas figuras 8 a 19. Já a sua linha costeira é característica pela vista dos magistrais arranha-céus futuristas (fig. 1).

Desde a independência têm sido empreendidos esforços notáveis na modernização e desenvolvimento tecnológico das infraestruturas urbanas, “afastando-se do seu legado do modernismo soviético normativo” (Zaha Hadid-Architects, 2013, sp., tradução livre).



O Brasão de Baku

A região de Baku foi conquistada pelo Império Russo, em 1806. O primeiro brasão de armas do distrito foi aprovado em 1843 pelo Imperador. (fig. 5) Na figura 5, podemos observar um escudo dividido em quatro com a representação de elementos realistas, não aristocráticos: um tigre, um camelo a carregar açafrão (evidência não só da importância do sector dos transportes como a do cultivo do açafrão), chamas de gás projectadas do solo e uma âncora (retracta a importância económica do porto de Baku). Estas características representam a cidade e o império russo.

Quando a cidade adquire um estatuto governamental superior em 1883, o brasão acompanha a sua mudança. (fig. 6) Enquadrado em duas espigas (simboliza a agricultura e o comércio de cereais), três chamas douradas sobre um escudo preto, no topo um torreão com forma de coroa dourada (representa a muralha medieval que cercava a cidade) e à sua volta o laço da medalha de Alexandre, em vermelho.

As três chamas douradas, figura que segue uma continuidade no desenvolvimento do brasão, significam a riqueza dos recursos naturais do petróleo e do gás — “The land of Fire”.

O emblema vigente, desde 2001 (fig. 7), apresenta sobre o fundo azul, três chamas douradas e na parte inferior, ondas. Estes elementos representam a presença do petróleo e o mar Cáspio.

FIG. 5

Primeiro brasão de armas do distrito de Baku, 1843.

FIG. 6

Brasão de Baku, de 1883.

FIG. 7

Emblema vigente, desde 2001.

Arquitectura Cidade Velha

Maiden Tower

Devido às invasões e conquistas, como a dos Mongóis, e a um histórico de sismos, são escassos os exemplares da arquitectura islâmica medieval que resistiram até aos dias de hoje, como esta torre de pedra, uma estrutura maciça com cerca de vinte e nove metros que calcula-se datar do séc. XII, é o monumento mais emblemático da capital. Do seu topo, é possível vislumbrar desde a Cidade Velha à zona da baía, mais contemporânea.

FIG. 8



Templo do Fogo de Baku Atashgah Zoroastrian

Construção religiosa, Património Mundial da UNESCO, localizado em Surakhani, Baku. O topónimo “Atashgah”, em Persa, significa “terra do fogo”.

Este local de culto de adoração ao fogo, foi construído entre o século XVII e XVIII pela comunidade indiana hindu, mas existem registos de que o local já fosse usado muitos séculos antes pelos crentes do zoroastrismo (religião e filosofia fundada na antiga Pérsia). Ambas as religiões consideram o fogo um elemento do sagrado.

A região, rica em jazidas de petróleo e gás natural, é conhecida pelas chamas de gás que emanam naturalmente do solo e ardem continuamente. O fenómeno, ao longo da história, foi associado ao divino.

O templo de pedra tem um altar onde se encontra protegida a “chama eterna” e está circunscrito numa muralha na forma de pentágono. Devido à exploração intensiva das reservas, em 1969 a chama acabou por se extinguir. Hoje, é alimentada por um gasoduto desde Baku.

FIG. 9-11





Mesquita Taza Pir

A construção da Mesquita Taza Pir (também referida como Tazapir, Teze Pir, Teze-Pir, Tezepir) a cargo do arquitecto de nome Azeri, finalizou em 1914. Foi financiada por uma das mulheres mais ricas da família Ashur khan, Nabat Khanum Ashurbeyova que faleceu aos 117 anos, em 1912 e como sinal de respeito foi sepultada no lado direito da entrada da Mesquita.

As suas características arquitectónicas, como a organização espacial, a escolha dos materiais e ornamentação, foram de acentuada inovação para época. Resultado das múltiplas influências do arquitecto, tanto nacionais como da escola europeia.

Mesmo que situada fora da cidade, a sua localização geográfica estratégica e numa altitude superior permite vislumbrar a vida na cidade.

A grande cúpula em mármore e os dois elevados minaretes da fachada frontal, ambos com elementos decorativos em ouro, são os seus atributos formais mais marcantes desta composição simétrica.

Apesar dos múltiplos eventos políticos, sociais e religiosos intervenientes ao longo da sua existência, encontra-se preservada como símbolo cultural e arquitectónico de grande relevância.

FIG. 12-14

Palácio Ismailiyya

O Palácio de 1913, é um projecto encomendado ao arquitecto polaco Józef Ploško pelo mecenas Musa Naghiyev para celebrar o seu falecido filho Ismayil. Foi construído para a Sociedade de Caridade Muçulmana. Ao longo dos anos tem abrigado diferentes entidades da área da Cultura e Ciências. A sua arquitectura de estilo gótico veneziano, teve como inspiração o Palazzo Contarini degli Scrigni e Corfu na Suíça, a desejo do mecenas.

FIG. 15

Azerbaijan State Academic Opera and Ballet Theater

É a casa da Ópera da cidade de Baku. Obra do arquitecto Nikolai Bayev, de 1911, a pedido do magnata e filantropista Zeynalabdin Taghiyev. A sua arquitectura e interiores seguem os princípios estéticos e formais do estilo europeu Arte Nova. Com capacidade para seiscentos lugares, é sala de diversos espectáculos de ópera e ballet.

FIG. 16



Baku City Executive Power

Nomeado monumento nacional, este edifício público, governamental, foi projectado pelo arquitecto polaco Józef Goslavski e enaugurado em 1904. Foi o seu último trabalho. De estilo barroco, traço característico da sua obra, tem a fachada trabalhada com grande detalhe e refinamento. Os elementos ornamentais escultóricos, em pedra, são de grande riqueza artística e simbólica. Seguindo uma abordagem projectual moderna, os materiais de construção, foram aplicados como elemento artístico, fazendo-se valer das suas qualidades inerentes. Na decoração da fachada foram usados o tijolo vermelho e o mármore. Os interiores são austeros e seguem um sistema de organização clássico.

Sublinha-se a importância simbólica da ornamentação, na zona central da fachada, com a aplicação do emblema de Baku. Figura três tochas de ouro, que simbolizam o Azerbaijão como a terra do fogo.

FIG. 17,18



Government House

Este edifício governamental de construção barroca, tem a autoria do arquitecto soviético Lev Rudnev, a construção teve início em 1936 e foi completada em 1951. Alberga vários ministérios, tais como, o Ministério da Agricultura, o Ministério da Cultura, o Ministério do Trabalho e Protecção Social, entre outras entidades.

FIG. 19



Arquitectura Contemporânea



Flame Towers

Empreendimento finalizado em 2012, da autoria do estúdio de arquitectura e de design de interiores, sediado nos E.U.A., HOK (Hellmuth, Obata + Kassabaum). São três torres de 182 metros que evocam na sua morfologia em forma de chama o símbolo ancestral de adoração ao elemento do fogo.

Cada um dos três edifícios foi projectado para cumprir uma função específica, o mais alto é residencial, o edifício a norte é um hotel e a torre a oeste funciona como espaço de escritórios e comércio.

Este complexo de arranha-céus é envidraçado em tons de azul e iluminado no período noturno com configurações mutantes que reforçam o seu conceito, desde a representação luminosa da bandeira do país a uma paleta de cores que remetem ao elemento do fogo. Configura um autêntico espectáculo tecnológico de luz que transformou a paisagem de Baku.

FIG. 20, 21



Museu Carpet

O distinto edifício de 2014 do arquitecto austríaco Franz Janz, conceptualmente feito à medida da temática do Museu, em forma de tapete estilizada, é um dos principais centros de apresentação da cultura do Azerbaijão ao albergar uma extensa coleção de artefactos da tapeçaria típica, considerada um dos maiores patrimónios nacionais.

Ao longo do seu desenvolvimento, além de palco de diversas exposições, conferências e outras actividades de carácter nacional e internacional, tem vindo a desempenhar um importante papel nos serviços educativos e como centro de pesquisa na área da tecelagem, numa perspectiva abrangente que segue o desenvolvimento da arte tradicional até ao mundo moderno.

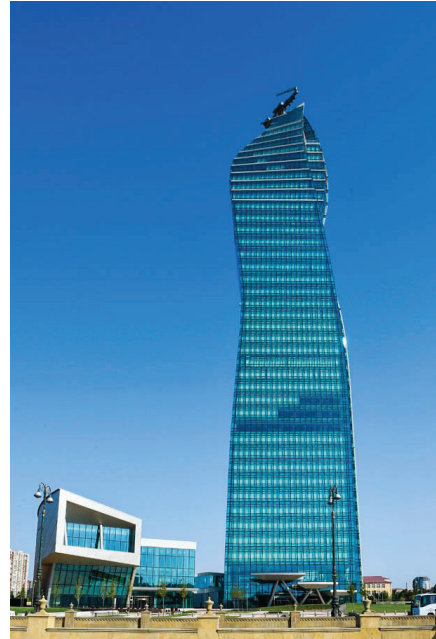
FIG. 22-24

SOCAR Tower

Este empreendimento de quase duzentos metros, projecto de arquitectura do escritório Heerim Architects & Planners, da Coreia do Sul, inaugurou em 2016. O arranha-céus é a sede dos escritórios da SOCAR (Companhia Estatal de Petróleo e Gás da República do Azerbaijão).

A proposta modernista, arrojada e funcional cumpre as exigências da empresa segundo os padrões internacionais. Com a capacidade de acomodar com conforto os dois mil e duzentos trabalhadores, está equipado com tecnologia de ponta (como o sistema de limpeza automatizado das fachadas). O edifício de quarenta andares organiza-se de forma a cumprir com as diversas necessidades e funções. Além da zona de trabalho conta com cinco salas de conferências, espaço de ginásio, zona de alimentação e estacionamento.

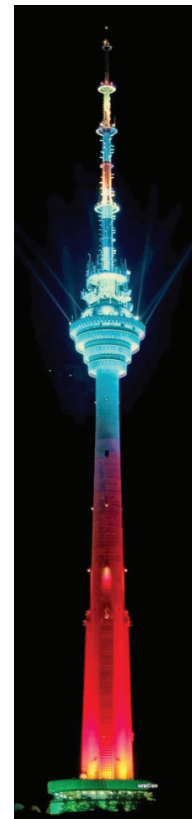
FIG. 25



Azeri TV Tower

Esta Torre de telecomunicações, uma das construções icónicas da cidade, a mais alta de Baku, foi construída entre os anos de 1979 e 1996 e conta com 310 metros de altura. No seu topo tem instalado um restaurante giratório com uma excepcional vista panorâmica para a cidade.

FIG. 26





Heydar Aliyev Center

Obra impressionante do escritório da renomada arquitecta Zaha Hadid, do ano de 2013. O Centro foi projectado como o espaço principal do país para acolher eventos culturais. Conceptualmente a forte intenção disruptiva, foi descrita da seguinte forma:

“The Center, (...) breaks the rigid and often monumental Soviet architecture that is so prevalent in Baku, aspiring instead to express the sensibilities of Azeri culture and the optimism of a nation that looks to the future”. (Zaha Hadid-Architects, 2013, sp.)

A morfologia fluida, a estrutura de continuidade entre o interior e o exterior e a homogeneidade dos materiais, assentam numa grande praça circular acessível ao público, convidando à celebração cultural comunitária no seu interior. O seu papel é o enaltecimento da tradição Azeri no contexto e linguagem cultural contemporâneos. Estas diversas dicotomias fundem-se e transformam-se em conexões inesperadas.

A geometria fluida permanece no conjunto dos espaços interiores de grande escala, livres, sem colunas. Várias soluções estruturais não convencionais e tecnológicas foram integradas no processo construtivo para a concretização deste ambicioso projecto.

Ao mesmo tempo que a obra contrasta com a paisagem urbana da cidade, enfatiza e promove as inter-relações. Segundo o estúdio:

“Fluidity in architecture is not new to this region. In historical Islamic architecture, rows, grids, or sequences of columns flow to infinity like trees in a forest, establishing non-hierarchical space. Continuous calligraphic and ornamental patterns flow from carpets to walls, walls to ceilings, ceilings to domes, establishing seamless relationships and blurring distinctions between architectural elements and the ground they inhabit.”

“Our intention was to relate to that historical understanding of architecture, not through the use of mimicry or a limiting adherence to the iconography of the past, but rather by developing a firmly contemporary interpretation, reflecting a more nuanced understanding.” (Zaha Hadid-Architects, 2013, sp.).

FIG. 27-31

Arquitectura

Colecção 1

O estágio iniciou-se com a temática da Arquitectura. A família de objectos desenvolvida partiu da identificação de doze monumentos arquitectónicos que caracterizam a cidade, em duas perspectivas, a Cidade Antiga e a Cidade Moderna, marcos esses que apresentámos nos conteúdos precedentes (p. 36-41):

Azerbaijan State Academic Opera and Ballet Theater; Baku City Executive Power; Templo do Fogo de Baku — Ateshgah; Mesquita Taza Pir; Palácio Ismailiyya; Maiden Tower; Government House; Museu Carpet; Flame Towers; Heydar Aliyev Center; SOCAR Tower; Azeri TV Tower.

Após o *briefing* geral, começámos os trabalhos de pesquisa sobre os monumentos e selecção da sua relevância simbólica e física. De seguida, através da análise fotográfica recolhida em pesquisas na *internet*, passámos à simplificação das formas através do desenho, posteriormente vectorizado.

Estes desenhos dos monumentos arquitectónicos tiveram como objectivo o desdobramento em produtos de lembrança de vários modelos, como por exemplo, figuras em madeira e cartão para montagem da paisagem costeira (p. 49, 50); puzzle (p. 51); cerâmica decorativa ou sabonetes (p. 53, 54); magnéticos para frigorífico (p. 54); artigos têxtil — t-shirts e malas de ombro (p. 56, 57).

Segundo o *briefing* inicial do orientador, as características de todos os produtos que seriam desenvolvidos para a gama de *souvenirs* do Azerbaijão estaria enquadrada em três linhas conceptuais e seu público-alvo específico. Estas foram denominadas como, linha “Pop”; linha “Ecologic” e linha “Luxury”, e definem o tipo de produtos, os materiais, os acabamentos, o *packaging* e a identidade visual. Apresentamos estas particularidades, em maior detalhe:

Linha “Pop”: As embalagens são em material reciclado, caracterizadas por matizes vibrantes, ilustrações gráficas muito expressivas e de carácter lúdico. O custo final do artigo vendido é médio/baixo. Esta é uma linha “divertida”, com produtos como sabonetes, velas, brinquedos e artigos têxtil.

Linha “Ecologic”: É embalada em materiais reciclados, impressa a duas cores e com a aplicação de padrões tradicionais decorativos. O custo final dos produtos é médio/baixo. A família de produtos sugerida compreende *souvenirs* em têxtil orgânico; madeira natural; fragrâncias e sabonetes artesanais; joalheria de inspiração na natureza e peças em cerâmica vermelha tradicional, não vidrada.

Linha “Luxury”: De categoria superior, os produtos diferenciam-se pela alta qualidade dos materiais, o nível de detalhes aplicados, as técnicas e tempo empre-

gues na produção. O conceito contempla uma linha sofisticada de sabonetes e outros produtos de beleza; joalheria; peças em cerâmica e porcelana e produtos em cobre e madeira. A identidade visual da embalagem é minimalista e em materiais de classe superior.

De modo geral, os *briefings* para cada linha de produtos do projecto principal, além do conceito, objectivos e estratégia de actuação, transmitidos oralmente, são facultadas as referências fotográficas da produção manual dos artigos regionais (conforme o tema específico a tratar) pelos artesãos da cidade de Sheki, onde os projectos desenvolvidos por nós serão manufacturados ou seguirão para acabamento final. Adicionalmente são-nos apresentadas referências contemporâneas de produtos de inspiração assim como algumas ilustrações digitais e esboços que servem de ponto de partida para o projecto a desenvolver, por cada estagiário. No início do processo de desenvolvimento são realizadas, por nós, pesquisas rápidas adicionais ao conceito, no que toca à morfologia e aplicação de materiais em produtos contemporâneos com a finalidade de alargar o conjunto de referências.

Na presente colecção durante o processo metodológico foram realizados estudos das formas volumétricas de cada edifício, o nível de aplicação de detalhes nas fachadas e de que forma (baixo ou alto relevo na cerâmica e sabonetes; corte e gravação a laser nos artigos em madeira ou cartão *craft*). Os estudos de cor, técnicas e materiais acompanharam o desenvolvimento do projecto, conforme a necessidade de cada etapa.

Como preocupação esteve sempre o limite da necessária simplificação das formas e detalhes (condicionada pelo cariz do artigo e estratégia previamente definida no *briefing*), sem perder os elementos formais e simbólicos que os diferenciam. Todos estes aspectos foram tidos em consideração segundo o tipo de produção e técnicas associadas, os materiais e a sua função.

Introdução Geral

Em todo o estágio, este processo de estudo é acompanhado de desenhos feitos à mão ou ilustrações em computador, maquetização manual ou 3D (numa fase já mais avançada de testagem final para produção), representação digital tridimensional e desenho técnico para produção. Desde a fase inicial de desenho das primeiras ideias em papel e discussão das mesmas, o orientador considera uma mais valia acompanhá-las da representação de um esboço digital. Constatamos que esta materialização tridimensional na fase de estudo inicial permite que rapidamente se perceba o potencial da ideia. De forma bastante prática e eficiente percebe-se a harmonia das formas, a estética pretendida, a capacidade técnica de produção, as possibilidades de acabamentos e o desdobramento em novas formas e funções.

O trabalho foi sempre organizado segundo objectivos semanais ou quinzenais e estruturado conforme os temas ou modelos de produtos. Existia um acompanhamento diário, normalmente ao início e ao final do dia. Este espaço servia para tirar dúvidas; aprovar conceitos; apresentar os resultados finais desenvolvidos para envio ao cliente (esta apresentação, realizada por cada estagiário, da proposta que desenvolveu, seguia um modelo com algumas normas pré estabelecidas pela empresa tal como o uso da língua inglesa); apresentação do *briefing* do projecto seguinte e distribuição de tarefas conforme a fase em que nos encontrávamos. Nos primeiros dois meses estas reuniões informais eram presenciais e posteriormente, até ao final do estágio, em reunião virtual devido ao impedimento de deslocação ao Estúdio.

A estratégia de cada colecção projectada, parte da releitura contemporânea — apelativa ao público turístico do mercado internacional ocidental — das referências de artigos de *souvenir* já comercializados, considerados desactualizados, de fraca diversidade, com qualidade insuficiente nas várias fases de desenvolvimento de produto. No plano desta renovação está incluído colmatar a deficiente rede de comunicação entre os pequenos produtores locais e os meios logísticos de distribuição e venda no mercado nacional.

Alguns dos artigos disponíveis no mercado de *souvenirs* actual, estão representados nas imagens que precedem cada colecção desenvolvida. Essa acareação desenvolvida pela equipa do Estúdio retracts objectos de lembrança regional de venda ao turismo; produtos para presente, de valor artístico diferenciado; artigos de decoração para a casa e produtos utilitários do quotidiano, sobretudo de venda ou arranjo, para os locais. Esta informação foi facultada via fichas de entrevista preenchidas esquematicamente. Os campos preenchidos compreendiam o nome do artesão; a morada e contacto da sua oficina na cidade de Sheki; as técnicas que domina; o material base de trabalho; ferramentas utilizadas; os produtos que manufatura; elementos culturais representados nos artigos; o ponto de venda; preços; o tempo de desempenho da actividade profissional e a potencialidade de produção de novos artigos.

Estes conteúdos de texto e fotográficos “em bruto” foram, por nós, traduzidos, analisados, interpretados e organizados para a construção das legendas descritivas que apresentamos em cada fotografia. Investigamos mais a fundo, os tópicos que consideramos mais relevantes na narrativa da cultura Azeri com visíveis raízes vernaculares preservadas.

Concepção

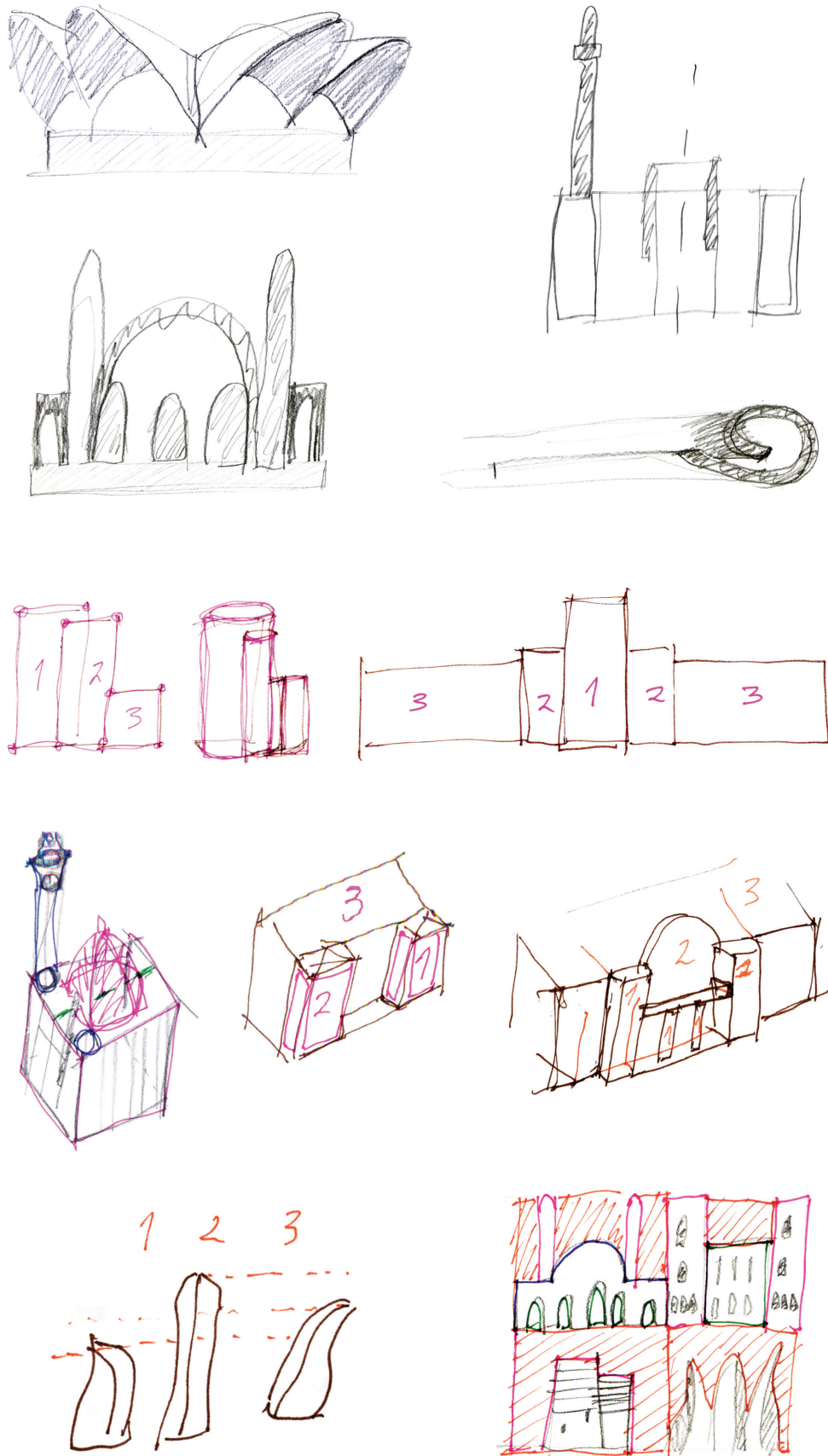


FIG. 32
Esboços de estudo.

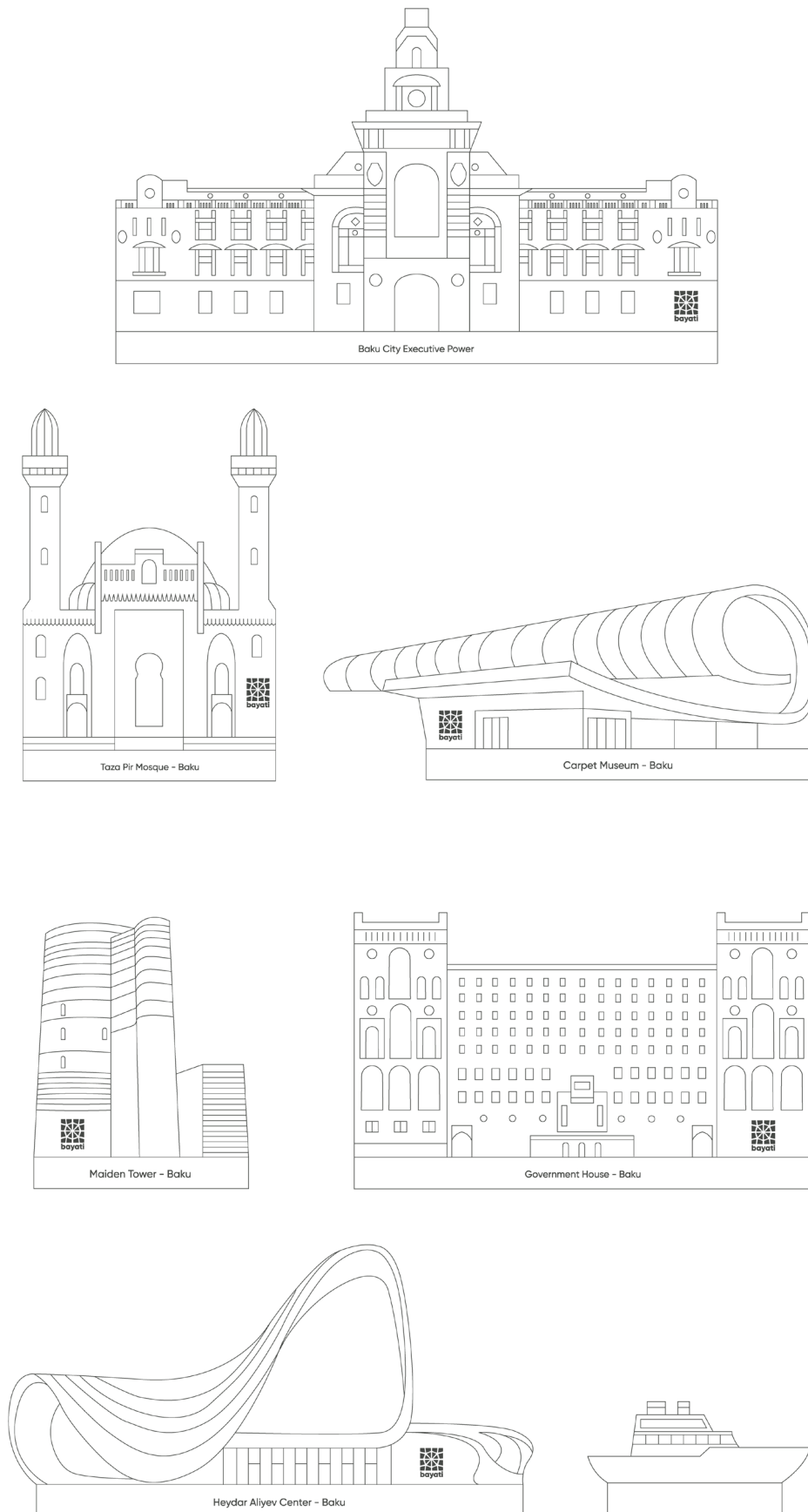


FIG. 33
Alguns exemplos do desenho técnico para corte a laser.



