

SERVIÇO DE MESA ADAPTADO A PESSOAS IDOSAS

ALUNA
CÁTIA MARISA COSTA PEREIRA

ORIENTADOR
JOSÉ LUÍS SIMÃO FERREIRA

Co-ORIENTADOR
RICHARD GEORGE DICCON WILLIAMS // VISTA
ALEGRE ATLANTIS
RUI PEDRO M. A. S. FREIRE // ESAD
MATOSINHOS

ESAD MATOSINHOS 2012



RESUMO

Este relatório de estágio reflete e sistematiza o estágio realizado ao longo de sete meses na Vista Alegre [VAA], sediada no lugar da Vista Alegre (Ílhavo).

Este estágio permitiu explorar a relação entre competências teóricas, a exploração projetual e competências práticas, nomeadamente no domínio do trabalho em contexto empresarial. O projeto “S” (Sénior) constituiu o pilar que sustentou uma abordagem que partiu das necessidades verificadas nos utilizadores e o desenvolvimento dos produtos cerâmicos.

Paralelamente, o estágio permitiu a maturação pessoal e profissional, só possíveis de adquirir num contexto profissionalizante.

Neste sentido, foi redigido o presente relatório composto por duas partes principais. A primeira será dedicada à apresentação do local de estágio. No decorrer do trabalho, numa segunda parte proceder-se-á à exposição e descrição das atividades efectuadas no contexto referido.

Conclui-se com uma reflexão relativamente à condição de estagiária e ao desenvolvimento do projeto “S”.

PALAVRAS-CHAVE

“S”, *DESIGN* INCLUSIVO,
PESSOA IDOSA,
VISTA ALEGRE ATLANTIS

This report reflect and systematizes the internship held for seven months at Vista Alegre Atlantis [VAA], in Vista Alegre (Ílhavo).

ABSTRACT

The internship permitted to explore the relation between theoretical skills, the projectual exploration and the practical skills, particularly in the field of work in a business context. The project “S” (Senior) was the pillar to supported an approach that went on users’ needs analysis and the development of ceramic products.

In parallel, the internship was essential to my personal and professional development, which is only possible to acquire in a professional context.

Moreover, this report was divided into two main parts. The first one focuses on the internship location, whereas the second part describes and discusses the activities developed during this programme.

It concludes with a reflection about the condition as intern and the development of project “S”.

KEYWORDS

“S”, INCLUSIVE *DESIGN*,
ELDERLY PEOPLE,
VISTA ALEGRE ATLANTIS

AGRADECIMENTOS

É incrível como chegamos a este patamar e as palavras ainda se mostram estranhas. Tornam-se vazias e insuficientes para expressar a euforia e satisfação interior. Revelam-se exíguas no momento em que preciso delas para agradecer às pessoas que, de uma forma ou outra me ajudaram na concretização deste trabalho e à conclusão de mais um etapa na minha vida.

O meu primeiro grande obrigada é para os meus pais, ANTÓNIO E PALMIRA, e para a minha irmã IVETE por todo o apoio, incentivo, paciência.. pelas palavras amigas e sinceras e por toda a confiança que sempre depositaram nas minhas escolhas.

Não poderia também deixar de agradecer ao meu orientador, DOUTOR JOSÉ LUÍS SIMÃO FERREIRA, quer pela orientação quer pelo ensinamento e partilha de conhecimento, disponibilidade e amizade manifestadas. Agradeço também ao RICHARD WILLIAMS: “thank you for all things you taught me, all questions you put; thank you for all great conversations we had and about the fellowship and friendship. Thank you!”. Um grande obrigada ao PROFESSOR RUI PEDRO FREIRE, por todo o conhecimento e sabedoria partilhada, pelos “nãos”, porquês” e “coisinhas” que ouvi ao longo destes dois anos de Mestrado. Quero também aproveitar para agradecer à DOUTORA INÊS SECCA RUIVO e à DOUTORA CÉLIA FIGUEIREDO, por todo o conhecimento e experiência partilhada, por todos os incentivos, pela segurança, confiança e força transmitida e, por todo o carinho que sempre demonstraram.

RUI (sorriso!), obrigada! Obrigada pela amizade, carinho, confiança, respeito... pelas palavras de incentivo e motivação, pela paciência, pela partilha, pelo crescimento e aprendizagem mútua. Obrigada por

estares presente, pelos sorrisos e pelos abraços, porque “dentro dos meus braços os abraços hão-de ser milhões de abraços”.

Obrigada à SOFIA, à SÍLVIA, ao FÁBIO, à SÓNIA GRAÇA e à ANDREIA, pelos amigos incansáveis que têm sido, por todo o companheirismo, pelas conversas “sem fim”, por todos os sorrisos e gargalhadas, pelas danças e “tainadas” e por todos os bons momentos. Obrigada ao DIOGO, à CARLINHA e à SANDRA, à JOANA PINHO e à CLÁUDIA, à FÁTIMA, à SARA AMORIM... à RITA e à CARINA assim como aos restantes colegas de Mestrado.

À DOUTORA ANA SANI, agradeço a disponibilidade e amizade que se veio a revelar.

Não poderia também deixar de dar uma palavra de agradecimento aos colegas da Vista Alegre Atlantis, MARGARIDA, ANA, MADALENA, ALDA, LEONOR, DIANA, HUGO, BRUNO, ISABEL ABREU, NICK HOLLAND e aos ENGENHEIROS SOUSA BASTOS e CARLA CASTILHO. À DRA. MARIA HELENA DA BERNARDA agradeço o profissionalismo e exigência, a sensibilidade profissional transmitida e partilhada, o carinho e a boa disposição. Em termos profissionais, agradeço também ao CENTRO PAROQUIAL SANTA MARINHA DE AVANCA, ao MÉDICOS DE REUMATOLOGIA DO HOSPITAL INFANTE D. PEDRO DE AVEIRO e à FISIOTERAPEUTA ANA RITA GUERRA, pelo interesse, ajuda, e disponibilidade manifestadas, imprescindíveis à concretização deste projeto.

Para terminar deixo um obrigada a todos aqueles a quem não referenciei o nome, mas que não estão esquecidos e, que de alguma maneira me ajudaram à concretização e conclusão deste trabalho, à minha maturação pessoal e profissional e a ser aquilo que sou hoje.

OBRIGADA!



INDICE

2 RESUMO

3 ABSTRACT

10 INTRODUÇÃO

12 CAPÍTULO 1

- 14 HISTÓRIA DA VISTA ALEGRE ATLANTIS
- 16 MISSÃO, VALORES E VISÃO ESTRATÉGICA
- 17 CLIENTES
- 18 GAMA DE PRODUTOS
- 19 CONCEPÇÃO, DESENVOLVIMENTO E PROCESSOS PRODUTIVOS
- 24 EQUIPA DE *DESIGN*

26 CAPÍTULO 2

- 28 INTEGRAÇÃO NA VISTA ALEGRE ATLANTIS
- 30 ATIVIDADES REALIZADAS NO ÂMBITO DO ESTÁGIO
“Casa Alegre”
Porcelana Decorativa
- 44 PROJETO “S”
Fenómeno do envelhecimento da população e intervenção do *Designer*
Estudo e análise do mercado
Desenvolvimento do projeto “S”

72 REFLEXÃO

74 REFERÊNCIAS

83 ANEXOS

...ao som de “giorni dispari”.

(Einaudi,1999)

INTRODUÇÃO

No decorrer da Licenciatura, fui tomando a progressiva consciência de necessidade de conquistar novas competências e capacidades em acréscimo aos ganhos do curso de Licenciatura. Com a experiência Erasmus na Holanda, em 2010, isso foi ainda mais evidente com diferentes culturas, com um novo modelo de ensino e com novos métodos de trabalho, tornando-se clara a necessidade de ter uma formação em áreas específicas do *design* e esse foi o meu objetivo para o curso de Mestrado. A cerâmica surgiu-me como área a investir, estando particularmente atenta às características dos materiais cerâmicos, nomeadamente às suas capacidades e métodos de produção.

O Mestrado em *design* de produto na ESAD de Matosinhos mostra-se a escolha acertada para prosseguir e aprofundar os conhecimentos adquiridos e responder aos meus objetivos. A possibilidade de estágio foi ainda um factor acrescido para a realização do Mestrado, pelo elo de ligação com o mundo do trabalho.