FIG. 34
Estudos de cor para o Skyline.

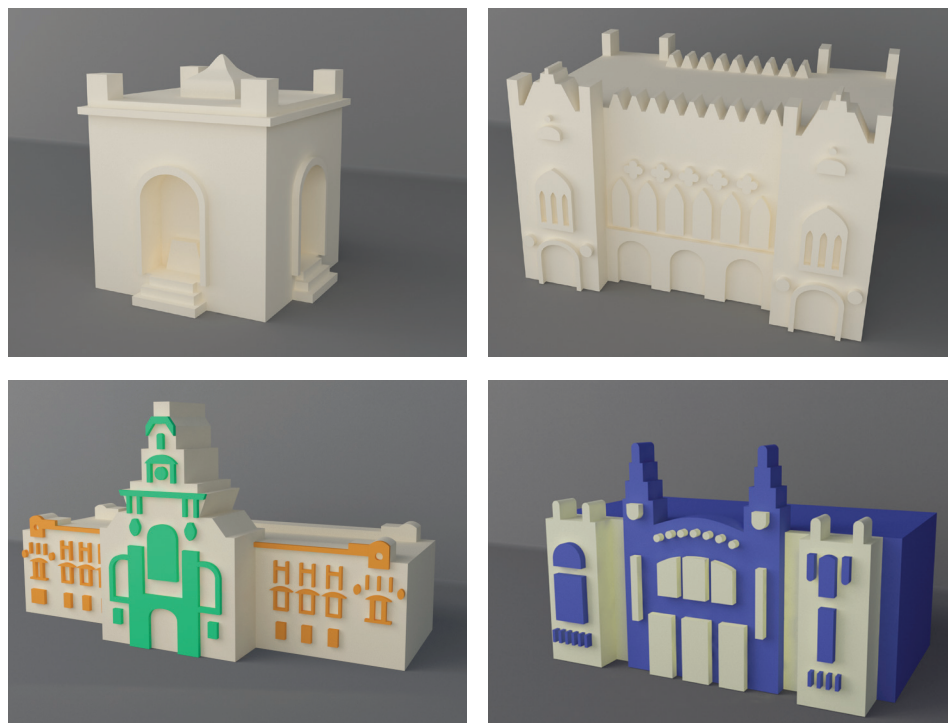


FIG. 35
Processo de estudo de cor para aplicação em cerâmica.



Colecção Arquitectura

FIG. 36, 37

Skyline

Cidade Velha & Moderna

pack de 12 figuras

Azerbaijan State
Academic Opera
and Ballet Theater

Baku City Executive
Power

Templo do Fogo de
Baku - Ateshgah

Mesquita Taza Pir

Palácio Ismailiyya

Maiden Tower

Government House

Museu Carpet

Flame Towers

Heydar Aliyev Center

SOCAR Tower

Azeri TV Tower

Barco Cáspio

materiais

madeira 3mm,
cortes a laser,
detalhes gravados
a laser

medidas

18x50cm base

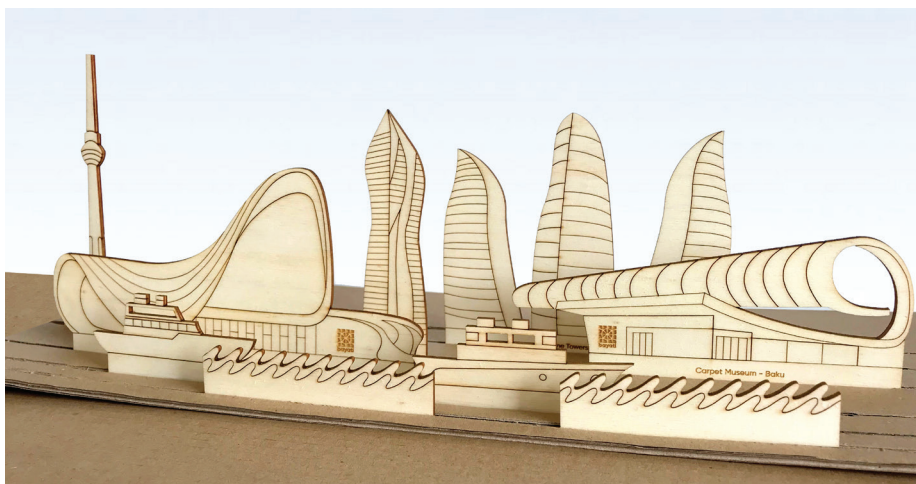
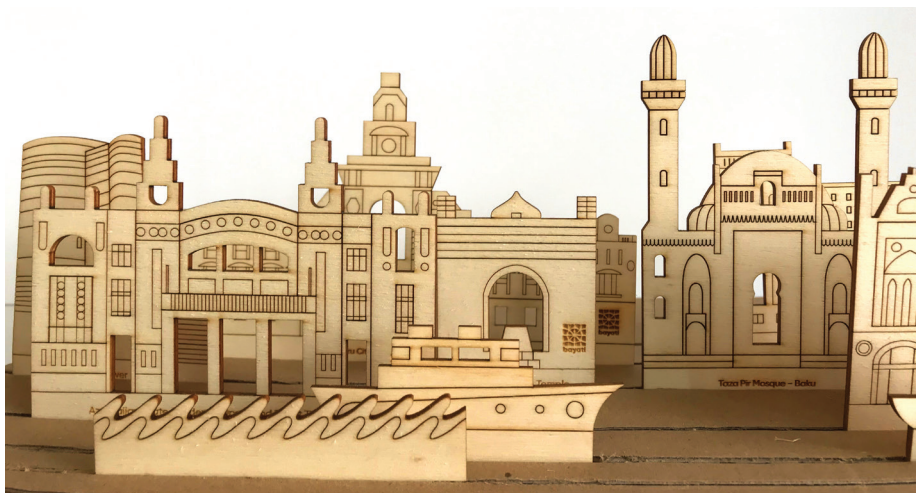


FIG. 38

Cidade Moderna

pack de 6 figuras

11x42cm base

Cidade Velha

pack de 6 figuras

11x42cm base

FIG. 39

Skyline

Cidade Velha & Moderna

pack de 12 figuras

Azerbaijan State Academic Opera and Ballet Theater
Baku City Executive Power

Templo do Fogo de Baku - *Ateshgah*

Mesquita Taza Pir

Palácio Ismailiyya

Maiden Tower

Government House

Museu Carpet

Flame Towers

Heydar Aliyev Center

SOCAR Tower

Azeri TV Tower

Barco Cáspio

materiais

cartão *craft* 3mm,
cortes a laser

medidas base

18x50cm

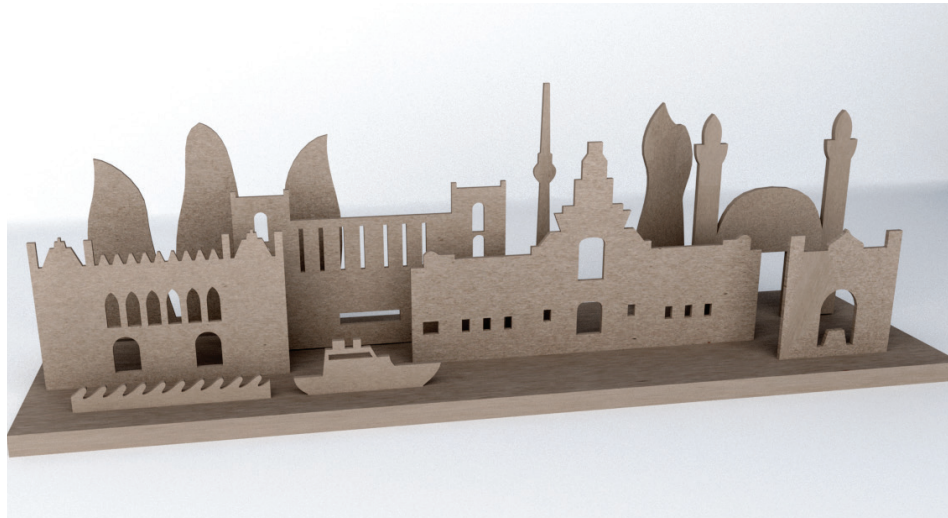


FIG. 40

Proposta Embalagem Modelo Médio Preço

Cidade Velha
& Moderna pack

cartão *craft*
20x8x50cm

FIG. 41

Proposta Embalagem Modelo Médio Preço

Cidade Velha pack
Cidade Moderna pack

cartão *craft*
15x8x45cm





FIG. 42
Puzzle

6 figuras

Maiden Tower

Mesquita Taza Pir

Flame Towers

Baku City Executive

Power

SOCAR Tower

Azeri TV Tower

Templo do Fogo de Baku
- *Ateshgah*

Peças

madeira

8x8cm

Caixa

cartão *craft*

24x16cm

Figuras Cerâmicas

Cerâmica com detalhes coloridos feitos, à mão. Definiu-se, também, a possibilidade de desdobramento das formas, em sabonetes, manufacturados a partir de moldes em silicone.

FIG. 43
Baku City
Executive Power
20x11cm



FIG. 44
Maiden Tower
11x13cm

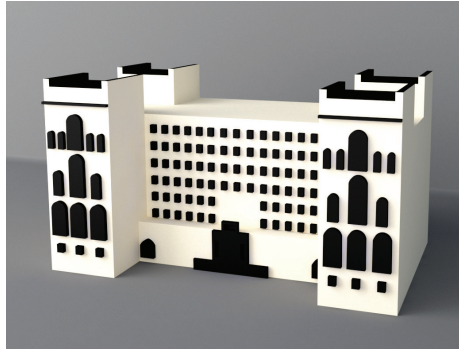


FIG. 45
Government House
15x8cm



FIG. 46
Azerbaijan State
Academic Opera
and Ballet Theater
14x8cm



FIG. 47
Templo do Fogo
de Baku - *Ateshgah*
7x7cm



FIG. 48
Palácio Ismailiyya
14x8cm

FIG. 49
Mesquita Taza Pir
11x11cm

FIG. 50
Museu Carpet
16x6cm

FIG. 51
Flame Towers
10x10cm

FIG. 52
Azeri TV Tower
7x25cm



FIG. 53
Proposta Embalagem
peça individual cerâmica

cartão *craft*
caixa S/ 17x11x15cm
caixa M/ 26x11x15cm

Figuras Madeira Magnéticas

materiais
frente/
dois tipos de madeira
detalhe laser logo Baku

verso/
superfície magnética



FIG. 54
Baku City
Executive Power
10x1.5x6cm



FIG. 55
Museu Carpet
16x6cm



FIG. 56
Templo do Fogo
- Ateshgah
7x7cm



FIG. 57
Palácio Ismailiyya
14x8cm

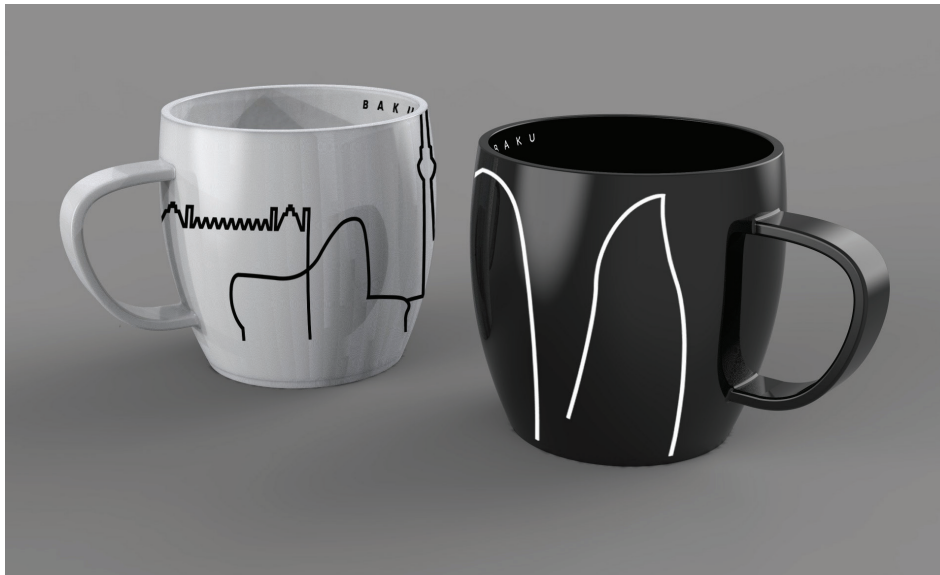
FIG. 58
Azerbaijan State
Academic Opera
and Ballet Theater
14x8cm



Figuras Cerâmica Magnéticas

FIG. 59, 60
materiais
frente/
detalhes pintados à mão
verso/
superfície magnética





Cerâmica Canecas & Copos



FIG. 61-64
Montagens 3D da aplicação de ilustrações de monumentos icónicos, em objectos cerâmicos da colecção desenhada para o efeito.

Malas



FIG. 65-67
Malas de ombro, com
ilustração.
100% algodão
38x42cm

T-Shirts

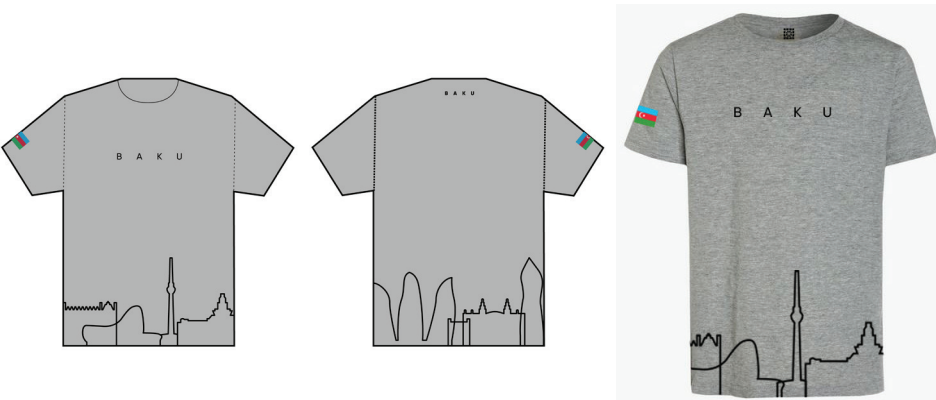
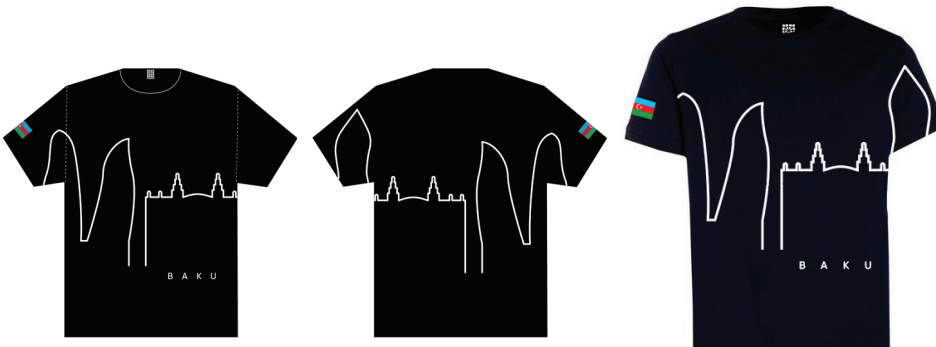
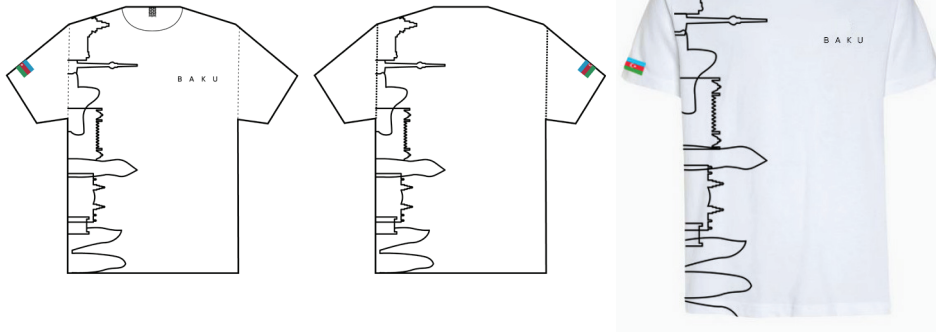


FIG. 68-71
T-Shirt M/L com
ilustração.
Bandeira - 5x2.5cm
Logo - 3x2cm
100% Algodão

Cerâmica Vermelha

Colecção 2

A temática seguinte, tratou a cerâmica vermelha tradicional, revisitada em morfologias simples, para “vestir” com o conceito já delineado pelo orientador.

O processo ancestral de produção de peças cerâmicas implica o trabalho em roda de oleiro, a torrefação em fornos tradicionais a 1000 graus de temperatura, como mostrado nas figuras 76 e 77, a secagem da peça pode demorar cerca de 20 dias. Os itens preferidos são os utensílios domésticos como, pratos, chávenas, potes, jarros, vasos e artigos decorativos, os mestres oleiros também produzem e vendem peças por encomenda. São produtos muito procurados por turistas e locais.

O *briefing* transmitido correspondia a uma colecção de peças utilitárias e decorativas. A variedade de peças necessárias devia incluir conjuntos de jarras, vasos, taças e fruteiras, de diferentes tamanhos. Conforme o desenvolvimento da família de peças, verificou-se a possibilidade de criação de outros modelos como caixas e tabuleiros.

A cerâmica será modelada e cozida de forma artesanal, segundo as técnicas tradicionais. Este tipo de peças cerâmicas não levam acabamento vidrado. No geral, as medidas máximas não deveriam ser superiores às de uma folha A4, tendo em conta a portabilidade das peças para a viagem de turismo.

Outro factor cultural diferenciador foi a ornamentação. Elegeram-se desenhos islâmicos tradicionais para a criação de padrões. As hipóteses foram sendo discutidas conforme as técnicas possíveis de aplicar. Foi decidido trabalhar com o decalque em baixo relevo e sobreposição de volumes.

As formas deveriam ser simples, reduzindo o nível de dificuldade e esforço na manufactura e maximizar a uniformização da produção. Dadas as limitações do número de técnicos e espaços de oficina, os recursos deveriam ser rentabilizados ao máximo.

Este foi o ponto de partida para que com liberdade criativa desenhássemos toda a linha. Durante o processo projectámos três linhas com linguagem formal e estética distintas afinadas conforme as orientações, até à ideia final a apresentar ao cliente.

Os artesãos identificados (cerca de cinquenta) e figurados na amostra que se segue, têm residência fixa e as suas oficinas particulares, na cidade de Sheki.

Contexto Vernacular



FIG. 72

Artesão, Humbat Mammadov, a modelar produtos utilitários em cerâmica na oficina em sua casa.

FIG. 73, 74

Pormenor da peça cerâmica que serve como uma espécie de carimbo para aplicar desenhos em um tipo de pão tradicional da região.



Sheki é uma região montanhosa do norte do Azerbaijão, com cerca de 65.000 habitantes, localizada a 300 km da capital, Baku. Rica em património arquitectónico, tal como o Palácio Sheki Khans, protegido pela UNESCO e com um extenso número de oficinas de variados tipos de artefactos culturais. Esta cidade que outrora fez parte da Rota da Seda, recebeu em 2019 cerca de 63.800 visitantes*, constatando-se a sua importância turística.

Sheki



FIG. 75

Peças utilitárias de cerâmica produzidas em série, manualmente.

* *Statistic information about Sheki is based on the data of The State Statistical Committee of Azerbaijan Republic.*



FIG. 76, 77

Fornos tradicionais para o cozimento das peças cerâmicas.

Concepção

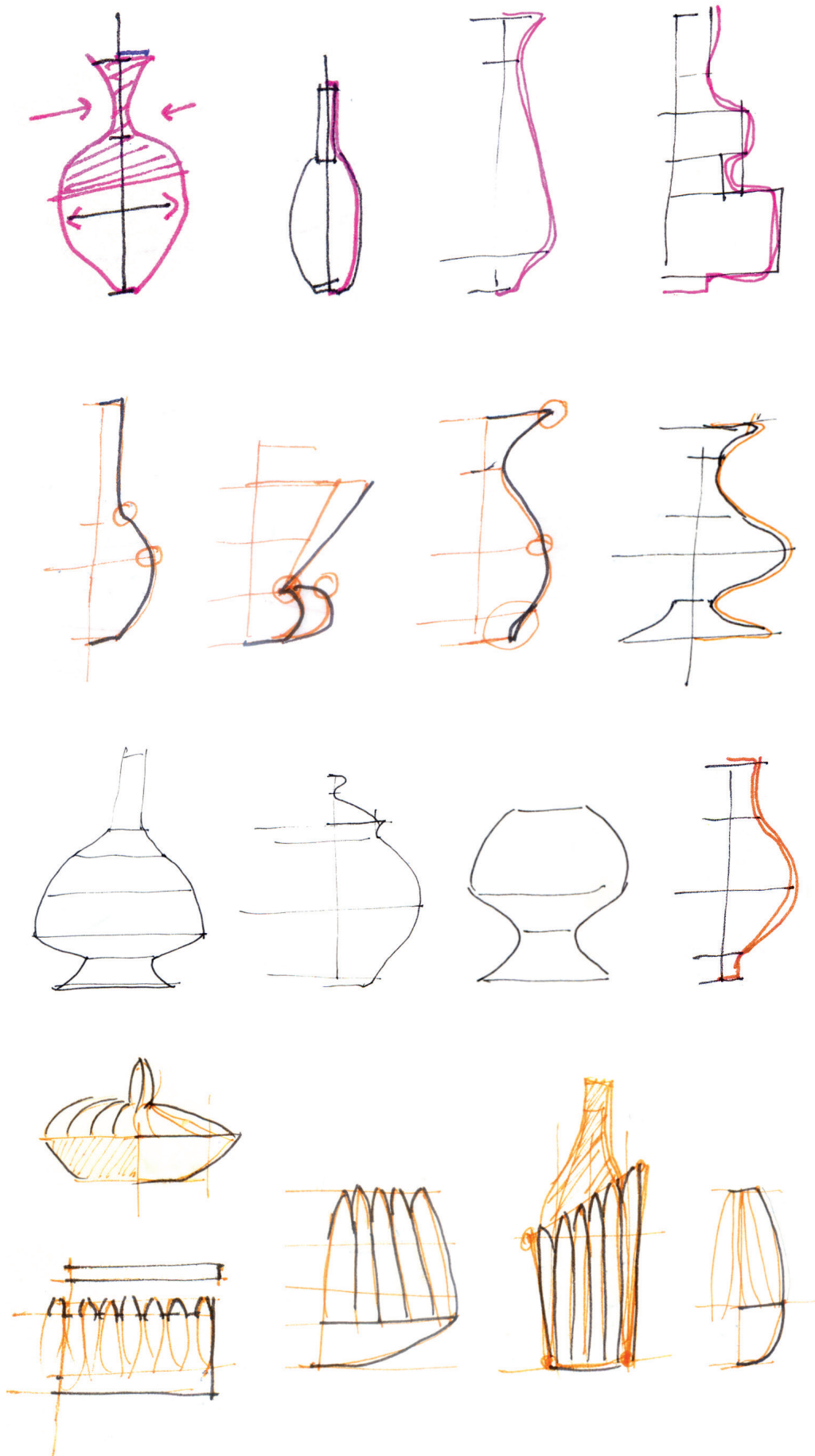


FIG. 78
Esboços de estudo.





Colecção Cerâmica

Peças utilitárias e de decoração em cerâmica vermelha, ornamentadas com motivos islâmicos.

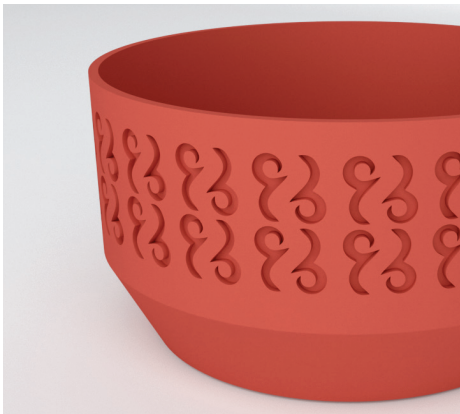


FIG. 79

Ambiente de cozinha com peças projectadas.