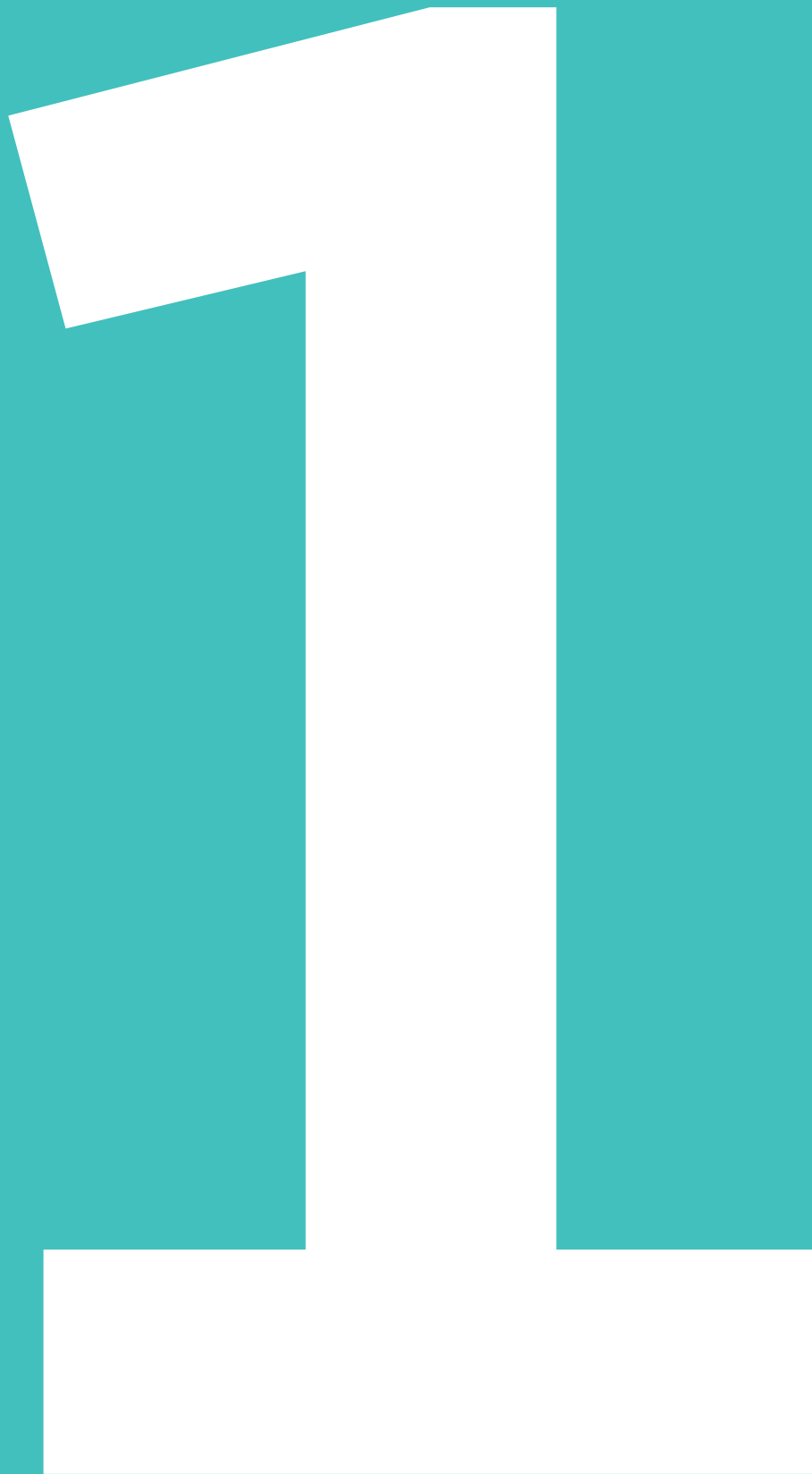
O estágio seria uma experiência que permitiria adquirir competências práticas que complementariam a formação académica estrita: o contacto direto com o mundo do trabalho, apesar das suas dificuldades, permitiu-me uma valiosa experiência em termos de relações humanas e das especificidades do *design* em porcelana. Por outro lado, tive a primeira experiência de resposta ao pedido de um cliente, no caso, o gabinete de design da Vista Alegre Atlantis.

A VAA revelou-se uma boa opção para local de estágio, tanto a nível pessoal como profissional devido ao prestígio reconhecido a nível nacional e internacional. As condições eram favoráveis à exploração da porcelana, permitindo um maior conhecimento das suas capacidades e meios produtivos. Seriam assim alcançadas diversas competências, nomeadamente, um maior domínio do material.

No que refere ao projeto “S”, este corresponde ao meu desejo que vem desde há muito, em cooperar, de alguma forma, em causas sociais. O interesse pelo *design* direcionado ao bem-estar e saúde dos indivíduos, proporcionando um maior conforto e autonomia aos que são portadores de dificuldades físicas e/ou psicológicas na sua vida quotidiana, levou-me a optar por um projeto que considere os ganhos crescentes na longevidade populacional e das suas implicações no quotidiano. Os estudos demográficos demonstram um padrão consistente e contínuo de envelhecimento populacional em implicações no bem-estar e saúde de todos os cidadãos. Acresce à longevidade conquistada o decréscimo da fecundidade. Em resultado, é fundamental rever os espaços e serviços

existentes, sendo imprescindível acautelar o bem-estar físico e psicológico de todo e qualquer elemento da sociedade, independentemente da sua condição enquanto ser humano (Robert, 1994). É portanto dever de todos, inclusivé do *designer*, garantir à pessoa idosa os seus direitos como cidadão que é, até porque “estamos de certa maneira a cuidar de nós próprios e de todos aqueles que um dia atingirão tal condição” (Martins & Santos, 2008, p.7). Nesse sentido, a pessoa idosa surgiu como objeto de estudo, com o propósito de lhe proporcionar um maior bem-estar, bem como uma maior autonomia e independência na realização das suas atividades diárias, em particular, no contexto da realização das refeições diárias.

No âmbito do estágio, tirando partido das características e dos processos de produção, o projecto “S” poderia encontrar assim condições favoráveis à sua exploração e concepção física. Além disso, numa perspectiva estratégica, seria porventura um projeto propício à conquista de um novo nicho de mercado, ou seja, o potencial cliente com limitações físicas e/ou psicológicas, nomeadamente, na realização das suas refeições diárias.



CAPÍTULO 1

CARACTERIZAÇÃO DO LOCAL DE ESTÁGIO

O estágio realizado no âmbito do mestrado em *Design* de Produto na fábrica da VAA foi iniciado a 3 de Novembro de 2011 e teve uma duração de sete meses marcados por duas fases: uma primeira decorrida entre Novembro de 2011 e Janeiro de 2012 e, uma segunda entre Fevereiro e Maio de 2012.

No primeiro caso, decorreu a integração no programa Vista Alegre IDPool, equipa de *design* externo promovido pela própria empresa. No segundo caso, nos últimos cinco meses, passei a integrar a equipa de *design* interno.

A HISTÓRIA DA VISTA ALEGRE

A fábrica de porcelanas da Vista Alegre é uma empresa emblemática de Portugal, reconhecida nacionalmente e internacionalmente pela sua história e tradição, bem como pelos seus produtos de qualidade e requinte, sendo atualmente “o maior grupo nacional de *tableware* e o sexto maior do mundo nesse setor” (VAA, s.d.).

A “Real Fabrica de Porcelana, Vidro e Processos Chímicos” foi fundada em 1824 por José Ferreira Pinto Basto (Porto, 1774 - Lisboa, 1839), oriundo de Cabeceiras de Basto, aquando do alvará concedido por D. João VI já no término do seu reinado, “por bem de aprovar o mesmo estabelecimento na fórmula pedida, concedendo-lhe todas as graças, privilégios e isenções de que gozam, ou virão a gozar as outras fábricas de idêntica natureza” (Bastos, 1924, p.71, tradução livre).

Após as invasões francesas em território nacional cessadas em 1814, Portugal vivia um período conturbado marcado por conspirações contra o governo e família real que se intensificavam com o decorrer do tempo. Todavia, tais factos não demoveram Ferreira Pinto Basto dos seus projetos. Influenciado pelo sucesso de outrora e fazendo proveito da situação crítica vivenciada pela Real Fábrica de Vidros da Marinha Grande “*Stephans*” (Senos, 2008), o fundador da Vista Alegre comprou, em 1812, as quintas da Ermida e da Vista Alegre, próximas da vila de Ílhavo e da ria de Aveiro (VAA, s.d.). A aquisição de um palácio e de uma capela, assim como de edifícios e terrenos do envolvente propiciaram a construção da fábrica. Em 1829, a sociedade “Ferreira Pinto Bastos & Filhos”, administrada por Augusto Ferreira Pinto Basto (d.n. 1848), neto de José Ferreira Pinto Basto, era então finalmente reconhecida e intitulada de Real Fábrica. Não obstante, a inexistência de caulino (uma argila refratária, de cor branca, fundamental à produção de porcelana) em Portugal, começava a ser uma ameaça à sua continuidade. Contudo, a descoberta de caulino na zona de Aveiro, em 1834, propiciou a perseverança da fábrica, outrossim, o seu longo percurso de história e tradição.

A procura incessante pela perfeição, a intensificação da manufatura e a cooperação de grandes artistas, como Victor F. C. Rousseau, na pintura das porcelanas, levaram a VA ao êxito em finais do século XIX. Foi também nesta altura que foi criada a escola de pintura que, com o tempo, se revelou uma das apostas mais representativas da fábrica (VAA, s.d.). Seguiram-se anos de sucesso marcados pela presença em exposições internacionais (em 1851, no Palácio do Cristal em Londres e, em 1852, a exposição Universal de Paris, entre outras), bem como o reconhecimento da qualidade das peças Vista Alegre, que conduziram ao alcance de inúmeros prémios a nível mundial (Gomes, 2010).

A crescente produção e os bons resultados obtidos relativamente à porcelana, culminaram em 1880 na suspensão da produção de vidro e cristal (Senos, 2008, p.22).

Após um período áureo, a VA viveu momentos difíceis em

consequência das condições que se faziam sentir a nível mundial, durante e após a Primeira Guerra Mundial de 1914. No entanto, “com dedicação e interesse, o melhor do seu esforço” (Vista Alegre, 1961) criaram soluções que originaram um plano de adaptação às novas exigências do mercado. A contribuição de artistas de renome na pintura como Duarte Magalhães, Ângelo Chuva, Palmiro Peixe, Roque Gameiro (Alcanena, 1864 - Lisboa, 1935)¹, Raul Lino (Lisboa, 1879 - 1974)², Leitão de Barros (Lisboa, 1896 - Lisboa, 1967)³, Maria Conceição Piló (1921 - 2011)⁴ e Delfim Maia, garantiram o êxito da nova fase vivenciada pela fábrica, marcada pela inovação industrial, “assim como o alargamento da oferta a novos mercados” (Vista Alegre, s.d.). Esta aposta em criativos, entre as décadas de 20 e 40 do século passado, no que hoje designamos por *design* de autor, permitiu o seu prestígio nacional e internacional, bem como a oferta alargada e diferenciada de produtos que, em 1964, deram lugar à criação do Museu Histórico da Vista Alegre.

Nos períodos que se seguiram, e apesar de alguma instabilidade, foram sendo vencidos com a reorganização dos processos e técnicas de produção, com a modernização das estruturas e meios produtivos e com a introdução de novas ideias e modelos de pintura, como foi por exemplo, as criações de séries limitadas e ainda a do Clube de colecionadores. A presença em diversas feiras e exposições a nível mundial, certificam a sobrevivência e prestígio da Vista Alegre.

No ano de 2001, a empresa Vista Alegre agregou-se à Atlantis, uma empresa de vidro e cristal existente desde 1944, sob o nome de Crisal - Cristais de Alcobaça, Lda. A Crisal foi fundada por uma sociedade, da qual se destacam os nomes José Emílio Raposo de Magalhães (Alcobaça, 1883 - Alcobaça, 1974), João Olive Monteiro (Alcobaça, 1902 - Lisboa, 1949) e Joaquim Augusto Carvalho. No decurso do seu percurso histórico, a Atlantis começou por fabricar lustres de vidro que, devido ao crescimento exponencial de exportação, cedo deram lugar à produção manual diversificada de produtos de mesa e decoração. Em meados da década de 70, adquire o nome de Atlantis e, em 1985, Atlantis SA, com novas instalações no lugar de Casal da Areia em Alcobaça. Entretanto, inaugurou a sua primeira loja em Cascais. Já no ano de 1996, a fábrica de Alcobaça abre portas ao público com a criação de um museu e, a possibilidade de visita à zona de produção. A fusão com a Vista Alegre deu origem ao nome por o qual atualmente são reconhecidos, Vista Alegre Atlantis, um dos nomes mais referenciados a nível mundial na área de *tableware* (VAA, s.d.).

No período que antecedeu à aquisição pelo grupo pela Visabeira em 2009, a Vista Alegre Atlantis fundiu-se com o grupo cerâmico Cerexport, também da zona de Aveiro. Atualmente, o grupo VAA é líder de mercado nacional, com uma oferta de produtos diversificada, diferenciada e qualificada: desde porcelana de mesa, ao ramo hoteleiro e decorativo, faiança, bem como a nível de vidro e cristais.

1 Pintor e desenhador influente em Portugal, tendo sido mestre nas aguarelas. O mar foi o tema mais abordado em toda a sua obra.

2 Pintor e arquiteto português. Na arquitectura, destacou-se o Teatro Tivoli em Lisboa e a Casa do Penedos em Sintra.

3 Foi um cineasta português influente na sua geração, dada a peculiaridade do seu estilo cinematográfico e das suas obras, tendo sido pioneiro na docuficção em Portugal. Foi também pintor, professor e arquiteto.

4 Oriunda do Belo Horizonte (Brasil), destacou-se em diversas áreas artísticas, desde a pintura e gravura à investigação, crítica e ensino.

¹ Retrato de José Ferreira Pinto Basto.



MISSÃO, VALORES E VISÃO ESTRATÉGICA

⁵ Revista do Jornal Expresso de 12/05/2012.

⁶ Até à data ainda não foi publicada.

⁷ Stephanie Hering, cujo nome profissional é Hering Berlin, é uma *designer* alemã sediada em Berlim (Alemanha), especialista em cerâmicas. Para conhecer o seu trabalho, visitar a página <http://www.heringberlin.com/de>

⁸ *Designer* de produto sediado em Hamburgo (Alemanha). Para conhecer o seu trabalho, visitar a página <http://www.gollnick-design.de/>

A empresa VAA é a concretização do sonho de um Homem ambicioso e empreendedor. É hoje realidade duradoura e histórica. A sua longevidade resulta de uma capacidade empreendedora que “recebeu das gerações que foram, transmiti-lo em toda a sua grandeza aos que vierem, em satisfação de honroso compromisso e cumprimento de um dever que a todos nobilita” (VA, 1961), apostando na inovação e melhoria contínua das instalações, dos meios produtivos bem como dos seus produtos e serviços.

A excelência e prestígio reconhecidos à VAA são e sempre serão propósitos da empresa em ambos os setores: cerâmica e vidro. No desenvolvimento e produção de novos produtos (o exemplo mais recente é a iniciativa Vista Alegre IDPool) procuram superar as expectativas dos seus clientes garantindo a sua máxima satisfação e fidelização.

A presença recorrente em feiras internacionais, a frequente presença em artigos de imprensa (em cerca de meio ano, foram publicados artigos na revista do Jornal Expresso⁵ e realizada uma entrevista para a revista ELLE francesa⁶) e a criação de parcerias com prestigiadas companhias (como são exemplo, a ceramista Stephanie Hering⁷ e o *designer* Carsten Gollnick⁸) propiciam a apresentação de novos produtos e a conquista de novos mercados europeus, africanos e americanos. É também de salientar a aposta na melhoria contínua.

² Instalações da Fábrica da Vista Alegre: zona de enchimento manual.