FIG. 80

Taça/Fruteira.
cerâmica vermelha
Ø22x11cm

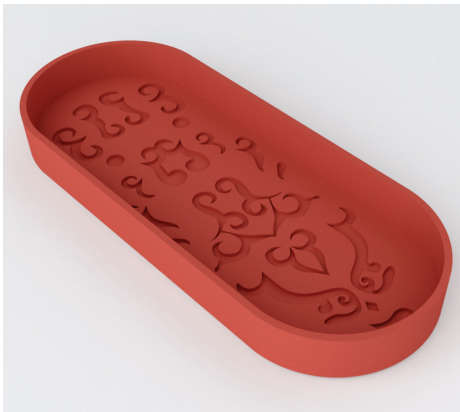


FIG. 81

Prato.
Ø23x3.5cm
cerâmica vermelha

FIG. 82

Vaso.
Ø22x12cm
cerâmica vermelha

FIG. 83

Vaso.
Ø22x7cm
cerâmica vermelha



FIG. 84, 85

Travessa.
A. 30x12x3cm
B. 35x20x2.5cm
cerâmica vermelha

FIG. 86, 87

Vaso/Jarra.
Ø14x18cm
cerâmica vermelha

**FIG. 88**

Taça/Fruteira.
cerâmica vermelha
Ø22x11cm

**FIG. 89**

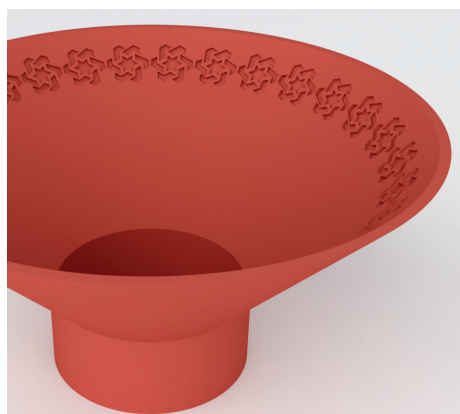
Taça/Fruteira.
cerâmica vermelha
Ø20x14cm

FIG. 90

Taça/Fruteira.
cerâmica vermelha
Ø30x20cm

FIG. 91

Jarra.
cerâmica vermelha
Ø7x20cm

**FIG. 92**

Taça/Fruteira.
cerâmica vermelha
Ø30x15cm

FIG. 93

Travessa.
cerâmica vermelha
30x12x3cm



FIG. 94
Taça/Fruteira.
cerâmica vermelha
Ø22x11cm

FIG. 95
Taça/Fruteira.
cerâmica vermelha
Ø20x14cm

FIG. 96
Jarra.
cerâmica vermelha
Ø11.5x17cm

FIG. 97
Vaso.
cerâmica vermelha
Ø22x7cm

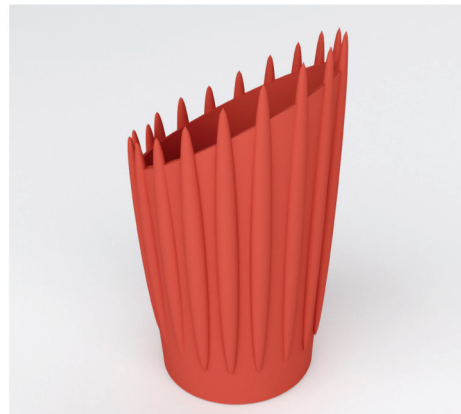
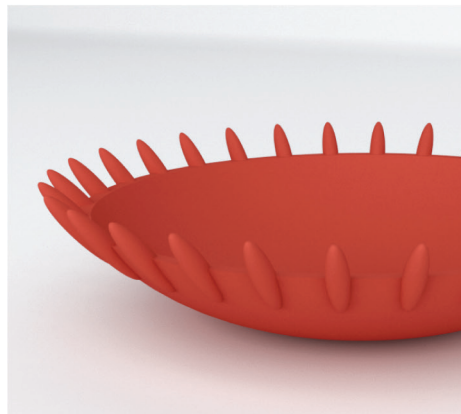
FIG. 98
Taça/Fruteira.
cerâmica vermelha
Ø20x14cm

**FIG. 99**

Leiteira
cerâmica vermelha
10x15cm

FIG. 100

Taça/Fruteira.
cerâmica vermelha
Ø22x11cm

**FIG. 101**

Prato.
cerâmica vermelha
Ø21x4cm

FIG. 102

Suporte para Garrafas.
cerâmica vermelha
Ø9x19cm

**FIG. 103**

Jarra.
cerâmica vermelha
Ø12x22cm

FIG. 104

Vaso.
cerâmica vermelha
Ø18x16cm

FIG. 105

Caixa.
cerâmica vermelha
15,5x8x5,5cm

**FIG. 106**

Caixa.
cerâmica vermelha
20x13x8cm

Gulab



Água de rosas — ou água destilada perfumada com outras ervas, como a tília, a hortelã e o tomilho. É usada há séculos para fins medicinais, perfume ou gastronomia.

A panela de cobre (*mey qazani*) que podemos visualizar na figura 107 é a ferramenta usada para ferver e destilar o *Gulab*. A água perfumada é armazenada e vendida em garrafas de vidro ou plástico, reutilizadas (fig. 109).

FIG. 107

Abdulhamidova Khatira, artesã de Sheki, há vinte e sete anos que fabrica *Gulab*.

FIG. 108

Conjunto de ferramentas de destilação.



FIG. 109

Gulab engarrafado.



Saboaria

Desenvolvem-se manualmente sabonetes e shampoos, sobretudo para venda ao turismo e para grandes hotéis.

São artigos perfumados com essências florais locais, ervas e frutos secos. Tais como, a lavanda, rosas, camomila e nozes.



FIG. 110, 111

Metal

Colecção 3

Os modelos desenhados para a colecção em cerâmica, revestiram-se de novos materiais. O metal galvanizado e o cobre, na sua cor natural e com aplicações ornamentais em madeira. Ambas as técnicas são tradicionais e do domínio da equipa de artesãos especializados. A partir desta premissa, fizemos experiências sobre a forma de aplicação dos materiais e dos tipos de madeira, até à selecção final.

Na apresentação da renderização, a introdução das peças em ambiente interior, mais próximos da realidade, faz parte da estratégia do orientador para a apresentação ao cliente. Tivemos sempre liberdade nos ambientes projectados. A possibilidade desta composição das peças em ambientes de casa tornou ainda mais interessante o processo.

Entre as imagens de contextualização, apresentamos na figura abaixo e nas figuras 119 a 124, o trabalho de artesanato de pratos de cobre ornamentados na tradição da comunidade Lahij, no Azerbaijão. Depois do ferro fundido no forno tradicional, o material é martelado em forma de pratos para depois de polidos serem gravadas ornamentações.



FIG. 112
Oficina metalúrgica familiar, em Lahij.

Contexto Vernacular



FIG. 113

Nizami Mustafayev,
artesão na sua
oficina de trabalho
metalúrgico em cobre.
Cidade de Sheki.

FIG. 114

Pormenor das
ferramentas utilizadas.

FIG. 115

Não são produzidas
peças novas, o serviço
prestado é de concerto
de produtos antigos.





FIG. 116

Pequena oficina metalúrgica de Ruhlan Mustafazada. Ele fabrica *Samovars**, potes, lanternas a óleo, caixas de joias em cobre e bules clássicos.

Já com treze anos de experiência, este trabalhador representa a quarta geração da família que se dedica à forja do cobre.

FIG. 117

Pormenor do espaço de trabalho e ferramentas utilizadas.

FIG. 118

**Samovar* utensílio, de origem russa, para aquecer água e servir chá.





FIG. 119, 120
Técnicas de
manufatura.



FIG. 121
Produto final.



FIG. 122
Fundição do cobre.



FIG. 123
O material é martelado em forma de prato.



FIG. 124
Produto final já ornamentado, para venda.

Colecção Metal & Madeira

Este conjunto de produtos incorpora as técnicas de trabalho tradicional em metal com o sector da madeira, nos detalhes de ornamentação.



FIG. 125, 126

Exemplos de ambientes domésticos com a aplicação dos produtos da colecção.



FIG. 127
Taça/Fruteira.
 metal galvanizado,
 madeira
 Ø30x15cm



FIG. 128
Jarra.
 metal galvanizado,
 madeira
 Ø7x20cm



FIG. 129
Caixa.
 metal galvanizado;
 tampa e ornamentos,
 em madeira
 15,5x8x5,5cm



FIG. 130
Vaso.
 metal galvanizado,
 madeira
 Ø15x13cm



FIG. 131-133
Taça/Fruteira.
 cobre, madeira
 Ø30x15cm



FIG. 134
Jarra.
 cobre, madeira
 Ø7x20cm



FIG. 135
Caixa.
 cobre, tampa
 e ornamentos
 em madeira
 15,5x8x5,5cm



FIG. 136
Vaso.
 cobre, madeira
 Ø15x13cm

Metal aplicado à loiça de banho

Colecção 4

Nesta fase, a partir de um lavatório de casa de banho desenhado pelo orientador, foi pedido que fizéssemos uma linha completa de casa de banho, com morfologias rectilíneas, linguagem simples e sóbria. A utilização de folhas de zinco galvanizado e aplicações tradicionais de ornamentos, como mostrado nas figuras 137 e 138, foram o elemento central diferenciador.

O conjunto de casa de banho foi delineado para equipamento de hotéis. Dando a conhecer ao público turista, no interior do espaço onde é recebido, uma amostra da cultura local, revitalizada e mais próxima dos centros turísticos.

A inspiração do orientador para o desenho de uma linha de casa de banho com estas especificidades tão diferenciadores, foi quando no trabalho de campo se deparou com surpresa, com os imaginativos e totalmente funcionais lavatórios ornamentados com pintura, totalmente feitos em chapa de zinco (fig. 139).

A partir deste *briefing* tivemos total liberdade em desenhar a linha completa, composta por modelos como, um armário de parede com espelho, um armário alto, de chão, um armário baixo de chão e acessórios.

A partir de referências pesquisadas em *websites* e revistas especializadas em espaços de casa de banho, exploramos várias soluções possíveis, considerando sempre as condicionantes técnicas dos artesãos. A estrutura deveria ser em aço, revestido com folhas de zinco, a ornamentação deveria coincidir com o desenho e técnicas aplicados nas fotografias 137 e 138 e haveria a possibilidade de por menores simples em madeira.

Simulou-se um ambiente de casa de banho com os equipamentos desenhados e paralelamente apresentaram-se todos os desenhos técnicos prontos para produção.

Contexto Vernacular



FIG. 137, 138

Peças produzidas em metal galvanizado e ornamentadas com técnicas artesanais.



FIG. 139
Lavatório manufacturado em aço galvanizado, com pormenores decorativos, em pintura.

Concepção

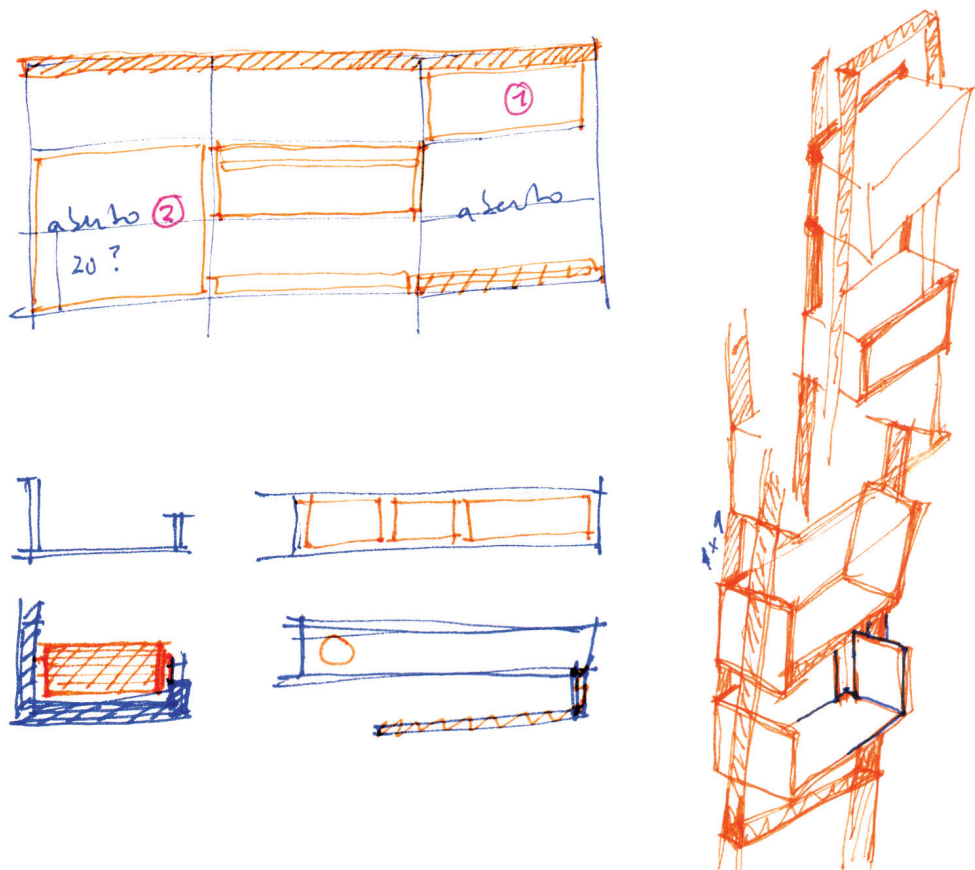
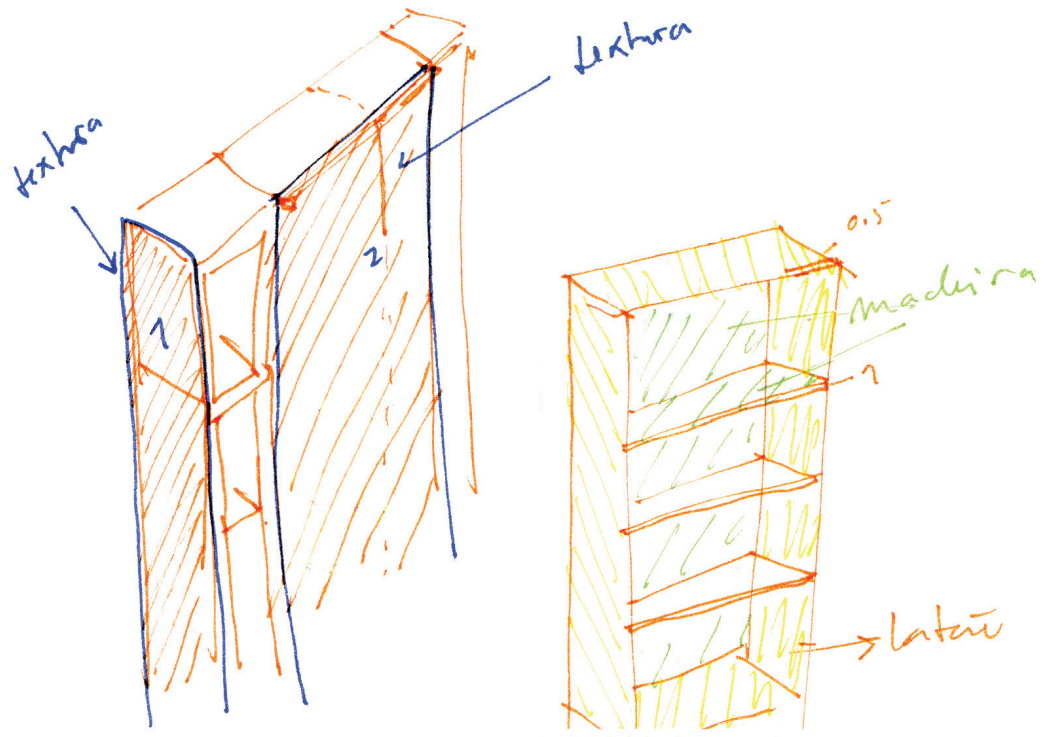


FIG. 140
Esboços de estudo.



Colecção para casa de banho

FIG. 141

Colecção de equipamentos para casa de banho, com inspiração em produtos, técnicas e ornamentação tradicionais do sector metalúrgico regional.



FIG. 142

Móvel de arrumação. Estrutura em aço e MDF, com gavetas em aço galvanizado ornamentadas com técnicas e motivos tradicionais.

FIG. 143

Prateleiras de parede. Produção manual com detalhe de desenho gravado na folha de zinco galvanizado.



FIG. 144

Prateleiras de apoio, em aço, metal galvanizado gravado e madeira.

FIG. 146
Móvel de arrumação
fechado, com porta
ornamentada.

FIG. 147
Armário de parede
com espelho e
prateleiras em metal
galvanizado gravado.

Lavatório em
mármore, embutido
em armário de metal,
com arrumação
interior.



FIG. 148
Perspectiva da casa de
banho, mobilada com
peças da colecção.

Pele de ovelha natural

Colecção 5

Neste momento dos trabalhos, o material base a explorar é a pele de ovelha natural. Muito característica nesta região, é usada em artigos como chapéus e coletes (fig. 153).

O *briefing* propõe criar novas categorias de produto para explorar as qualidades deste material — confortável ao toque, com propriedades que controlam a temperatura e esteticamente expressivo. Idealizaram-se artigos de decoração como, cestos, caixas, tapetes e algumas peças de mobiliário, tais como, mesas de cabeceira, assentos e biombos (estes para equipar hotéis do país, à semelhança do projecto de equipamento para casa de banho, em metal anodizado).

Definiu-se que o couro assumiria a cor natural, sem acabamento colorido artificial. Tirámos partido do acabamento do corte da lã, para conceber diferentes texturas e volumetrias. Agregamos as restantes técnicas e materiais dominados pelos artesãos, o trabalho em metal e em madeira. Os detalhes enriquecem as peças por meio de contrastes de cores e texturas e figuras tradicionais estilizadas.

Como referência e inspiração vernacular selecionamos os chapéus *Papakha*, feitos em lã, usados pelos homens do povo do Cáucaso. São elementos de forte simbolismo para a representação do homem no grupo cultural.

Outros tipos de pele utilizados para artesanato são, a pele de raposa e de guaxinim. Na sua transformação faz-se uso de instrumentos como, o *Doğanaq* equipamento ancestral para amaciar o couro e a *Cəfa*, ferramenta para aclarar o couro.



FIG. 149

Criação de ovelhas e caprinos, na zona montanhosa de Gusar.

Contexto Vernacular



FIG. 150

O povo antigo da região montanhosa de Gusar faz criação de ovelhas, desde a antiguidade.

Podem observar-se um chapéu tradicional e a sela de cavalo, ambos em pele de ovelha.



FIG. 151

Manufatura de chapéus *Papakha*. O costume é ensinado entre as sucessivas gerações.



FIG. 152

Ahmadov Ahmad, no seu estúdio de trabalho em pele de ovelha, raposa e guaxinim.



FIG. 153

Coletes e chapéus tradicionais.

FIG. 154

Saleh Aliheydarov, na sua oficina e loja, a fabricar manualmente chapéus tradicionais de variadas cores, em pele de ovelha.

**FIG. 155**

Menino com chapéu *Papakha*.



Concepção

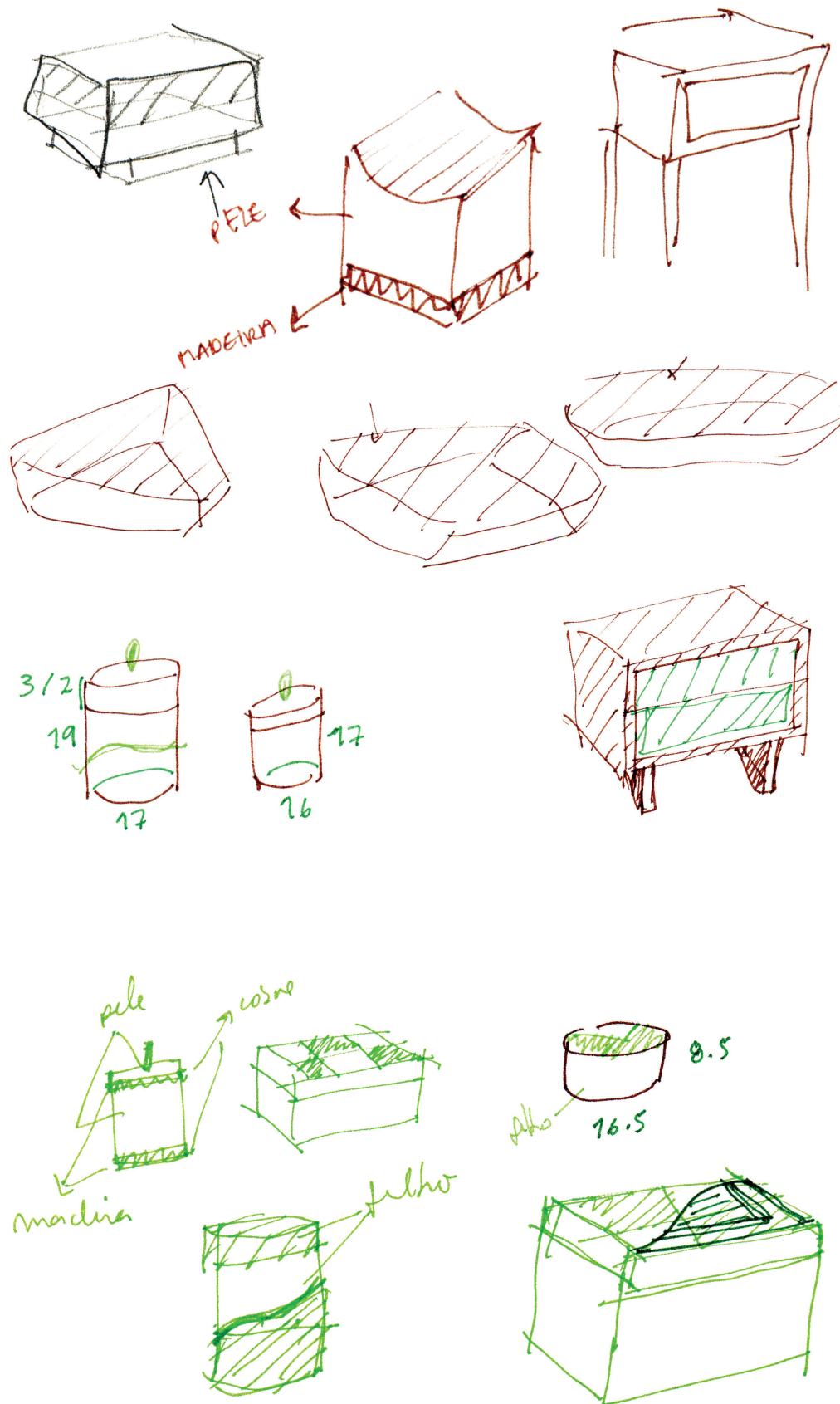


FIG. 156
Esboços de estudo.

Colecção pele de ovelha



Cestos

Colecção de cestos de vários tamanhos e formas, com dois tipos de pele natural.



FIG. 157, 158

Cestos.

A. 29x19cm

B. 35x45cm

FIG. 159, 160

Cestos.

A. 35x14cm

B. 35x18cm

FIG. 161

Cestos.

22x19cm

FIG. 162, 163

Cestos.

A. 46x36cm

B. 46x55cm





Caixas

FIG. 164

Caixas modelo rectangular.

dois tipos de madeira, couro e pega em metal dourado ou platinado. 21x14x H. 8cm



FIG. 165

Caixa modelo rectangular.

base em madeira, tampa com detalhes em couro e metal 28x20x H.15cm

FIG. 166, 167

Caixas modelo oval.

A. madeira e couro na tampa

B. madeira e detalhes em metal dourado

23x10x H.10cm



FIG. 168

Caixa A, modelo cilíndrico.

base em madeira e topo forrado a pele 17x17cm

FIG. 169

Caixa B, modelo cilíndrico.

couro e detalhes em metal dourado 17x18cm

FIG. 170

Caixa C, modelo cilíndrico.

couro e madeira na base e tampa 17x20cm



FIG. 171

Pormenor da tampa da caixa da Fig. 169.

**FIG. 172**

Mesa de cabeceira.
duas espécies de
madeira, couro
e pegas em metal
60x45x H.55cm

**FIG. 173**

Mesa de cabeceira.
madeira, couro
e pegas em metal
50x45x H.60cm

**FIG. 174**

Pouf.
pele de ovelha
e base em madeira
50x40x H.60cm

FIG. 175

Pouf.
pele de ovelha
e base em madeira
50x H.45cm

**FIG. 176**

Pouf.
pele de ovelha
e base em madeira
80x H.45cm





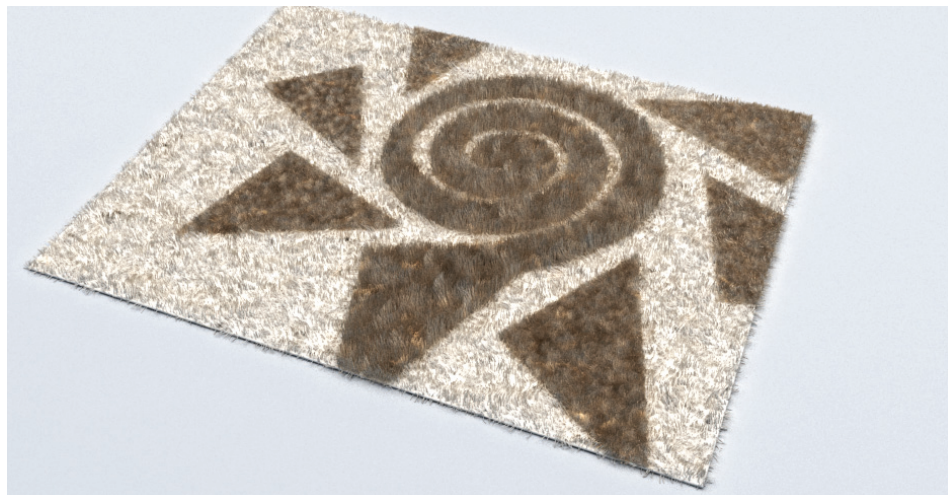
Mobiliário



FIG. 177
Assento / 2 lugares.
dois tipos de pele
de ovelha e base
em madeira
120x60x H.40cm

FIG. 178
Assento / 3 lugares.
dois tipos de pele
de ovelha e base
em madeira
170x60x H.40cm

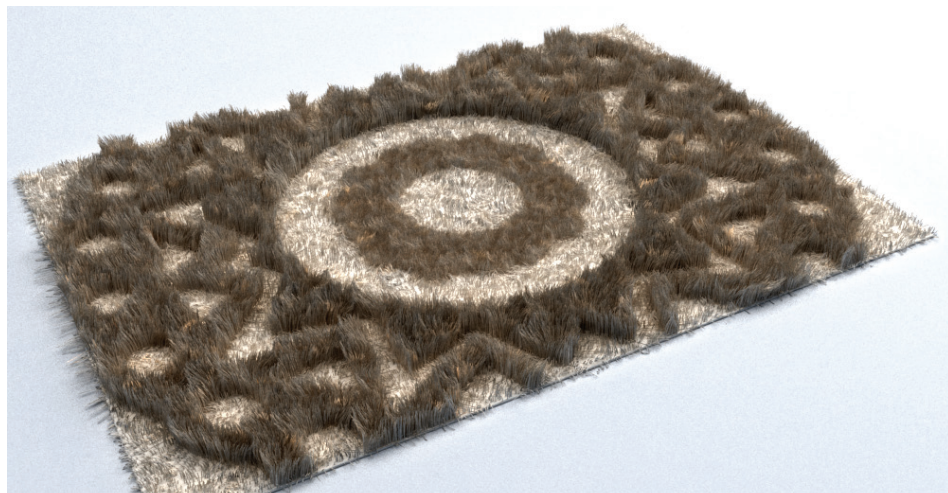
FIG. 179
Biombo.
estrutura em madeira
e painéis em couro
com ilustrações
tradicionais
222x206cm

**FIG. 180**

Biombo.
estrutura em
madeira e painéis
em couro com
ilustração tradicional
222x206cm

FIG. 181, 182

Tapete.
A. 200x140cm
B. 200x160cm
dois tipos de pele,
aplicados em
função do desenho
tradicional



Madeira

O trabalho em madeira é outra técnica dominada pelo povo Azeri, ao longo da sua história. Nos produtos de *souvenir* do nosso projecto, contemplamos o uso de madeira para pormenores construtivos e ornamentais.