1913 CLIENTES



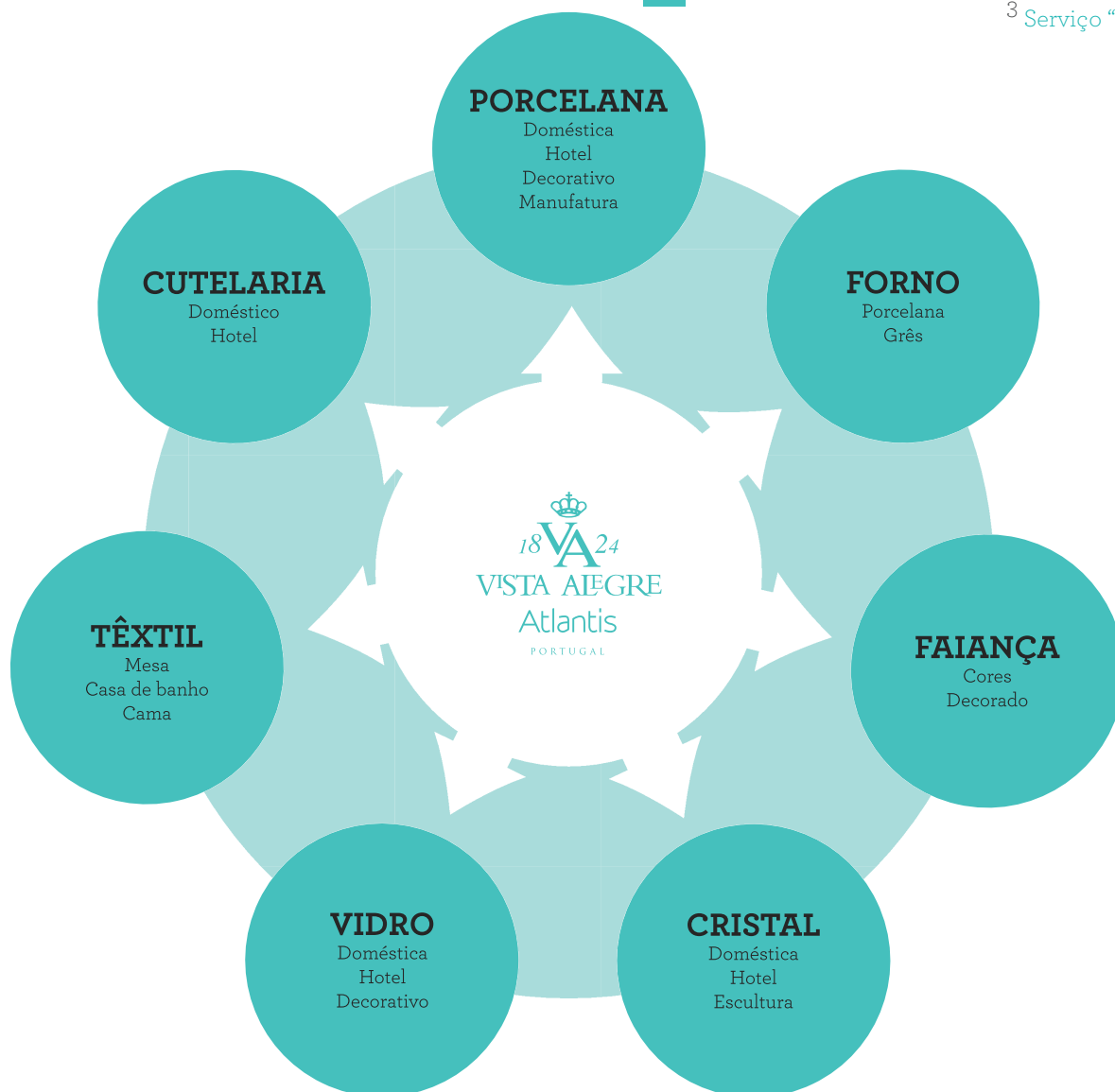
O grupo Vista Alegre Atlantis é detentor de um conjunto alargado e diversificado de clientes que, por sua vez, procuram qualidade, inovação e sofisticação.

No seu longo percurso histórico, a VAA atravessou diferentes etapas em prol da inovação, da perfeição e da sofisticação, sempre com vista à fidelização e satisfação dos seus clientes nacionais e estrangeiros. Nas décadas de 70 e 80, a empresa focalizou as suas vendas no mercado nacional. Todavia, revelar-se-ia limitado e perigoso para a progressão da empresa que, começa a registar um decréscimo da sua prosperidade. Deste modo, o mercado internacional revela-se uma aposta inevitável.

A VAA tem vindo a aumentar o número de clientes em Portugal, possuindo uma rede de 935 lojas em todo o território nacional: aproximadamente 31 lojas próprias, 20 em parceria e, 885 em retalho, distribuidores, hotelaria e hipermercados. No que

respeita ao mercado internacional, tem sensivelmente um total de 980 clientes em todo o mundo (nos cinco continentes, 60 países), sendo cerca de 1/3 referentes ao mercado Espanhol (495 são retail, 45 do El Corte Inglés e, 105 no mercado hoteleiro).

A visão estratégica atual da VAA visa o fortalecimento da sua internacionalização, pretendendo investir em novos mercados da Europa, África e América, alcançando um maior prestígio e reconhecimento em todo o mundo.



PRODUTOS

O grupo VAA é, atualmente, um dos nomes mais prestigiados e referenciados mundialmente na área de *tableware* (VAA, s.d.). A sua oferta vai além das porcelanas, do vidro e do cristal: as faianças, as peças de forno, a cutelaria e os têxteis, fazem igualmente parte da vasta gama de produtos que o grupo Vista Alegre dispõe, sendo, no entanto, uma parte pedidos *outsourcing*⁹.

Em todo o território nacional, nomeadamente a Norte e Centro, existe um conjunto de empresas com as quais foram estabelecidas parcerias, com fim à concepção e produção dos produtos requeridos pela VAA: a Bordalo Pinheiro nas Caldas da Rainha, é um dos exemplos mais recentes das parcerias criadas, após a aquisição de ambas as empresas pelo grupo Visabeira. Todavia, são também exemplo de parcerias as empresas Capoa (Aveiro), Cerexport (Aveiro), Cutipol (Guimarães), Ivima (Marinha Grande) e Cerutil (Viseu).

⁹ Trabalho e/ou serviço solicitado a entidades externas à empresa, dada a incapacidade de trabalho interno ou, com fim à contenção de gastos.



Os produtos VAA disponíveis no mercado ou contextualizadas em entidades particulares são fruto de um processo complexo e demorado. Poder-se-há considerar que o mesmo se inicia no departamento de *design*: com a projeção de novas formas para mercado doméstico, decorativo e hoteleiro e, por outro lado, com desenvolvimento de novas propostas gráficas direcionadas ao novos produtos ou a produtos já existentes. Todavia, o processo desenvolve-se em continuidade do processo de análise do mercado por parte de engenheiros e responsáveis de vendas, com fim a caracterizar as necessidades e aspirações dos potenciais clientes. Só deste modo se conseguem soluções peculiares, inteligentes e lucrativas. Estas são apresentadas à equipa de *design*, solicitando, deste modo, novas propostas formais e gráficas.

No que respeita às novas formas, após um processo intensivo de pesquisa e inspiração, procede-se ao estudo de novas propostas, através de esboços e/ou modelos à escala, em plasticina e/ou papel. Posteriormente são feitas modelações 3D, e os respetivos *renders*¹⁰ das propostas mais oportunas em função das potencialidades para apresentação à equipa. Se aprovadas em ambas as reuniões do *Design* interno e Comité, procede-se à realização de desenhos técnicos (dimensões gerais e espessuras) a serem apresentados à equipa de desenho técnico da empresa que concretizará novos desenhos técnicos a serem utilizados para a produção das peças (desenhos técnicos específicos que contém as dimensões gerais, espessuras e oscilações possíveis).

O processo produtivo das peças é complexo e exige métodos diferenciados e complementares. A fábrica da VAA contém uma grande

CONCEPÇÃO, DESENVOLVIMENTO E PROCESSOS PRODUTIVOS

¹⁰ Imagens fotorealistas do produto, posteriormente modelado em programas especializados.

¹¹ Molde ou forma em gesso, para a concretização do modelo de uma peça. É feita pelo técnico de modelação.

¹² Conjunto de produtos que constituem o serviço de mesa doméstico, para servir comida e/ou uso durante as refeições diárias: talheres, pratos, travessas, copos, etcetera.

¹³ Conjunto de produtos cerâmicos para servir comida e/ou uso durante as refeições, no ramo hoteleiro.