No enquadramento deste tema destacamos os mosaicos *shebeke* e os baús pintados. Os mosaicos *shebeke* são tradição da região de Sheki, desde o século XVIII. Característicos por peças individuais em vidro colorido que se encaixam em molduras de madeira de faia ou noqueira sem a aplicação de cola ou pregos. Esta técnica pode ser empregue em modelos de diferentes escalas, desde portas, janelas e espelhos, até pequenas peças simbólicas de *souvenir*.

Os baús em madeira, pintados (fig. 189), são peças de artesanato raras, dada a escassez de artesãos que dêem continuidade à tradição. As suas dimensões são variáveis, o material empregue é a madeira de cipreste, leve e maleável ou a madeira de pinho, na sua maioria são pintados em tons avermelhados com padrões tradicionais ou customizados com ilustrações a pedido do cliente.

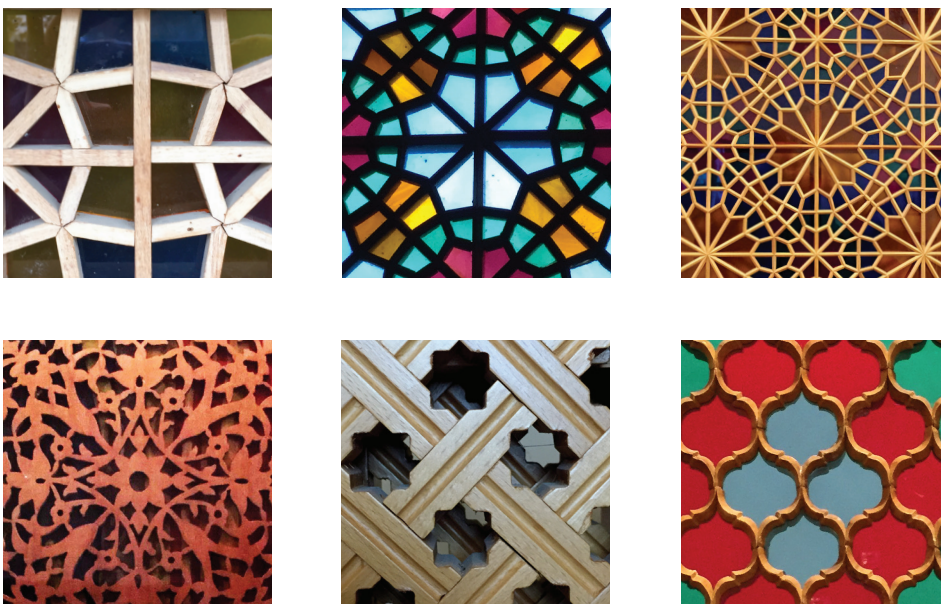


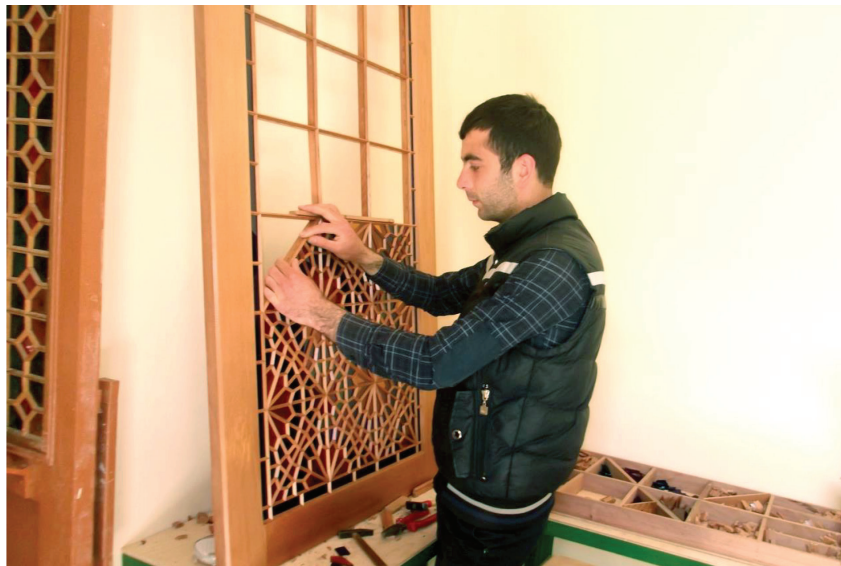
FIG. 183
Pormenores de mosaicos *shebeke*, vitrais e madeira ornamentada.

FIG. 184

O carpinteiro, Ilgar Rasulov, usa a técnica do mosaico *shebeke* para a produção de modelos distintos.

**FIG. 185**

A figura retrata o artesão Vugar Rasulov a executar um trabalho em mosaico *shebeke*.

**FIG. 186**

Yashar Nabiyev elabora em pirografia obras com motivos regionais, como o símbolo da *buta* e padrões *shebeke* em madeira de faia e nogueira. Dá vida a quadros de diversas dimensões e a pequenos objectos de *souvenir*: porta-chaves, ímans, etc.





FIG. 187, 188

Namig Karimov e Alikram Akbarov constroem produtos em pinho e metal, tais como, prateleiras, lavatórios e baús, ornamentados com pinturas personalizadas.

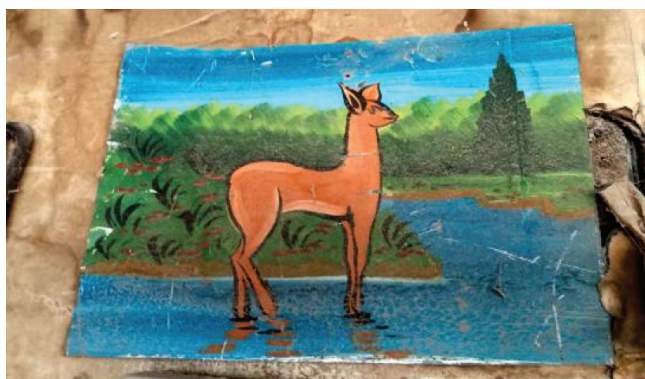


FIG. 189

Customização de baú de casamento pelo artesão Alikram Akbarov.

FIG. 190

Algumas das ferramentas usadas são, a serra eléctrica e manual, lixas, martelos, alicates, pincéis, etc.

**FIG. 191-193**

Ilustrações em chapa metálica para ornamentação das peças elaboradas.



FIG. 194, 195

Ismayilov Soltan, carpinteiro de Sheki, que se dedica à produção de peças de mobiliário regional, tais como, janelas da tradição *shebeke* e baús de madeira gravados com ornamentação da mesma linguagem visual destes vitrais.



FIG. 196-199

Oqtay Abdurrahmanov, carpinteiro com quarenta anos de experiência, produz em madeira de pinho, faia, nogueira ou carvalho, por exemplo: berços, prateleiras ou tabuleiros de xadrez.

Lenços de Seda — *Kelagayi*

As práticas anciãs de tapeçaria e confecção têxtil floresceram durante o período medieval, tornando-se produtos tradicionais reconhecidos internacionalmente no continente Europeu e Asiático, representando actualmente um dos sectores industriais mais importantes no país. Fabricados em pequenas oficinas em casa ou em fábricas.



A produção de *souvenirs* em seda estampada tradicionalmente foi realizada por outros elementos da equipa.

Processo de confecção de lenços em seda

Na figura 200, observamos o especialista Amiraslan Shamilov na sua oficina familiar a confeccionar lenços de seda — *Kelagayi*. Nesta família, já é uma tradição que leva duzentos anos.



Este processo de manufatura, organiza-se em três etapas fundamentais:

- 1 - Tecelagem
- 2 - Tingimento
- 3 - Estampagem - *batik*

O mestre Amiraslan trabalha com o tingimento e a estampagem com a técnica em cera quente, denominada *batik*. Os carimbos em madeira com diferentes formas são mergulhados em soluções feitas de resina, parafina e óleo.



Logística

No que toca à logística da oficina, existe a zona específica para o tingimento em barricas de madeira e para a lavagem e secagem e um outro espaço para a ornamentação e *showroom* de venda do produto acabado.

FIG. 200-202

**FIG. 203**

Estampagem de sedas,
por artesã.

**FIG. 204, 205**

Carimbos de madeira e
metal com ilustrações,
para o processo de
estampagem.

**FIG. 206**

Conjunto de
ferramentas de
estampagem manual,
em madeira e metal.

FIG. 207

Carimbo em madeira,
em forma de *Buta* -
símbolo do Azerbaijão,
muito popular,
aplicado nos mais
diversos suportes.





FIG. 208, 209

Técnica de tintura manual de tecidos em seda. As cores muito saturadas são características destas sedas.



FIG. 210

Lenços em secagem.

Romã

Kelagayi com motivo tradicional e simbólico, a Romã.

O cultivo da romã está presente em diversas localidades do país e é celebrado anualmente em Novembro, quando se inicia a colheita deste fruto, na região de Goychay, o *Festival da Romã*. Considerada a rainha das frutas, simboliza amor, abundância e imortalidade e tem direito a um feriado nacional.



FIG. 211

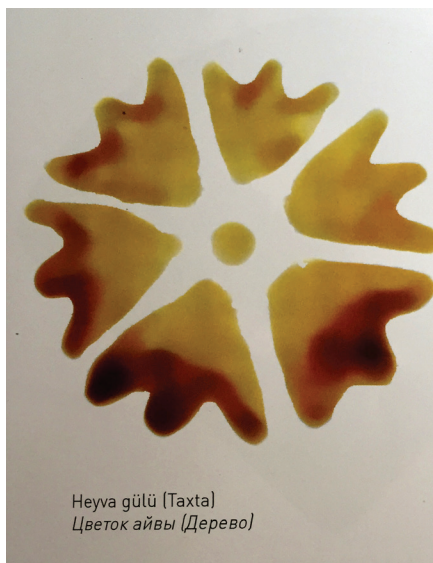


FIG. 212-217
Elementos de
ilustrações tradicionais.

Tapeçaria

Existem mais de trinta tipos de tapeçaria. Cada aldeia tem tapetes com identidade própria. Por exemplo, na aldeia de Pirebedil, as ilustrações são desenhos florais, já na aldeia de Gonagkend, em forma de medalhão central são apresentados símbolos como a buta e elementos que representam o fogo.

A textura dos tapetes é densa, com acabamentos diferentes no corte do pêlo, os padrões variam consoante a região. Os fios de lã, algodão ou seda são tecidos em tramas padronizadas multicolores, em teares horizontais e verticais. Quando o tapete é finalizado, é feita uma cerimónia de celebração solene.

Tradicionalmente, a tosquia das ovelhas é feita nas estações da Primavera e Outono pelos homens e as mulheres fazem o tingimento dos fios com corantes naturais na Primavera, Verão e Outono. No Inverno é a fase da tecelagem pelos membros femininos das várias gerações da família.



FIG. 218

Mulheres da comunidade a tecerem um tapete.



FIG. 219

Tosquia das ovelhas.

FIG. 220

Processo de transformação da lã.

FIG. 221

Processo de tintura da lã.





FIG. 222
Processo de tecelagem manual em tear vertical.

FIG. 223
Processo de tecelagem manual em tear horizontal.

FIG. 224
Exemplares de tapeçaria.

Bordado

Colecção 6

A partir da tradição do bordado Azeri, partimos para um processo de reinterpretação através da fusão desta técnica com acessórios e mobiliário para a casa. Em vários formatos e escalas exploramos as amostras fotográficas das produções dos artesãos de Sheki e criámos novas sugestões de peças contemporâneas ornamentadas com estas obras de arte bordadas.

Parte das peças foram desenhadas ou adaptadas a partir das maquetes do orientador e outra parte desenhada por nós. Os resultados são peças muito ricas em cor, texturas e ilustrações distintas, com vários níveis de detalhe.

Tradicionalmente, existem várias técnicas de bordado com fios de seda, lã ou algodão (ponto damasco, ponto de corrente — *takalduz*, a técnica de misangas, lantejoulas e pérolas), algumas das ferramentas usadas nesta espécie de trabalho são agulhas de tricô e rodas de fiar, adaptadas às necessidades específicas. No geral, os ornamentos tradicionais preferidos são animais da fauna local, como os pássaros (por exemplo, o rouxinol, o pavão ou o faisão), tartarugas, a gazela, cavalos, entre outros. Também, utensílios domésticos, como as jarras e frascos cosméticos. Os artigos habitualmente bordados são, roupas femininas, chapéus, artigos para o lar como, fronhas, colchas ou cortinas e decoração de parede.



FIG. 225

Na imagem vemos a artesã Sakinakhatun Pashayeva a bordar uma composição figurativa com um dos símbolos nacionais, a romã.

Contexto Vernacular



FIG. 226

Rahman Yunusov, no seu trabalho, desenvolve temas como a paisagem regional: a representação da arquitectura, da natureza e das estações do ano, são de grande interesse para o artista, tal como se pode notar na figura.

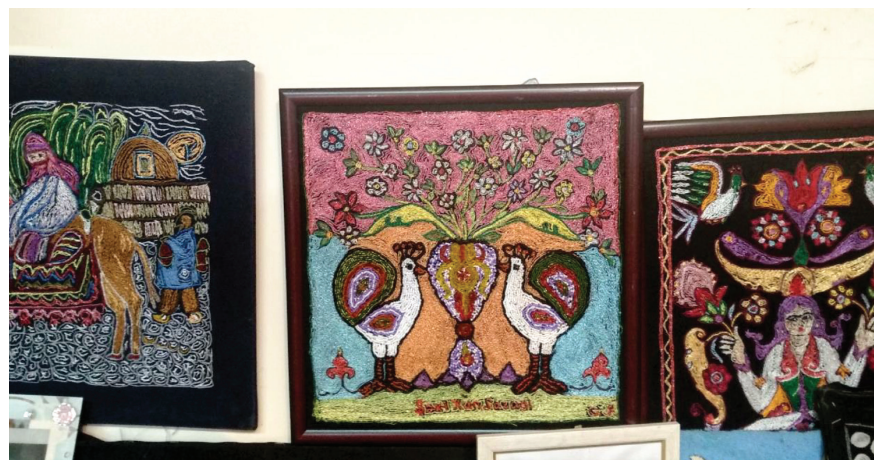


FIG. 227

Na tecelagem destas obras de arte bordadas pelo artesão Gulandam usou fios de seda, lã, algodão ou missangas, por exemplo. Quando finalizados, podem ser emoldurados para adornar as casas.



FIG. 228

A artista autora desta obra, Gulandam Alkhasova, tem cerca de cinquenta anos de experiência nesta técnica de bordado. O seu filho e a nora, estão também envolvidos neste pequeno negócio familiar.

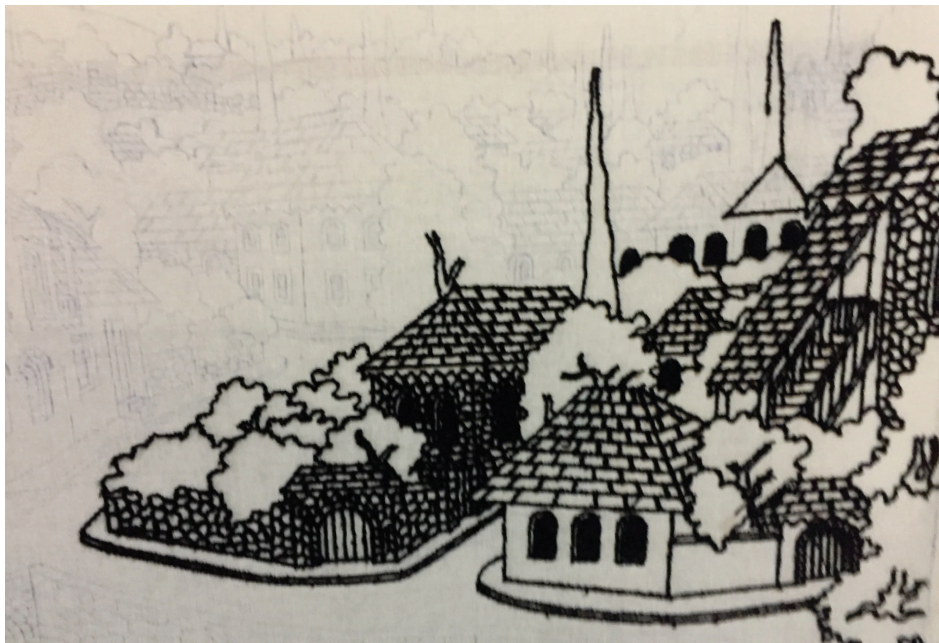


FIG. 229

Bordado em desenvolvimento.

Concepção

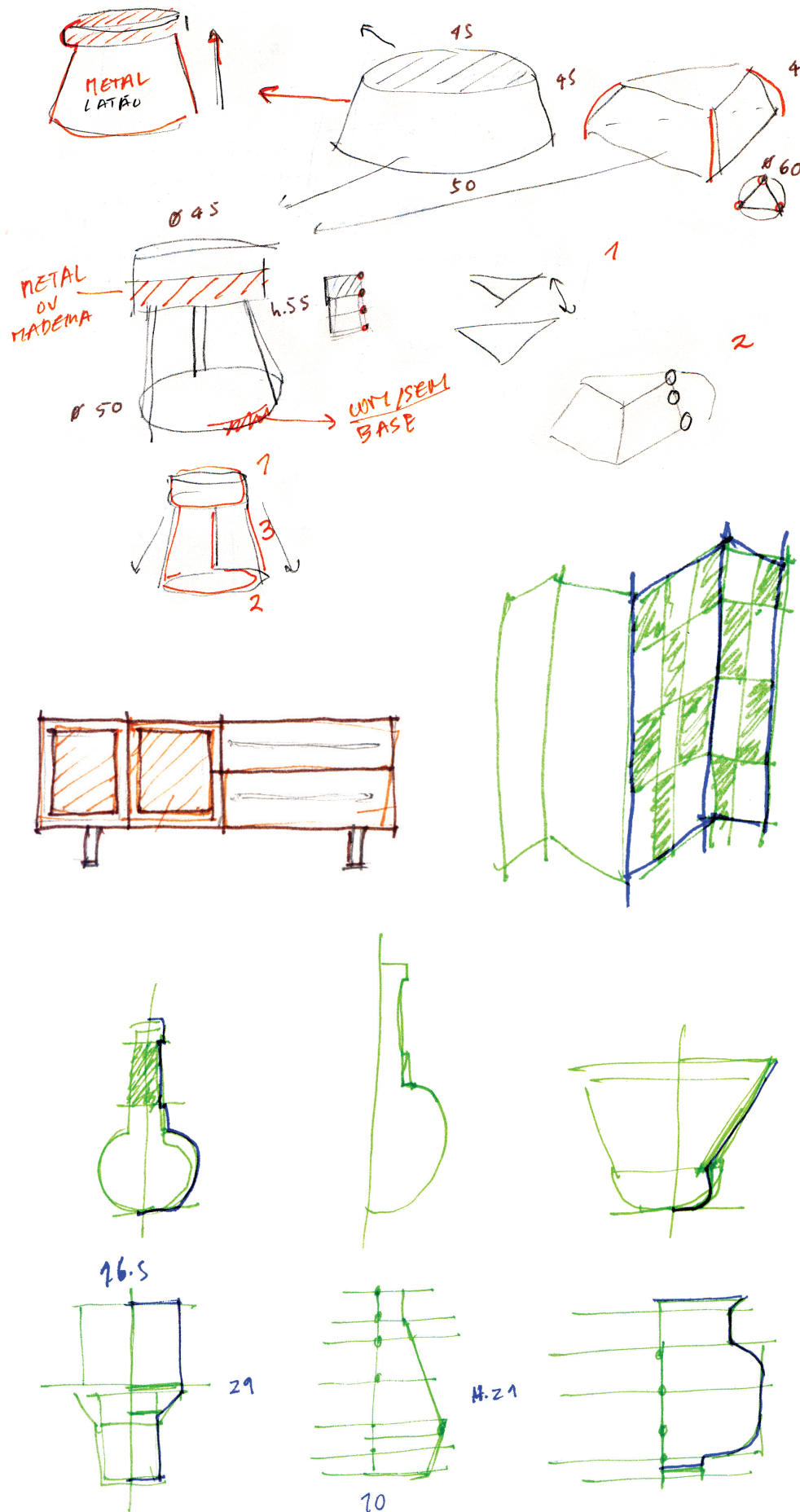


FIG. 230
Esboços de estudo.



Colecção Bordado

Caixas & Taças



FIG. 231
Caixa modelo hexagonal. madeira, bordado Ø18.5x12cm

FIG. 232
Caixa modelo cilíndrico. têxtil, bordado Ø16.5x9cm

FIG. 233
Caixa modelo oval. madeira, bordado 23x10x7cm



FIG. 234
Caixa modelo rectangular. madeira, bordado 24x11x9cm

FIG. 235
Taça. madeira, bordado Ø24x9.5cm



FIG. 236
Taça. metal escovado, bordado Ø24x12.5cm

FIG. 237
Jarra. cobre, bordado

FIG. 238
Jarra. madeira, bordado Ø27x30cm

Mobiliário



FIG. 239

Mesa de cabeceira.
madeira, bordado
47x47x65cm

FIG. 240

Luminária de chão.
madeira, têxtil,
detalhes em bordado
63x180cm

FIG. 241

Luminária de mesa.
madeira, têxtil,
detalhes em bordado
36x47cm





FIG. 242
Pouf.
têxtil, bordado
Ø55x25cm

FIG. 243
Pouf.
Ø45x25cm
têxtil, bordado

FIG. 244, 245
Banco.
A. Ø26x50cm
B. Ø28x46cm
estrutura em madeira;
têxtil; bordado

**FIG. 246**

Biombo.
210x200cm
estrutura em madeira,
painéis em bordado

Ourivesaria



FIG. 247, 248

Brincos.
metal, bordado
Ø 3.5cm



Acessórios

FIG. 249

Estojos/ 19.5x7x12cm
Bolsas/ 20x8x8cm
feltro, bordado

Arte Rupestre

Como finalização do projecto, fizemos ilustrações com inspiração na arte rupestre do território do Azerbaijão e em pinturas tradicionais. Foram aplicadas em material de papelaria, para *souvenirs*.

A Arte Rupestre de Gobustan

Gobustan é uma zona rochosa, situada a 64 km da capital. Tem como atrações a notável amostra de arte rupestre (mais de 6.000 gravuras rupestres que representam 40.000 anos de arte rupestre), vulcões de lama e pedras de gás. Esta paisagem cultural está protegida pela UNESCO, no Parque Nacional de Gobustan.

Podem observar-se cavernas outrora habitadas e registos arqueológicos pré-históricos que retratam imagens de pessoas; cerimónias; rituais; cenas de caça e pesca; animais e flora. Esta amostra cultural segue o percurso desde a pré-história até à época medieval.



FIG. 250-252

Registos arqueológicos pré-históricos.

FIG. 253

Ilustração inspirada pelas gravuras rupestres de Gobustan.



Colecção 7

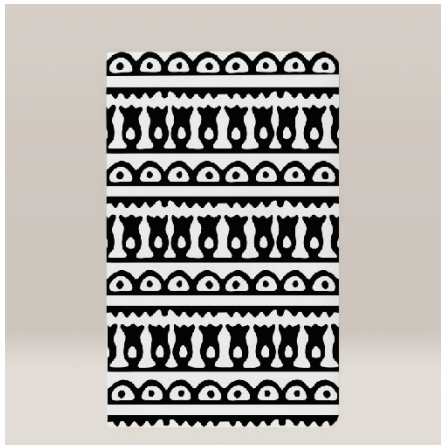


FIG. 254-258
Notebooks.
A 5

Conclusões

Esta proposta de uma nova linha de produtos consistente com a abordagem estratégica delineada inicialmente, torna possível a concepção da marca nacional “made in Azerbaijão”, que assume um compromisso de qualidade, autenticidade, exclusividade e responsabilidade cultural, social e ambiental. Por meio da criação de novas categorias de produtos identificadas na pesquisa de mercado e outras resultantes do potencial artístico e técnico observado no trabalho de campo e na investigação aprofundada sobre a cultura vernacular das comunidades, realizadas na primeira fase do processo metodológico, anterior ao início do estágio.

O conceito de qualidade e autenticidade é decisivo nestes novos produtos que pretendemos promover. Tal como, de forma vanguardista na viragem do século XX, o arquitecto alemão Muthesius (Muthesius, 1902) discutia a urgência de elevar os *standards* do design através do trabalho conceptual, da qualidade superior dos materiais empregues, da excelência da produção manual e contemplando a produção industrial, no ciclo projectual. Esta visão, consequentemente, tornaria possível alcançar uma produção diferenciada e expressiva dos valores culturais do país.

Na actualidade, assim como no movimento *Arts and Crafts*, voltamos a procurar valores de autenticidade no ambiente rural, onde a forma de expressão da arquitectura, do design e das artes é, modesta, simples, racional e coerente com as especificidades e necessidades locais.

As culturas vivem permanentemente entre a continuidade ou a mudança. Outra hipótese é a flexibilidade, que permite incorporar na arquitectura ou design contemporâneos os seus meios tradicionais de construção, como argumenta o designer e educador austríaco-americano Papanek (Papanek, 1995).

Convergir a harmonia do vernacular com o design contemporâneo, num processo em conjunto com as comunidades locais é uma estratégia de revitalização do legado histórico, sem recorrer à imitação. Simultaneamente, valoriza o artesanato local, que compreende as técnicas vernaculares, mas que trabalha à margem do mercado dominado pela produção industrial massificada.

Existe um crescente conjunto actual de organizações de designers envolvidos na revitalização dos mercados do fundo da pirâmide da riqueza global (é o grupo socio-económico que prevalece) com novos produtos e o redesign de produções desactualizadas. É possível estimular estes ambientes para a inovação, esta é uma ferramenta essencial para o desenvolvimento. A possibilidade de cooperação entre o artesão e o designer ao relacionar o design e a manualidade com a indústria, tem um potencial inclusivo e transformador.

We design for urban needs and rural needs, for social development and creative communities.

(Friedman & Stolterman *in* Manzini, 2015, p.11)

Conforme o legado da filosofia e prática do pioneiro projecto da Escola Bauhaus (1919-1933), a criatividade e o conhecimento técnico devem estar aliados na actividade projectual, para isso é indispensável o contacto directo com o produtor, o artesão, para conhecer e dominar os meios de produção e discutir as suas necessidades. Esta colaboração, para o designer, tornaria-se preponderante no controle dos factores económicos que definem o custo final dos produtos, tal como o controle do tempo de produção, ferramentas, nível de dificuldade e os materiais seleccionados. Implica, portanto, dominar todas as fases na concepção de um produto, até ele chegar ao consumidor final, seguindo sempre altos padrões de qualidade.

Hoje, a inovação em progresso redescobre o poder do trabalho em cooperação na forma de viver e de produzir. E a evolução tecnológica no campo da comunicação potencia soluções para este modelo.

O designer e investigador italiano, Manzini (2015), com uma vasta experiência internacional, como coordenador de uma rede internacional de laboratórios localizados em escolas de design - DESIS, focados na inovação social, avança com a ideia da produção distribuída, que consiste na descentralização dos grandes centros de produção, passando a incluir também os artesãos e as pequenas e médias empresas de regiões mais afastadas do ambiente industrializado, revitalizando e dando autonomia e possibilidade de crescimento a esta economia de pequena escala.

A oportunidade de reativação de processos e áreas especializadas de manufatura já extintos, tem o potencial de criação de novos postos de trabalho e melhoria nas perspectivas de vida. “Although these trends are still in their initial phase, we can foresee that they will grow stronger” (*Ibidem*, p. 19), visto que denotam que a lógica do processo industrial vai reorientar-se para produzir mais próximo do local onde vai ser consumido. O trabalho de Manzini adequa-se de forma quase directa com o nosso presente estudo.

Este fenómeno contemporâneo enquadra-se na transição do mundo para a sustentabilidade e a ascendente transformação social acompanha esta orientação. Os limites do planeta são cada vez mais compreendidos pela humanidade.

O designer deve ter a capacidade de não dissociar a sua prática às consequências ecológicas, económicas e políticas, inerentes. Partindo da investigação das realizações passadas, da análise do presente e a previsão de possibilidades para o futuro, alertava-nos Papanek (Papanek, 1995) na década de noventa, ao associar a arquitectura e o design, à ecologia e à ética. Criar modelos de resposta que acompanhem os novos problemas, articulando a técnica, os factores humanos e a estética. A dimensão humana deve ser o centro da actividade de produção. A abertura para o contacto com múltiplas pessoas, culturas e áreas de conhecimento fazem parte das características imprescindíveis à profissão.

O consumidor tomará a decisão, escolhendo o produto com o qual se identifica. A sensibilidade do autor às necessidades holísticas do ser humano, é primordial.

PROPOSTA 5
CONCEPTUAL
ESPAÇO
COMERCIAL

Na sequência dos produtos desenhados no projecto principal para o Azerbaijão, conceptualizámos um espaço destinado à sua comercialização. Pretendemos criar uma narrativa contemporânea que articule relações entre os elementos estético-formais e simbólicos da cultura secular Azeri.

Tradição Azeri

A expressão cultural do povo do Azerbaijão teve múltiplas influências na sua história. O território, com vestígios de ocupação que datam o final da Idade da Pedra (como mostramos no capítulo da Arte Rupestre do Gobustan), fez parte do antigo Império Persa. A sua construção étnica tem uma relevante descendência histórica de sucessivas tribos nómadas anciãs e medievais que habitaram no território, a partir do século IX a.C., algumas das quais acabaram por se fixar, como por exemplo os Mongóis e os povos Turcos, de forte expressão na etnicidade do país. Hoje a língua oficial é o Azeri, uma derivação da língua Turca.

Destes movimentos nómadas é descendente o grupo étnico semi-nómada *Terekeme*. Ocupam o território montanhoso do Cáucaso, nas áreas do Daguestão (fronteira com o Azerbaijão), algumas zonas do sul do Azerbaijão e a Turquia. Os *Terekeme*, considerados os últimos nómadas do Azerbaijão, vivem em pequenos grupos e têm como meio de subsistência principal a actividade pastorícia de caprinos e ovinos. Integram-se na economia local através do comércio dos seus produtos pastorícios, como a lã. Durante o Verão deslocam-se para as pastagens nas terras altas montanhosas e no Inverno, para as planícies da região central do Azerbaijão. Articulam as suas movimentações territoriais entre duas casas — a de Inverno e a de Verão — de morfologia e construção simples em tijolo, variam de tamanho consoante o número de membros da família. A tapeçaria é um artigo de conforto muito presente nas viagens e no ambiente interior das habitações. O seu modo de vida tradicional, progressivamente se transforma em função dos processos de urbanização.

A partir do século XX o país foi anexado à União Soviética até à sua independência, em 1991. A identidade cultural do país é uma fusão rica de todos os elementos identitários ancestrais até à modernidade.

Durante o domínio soviético, sobretudo durante a década de 1930 os valores culturais foram restringidos e suplantados pela matriz russa, destruíram-se monumentos, bibliotecas, mesquitas e até se impuseram mudanças no alfabeto. Conforme os desenvolvimentos políticos, as restrições culturais foram perdendo força até à sua total independência, recuperando a identidade histórica e artística. A abertura destas fronteiras ofereceu a oportunidade de modernização

Identidade e Valores

e influência ocidental e, ao mesmo tempo, de recuperação dos seus estilos de vida tradicionais compartilhados com os países vizinhos. Destaca-se o ressurgimento da força da expressão islâmica, sendo que a população é maioritariamente muçulmana.

Artesanato e Artes Decorativas

Cada região do país desenvolveu distintos tipos de artes e ofícios ao longo dos séculos, estão muito ligados ao quotidiano dos grupos familiares e vários continuam a prosperar. Exploremos os principais:

A tecelagem está presente em diversas regiões do país, especialmente nas aldeias da região montanhosa de Gusar, onde um povo antigo faz criação de ovelhas e a abundância de lã permite a produção local de roupa e tapetes. A tapeçaria é um costume de tradição familiar, de transmissão oral e prática, entre gerações desde tempos ancestrais. Conforme fontes escritas e escavações arqueológicas, desde a época do bronze. É símbolo vivo desta ligação geracional e obedece a códigos de crenças e mitologia dos tempos primitivos.

Os tapetes têm usos decorativos no ambiente doméstico, são elementos de conforto nos costumes quotidianos, acompanham as viagens e fazem parte de cerimónias como casamentos, nascimentos e rituais de oração e luto. Os significados das suas ornamentações representam isso mesmo. O número de matizes utilizados nas composições são, usualmente, entre trinta a trinta e cinco. Contudo, em peças com alto grau de complexidade e dimensão, podem chegar às duas mil tonalidades e mais de sete mil ornamentos tecidos.

O primeiro museu do mundo de tapeçaria foi fundado em Baku, no ano de 1967, para preservar e comunicar as raízes desta arte às novas gerações.

Legado da Rota da Seda, a confecção dos belos lenços de seda *kelaghayis* usados tradicionalmente na cabeça pelas mulheres do Azerbaijão, são coloridos manualmente com estampas simbólicas, à semelhança das tapeçarias, muitas vezes vinculados a ocasiões sociais específicas tais como casamentos, cerimónias de luto e celebrações. Outrora um ofício dominado pela generalidade das famílias, durante o período de domínio soviético esta prática foi-se extinguindo. No início do século XX foi reabilitada por meio da abertura de uma fábrica especializada, na região de Basgal. Despertou o interesse de uma nova geração de designers que tem criado propostas modernizadas revitalizando o comércio destas sedas requintadas.

A cidade de Sheki, onde os artigos do projecto serão produzidos pelos artesãos, permanece o ponto central de outro tipo de artesanato têxtil, o bordado *takalduz*. Este refinado tipo de bordado em Sheki era exclusivamente elaborado por

mão de obra masculina, até ao final do século XIX. Hoje, a sua manufactura é uma ocupação predominantemente feminina. É caracterizado por composições complexas, com temas florais, geralmente em veludo preto, azul ou vermelho e o tempo de manufactura pode demorar entre três a quatro meses. No passado, a técnica aplicava pormenores em fio de ouro ou prata (costura de ouro). Todo este requinte contribuiu para o sucesso de comercialização em toda a região do sul do Cáucaso e território internacional.

A argila é também um dos materiais naturais locais explorados. É uma das matérias primas que durante milénios tem acompanhado o desenvolvimento humano. No país a tradição da produção cerâmica utilitária e decorativa persiste nas oficinas de olaria, como mostramos no capítulo 3. São produtos muito procurados por turistas e locais pelo seu valor de autenticidade e pelas suas funcionalidades.

Ainda no campo da produção de peças utilitárias, a metalurgia do cobre, bronze e ouro têm uma longa história neste território. Utensílios como loiças, cintos, punhais, machados ou adornos nestes materiais, fazem parte do acervo arqueológico da região. Esta prática é transmitida no grupo familiar, em ambiente de oficina com o mestre a coordenar e a acompanhar o trabalho do aprendiz. Estes costumes reforçam as relações familiares e a identidade da comunidade. Na região de Lahij, os objectos utilitários da tradicional forja do cobre são muito usados no consumo alimentar, simbolizam uma fonte de vida, favorecendo a qualidade dos alimentos para a saúde.

Já no domínio do material da madeira, distingue-se o artesanato de baús pintados (fig. 189) relacionados com as cerimónias de casamento, de acordo com um costume antigo de importante simbolismo, o baú deve levar o dote da noiva aquando da saída da casa do pai. Esta prática ainda é preservada em algumas regiões como homenagem às tradições.

Em madeira e vidro, a arte dos vitrais *shebeke* são um trabalho de precisão e paciência que pode ser apreciado em edifícios históricos, como nas janelas do Palácio de Sheki Khans (1762). Cada uma é composta por cerca de catorze mil peças. A estabilidade destas obras de arte complexas preserva-se mesmo com o passar dos anos. Na época da Rota da Seda, o vidro de Murano veneziano necessário para os mosaicos era adquirido em troca de especiarias e sedas pelos comerciantes.

Também eram muito reconhecidos os livros em miniatura, com caligrafia e ilustrações requintadas. Na época medieval, o armamento com ornamentação elaborada era um produto demarcado, muito exportado.

Outro dos ramos da arte popular é a música folclórica nacional que se desenvolve a par com a literatura, numa forma tradicional musical chamada *mughan*, que conjuga a poesia com a improvisação musical. A UNESCO incluiu o *mughan* do Azerbaijão na lista do património cultural imaterial da humanidade, em 2008. Posteriormente, a tradicional arte de tapeçaria; o artesanato e a arte performativa do instrumento musical *Tar*; os lenços *Kelaghayi*; tipos de danças folclóricas; o artesanato em cobre; a festividade de celebração da Romã - *Nar Bayrami*, entre outros marcos identitários do país, também entraram para a lista da UNESCO.

Reinterpretação da tradição

Constatamos desta análise de algumas amostras da tradição vernacular do Azerbaijão que a ornamentação dos objectos deve cumprir um significado e conferir prazer na sua utilização quotidiana. É fundamental tirar partido das potencialidades naturais dos materiais e devem preferir-se processos manuais que mantenham a integridade de todos os componentes do produto, em vez de substitutos baratos e vulgares produzidos industrialmente para baixar custos. A coerência deste processo só é possível se o trabalho for realizado com propósito, sentido de responsabilidade e com satisfação. Os intervenientes na projecção do produto devem interiorizar conceptualmente a ideia, além da parte técnica da sua reprodução. É fundamental a sua participação no processo de decisão de forma a reduzir possíveis resistências à sua produção, dado que se tratam de produtos intimamente ligados à identidade de grupo, de tradições ancestrais, que devem ser respeitadas neste processo de reinterpretação à luz dos objectivos e inquietações sociais e ambientais contemporâneas.

É indispensável definir objectivos claros e ideias coerentes que não se deterioram rapidamente. Assentes em bases como, o respeito pela integridade dos métodos locais, do uso dos materiais, ter em consideração o modo de trabalho do grupo, os seus ritmos, o ambiente e metodologia de aprendizagem bem como, a componente estética e cultural.

As morfologias base devem ter a capacidade de manter a actualidade do produto e rentabilizá-lo para um maior tempo de vida possível e ao mesmo tempo mantê-lo maleável para “vestir” conceitos actualizados e criar novas linhas de produtos a partir de pequenas adaptações, como renovar a ornamentação ou a aplicação de novos materiais com potencial e simbolismo pertinentes.

É necessário fazer uma reflexão sobre a ornamentação sem perder os códigos artísticos essenciais, mantendo o equilíbrio artístico entre a ornamentação e o objecto, entre a tradição e a modernidade, ao procurar uma relação complementar de harmonia entre o design e as artes populares.

Neste processo é necessário estabelecer padrões para descodificar, simplificar e sintetizar a dimensão e variedade das referências e significados tão ricos, complexos e diversificados. Na sequência, fazer uma selecção destes resultados e desenhar modelos de peças padrão com atributos das tradições mais expressivas.

A criatividade na experimentação de uma interessante variedade de materiais e técnicas nos diferentes conceitos, torna mais ricas, sensorialmente estimulantes e mais cativantes as diferentes histórias possíveis de contar.

Estas preocupações configuram processos de inovação na cultura, estimulando ambientes rurais, tradicionais, para a inovação participativa. Através da oportunidade de reativação de métodos e áreas especializadas de manufactura já extintos, regenerar o interesse por determinada tradição. Convidando as gerações mais jovens a participar na repercussão da tradição através de abordagens inovadoras que prestem tributo, mas sem esquecer a identidade contemporânea.

Este esforço garante que no final, os valores inerentes comuns a todas as soluções de produtos serão a autenticidade; a qualidade e originalidade do design; a sustentabilidade; a herança histórica; a harmonia com a natureza; a ética; a beleza; o carácter emocional positivo; o factor humano; a responsabilidade e o sentido de participação na mudança. Esta “história do produto”, os significados incorporados nele, devem ser apresentados de forma transparente ao público.

Intenção da Proposta

A intenção da proposta comercial é controlar a narrativa da mostra cultural nacional. Garantir a coerência do discurso entre os produtos desenvolvidos e o seu espaço de comércio. A actualização da linguagem da obra local ancestral deve ser pensada como um todo, desde o conceito inicial até ao momento de contacto e aquisição do artefacto pelo consumidor.

Construir soluções adequadas às necessidades do mercado que incluam as pessoas locais em articulação com a disciplina do design, por forma a que o resultado económico e de desenvolvimento social reverta para a própria comunidade.

Como consequência, mostrar que é possível preservar a genuinidade e autonomia sem importar modelos estrangeiros e proteger os seus artefactos culturais de posse indevida, ao assegurar o passado e defender o futuro.



FIG. 340

Ilustração com a sugestão da atmosfera da proposta.

OUTROS 6
PROYECTOS

Tivemos a oportunidade de tomar contacto com outros quatro projectos desenvolvidos também sob a alçada da UNIDO, em parcerias governamentais e privadas na Tunísia, Etiópia e Sri Lanka.

Alguns dos objectivos comuns que podemos dar relevância são:

- oferecer visibilidade a marcas, empresas e artesãos locais;
- valorizar a identidade cultural da produção local;
- dar relevância económica e social às indústrias criativas;
- reforçar a relação entre o consumidor e o produtor;
- expandir o mercado de venda da produção manual;
- e modernizar e garantir a qualidade e capacidade de produção.

Passemos à contextualização individual de cada um dos trabalhos.

Tunísia *Souvenirs*

Desenvolveu-se a proposta de uma linha de souvenirs que integra tradições locais na utilização de materiais, técnicas, morfologias e códigos simbólicos.

A linha incorpora características do design contemporâneo, que procuram reflectir o gosto e interesse do tipo de consumidor actual.

A respectiva proposta, corresponde ao trabalho final do Estágio e enquadra-se na primeira fase de apresentação conceptual ao cliente. Decorreu durante o mês de Junho até meados do mês de Julho e foi estruturada segundo os materiais a utilizar no desenvolvimento de propostas de souvenirs.

Foi dada especial relevância à forma de interação entre materiais, especialmente entre as fibras naturais e as inovadoras possibilidades da impressão 3D. Utilizamos outros materiais locais como, a cerâmica; a madeira; o metal; a pele e a tapeçaria. Desenvolveram-se produtos utilitários e decorativos para a casa, mobiliário de interior, bijuteria e acessórios de moda com contrastes insólitos entre formas e materiais.

Nas etapas do projecto tivemos dois níveis de participação, a primeira fase foi de execução de esboços e ideias previamente concebidas pelo orientador. E na fase final do estágio foi-nos dada liberdade criativa e independência para a criação de uma família de produtos. Foi com bastante entusiasmo que finalizamos desta forma o estágio, sentindo confiança por parte do orientador na evolução das capacidades até ali desenvolvidas por nós.

Contexto Vernacular



FIG. 259-261

Registos dos processos de tecelagem manual. O país tem uma forte tradição na produção de tapetes *Kilim*.

Concepção

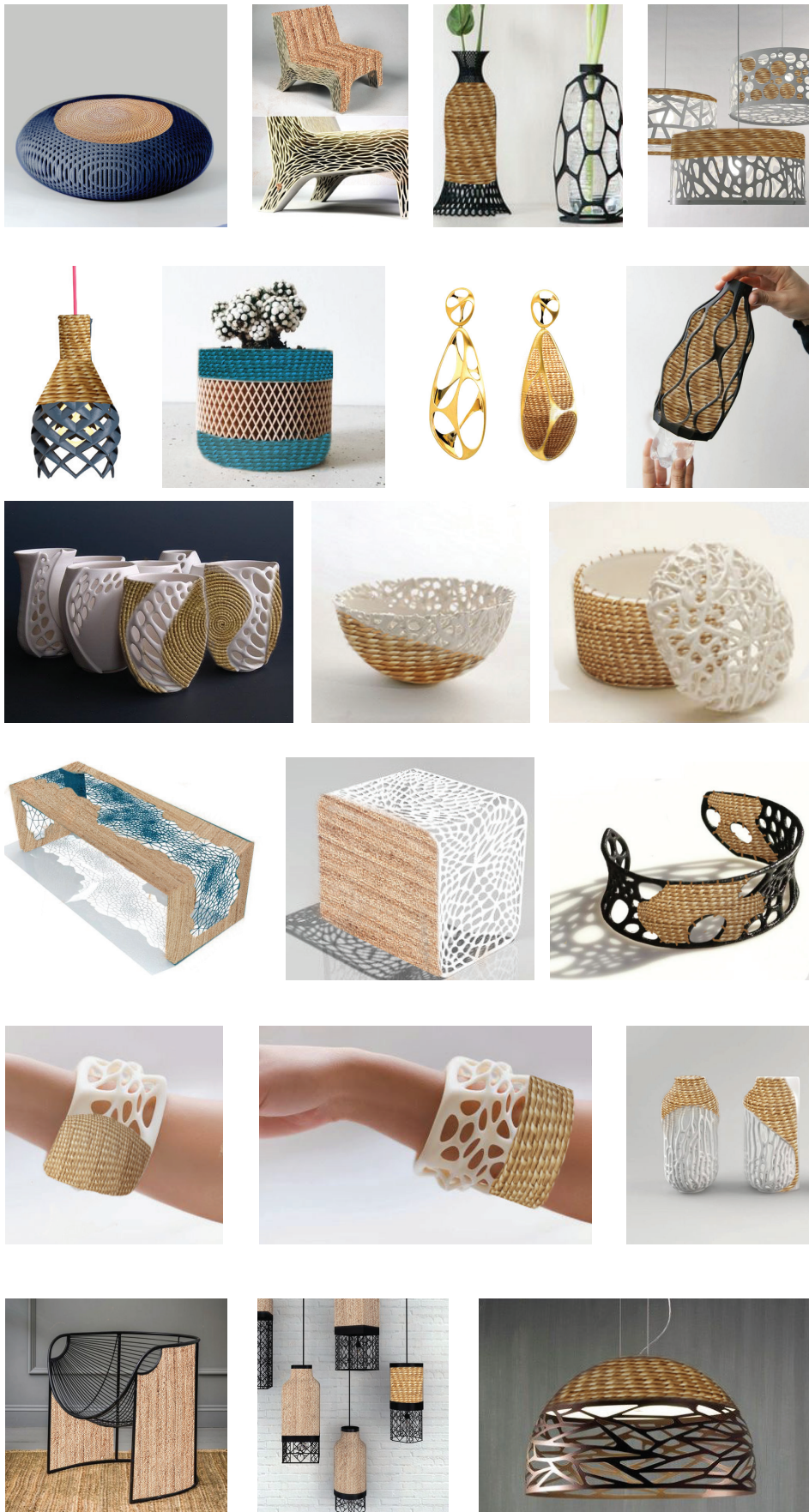


FIG. 262
Maquetização digital
de estudo.

Colecção Palha & Impressão 3D

Na construção de cada peça, em dois tipos de material, a palha é cozida às formas em impressão 3D.

São materiais altamente contrastantes em termos morfológicos, textura, cor e técnicas de produção.



FIG. 263-265

Jarras.

FIG. 266-267

Cestas.



FIG. 268, 269
Jarras.

FIG. 270, 271
Fruteira.



FIG. 272
Luminária de mesa.

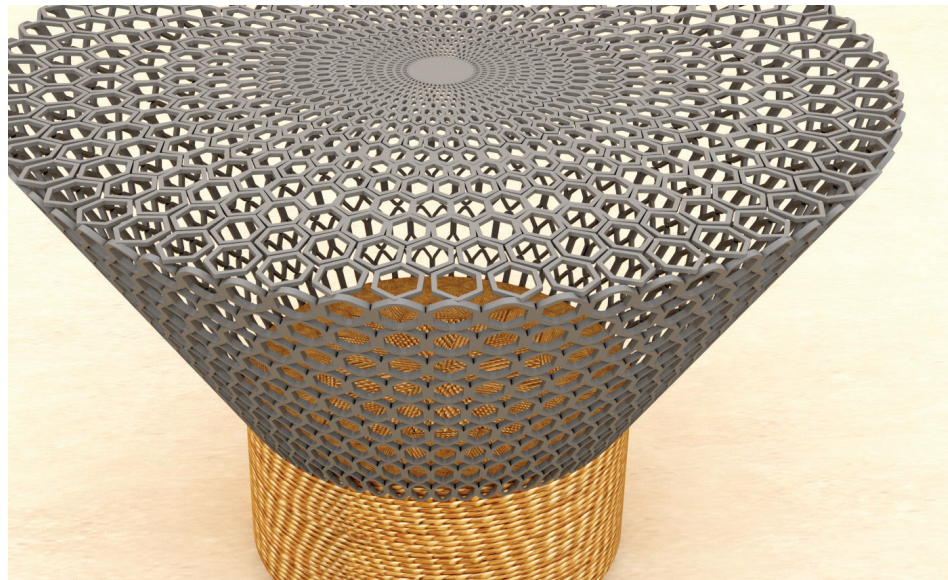


FIG. 273-274
Mesas de apoio.

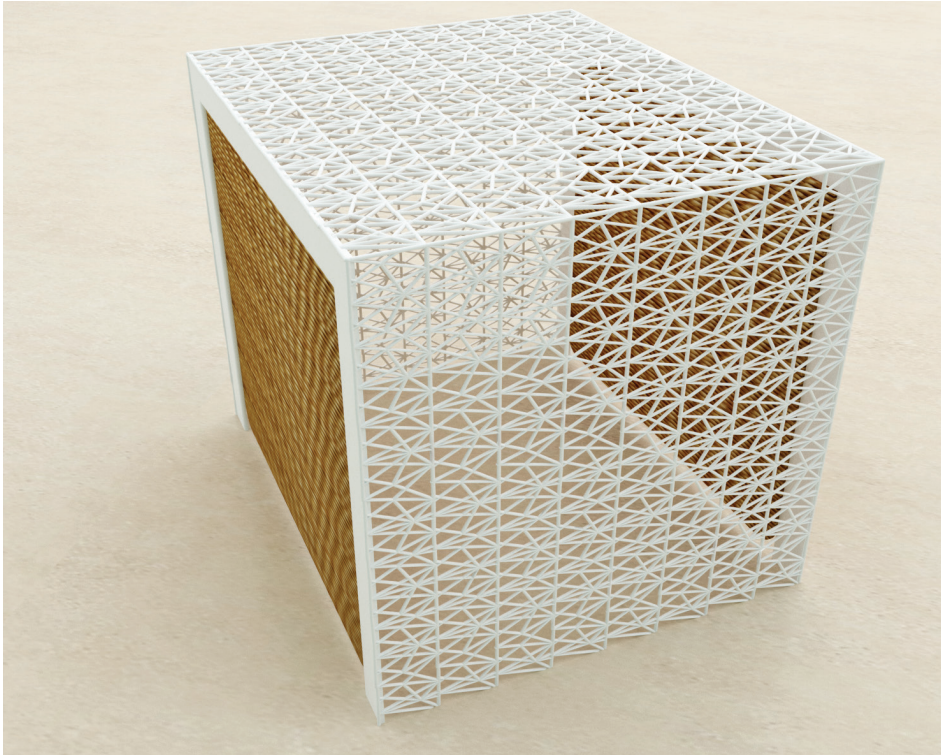


FIG. 275
Mesa de apoio.

FIG. 276
Assentos individuais.



FIG. 277
Luminárias de tecto.

FIG. 278
Mesa de apoio.



FIG. 279, 280
Pulseiras.

**FIG. 281**

Ambiente com as seguintes peças projectadas:

- **Conjunto de jarras e potes.**

(imagem na página seguinte)

- **Espelho.**

palha, madeira

- **Luminária de chão.**

madeira, palha, têxtil



**Colecção
Palha
&
Cerâmica
Madeira
Kilim**



FIG. 282, 283
Fruteiras.
palha, madeira na base

FIG. 284
Conjunto de jarras.
cerâmica, palha cozida
no topo

FIG. 285

Ambiente com as seguintes peças projectadas:

- **Cadeirão.**
madeira, revestimento interior em palha
- **Luminária de chão.**
madeira, palha colorida com técnica artesanal
- **Conjunto de jarras.**
(imagem abaixo)

**FIG. 286**

Conjunto de jarras.