¹⁴ No âmbito da VAA, referia-se à aplicação das propostas gráficas em todos os elementos de um serviço de mesa, com fim a adquirir um maior realismo da proposta em causa, no contexto de design interno. Esta fase precedia a fase de maquetas, realizadas em outra secção da empresa.

variedade de processos produtivos mas os desafios colocados pelos *designers* obrigam a reinventar novos métodos numa contínua exigência de resposta em termos de produção. A produção depende, na sua maioria, da peça em questão. Quando são produzidas peças escultóricas, toda a sua produção é manual, desde a concretização dos moldes e madres¹¹ até à concepção da própria escultura. No caso de peças de *tableware*¹², *hotelware*¹³ e decorativo, os processos de produção são variados e exige diferentes etapas:

CONFORMAÇÃO (produção da forma): Enchimento manual, enchimento alta pressão (automático), roller (automático), prensagem isostática (automático)

SECAGEM

ACABAMENTO

CHACOTAGEM das peças ocas ou de pratos e pires (passagem por dois fornos, primeiramente 20 horas e um segundo, 16 horas; ambos a 980°C)

VIDRAGEM (manual ou automática)

COZEDURA (novamente a passagem por dois fornos, primeiramente 20 horas e um segundo, 6 horas; ambos a 1400°C)

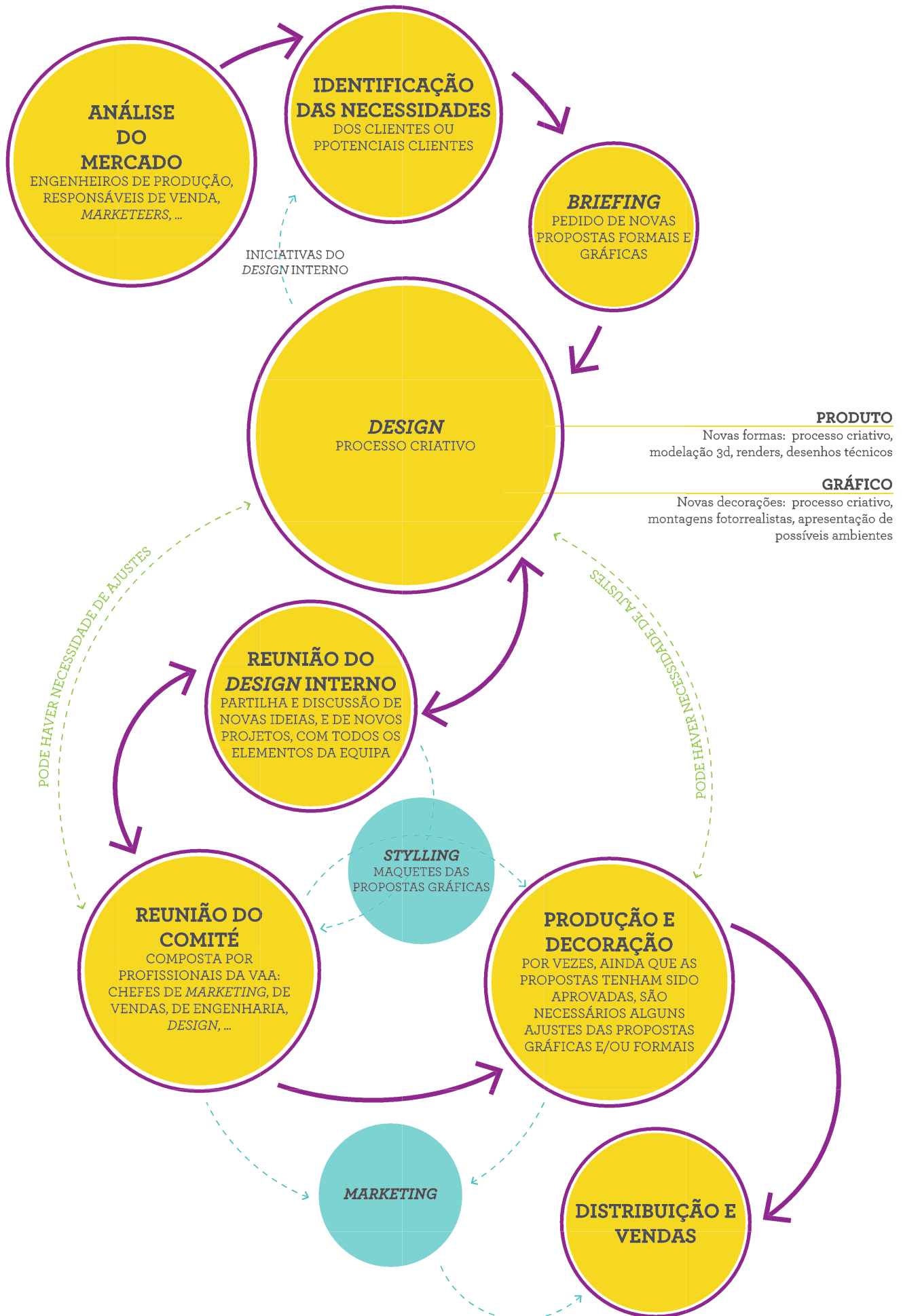
ANÁLISE E SELEÇÃO das peças bem finalizadas e perfeitas

DECORAÇÃO, caso se aplique

O processo criativo relativo às decorações é semelhante ao processo criativo das formas: após uma pesquisa de tendências e inspiração, procede-se à concepção de propostas gráficas. Por vezes, são feitos desenhos e pinturas manuais que são trabalhados posteriormente no computador, em programas específicos. Para a sua conclusão, são feitas fотomontagens realistas específicas para a apresentação à equipa de *design*, para que haja uma percepção mais realista. De entre as propostas gráficas aprovadas são feitos os respetivos *stylings*¹⁴, para que o setor gráfico da empresa possa realizar os desenhos e a passagem a fотolito com a decomposição nas diferentes cores. Os desenhos, já na zona de produção, podem ser feitos manualmente (pintura) ou por decalque (as folhas de decalque são igualmente produzidas na empresa).



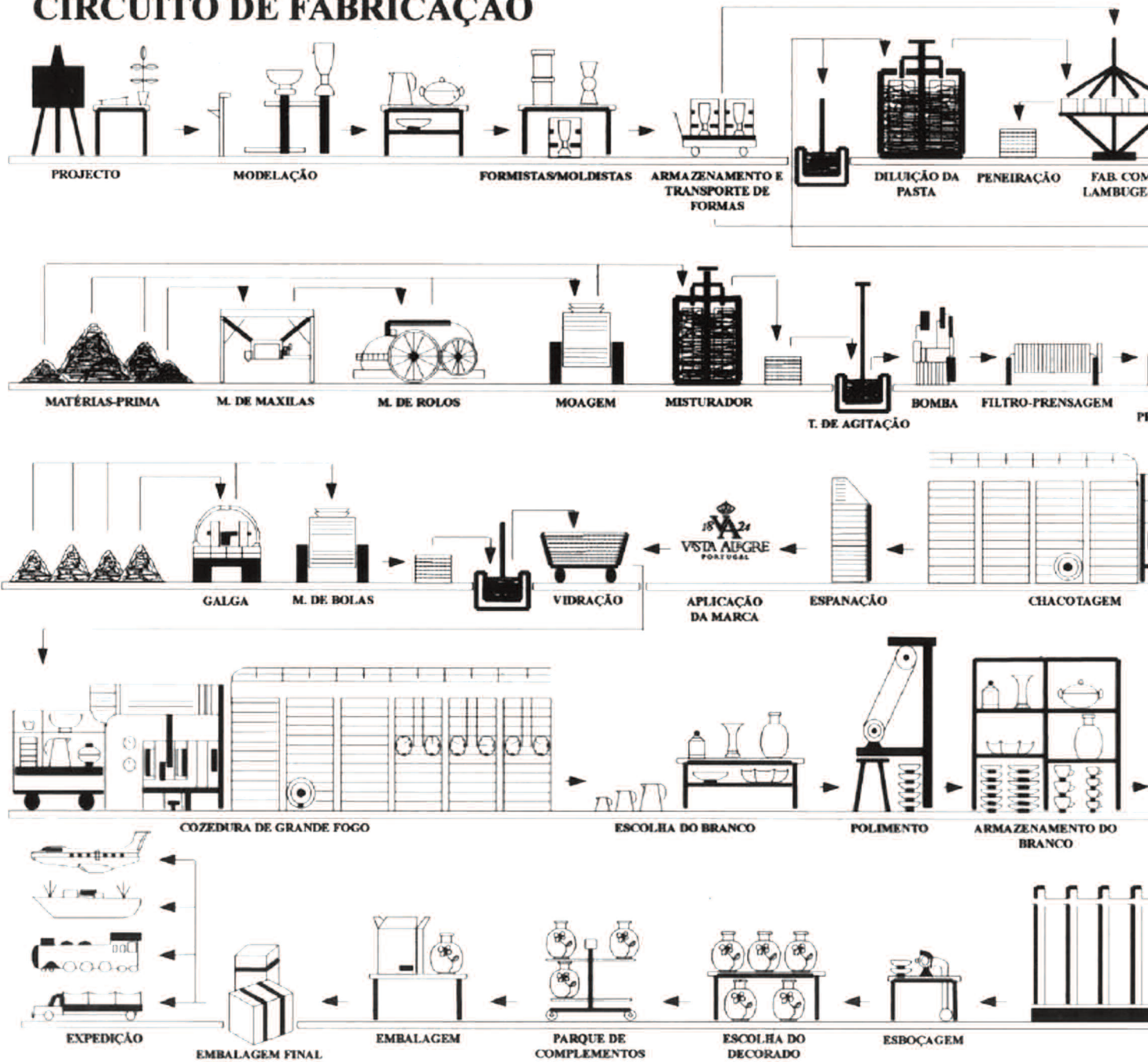
⁴ Prato VAA com amostras de cores sob porcelana.

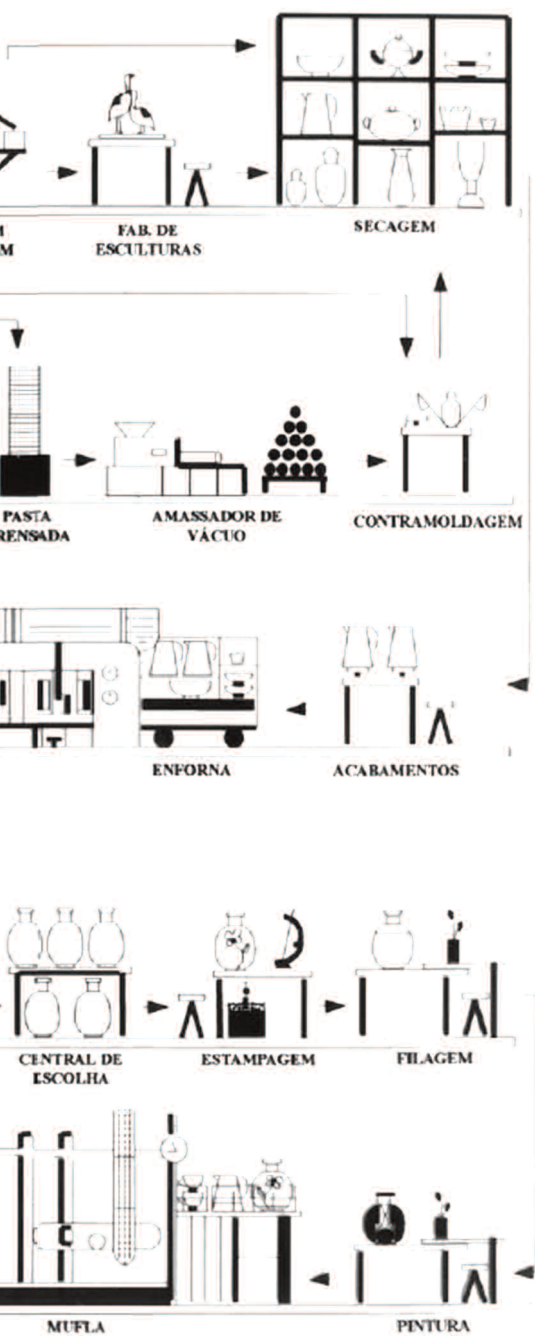


⁵ Processo de desenvolvimento e criação de novos produtos pela equipa de *design* interno da VAA.

Fábrica de Porcelana da Vista Alegre, S.A.

CIRCUITO DE FABRICAÇÃO







EQUIPA DE DESIGN

Com a aquisição da VAA pelo grupo Visabeira no ano de 2001, surgiu uma reestruturação da empresa a diversos níveis, nomeadamente na equipa de *design*. Por outro lado, retomou-se o lado criativo característico da história e filosofia da empresa, marcado pelo convite lançado quer a ACP (Artistas Criativos Portugueses) quer a criativos prestigiados a nível internacional, no qual se propõe a criação de edições limitadas e numeradas, exclusivas da VAA, de dois em dois anos.

Até 2001, a VAA era composta por uma equipa com *designers* internos sendo, no entanto solicitado trabalho *outsourcing*. Atualmente, a equipa de *design* é constituída por dois grupos:

1 o *design* interno referente à equipa que desde sempre existiu na empresa, por sua vez composta pelos criativos gráficos (Diana Borges, Alda Tomás, Margarida Cardoso e Ana Araújo) e de produto (Richard Williams, Alda Tomás, Hugo Amado e Bruno);

2 o *design* externo referente ao programa IDPool e ao trabalho *outsourcing*. O programa IDPool é direcionado a jovens criativos, em início de carreira, “visando a partilha de ideias e experiências” entre todos (IDPool, s.d., tradução livre), com todos os apoios necessários ao desenvolvimento de projetos a serem produzidos e comercializados pela VAA.

⁷ Vista panorâmica da Fábrica da Vista Alegre.



Desde Novembro de 2011, os *designers* e criativos Gonçalo Campos (Portugal), Bernardo Gaeiras (Portugal), David Marques (Inglaterra), Bruno Jahara (Brasil), Jade Folowiyo (Inglaterra), Romain Lagrange (França), entre outros, têm incorporado o programa IDPool e apresentado uma grande variedade de propostas (vasos, centros de mesa, peças de autor, decorações gráficas, etcetera), maioritariamente bem recebidas e aprovadas para produção e venda no mercado. No que refere ao trabalho outsourcing existe um vasto leque de artistas e *designers* convidados a desenvolver novas formas e de novas decorações. Na concepção de novas formas são exemplos Carsten Gollnick, Bartek Mejor¹⁵, Patrick Norguet¹⁶ ou Stephanie Hering. Em termos de novas decorações, Eduardo Nery (Figueira da Foz, 1938)¹⁷, Joana Vasconcelos (Paris, 1971)¹⁸, Manuel João Vieira (Lisboa, 1962)¹⁹, Pedro Calapez (Lisboa, 1953)²⁰, Nadir Afonso (Chaves, 1920)²¹ e Malangatana Valente Ngwenya (Moçambique, 1936 - Matosinhos, 2011)²² foram alguns dos autores de exclusividades VAA.

¹⁵ Jovem *designer* natural da Polónia.

Licenciou-se em Cerâmica na Bath School of Art & Design, Inglaterra, em 2007. Em 2008 foi considerado o melhor *designer* com menos de 30 anos na Feira Internacional de Tendências de Munique (Alemanha), na qual ganhou o prémio “Talent Design Award”. No ano de 2011, adquire o título de Mestre em Cerâmica e Vidro pela Royal College of Art.

¹⁶ *Designer* francês com longo percurso profissional do qual se destacam diversos projetos (produto e interiores) desenvolvidos para diversas marcas prestigiadas como Louis Vuitton, Paloma Paris, Capellini, De Vecchi ou VAA.

¹⁷ Pintor e artista plástico português, autor da “Taça Africana” desenhada para a VAA em 2008.

¹⁸ Artista plástica portuguesa, cujo trabalho se destaca pela “apropriação, descontextualização e subversão” de objetos do quotidiano. Autora da peça “La Tache”, em 2010, para a VAA.

¹⁹ Artista plástico, músico e professor com grande presença ativa e por vezes controversa na cultura e política nacional. O seu nome está associado às bandas “Ena Pá 2000”, “Irmãos Catita” e outras, assim como ao teatro e ao cabaret Maxime em Lisboa, do qual é proprietário. Para a Vista Alegre, foi autor do “Cilindro Lindo” em 2009.