- A. cerâmica, revestimento a pele, palha no topo
- B. cerâmica, revestimento a palha

FIG. 287

Caixa oval.
madeira, palha





FIG. 288

Ambiente com as seguintes peças projectadas:

- **Cesto.**
palha, têxtil
- **Luminária de chão.**
madeira, palha
- **Tapete.**
Kilim, palha



FIG. 289, 290

Luminárias de chão.
dois tipos de madeira,
palha

**FIG. 291**

Ambiente com as seguintes peças projectadas:

- Conjunto de cestos. (imagem seguinte)
- Banco.

**FIG. 292**

Conjunto de cestos em quatro modelos. palha, forro em têxtil em cores diversas

Tabuleiro. estrutura em metal, base em palha colorida



FIG. 293
Tabuleiro.
 estrutura em ferro,
 base em palha -
 modelo cor natural



FIG. 294
 Ambiente com as
 seguintes peças
 projectadas:
 - **Conjunto de jarras.**
 cerâmica, palha
 - **Banco.**
 assento forrado a
 têxtil, palha, metal
 na base e estrutura
 - **Pouf.**
 palha, madeira
 e *kilim* no assento

FIG. 295

Ambiente com as seguintes peças projectadas:

- **Conjunto de cestos.**

palha natural e colorida, forrada a têxtil

- **Jarra.**

cerâmica, palha

- **Cadeirão.**

madeira na base; interior do assento em palha de cor natural; exterior do assento em palha colorida

- **Luminária tecto.**
têxtil *kilim*

**FIG. 296**

Conjunto de jarras e pote.

jarras em cerâmica e palha cozida; pote em madeira com tampa em palha





FIG. 297
Luminária de mesa.
madeira, palha, têxtil



FIG. 298
Cesto, tapete e
luminária de mesa,
da colecção.

Sri Lanka Exposição *Lankaboo*

O Estúdio, com a UNIDO, em parceria com o Governo do Sri Lanka desenhou o espaço expositivo para o Projecto de larga escala “Bamboo Processing Sri Lanka” — *Lankaboo*. Esta organização, a par com os seus diversos parceiros governamentais e financiamento do Fundo para o Meio Ambiente Global (GEF) do Grupo do Banco Mundial, tem por finalidade desenvolver uma indústria sustentável, no cultivo e processamento do bambu.

Durante o ano de 2019, desenvolveu um programa de formação para os artesãos locais, organizado em cinco *Workshops*, orientados pelo Uravu Índia (Centro Indígena de Estudos de Ciência e Tecnologia - Índia), o último finalizado em Dezembro de 2019. Os *Workshops* respeitaram as seguintes temáticas: 1 - *Bamboo preservation and treatment methods*; 2 - *Basic bamboo handicraft techniques*; 3 - *Bamboo product and furniture making*; 4 - *Bamboo product and furniture making/prototype*. No quinto, e último, os artesãos que completaram a formação produziram, empregando o conhecimento e técnicas adquiridas, produtos de *souvenir* idealizados pelo Estúdio de Giulio Vinaccia, que enaltecem a matéria prima do bambu.

Durante o estágio fizemos parte da fase conceptual e de execução da proposta de um espaço expositivo para o lançamento desta coleção de peças. O trabalho decorreu durante duas semanas do mês de Março.

Num primeiro momento apresentamos diferentes opções de organização do espaço segundo as necessidades do programa, circuitos de circulação do público e possibilidades de cenografia para a zona da entrada. Após desenvolvermos a solução final em conjunto com o orientador, avançámos com a proposta gráfica dos expositores e entrada, assim como o projecto de iluminação.

O projecto foi entregue com especificações para montagem de todos os elementos dado que ninguém da equipa do Estúdio poderia estar presente nessa fase.

Tratou-se de um interessante trabalho de design de exposição em que nos foi dada a possibilidade de estarmos envolvidos em todas as fases de projecto.



FIG. 299
Pormenor da técnica tradicional executada.

FIG. 300-301
Participação de artesãos locais, durante os *Workshops*, na produção de objectos utilitários, sob a orientação do designer Giulio Vinaccia.



Pré-existência

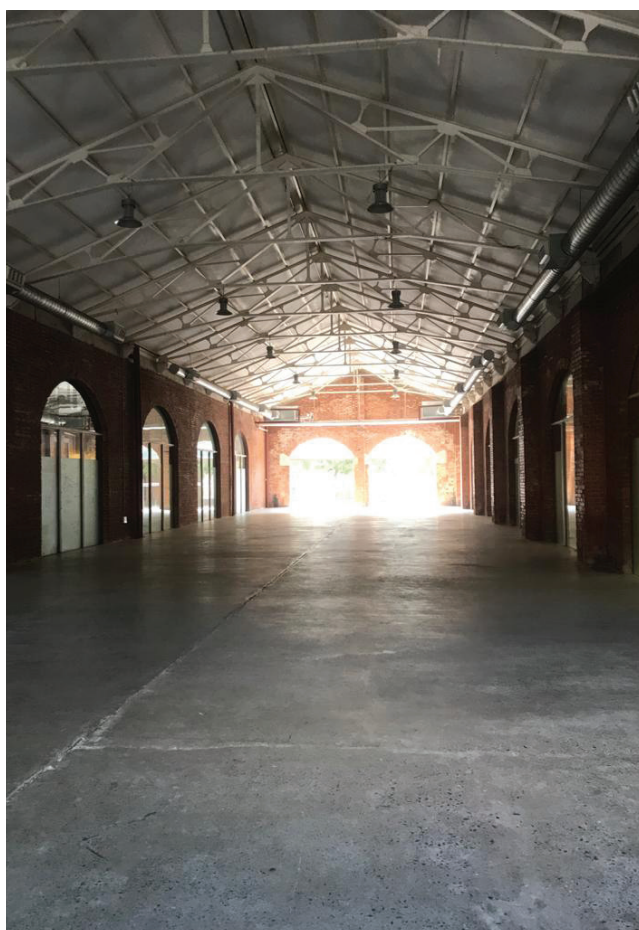


FIG. 302, 303

Registos do interior e exterior da localização da exposição.

A fraca iluminação natural, no interior, foi uma das preocupações.

Concepção

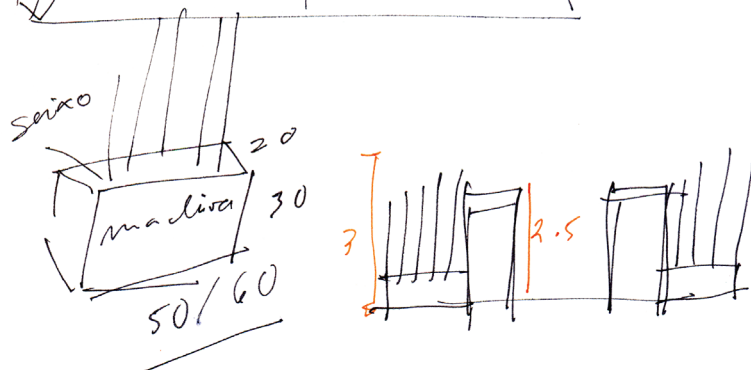
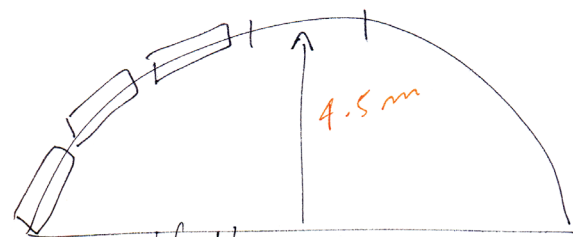
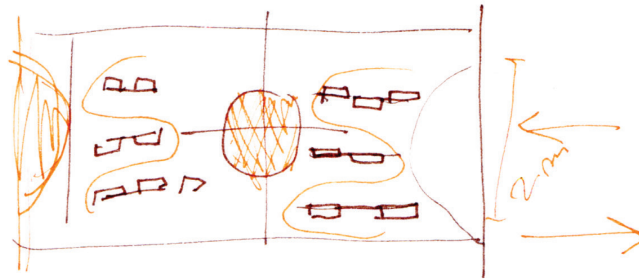
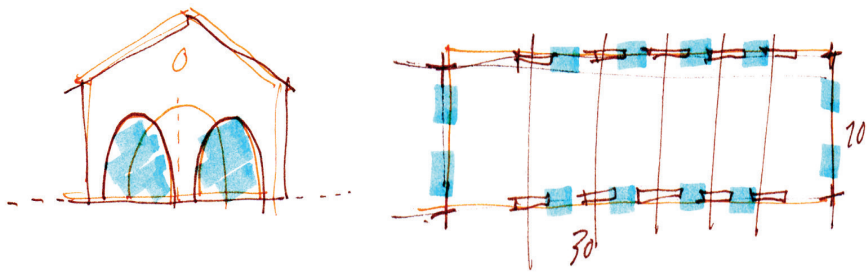


FIG. 304
Esboços de estudo.

FIG. 305
Renderização da
entrada.



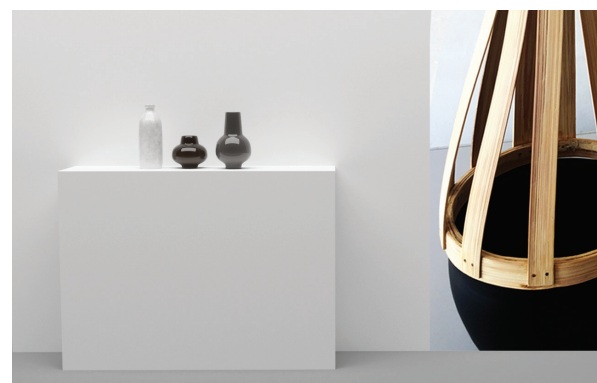
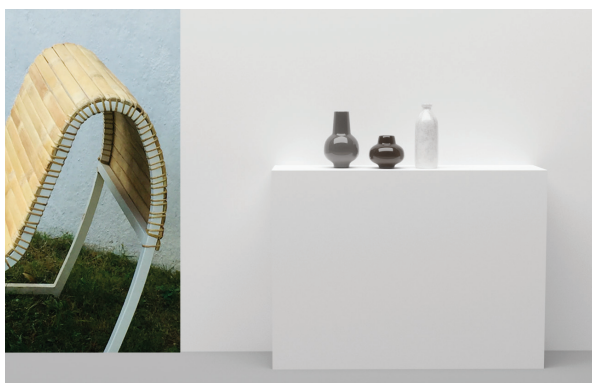


FIG. 306-309
Expositores e correspondentes peças resultantes do *Workshop*, para exibição.

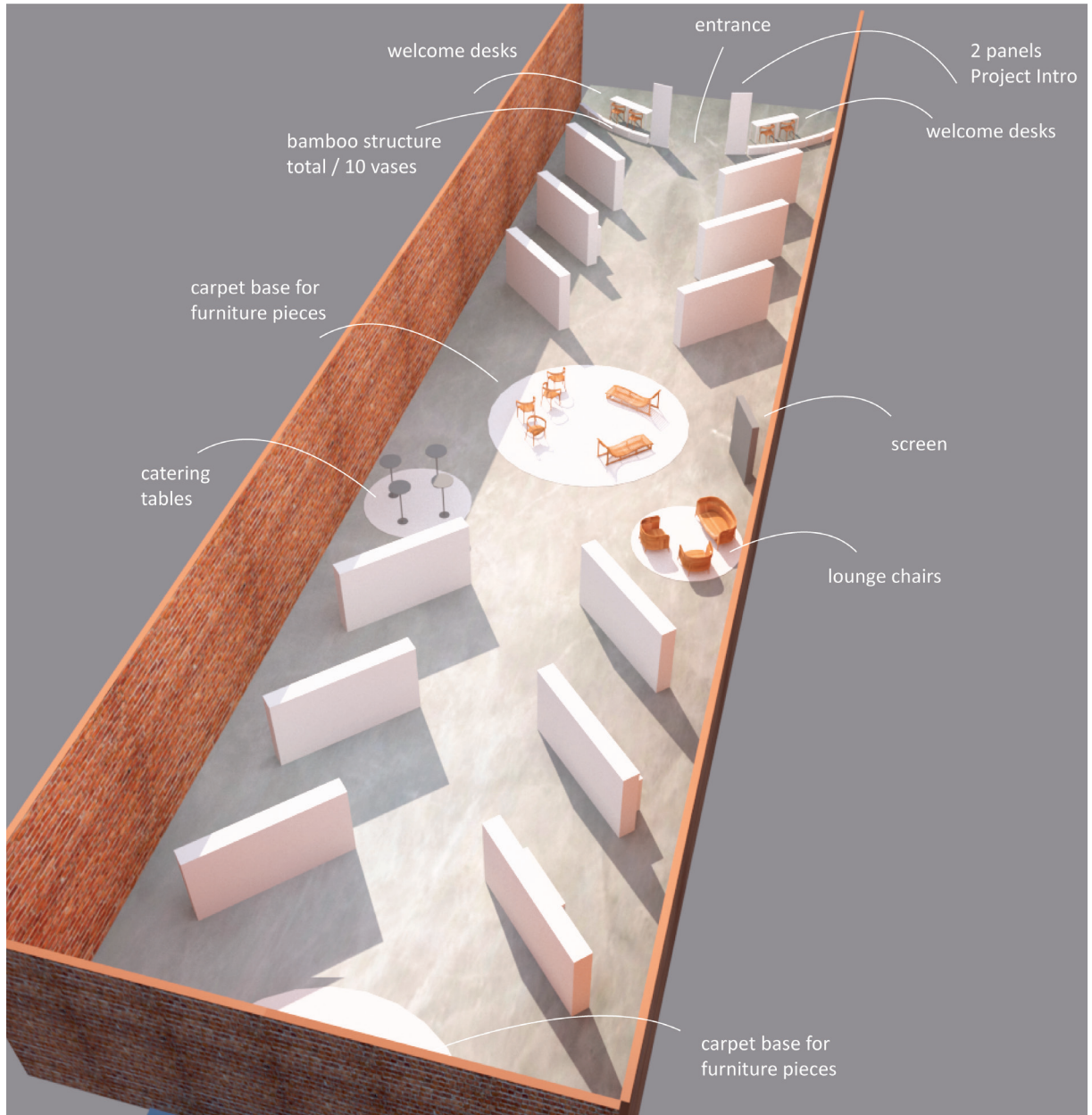


FIG. 310

Infografia do planeamento do espaço e montagem. Ver pormenores em anexo, pág. 204-205.

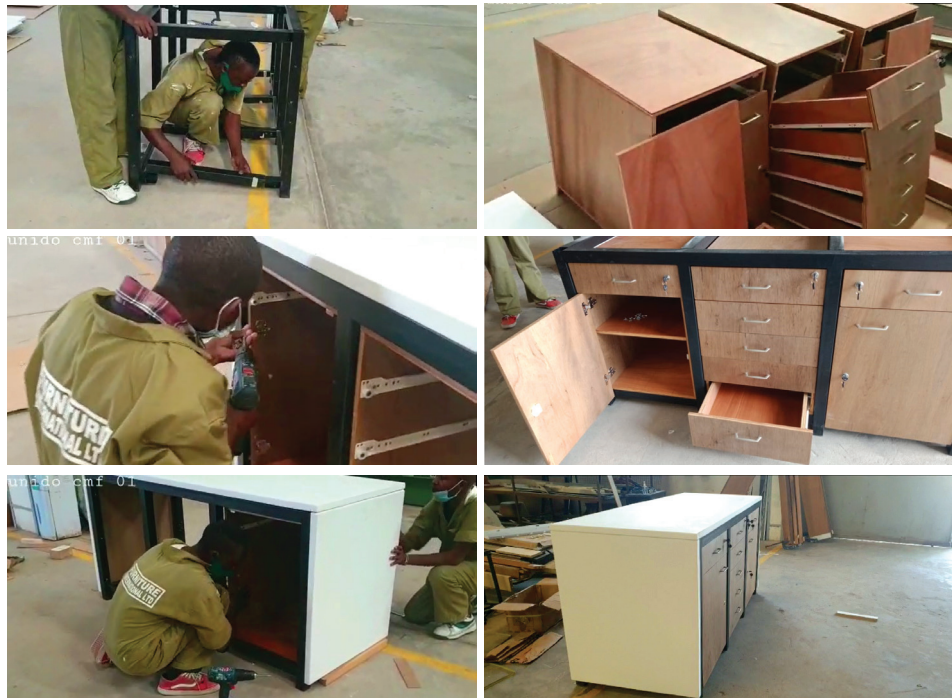


FIG. 311-316

Pocesso de construção do mobiliário de cozinha e escritório projectado para o Hub, por parte de trabalhadores de uma oficina no Quênia.

Etiópia Creative HUB *Addis*

Este projecto teve como cliente o Creative HUB *Addis*, sediado em Addis Ababa, que tem como objectivo promover actividades de formação na área da indústria do café.

The creative hubs [are] an example of design of activities and organized services, and creative ecosystems as an example of a design of complex systems or environments (...)" (UNIDO, 2015, sp.)

A Etiópia é considerada o "berço do café". A planta do café é nativa das florestas desta região e a sua indústria de produção e exportação ocupa um papel fundamental na economia do país. A variedade das espécies e qualidade excepcional é reconhecida mundialmente. Intimamente ligado à história e cultura da Etiópia, tem associadas lendas e cerimónias sagradas.

Para a proposta projectámos equipamentos para uma cozinha, laboratórios e escritórios no HUB. A tarefa decorreu durante duas semanas do mês de Maio.

O briefing descrevia a necessidade de cumprir com os requisitos específicos de uma cozinha industrial, respeitar alguns materiais seleccionados pelo cliente e manter a harmonia entre todos os equipamentos da cozinha e os interiores do café já projectados, especialmente porque o interior da cozinha era visível ao público. A simplicidade da produção e montagem destes equipamentos todos feitos à medida, também foi um factor importante.

Os materiais utilizados foram, o aço na estrutura, o pinho nas zonas de arrumação e o corian na cobertura.

No processo participámos do desenho de opções conceptuais e na etapa seguinte, no desenvolvimento de cerca de dezassete modelos de equipamento a partir de uma ideia do orientador.

Tendo como ponto de partida um esboço modelo com os materiais seleccionados e o levantamento da planta, concebemos o desenho técnico para produção, a modelação e renderização para a apresentação ao cliente e todos os detalhes para montagem numa oficina na Quénia, parte da rede de organizações da instituição. A proposta foi a concurso com outro Estúdio, sendo que a nossa foi a seleccionada e produzida.

Concepção

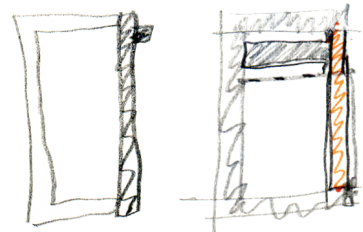
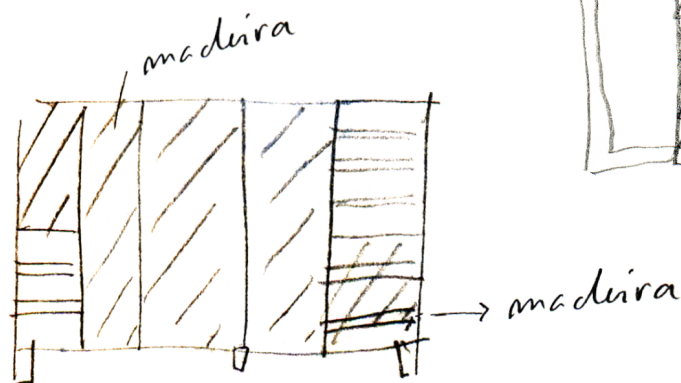
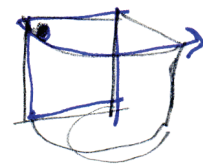
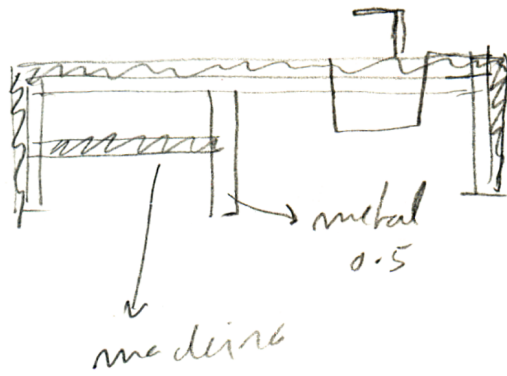
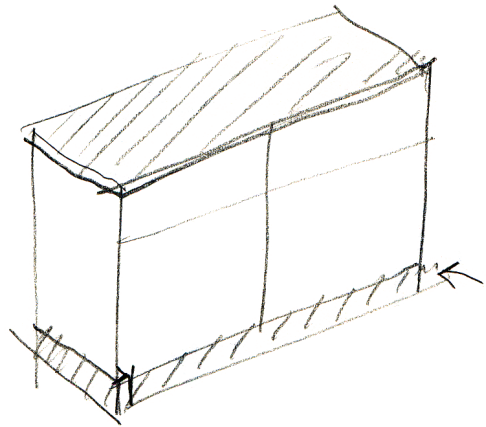
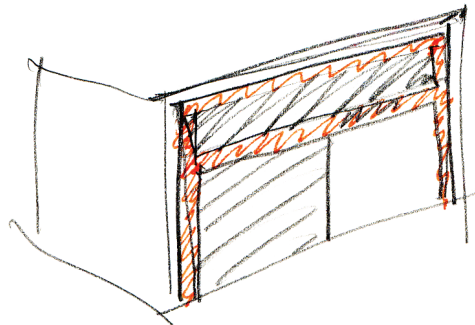
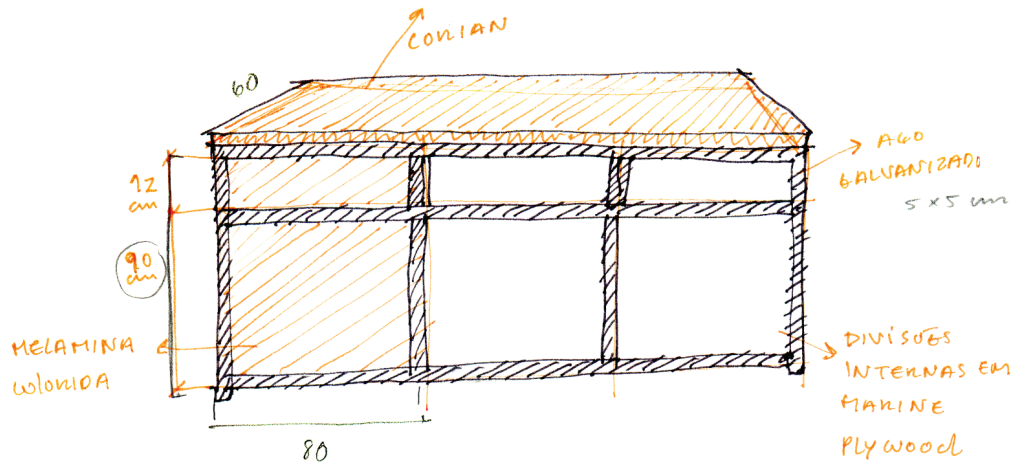


FIG. 317
Esboços de estudo.

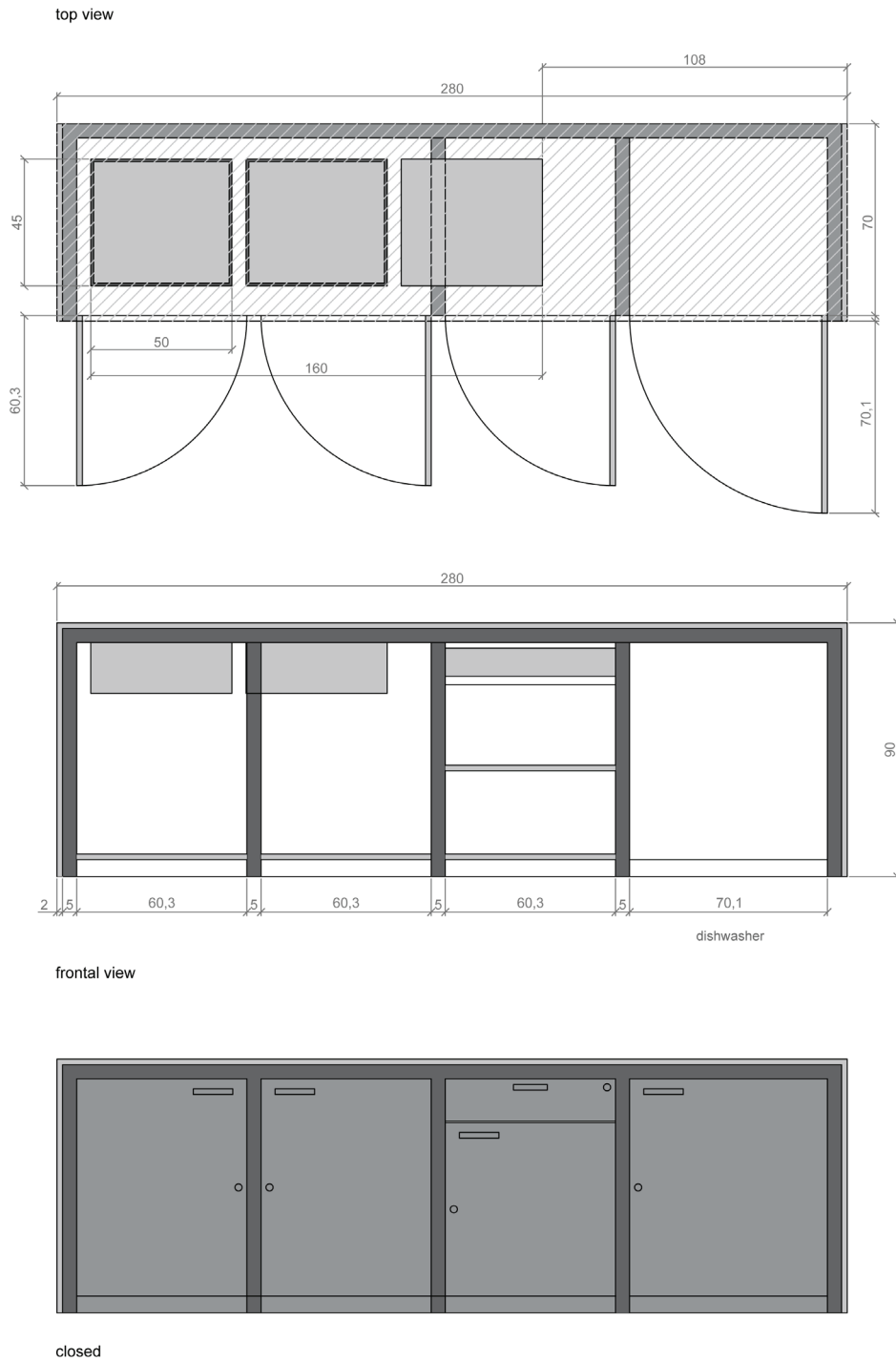


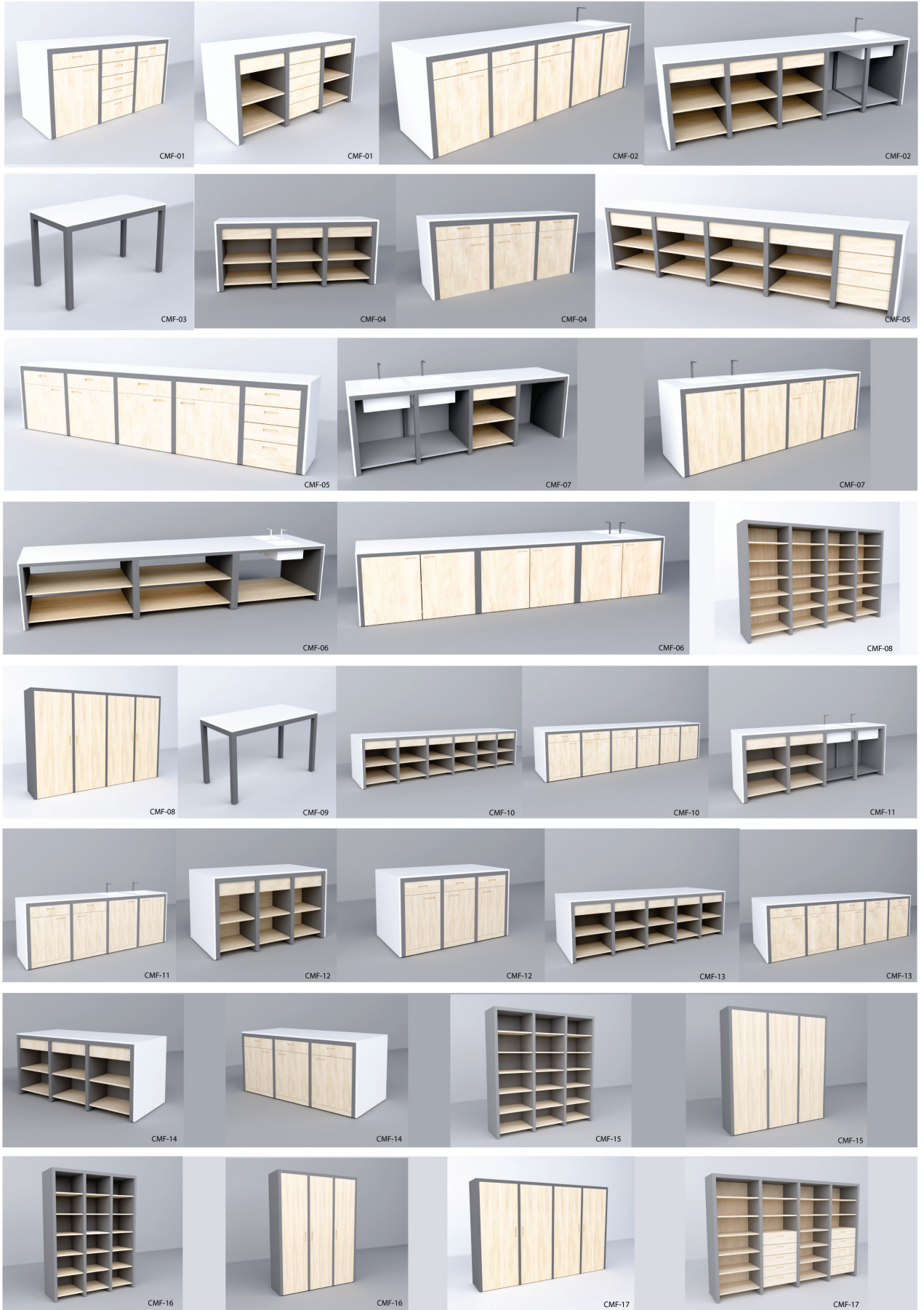
FIG. 318
Desenho técnico de um dos móveis da linha.

_página seguinte

FIG. 319
Planta para a montagem.

FIG. 320
Colecção desenvolvida.





Tunísia

HUB TECNOLÓGICO *Palais du Baron d'Erlanger*

O monumento “Palais du Baron d’Erlanger”, foi construído entre 1912 e 1922 em Cartago, no norte da Tunísia. Outrora propriedade do Barão, encontra-se agora em revitalização e transformação em Hub Tecnológico. Um projecto financiado pela União Europeia, com apoio da Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo, pela UNIDO e pela Creative Tunísia.

Neste projecto participámos no desenvolvimento de um espaço exterior que cumprisse com as necessidades de existência de um café/bar, uma esplanada e uma loja de *souvenirs*, que não implicassem intervenções arquitectónicas estruturalmente invasivas da pré-existência.

A utilização das áreas destina-se aos usuários frequentadores dos espaços funcionais do Hub, nomeadamente, do Coworking instalado na zona interior do edifício, na interação com o público de eventos ali alocados e com visitantes, dado que o Palácio se trata de património de interesse turístico.

O conceito do projecto procurou enquadrar elementos da cultura local nas soluções funcionais e estéticas requeridas no briefing. A azulejaria, a escolha cromática (o matiz azul) e alguns elementos funcionais, como as portas, seguiram códigos tradicionais da Tunísia.

Participámos na fase de pesquisa de soluções possíveis e depois da planificação e conceito definidos por outros elementos da equipa, avançámos com o desenho técnico da planta e equipamentos, a modelação e a renderização tridimensional da proposta. Tivemos liberdade no desenho de algumas peças de equipamento e selecção de mobiliário.

Segundo solicitação do cliente, a proposta foi periodicamente sofrendo adaptações. Neste sentido, o projecto divide-se em três fases.



FIG. 321-323

Imagens da pré-existência interior e exterior.



Projecto de Renovação da zona de garagens do Palácio du Barone d'Erlanger

1ª Fase

A primeira proposta apresentada foi sujeita a alterações graduais, pelo cliente, em três fases.



FIG. 324

Vista frontal do projecto.

FIG. 325

Loja de *Souvenirs*.

FIG. 326

Zona do Bar e entrada para o interior do HUB.

FIG. 327

Espaço Lounge.



Proposta

2ª Fase



FIG. 328

Segunda fase da proposta, posteriormente ajustada.



FIG. 329

Espaço Lounge.

FIG. 330

Zona do Bar e entrada para o interior do HUB.

Proposta Final Aprovada

3ª Fase



FIG. 331

Perspectiva global do espaço exterior desenvolvido.

FIG. 332

Vista frontal do Quiosque de *Souvenirs* e Bar.

FIG. 333

Perspectiva, com esplanada e Quiosque.



FIG. 334

Perspectiva lateral da fachada, com o Quiosque, esplanada e portas de entrada.

FIG. 335

Perspectiva frontal do Quiosque e do espaço de descanso, sombra e consumo de bar/café.

FIG. 336

Perspectiva posterior do Quiosque de *Souvenirs* e Bar.

_página seguinte

FIG. 337

Perspectiva frontal, em relação às entradas.

FIG. 338, 339

Montagem: utilização do espaço, cotas e vista interior do Quiosque e esplanada.



CONSIDERA- 7 ÇÕES FINAIS

O que não é explicitamente reconhecido é o enorme poder do Design, poder esse que deriva da sua materialização na forma. A materialização formal possui uma feroz resistência à mudança e exige uma mobilização intensiva para ser contrariada.

(Margolin, 2014, p.27)

No seguimento da retrospectiva sobre a missão do designer, que o pensador Victor Margolin traça em “Design e Risco de Mudança” (2014), numa perspectiva histórica, a missão do designer tende a ganhar gradualmente mais complexidade e responsabilidade. A discussão clássica do passado, sobre as preocupações do Design (Artes Decorativas — área precedente à autonomia da disciplina do design) e da Arquitectura limitava-se fundamentalmente à forma estética e à decoração dos produtos. Desta forma, “o discurso sobre o Design limitava-se à forma visual e, por conseguinte, à função mecânica.”(p. 29).

A Missão do Designer

No final do século XIX, Morris e Ruskin manifestam preocupações com padrões de qualidade dos produtos e condições de trabalho e assim, sucessivamente, até ao presente, o design tem vindo a gerar respostas ao contexto cada vez mais complexo e às consequências sociais e ambientais crescentes e implicações futuras das suas decisões. O designer deve ter consciência e reflectir mais profundamente sobre o seu papel no desenho do futuro.

Embora muitos designers individuais o tenham já feito, a comunidade do Design em si não adoptou ainda a sustentabilidade como filosofia fundamental. Os próximos desenvolvimentos de uma ordem de trabalhos pró-sustentabilidade beneficiariam duplamente de uma atenção especial ao futuro: através da antecipação de novos materiais e processos que possam permitir em Design mais sustentável, e através da avaliação mais extensiva das consequências de práticas insustentáveis. (Margolin, 2014, p. 25)

É indispensável para os designers estarem atentos e equiparem-se de “ferramentas intelectuais” que lhes permitam reagir com antecedência às projecções de “tendências sociais que poderão ter influência naquilo que desenham, bem como [...] reflectir sobre o significado dessas tendências e das suas implicações éticas”. (*ibidem*, p. 30)

(Papanek, 1995) Para desenvolver esta sensibilidade, os designers, além do seu trabalho, devem ter um papel participativo na comunidade, em organizações e eventos de carácter social ou cultural, por exemplo. Quanto à acção individual quotidiana, incluem-se questões como “a pegada de carbono individual, as decisões relativas à reciclagem, a utilização da bicicleta como meio de transporte, o controlo do consumo, etc.”.

A crise presente e os desafios que se avizinham são uma oportunidade para a mudança através de uma abordagem mais humanizada, com maior influência e mais direccionada para a comunidade e as suas raízes (sociais, culturais e geográficas).

“Dado que a principal corrente da arquitectura começa a mudar, como forma de resposta aos novos desafios ecológicos” (*ibidem*, 1995), retirar o conhecimento inerente ao património vernacular e torná-lo acessível a quem projecta e a quem utiliza, pode fazer parte das estratégias de mudança a construir.

Será a descoberta de formas do futuro através da sabedoria do passado.

(Papanek, 1995, p. 155)

O Estágio

Esta oportunidade de realização do estágio surgiu a convite, a propósito da participação em um workshop orientado por Giulio Vignaccia, no âmbito do 2º ano do Mestrado. A experiência revelou-se profundamente marcante, tanto a nível profissional, como pessoal.

Salientamos que a maior parte do estágio decorreu durante o período de pandemia e este facto trouxe mais desafios que os antecipados.

Uma das consequências foram as mudanças das actividades planeadas, como o cancelamento das viagens de campo previstas.

Destacamos também os desafios na gestão do trabalho diário, sem o orientador presente e sem a inter-ajuda entre os colegas, em contexto de isolamento em casa.

Simultaneamente o ritmo de trabalho muito exigente e com alto nível de produtividade, no desenvolvimento de projectos em novas áreas criativas e com técnicas que não dominávamos previamente, exigiram que desenvolvêssemos competências muito importantes, como a auto-aprendizagem e a autonomia na resolução de problemas, ao mesmo tempo que nos superamos no que diz respeito à resiliência e autoconfiança.

Mesmo que muito distante do que imaginámos que seria a experiência de um Estágio Erasmus, esteve sempre interiorizada a responsabilidade do papel que desempenhávamos para as comunidades dos projectos e entendemos que cumprimos com os objectivos a que nos propusemos.

Ressaltamos a possibilidade de aprender e conviver com um designer excepcional, com altos padrões de exigência por projectos inovadores e diferenciadores, pluridisciplinares, com profunda investigação contextual.

A ampliação do conhecimento cultural, técnico e social sobre diversas culturas distantes das referências ocidentais e a percepção directa das implicações reais de projectar numa relação colaborativa inter-regional e entre membros de diferentes gerações, foram um incentivo constante.

Tornou-se evidente a aspiração de um futuro contacto pessoal com estas diferentes culturas, de forma a conhecer o processo de produção dos projectos e os seus intervenientes.

A curiosidade pelo aprofundamento desta linha temática da profissão — o design social —, a identificação e esclarecimento de interesses pessoais e a reflexão sobre a responsabilidade enquanto cidadã do mundo, desenhou uma forma de estar como designer mais consciente e completa, com intenção de um papel activo na mudança.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia

BRANDÃO, J. M. Identidade. In: REZENDE, M. B.; GRIECO, B.; TEIXEIRA, L.; THOMPSON, A. (Orgs.). **Dicionário IPHAN de Património Cultural**. 1. ed. Rio de Janeiro, Brasília: IPHAN/DAF/Copedoc, 2015. (verbete). ISBN 978-85-7334-279-6

CORNELL, E. S. (2011). **“Azerbaijan since Independence”**. Estados Unidos da América: M.E. Sharpe.

FREIRE, K. M.; MIOLO DE OLIVEIRA, C. (2017) **“Soluções habilitantes para formação de comunidades criativas: um caminho possível do design para inovação social”**, p. 109-132. In: Design e Inovação Social. São Paulo: Blucher. ISBN: 9788580392647

GLENN E. C., ed.(1995). **“Azerbaijan: A Country Study”**. Washington: GPO for the Library of Congress, 1995.

GROPIUS, Walter. (2004). **“Bauhaus: Novarquitectura”**, Coleção: Debates. Arquitetura; 47. São Paulo: Editora Perspectiva.

LE CORBUSIER, M. (1989). **“Towards a New Architecture”**. London: Butterworth & Co. ISBN 0-85139-652- 6

LONDRIM, J. (2014). **“Tecnologia Vernacular vs. Tecnologia Global: Criação de uma Metodologia de Projecto para Países em Desenvolvimento. Sustentabilidade de Estruturas Ligeiras e sua Aplicação no Sudoeste de Angola”**. Tese de Doutoramento. Universidade de Lisboa, Faculdade de Arquitectura, Lisboa.

LOOS, A. (2019). **“Ornament and Crime”**. Londres: Penguin Books.

MANZINI, E. (2015). **“Design, When Everybody Designs - An Introduction to Design for Social Innovation”**. U.S.A.: MIT Press.

MARGOLIN, V. (2014). **“Design e Risco de Mudança”**. Porto: ESAD. ISBN: 978-989-99060-0-6

MORRIS, W. (2003). **“Artes Menores e outros ensaios”**. Lisboa: Antígona.

MUTHESIUS, H. (1994). **“Style-Architecture and Building-Art. Transformations of Architecture in the Nineteenth Century and its Present Condition”**. Santa Monica: The Getty Center for the History of Art and the Humanities.

PAPANEK, V. (1995). **“Arquitetura e Design. Ecologia e Ética”**. Lisboa: Edições 70.

PAPANEK, V. (1985). "Design for the Real World : Human Ecology and Social Change". Londres: Thames and Hudson.

PEVSNER, N. (1960). "Pioneers of Modern Design, From William Morris to Walter Gropius". Great Britain: Penguin Books.

PILE, J. F. (2014). "History of interior design". New Jersey: Laurence King Publishing Ltd. ISBN 978-1-118-40351-8

PIOTROWSKI, Christine M. (2016). "Designing commercial interiors". Estados Unidos da América: John Wiley & Sons, Inc.

RUSKIN, J. (1900). "The Seven Lamps of Architecture - Lectures on Architecture and Painting The Study of Architecture". Boston: Dana Estes & Company Publishers. Disponível em <<https://www.gutenberg.org/files/35898/35898-h/35898-h.htm>> ISO-8859-1

SENNETT, R. (2008). "The Craftsman". Estados Unidos da América: Yale University Press.

SMITH, E. S. (2007). "Design for the Other 90%". Estados Unidos da América: The University of Chicago Press. ISBN: 9780910503976

STERNER, G. (1982). "ART NOUVEAU, An Art of Transition — From Individualism to Mass Society." Hong Kong: Barron's Educational Series, Inc.

UNIDO - United Nations Industrial Development Organization (2017). "Agro-food, tourism, creative industries. An integrated cluster approach". Vienna.

UNIDO - United Nations Industrial Development Organization (2017). "Industrial Development Report 2018. Demand for Manufacturing: Driving Inclusive and Sustainable Industrial Development. Overview." Vienna.

UNIDO - United Nations Industrial Development Organization. (2015). "The creative ecosystem: Facilitating the development of creative industries". Rural Entrepreneurship Development and Human Security Unit. Vienna.

KAZIMOVA, N. (2011). "Azerbaijan - Culture Smart!: The Essential Guide to Customs & Culture". Londres: Kuperard.

KOSHKARLI, K. (1992) "Nomads and Azerbaijan". UNESCO's Seminar on Nomadic Culture and the Silk Road. Ulan Baatar, Mongólia.

Websites

EDELKOORT, Li. “Coronavirus offers ‘a blank page for a new beginning’”. 9 Março 2020. Dezeen - Architecture and Design Magazine. Consultado 15 Março 2020. <<https://www.dezeen.com/2020/03/09/li-edelkoort-coronavirus-reset/>>

GIULIO VINACCIA & Associates. Consultado 15 Janeiro 2020. <<https://www.giuliovinaccia.org/>>

GRYN, Tam. **Art Curator, Showfields.** Consultado 15 Janeiro 2021. <<https://coveteur.com/2021/01/13/shop-affordable-art/>>

MBANEFO, Khensani. “Urbanismo afro-futurista de Wakanda: um ecossistema de estruturas BIM para nômades urbanos” [Wakanda’s Afro-Futuristic “Masterplan”: An Ecosystem of Flexible BIM Structures for Urban Nomads] 14 Outubro 2019. ArchDaily Brasil. (Trad. Baratto, Romullo). Consultado 13 Novembro 2020. <<https://www.archdaily.com.br/br/926362/urbanismo-afro-futurista-de-wakanda-um-ecossistema-de-estruturas-bim-para-nomades-urbanos>>

UNIDO - United Nations Industrial Development Organization. “Cultural and Creative Industries - Project Context” 2014. Consultado 27 Dezembro 2020. <<https://www.unido.org/our-focus/advancing-economic-competitiveness/supporting-small-and-medium-industry-clusters/cultural-and-creative-industries>>

UNIDO - United Nations Industrial Development Organization. “Supporting small and medium industry clusters”. Consultado 27 Dezembro 2020. <<https://www.unido.org/our-focus/advancing-economic-competitiveness/supporting-small-and-medium-industry-clusters/cultural-and-creative-industries>>

ZAHA HADID Architects. “Heydar Aliyev Center / Zaha Hadid Architects”. 14 Novembro 2013. ArchDaily. Consultado 13 Novembro 2020. <<https://www.archdaily.com/448774/heydar-aliyev-center-zaha-hadid-architects>> ISSN 0719-8884

AZERBAIJANTRAVEL. “Crafts Making in Azerbaijan” 2021. Consultado 5 Março 2021. <<https://azerbaijan.travel/crafts-making>>

UNESCO. “Azerbaijani Mugham” 2008. Consultado 5 Março 2021. <<https://ich.unesco.org/en/RL/azerbaijani-mugham-00039>>

ADVANTOUR. “Azerbaijani Embroidery” 2021. Consultado 5 Março 2021. <<https://www.advantour.com/azerbaijan/handcrafts/embroidery.htm>>

UNESCO, “Azerbaijan Intangible Cultural Heritage”. Consultado 5 Março 2021. <<https://ich.unesco.org/en/lists?text=&country%5B%5D=00018&multinational=3#tabs>>

ABCCLEAN. “Kuba Oriental Rugs”. Consultado 5 Março 2021. <<https://www.abc-oriental-rug.com/kuba-oriental-rugs.html>>

EURONEWS. “Os vitrais shebeke de Sheki” 14 Julho 2017. Consultado 6 Março 2021. <<https://pt.euronews.com/viagens/2017/07/14/os-vitrais-shebeke-de-sheki>>

TAPPER, R. “Azerbaijan vi. Population and its Occupations and Culture” 18 Agosto 2011. Encyclopedia Iranica. Consultado 6 Março 2021. <<https://iranicaonline.org/articles/azerbaijan-vi>>

KHALILOV, E. “The last nomads of Azerbaijan” 2018. LensCulture. Consultado 6 Março 2021. <<https://www.lensculture.com/projects/857170-the-last-nomads-of-azerbaijan>>

JAMnews. “Azerbaijan’s nomadic shepherds” 14 Fevereiro 2018. Consultado 6 Março 2021. <<https://jam-news.net/azerbaijans-nomadic-shepherds-25-photos-about-people-for-whom-nothing-has-changed-for-centuries/>>

EYYUBOV, E. “Traditional crafts of Azerbaijan: takalduz, chests and weaving of reeds” 17 Setembro 2018. AZERTAC. Consultado 6 Março 2021. <<https://url.gratis/DmXeQ>>

LANKABOO. “Bamboo In Sri Lanka”. Consultado 28 Dezembro 2020. <<http://lankaboo.lk/>>

GOMES FILHO, J. “Design/Aparência Estético-Formal do Objeto” 12 Setembro 2018. Consultado 15 Novembro 2020. <<http://joaogomes.com.br/2018/09/12/hello-world/>>

LISTA DE FIGURAS

Lista de Figuras

- FIG. 1** Paisagem costeira de Baku. (fotografia) @ Alexander Melnikov.
- FIG. 2** Paisagem costeira de Baku. (fotografia) © Eric Nathan.
- FIG. 3** Cidade Velha - Muralha medieval. (fotografia) Retirado: 3 Fevereiro 2020 <<https://ganinasirov.com/2020/07/04/what-to-do-what-to-see-in-baku/>>
- FIG. 4** Cidade Velha em primeiro plano. Atrás, Flame Towers (ao centro) e Azeri TV Tower (à esquerda). (fotografia) Retirado: 3 Fevereiro 2020. <<https://www.worldatlas.com/articles/countries-that-start-with-the-letter-a.html>>
- FIG. 5** Primeiro brasão de armas do distrito de Baku, aprovado em 1843, pelo Imperador. (ilustração) Retirado: 13 Dezembro 2020. <<http://www.visions.az/en/news/178/0d30210a/https://azerbaijan.az/en/related-information/1>>
- FIG. 6** Brasão de Baku, de 1883. (ilustração) *ibidem*.
- FIG. 7** Emblema vigente, desde 2001. (ilustração) *ibidem*.
- FIG. 8** Torre Maiden, calcula-se datar do séc. XII. (fotografia) Retirado: 3 Fevereiro 2020. <<https://www.haaretz.co.il/travel/MAGAZINE-1.6363567>>
- FIG. 9** Templo do Fogo - Atashgah Zoroastrian, local de culto de adoração ao fogo, construído entre o século XVII e XVIII. (ilustração, 1865) Retirado: 3 Fevereiro 2020. <[https://en.wikipedia.org/wiki/Ateshgah_of_Baku#/media/File:USSHER\(1865\)_p012_BAKU,_FIRE_TEMPLE.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/Ateshgah_of_Baku#/media/File:USSHER(1865)_p012_BAKU,_FIRE_TEMPLE.jpg)>
- FIG. 10** *Idem*. (fotografia) Retirado: 3 Fevereiro 2020. <<https://www.koejufm.com/2020/02/13/8-lugares-impresionantes-alrededor-del-mundo-que-siempre-estan-bajo-las-llamas.html>>
- FIG. 11** *Idem Idem*. (fotografia) Retirado: 3 Fevereiro 2020. <<https://www.bucketlistly.blog/posts/azerbaijan-backpacking-itinerary>>
- FIG. 12-14** Mesquita Taza Pir, 1914. (fotografias) Retirado: 12 Dezembro 2020. <<http://www.dqdk.gov.az/en/view/objects/31>>
- FIG. 15** Palácio Ismailiyya, 1913. (fotografia) Retirado: 26 Novembro 2020. <https://az.m.wikipedia.org/wiki/%C5%9E%C9%99kil:Ismailiyye_palace_main_fa%C3%A7ade,_Baku,_2015.jpg>
- FIG. 16** Azerbaijan State Academic Opera and Ballet Theater, 1911. (fotografia) Retirado: 26 Novembro 2020. <https://fi.wikipedia.org/wiki/Azerbaid%C5%BEanin_valtionooppera_ja_baletti#/media/Tiedosto:Azerbaijan_State_Academic_Opera_and_Ballet_Theatre_main_fa%C3%A7ade,_2015.jpg>
- FIG. 17, 18** Baku City Executive Power, 1904. (fotografias) Retirado: 13 Novembro 2020. <https://www.wikiwand.com/en/Building_of_Baku_City_Executive_Power>
- FIG. 19** Government House, 1951 (fotografia) Retirado: 26 Novembro 2020. <https://www.freepik.com/premium-photo/government-house-baku_7691239.htm>
- FIG. 20** Flame Towers, 2012. (fotografia) Retirado: 7 Janeiro 2021. <<https://www.hok.com/projects/view/baku-flame-towers/>>
- FIG. 21** *Idem*. (fotografia) Retirado: 3 Fevereiro 2020. <<https://azerbajantour.com/destination/flame-towers-baku/>>
- FIG. 22** Museu Carpet, 2014. (fotografia) Retirado: 4 Março 2020. <<https://www.re-thinkingthefuture.com/architects-lounge/a1576-places-to-visit-in-baku-for-the-travelling-architect/>>

- FIG. 23** *Idem* (fotografia) Retirado: 4 Março 2020. <<https://azcarpetmuseum.az/front/en/article/134>>
- FIG. 24** *Idem* (fotografia) Retirado: 4 Março 2020. <<https://www.re-thinkingthefuture.com/architects-lounge/a1576-places-to-visit-in-baku-for-the-travelling-architect/>>
- FIG. 25** Torre SOCAR, 2016. (fotografia) @ Heerim Architects & Planners.
- FIG. 26** Azeri TV Tower, 1996. (fotografia) Retirado: 8 Janeiro 2021. <<http://radiomap.eu/az/baki>>
- FIG. 27-31** Heydar Aliyev Center, Zaha Hadid, 2013. (fotografias) @ Helene Binet.
- FIG. 32** Esboços de estudo. (desenho) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 33** Alguns exemplos do desenho técnico para corte a laser. (desenho) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 34** Estudos de cor para o Skyline. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 35** Processo de estudo de cor para aplicação em cerâmica. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 36-37** Maquete física, *Skyline* Cidade Velha & Moderna. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 38** Maquete física, Cidade Moderna & Cidade Velha. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 39** Skyline Cidade Velha & Moderna. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 40** Proposta Embalagem Cidade Velha & Moderna. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 41** Proposta Embalagem Cidade Velha ou Moderna. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 42** Puzzle. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 43** Figura cerâmica, Baku City Executive Power. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 44** Figura cerâmica, Maiden Tower. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 45** Figura cerâmica, Government House. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 46** Figura cerâmica, Azerbaijan State Academic Opera and Ballet Theater. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 47** Figura cerâmica, Templo do Fogo de Baku - Ateshgah. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 48** Figura cerâmica, Palácio Ismailiyya. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 49** Figura cerâmica, Mesquita Taza Pir. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 50** Figura cerâmica, Museu Carpet. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 51** Figura cerâmica, Flame Towers. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 52** Figura cerâmica, Azeri TV Tower. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