²⁰ Artista plástico português, distinguindo-se na pintura abstracta. Foi, em 2009, autor de “Gunpowder” da VAA.

²¹ Arquiteto, pintor e pensador português. Em 2011, criou “Copacabana” para VAA.

²² Artista plástico e poeta moçambicano, com grande prestígio internacional. Foi autor da peça “Malangatana” para a VAA em 2011.



CAPÍTULO 2

DESCRIÇÃO E ANÁLISE DE ATIVIDADES
REALIZADAS NO ÂMBITO DE ESTÁGIO

8 “Obice” ▶

Vaso em cristal por Romain Lagrange,
residente IDPool'12.

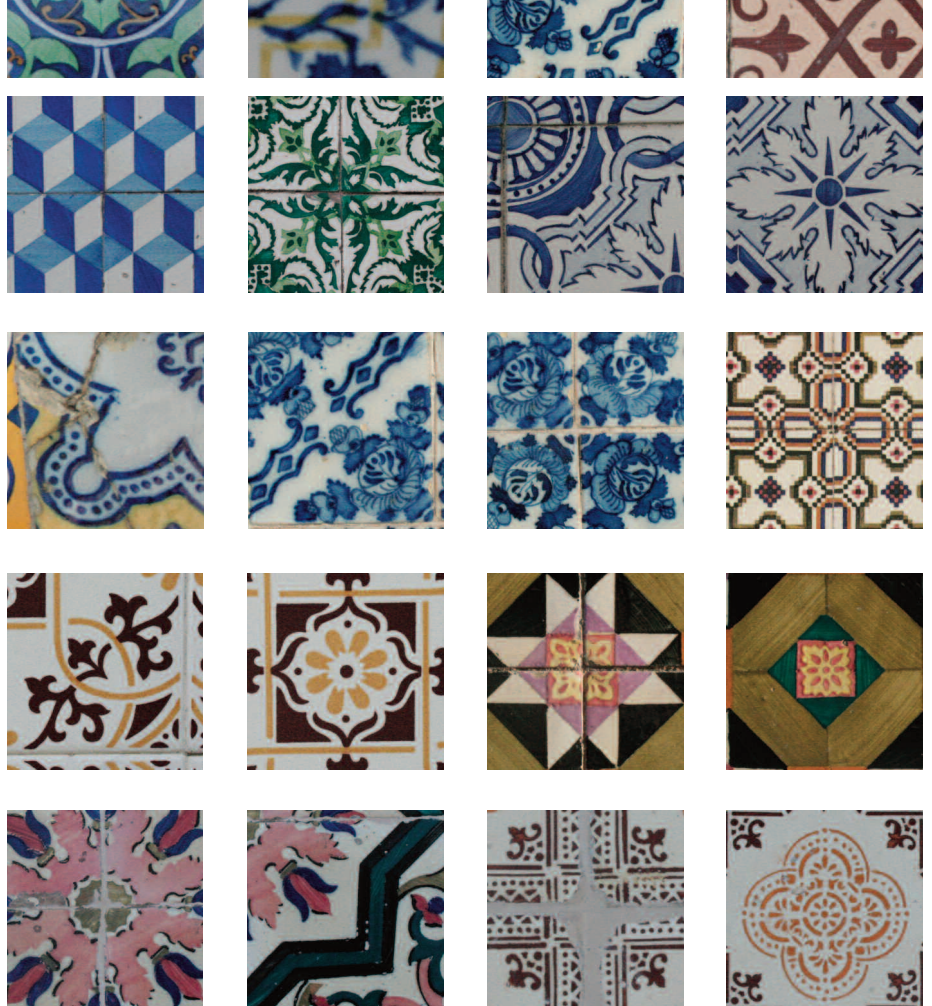
INTEGRAÇÃO NA VISTA ALEGRE

O projeto IDPool é uma das iniciativas mais recentes da VAA, realçando uma vez mais o espírito empreendedor e inovador característico da empresa. Os jovens criativos que por aqui passam são convidados a desenvolver novos produtos e novas decorações gráficas, exclusivas à VAA, a serem produzidas e comercializadas pela empresa. Aos criativos é-lhes disponibilizada uma residência com todas as condições necessárias à sua estadia, sem quaisquer gastos associados. É igualmente disponibilizado um espaço de trabalho nas instalações da VAA, nas quais podem aceder ao arquivo histórico da empresa bem como às diversas capacidades técnicas e produtivas que a empresa disponibiliza.

Pessoalmente, tive a oportunidade de desenvolver quatro propostas em ambas as vertentes do *design*, produto e gráfico. Foi um período riquíssimo e de grande dinamismo. Acumulando as actividades académicas mais específicas, foi-me permitido ter os primeiros contactos com o universo VAA, com os exemplos do *design* e produtos de cerâmica e ainda de participar nas atividades IDPool.

Na IDPool foi possível explorar duas propostas formais, entre as quais “Vénus” e duas propostas gráficas inspiradas no azulejo Português. O projeto “Vénus”, um jarro centro de mesa, foi inspirado na elegância e sensualidade da silhueta e mundo feminino. Este diferencia-se das jarras que nos são comuns, pelas suas formas orgânicas e leitura visual horizontal. No que respeita às propostas gráficas, surgiram de uma vasta pesquisa visual ao azulejo português existente em abundância e com grande diversidade na zona de Ovar, conhecida como “A Cidade do Azulejo”.

◀ 9 Interior das instalações de uma das duas casas disponíveis aos criativos IDPool, e outros convidados pela VAA.



▲ 10 Paredes revestidas a azulejo. Ovar.



▲ 11 Proposta gráfica inspirada no azulejo Português (decalque).

◀ 12 Projeto "Vénus", da minha autoria, VAA IDPool.

ATIVIDADES REALIZADAS NO ÂMBITO DO ESTÁGIO



No período decorrido entre Fevereiro e princípios de Junho foram realizadas várias atividades: a elaboração o projeto “S” e ainda de propostas formais e gráficas que resultaram das exigências da empresa apresentadas. Houve reuniões regulares com os engenheiros de produção Sousa Bastos e Carla Castilho durante todo o período.

O trabalho em equipa existente entre o *design* interno e a engenharia de produção é notório e indispensável, culminando em produtos de qualidade evidentes. As visitas à zona de produção da fábrica foram frequentes e tiveram o intuito de garantir que o produto estivesse bem finalizado e pronto para venda. Era necessário certificar, dependendo do produto, a existência de folgas (como por exemplo, nos bules, o encaixe da respetiva tampa), a espessura e outros detalhes resultantes do processo de produção e que poderiam comprometer a qualidade e a ideia do *designer* e autor. No caso de existência de imperfeições, o engenheiro e o *designer* procuram resolver os problemas detetados com fim a obter um produto final agradável e funcional.

O contacto frequente entre engenheiros de produção e os designers é também marcado pelos pedidos regulares de novos produtos solicitados por empresas (por exemplo, a Nespresso) e/ou entidades particulares (os pedidos dos chefes de cozinha são um caso frequente, como por exemplo, os chefes Ljubomir Stanistic ou Vitor Matos). Os engenheiros são comumente mediadores entre *Designers* externos e *design* interno (trabalho *outsourcing*, requerido pela VAA, por exemplo, a Carsten Gollnick ou a Bartek Mejor e, mais recentemente, a Stephanie Hering).

De um modo geral, existem também, semanalmente, reuniões da equipa de *design* interno, requeridas pela Dra. Maria Helena da Bernarda. Novos projetos, novos *briefings*, novas propostas formais e gráficas, otimização de *styling* de propostas gráficas

aprovadas recentemente, são todo um conjunto de assuntos possíveis de abordar nas reuniões em questão. As propostas debatidas dependem da fase vivenciada na empresa: se em uma época cuja produção é branda ou intensa ou, dependendo do cliente a que se dirige (cliente Vista Alegre, cliente *outlet*, cliente Casa Alegre, entre outros mais). Há ainda que considerar o mercado, seja nacional ou internacional, dado haver particularidades diferentes e até antagónicas, como são o caso do mercado Espanhol (*El Corte Inglés*, com um grande apreço pelas decorações florais) ou Americano (temos o exemplo das taças de cereal que, em comparação e contrariamente aos restantes mercados a nível mundial, são de volume mais pequeno).