Lista de Figuras

- FIG. 53** Proposta embalagem peça individual cerâmica. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 54** Figura magnética, Baku City Executive Power. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 55** Figura magnética, Museu Carpet. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 56** Figura magnética, Templo do Fogo - Ateshgah. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 57** Figura magnética, Palácio Ismailiyya. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 58** Figura magnética, Azerbaijan State Academic Opera and Ballet Theater. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 59, 60** Figura magnética em cerâmica. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 61-64** Aplicação de ilustrações em objectos cerâmicos. (maquete digital) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 65-67** Malas com ilustração. (maquete digital) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 68-71** T-Shirt M/L com ilustração. (maquete digital) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 72** Artesão, Humbat Mammadov, a modelar produtos utilitários. Sheki. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 73, 74** Pormenor de peça cerâmica. Sheki. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 75** Peças utilitárias, de cerâmica. Sheki. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 76, 77** Fornos tradicionais para as cerâmicas. Sheki. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 78** Esboços de estudo. (desenho) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 79** Ambiente de cozinha. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 80** Taça/Fruteira. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 81** Prato. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 82** Vaso. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 83** Vaso. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 84, 85** Travessas. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 86, 87** Vaso/Jarra. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 88** Taça/Fruteira. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 89** Taça/Fruteira. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 90** Taça/Fruteira. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 91** Jarra. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 92** Taça/Fruteira. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 93** Travessa. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 94** Taça/Fruteira. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

- FIG. 95** Taça/Fruteira. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 96** Jarra. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 97** Vaso. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 98** Taça/Fruteira. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 99** Leiteira. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 100** Taça/Fruteira. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 101** Prato. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 102** Suporte para Garrafas. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 103** Jarra. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 104** Vaso. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 105** Caixa. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 106** Caixa. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 107** Abdulhamidova Khatira, artesã de Sheki, a trabalhar na fabricação de *Gulab*. Sheki. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 108** Conjunto de ferramentas de destilação. Sheki. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 109** Água perfumada, armazenada e vendida em garrafas de vidro ou plástico. Sheki. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 110, 111** Saboaria tradicional. Sheki. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 112** Oficina metalúrgica familiar, em Lahij. (fotografia) Retirado: 15 Abril 2021. © 2010 by M.Rahimov/Ministry of Culture and Tourism.
- FIG. 113** Artesão Nizami Mustafayev, na sua oficina de trabalho metalúrgico. Sheki. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 114** Pormenor das ferramentas utilizadas na oficina. Sheki. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 115** Peças de metalurgia manual na oficina de Nizami Mustafayev. Sheki. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 116** Artesão Ruhlan Mustafazada a trabalhar. Sheki. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 117** Pormenor do espaço de trabalho e ferramentas utilizadas. Sheki. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 118** *Samovar* - utensílio, de origem russa, para aquecer água e servir chá. Sheki. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 119, 120** Técnicas de manufactura. (fotografia) Retirado: 15 Abril 2021. © 2010 by M.Rahimov/Ministry of Culture and Tourism.
- FIG. 121** Produto final. (fotografia) Retirado: 15 Abril 2021. © 2010 by M.Rahimov/Ministry of Culture and Tourism.

FIG. 122 Fundição do cobre. (fotografia) Retirado: 15 Abril 2021. © 2010 by M.Rahimov/Ministry of Culture and Tourism.

FIG. 123 O material é martelado em forma de prato. (fotografia) Retirado: 15 Abril 2021. © 2010 by M.Rahimov/Ministry of Culture and Tourism.

FIG. 124 Produto final já ornamentado, para venda. (fotografia) Retirado: 15 Abril 2021. © 2010 by M.Rahimov/Ministry of Culture and Tourism.

FIG. 125, 126 Ambientes domésticos. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 127 Taça/Fruteira. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 128 Jarra. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 129 Caixa. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 130 Vaso. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 131-133 Taça/Fruteira. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 134 Jarra. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 135 Caixa. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 136 Vaso. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 137, 138 Peças produzidas em metal galvanizado. Sheki. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 139 Lavatório manufacturado em aço galvanizado, com pormenores decorativos em pintura. Sheki. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 140 Esboços de estudo. (desenho) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 141 Coleção de equipamentos para casa de banho. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 142 Móvel de arrumação. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 143 Prateleiras de parede. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 144 Prateleiras de apoio. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 145 Móvel de arrumação fechado. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 146 Armário de parede com espelho. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 147 Perspectiva da casa de banho. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG.149 Criação de ovelhas e caprinos, na zona montanhosa de Gusar. (fotografia) Retirado: 15 Abril 2021. © 2005 by R. Taghiyeva / Ministry of Culture and Tourism.

FIG. 150 O povo antigo da região montanhosa de Gusar, faz criação de ovelhas, desde a antiguidade. (fotografia) Retirado: 15 Abril 2021. © 2005 by R. Taghiyeva / Ministry of Culture and Tourism.

FIG. 151 Manufactura de chapéus Papakha. (fotografia) Retirado: 15 Abril 2021. © 2005 by R. Taghiyeva / Ministry of Culture and Tourism.

FIG. 152 Ahmadov Ahmad, no seu estúdio profissional em casa, onde trabalha a transformação têxtil de couro. Sheki. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

- FIG. 153** Coletes e chapéus tradicionais. Sheki. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020
- FIG. 154** Saleh Aliheydarov, na sua oficina e loja, a fabricar manualmente chapéus tradicionais em pele de ovelha. Sheki. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 155** Menino, com chapéu Papakha. (fotografia) Retirado: 15 Abril 2021.
© 2005 by R. Taghiyeva / Ministry of Culture and Tourism.
- FIG. 156** Esboços de estudo. (desenho) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 157, 158** Cestos. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 159, 160** Cestos. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 161** Cestos. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 162, 163** Cestos. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 164** Caixas modelo rectangular. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 165** Caixa modelo rectangular. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 166, 167** Caixas modelo oval. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 168** Caixa A, modelo cilíndrico. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 169** Caixa B, modelo cilíndrico. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 170** Caixa C, modelo cilíndrico. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 171** Pormenor. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 172** Mesa de cabeceira. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 173** Mesa de cabeceira. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 174** Pouf. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 175** Pouf. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 176** Pouf. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 177** Assento/2 lugares. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 178** Assento/3 lugares. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 179** Biombo. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 180** Biombo. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 181, 182** Tapete. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 183** Pormenores de mosaicos *shebeke*, vitrais e madeira ornamentada. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 184** O carpinteiro, Ilgar Rasulov, no decorrer da produção de modelos em madeira e vidro colorido. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 185** Artesão Vugar Rasulov a executar mosaicos de vidro colorido *shebeke*. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 186** Yashar Nabiyev elabora em pirografia obras com motivos regionais. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 187, 188 Os artesão Namig Karimov e Alikram Akbarov constroem produtos em pinho e metal ornamentados. Sheki. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 189 Customização de mobiliário. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 190 Ferramentas utilizadas. Sheki. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 191-193 Ilustrações em chapa metálica para ornamentação das peças elaboradas. Sheki. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 194, 195 Ismayilov Soltan, carpinteiro de Sheki, dedica-se à produção de mobiliário regional. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 196-199 Oqtay Abdurrahmanov, carpinteiro, na sua oficina a elaborar produtos em madeira de pinho, faia, nogueira ou carvalho. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 200-202 Amiraslan Shamilov, na sua oficina familiar a confeccionar lenços de seda - *Kelagayi*. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 203 Estampagem de sedas, por artesã. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 204, 205 Carimbos de madeira e metal com ilustrações, para o processo de estampagem. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 206 Conjunto de ferramentas de estampagem manual, em madeira e metal. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 207 Carimbo em madeira, em forma de *Buta* - símbolo do Azerbaijão. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 208, 209 Técnica de tintura manual de tecidos em seda. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 210 Lenços em secagem. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 211 *Kelagayi* com motivo tradicional e simbólico, a *romã*. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 212-217 Elementos de ilustração tradicionais. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

FIG. 218 Mulheres da comunidade a tecerem um tapete. (fotografia) Retirado: 15 Abril 2021. © 2005 by R. Taghiyeva / Ministry of Culture and Tourism.

FIG. 219 Tosquia das ovelhas. (fotografia) Retirado: 15 Abril 2021. © 2005 by R. Taghiyeva / Ministry of Culture and Tourism.

FIG. 220 Processo de transformação da lã. (fotografia) Retirado: 15 Abril 2021. © 2005 by R. Taghiyeva / Ministry of Culture and Tourism.

FIG. 221 Processo de tintura da lã. (fotografia) Retirado: 15 Abril 2021. © 2005 by R. Taghiyeva / Ministry of Culture and Tourism.

FIG. 222 Processo de tecelagem manual em tear vertical. (fotografia) Retirado: 15 Abril 2021. © 2005 by R. Taghiyeva / Ministry of Culture and Tourism.

FIG. 223 Processo de tecelagem manual em tear horizontal. (fotografia) Retirado: 15 Abril 2021. © 2005 by R. Taghiyeva / Ministry of Culture and Tourism.

FIG. 224 Exemplos de tapeçaria. (fotografia) Retirado: 15 Abril 2021. © 2005 by R. Taghiyeva / Ministry of Culture and Tourism.

- FIG. 225** Obra artística em bordado, da autoria de Gulandam Alkhasova. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 226** Obras de arte em bordado, por Gulandam Alkhasova. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 227** Artesã Sakinakhatun Pashayeva a bordar uma composição figurativa com um dos símbolos nacionais, a romã. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 228** Rahman Yunusov, durante o seu trabalho artístico. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 229** Trabalho em desenvolvimento. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 230** Esboços de estudo. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 231** Caixa modelo hexagonal. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 232** Caixa modelo cilíndrico. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 233** Caixa modelo oval. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 234** Caixa modelo rectangular. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 235** Taça. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 236** Taça. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 237** Jarra. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 238** Jarra. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 239** Mesa de cabeceira. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 240** Luminária de chão. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 241** Luminária de mesa. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 242** Pouf. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 243, 244** Banco. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 245** Pouf. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 246** Biombo. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 247, 248** Brincos. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 249** Estojos e bolsas bordadas. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 250-252** Registos arqueológicos pré-históricos no Parque Nacional de Gobustan. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 253** Ilustração inspirada pelas gravuras rupestres de Gobustan. Autor desconhecido.
- FIG. 254-258** Notebooks. (maquete digital) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 259-261** Processos de tecelagem manual. Tunísia (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 262** Maquetização digital de estudo. (ilustração) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 263, 264** Jarras. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

Lista de Figuras

- FIG. 265-267** Cestas. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 268, 269** Jarras. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 270, 271** Fruteira. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 272** Luminária de mesa. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 273-275** Mesas de apoio. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 276** Assentos individuais. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 277** Luminárias de tecto. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 278** Mesa de apoio. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 279, 280** Pulseiras. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 281** Ambiente de sala. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 282, 283** Fruteiras. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 284** Conjunto de jarras. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 285** Ambiente de sala. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 286** Conjunto de jarras. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 287** Caixa oval. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 288** Ambiente. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 289, 290** Luminárias de chão. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 291** Ambiente de sala. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 292** Conjunto de cestos em quatro modelos. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 293** Tabuleiro. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 294** Ambiente de sala. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 295** Ambiente de sala. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 296** Conjunto de jarras e pote. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 297** Luminária de mesa. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 298** Cesto, tapete e luminária de mesa, da colecção. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 299** Pormenor da técnica tradicional executada. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 300-301** Participação de artesãos locais, durante os *Workshops*, sob a orientação do designer Giulio Vinaccia. (fotografia) @Lankaboo UNIDO.
- FIG. 302, 303** Registos do interior e exterior da localização da exposição. (fotografia) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 304** Esboços de estudo. (desenho) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 305** Renderização da entrada. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.

- FIG. 306-309** Expositores. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 310** Infografia. (ilustração) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 311-316** Processo de construção do mobiliário de cozinha e escritório, no Quénia. (fotografia) Dezembro 2020. @Creative Hub Addis UNIDO.
- FIG. 317** Esboços de estudo. (desenho) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 318** Desenho técnico de um dos móveis da linha. (desenho) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 319** Planta para a montagem. (desenho) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 320** Coleção desenvolvida. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 321-323** Imagens da pré-existência. @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 324** Vista frontal do projecto. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 325** Loja de *Souvenirs*. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 326** Zona do Bar e entrada para o interior do HUB. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 327** Espaço *Lounge*. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 328** Segunda fase da proposta. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 329** Espaço *Lounge*. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 330** Zona do Bar e entrada para o interior do HUB. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 331** Perspectiva global do espaço exterior desenvolvido. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 332** Vista frontal do Quiosque de *Souvenirs*. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 333** Perspectiva, com esplanada e Quiosque de *Souvenirs*. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 334** Perspectiva lateral da fachada. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 335** Perspectiva frontal do Quiosque. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 336** Perspectiva posterior do Quiosque. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 337** Perspectiva frontal. (renderização) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 338, 339** Montagem. (ilustração digital) @Giulio Vinaccia & Associates, 2020.
- FIG. 340** Ilustração com a sugestão da atmosfera da proposta. (ilustração digital) @Márcia Gomes, 2020.

Lista de Siglas

DESI Network - Design for Social Innovation and Sustainability

GEF - Fundo para o Meio Ambiente Global.

ONU - Organização das Nações Unidas.

UE - União Europeia.

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura.

UNIDO - United Nations Industrial Development Organization.

ANEXOS

Anexos

Entrevista a Giulio Vinaccia

1. Como se posiciona enquanto designer?

Tento desenhar da forma mais natural possível, não tenho uma posição definida. Certamente não sigo a moda e nem estou interessado em ficar famoso por desenhar mais uma cadeira... Estou mais interessado em projetos em que as comunidades possam ser ajudadas por meio de nosso trabalho.

2. Em que papel se revê como promotor da pequena/micro economia local?

O meu trabalho pode certamente ajudar a promover os pequenos negócios, mas deve ser realizado dentro de um programa amplo que inclua estímulos econômicos, capacitação e ações de mercado. Pensar que nós designers temos a varinha mágica e que, portanto, apenas o nosso trabalho é suficiente para reavivar a sorte de uma empresa é completamente errado. Provavelmente somos catalisadores de muitos processos de desenvolvimento, mas certamente não podemos ser os únicos actores.

3. A que ferramentas e técnicas locais recorre no desenvolvimento projectual?

Eu uso uma estrutura metodológica de design padrão, mas meus interlocutores simplesmente não são empresas multinacionais, mas comunidades, ONGs e projetos de desenvolvimento. Isso te obriga a fazer análises mais amplas, ter mais contatos durante a fase de pesquisa e procurar as soluções mais eficazes e simples possíveis durante a fase de design.

Na prática, nossas responsabilidades neste tipo de projetos são muito mais amplas e holísticas. Muitas vezes você tem que reaprender sua profissão de designer, variando aspectos e desenvolvendo novos caminhos. Não existe uma metodologia que possa ser repetida em todos os projetos, mas sim uma trilha na qual para cada projeto se desenvolve algo adequado ao meio ambiente e às pessoas com quem você trabalha.

Outros Projectos



Março



Sri Lanka Exposição

Cliente

UNIDO e Governo do Sri Lanka
Projecto “Bamboo Processing
Sri Lanka”

Características

design de Exposição

Necessidades

exposição de peças produzidas em
colaboração com o Estúdio durante
um programa de formação para os
artesãos locais

Tarefas

- . fase conceptual
- . organização do espaço
- . circuitos de circulação
- . entrada cénica
- . projecto de iluminação
- . planificação para montagem



Maio



Etiópia Cozinha

Cliente

UNIDO e Creative HUB Addis

Características

design de equipamento para
cozinha industrial, laboratório
e escritórios

Necessidades

- . harmonia entre todos o mobiliário
da cozinha e os interiores do café
- . requisitos específicos de
uma cozinha industrial
- . simplicidade da produção
e montagem a realizar no Quénia

Tarefas

- . fase conceptual
- . desenho técnico
- . visualização 3D
- . planificação para montagem



Junho



Tunísia Palácio

Cliente

UNIDO e Governo da Tunísia
Hub Tecnológico Palais
du Baron d'Elanger

Características

design de ambiente exterior
e equipamento

Necessidades

. espaços de café/bar, esplanada
e loja de souvenirs

Tarefas

. organização do espaço
. seleção de mobiliário
. desenho técnico
planta e equipamentos
. visualização 3D



Julho



Tunísia Souvenirs

Cliente

UNIDO e Governo
da Tunísia

Características

design de produtos
para a casa e acessórios
de moda

Necessidades

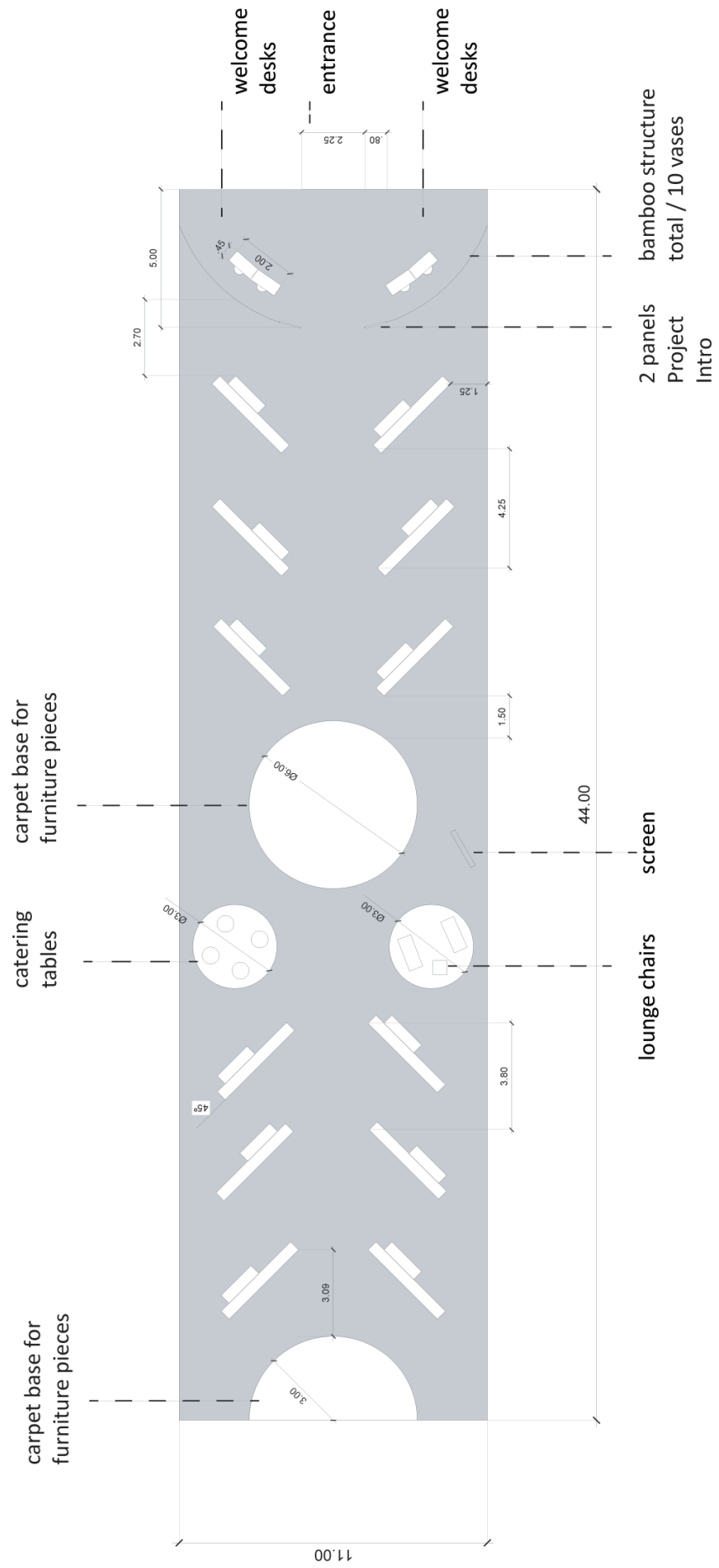
. design de linha de *souvenirs*
turísticos
. enaltecer materiais e técnicas
locais de forma inovadora

Tarefas

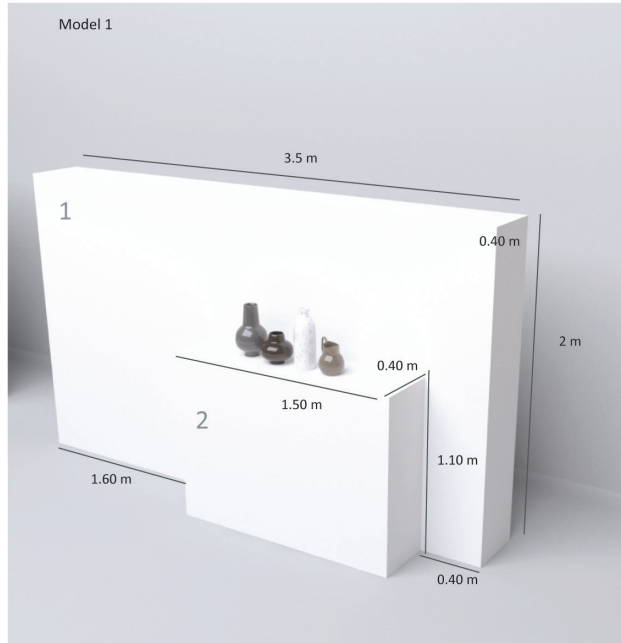
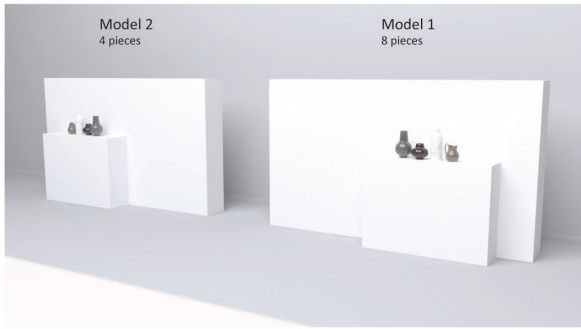
. 1ª . fase execução
. 2ª . fase criativa
. visualização 3D

Sri Lanka *Exposição Lankaboo*

Plant (meters) 1/150 scale



Individual Model
12 Pieces in total



ILUMINATION PROPOSAL Exhibition Model

3 individual wall Light Spots per Model

location
2 spots illuminating the pieces
1 spot illuminating the graphics

TOTAL spots for 12 Models

36 individual Light Spots
36 lamps

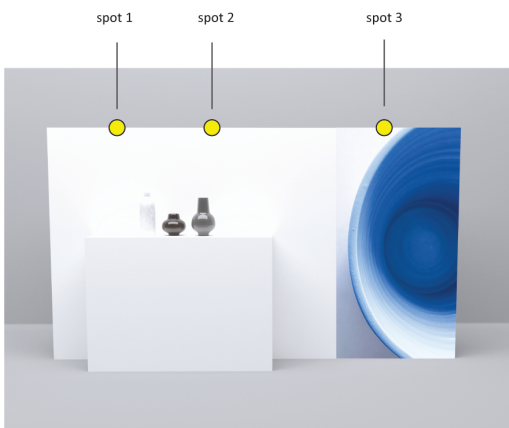
Wall Light Spot model



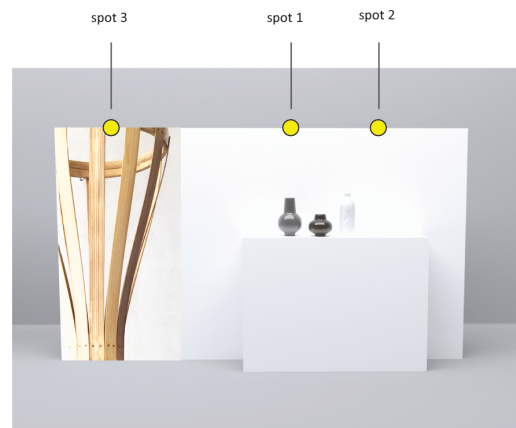
Lamp
5W 450lm Dimmable LED Lamp (3000K)

Measures:
Length - 460mm

Materials:
Finish - Chrome



Model 2 / 4 pieces



Model 1 / 8 pieces

ILUMINATION PROPOSAL Entrance

Floor Light Spot model



2 Floor Light Spots

Location:
1 spot in each side of the entrance

Power 500 Watt LED 50000LM

Measures: 55 x 19 x 33 cm

Wall Light Spot model



2 Wall Spots
2 Lamps

location:
1 spot in each graphic panel

Lamp
5W 450lm Dimmable LED Lamp

Measures:
Length - 460mm

Materials:
Finish - Chrome

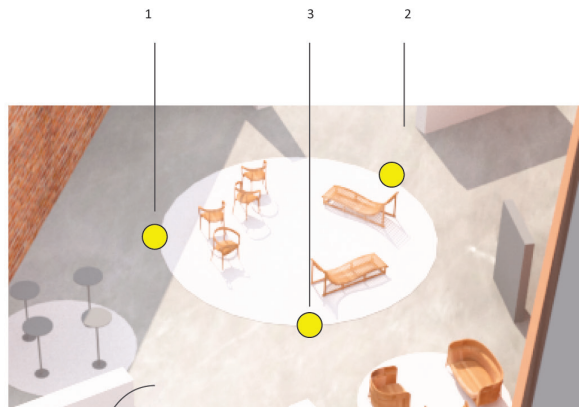


ILUMINATION PROPOSAL Furniture

Reflector LED 50W 3600Lm 5500-6000K



3 Floor Reflectors
indirect light



2 Floor Reflectors
indirect light