Com o decorrer do tempo e a integração gradual na equipa de *design* interno tornou-se consciente de que o trabalho do *Designer* vai além da concepção de um produto. É o caso dos conhecimentos de venda e Marketing que têm de ser considerados impreterivelmente (temos como exemplo o *El Corte Inglés*, como foi referenciado anteriormente, ou clientes da Arábia, cujas decorações são ricas em dourados). Por outro lado, o contacto diário com os diversos profissionais da empresa (engenheiros, designers, marketeers, modeladores, pintores, entre outros), bem como com o mundo da porcelana, permitiu-me adquirir um maior conhecimento e domínio do material e dos métodos e técnicas de produção existentes.

Todas estas vivências e novos conhecimentos reforçaram a paixão e convicção interna de que esta é a minha área profissional de eleição.



◀ 13 Zona de decalque da fábrica VAA.



◀ 14 Serviço de mesa de Hering Berlin.



▲ 15 Serviço "Silkroad" da autoria de Carsten Gollnick para a VAA.

◀ 16 "Quartz" da autoria de Bartek Mejor para a VAA.

¹⁷ A modelar e esculpir um prato na zona de modelação. Fevereiro de 2012.



PROPOSTAS VISTA ALEGRE

No grupo VAA há todo um trabalho de equipa (*designers*, *marketeers*, engenheiros, responsáveis de vendas, entre outros) fundamental ao sucesso da empresa. O *designer* é um elemento fulcral na medida de que é responsável pela criação de novas soluções de produtos e serviços que, por um lado visam a satisfação dos clientes e por outro, despertam novas necessidades que garantem a continuidade e crescimento económico da empresa (Lobach, 2001). Para tal, há um conhecimento contínuo das tendências de mercado adquirido em visitas e/ou presença regular em feiras (*Maison & Object*, França) e uma consulta regular de publicações (revistas, internet, livros, etcetera). Têm por objetivo observar as tendências com vista à criação de novos produtos ou propostas gráficas de decoração Vista Alegre, quer nas porcelanas como no vidro e cristal, mas também para novas decorações de marcas pertencentes à empresa, como a Casa Alegre, ou direcionadas a épocas, entidades e mercados específicos a que a empresa oferece soluções (o *El Corte Inglés* do mercado espanhol, é um exemplo comum).

Deste modo, as propostas desenvolvidas pela equipa de *design* interno têm que, impreterivelmente, ter consciência do cliente/mercado a que se dirigem exigindo uma pesquisa intensa e continuada. Há também ocasionalmente, pedidos de novos produtos devido a uma menor oferta da VAA relativamente a gamas de produtos mais específicas, como são exemplo, os serviços de mesa ou chá/café, centros de mesa, “*gift*”²³, entre outros. Neste contexto, surgiram diversos *briefings* aos quais era necessário dar resposta, enquanto membro (ainda que provisório) da equipa de *design* interno.

²³ Conjunto de produtos geralmente de pequenas dimensões, a serem adquiridos num contexto de prenda.

“CASA ALEGRE”

A marca Casa Alegre foi, durante anos, uma marca bem sucedida com uma oferta diversificada de produtos, acessíveis ao consumidor em geral. Contudo, nos tempos que decorrem, com a crise instalada na Europa e em Portugal, têm aumentado os riscos e dificuldades de muitas empresas e, neste quadro, a marca Casa Alegre sentiu uma quebra crescente das suas vendas.

Com o intuito de recuperar e relançar a marca, a VAA considerou relevante o planeamento de novos objetivos e a projeção de uma nova dinâmica para a Casa Alegre, garantindo o seu sucesso face às características atuais e futuras do mercado. Deste modo, o trabalho desenvolvido pela equipa de *design* foi e é fundamental para o plano delineado para a marca. Dado tratar-se de uma nova aposta de mercado da VAA ainda por inaugurar, por questões de respeito e ética, a descrição das atividades referentes à Casa Alegre será por vezes pouco pormenorizada sendo, no entanto, de referir que o tempo necessário à exploração, apresentação, discussão e optimização das propostas foi intenso e demoroso, tomando uma parte considerável do período de estágio.²⁴

O desafio lançado à equipa de *design* interno previa a coexistência de públicos e ambientes divergentes (o rústico e o citadino, o contemporâneos ou o vintage) requerendo uma exploração diversificada de propostas. O processo criativo foi individual, tendo existido somente uma partilha de propostas já concluídas: por um lado, era preservado o espírito de equipa e, por outro, a troca de opiniões era benéfica na medida em que permitia o aperfeiçoamento das propostas de cada criativo. A partilha de conhecimentos face aos programas usados foi também marcante ao longo deste processo criativo, evidenciando-se uma vez mais o espírito de equipa.

A desconstrução do conceito Casa Alegre foi, a título pessoal, o ponto de partida para a sua exploração projetual. As memórias, o espírito alegre, o ambiente familiar, a natureza e o equilíbrio foram algumas das palavras-chave para o desenvolvimento do projecto, associadas a uma paleta de cores neutras e alegres. De um conjunto de ideias exploradas, somente duas foram consideradas para conclusão e apresentação: queques, o *capitoné*²⁵, as memórias e lembranças preservadas nos baús, as folhagens, entre outros, foram todo um conjunto de conceitos que tive em consideração. Das várias ideias exploradas foram realizadas as propostas “Areca” e “Vintage” para exibição à equipa. Ambas foram bem sucedidas e aprovadas sendo consideradas mais oportunas para decorações Vista Alegre e El Corte Inglés (mercado espanhol).

²⁴ Enquanto estagiária que foi na VAA, e em comparação a qualquer pessoa que aceda aos novos produtos em desenvolvimento na empresa, é necessária total confidencialidade dos mesmos até à sua publicação ou venda. Tendo em consideração que a redação e entrega deste relatório antecede o lançamento e venda dos novos produtos Casa Alegre, não poderei descrever quais os projetos realizados neste âmbito. Contudo é de se considerar que foi longo o período necessário à exploração e conclusão das diversas propostas Casa Alegre.

²⁵ Efeito decorativo adquirido com a criação de relevo com botões. É um efeito que nos frequentemente usado em poltronas, sofás, cadeirões, almofadas, entre outros.

“ARECA”

- Pesquisa visual relativamente à Arte Neoclássica: influência direta das pinturas existentes no jarrão com paisagem, cerâmica Capodimonte do Palácio Nacional de Capodimonte, Nápoles.
- Exploração gráfica manual de elementos florais, posteriormente manipulados e tratados em Photoshop.
- Obteve-se como resultado final uma proposta requintada, fresca, jovial e, principalmente, eficiente.

“VINTAGE”

- As memórias e o saudosismo foram as palavras de ordem no decurso do desenvolvimento projetual, surgindo os papeis de parede característicos dos anos 50, bem como as especiarias emblemáticas do ambiente gastronómico.
- Foi um trabalho de longa exploração gráfica manual de forma a não perder a expressão do risco e, de forma a manter a coerência.

Ambas as propostas, como já foi referido, foram bem sucedidas e aprovadas num contexto concorrencial com outras propostas criadas pelos colegas de equipa.

Um produto ou solução gráfica finais é sempre resultado de uma escolha criteriosa realizada antecipadamente a partir de um conjunto diversificado de opções. Por outro lado, no meio fabril, há também a problemática da produção que inibe a aprovação de todos os projetos devido a despesas e lucros associados sendo, por vezes, adiado o prosseguimento de alguns projetos formais e gráficos.

Todo e qualquer processo criativo existente na VAA percorre um conjunto de fases: após a apresentação do *briefing* à equipa, ocorrem diversas reuniões periódicas com a presença de todos os elementos pertencentes ao *design* interno, com fim à partilha, discussão e seleção de ideias a serem aperfeiçoadas; de seguida é realizado o *styling* das propostas gráficas elegidas, sendo novamente submetidas à apreciação de toda a equipa. Estas, por sua vez, são apresentadas mais tarde em reuniões de Comité, isto é, encontros compostos por profissionais influentes na VAA (chefes de Marketing, vendas,

engenharia e design) que podem vetar o prosseguimento dos projectos formais e gráficos exibidos.

Derivado à reunião de Comité, algumas das propostas “Casa Alegre” retornaram à equipa de design interno, para que fossem repensadas. Um dos conceitos considerado oportuno e interessante do ponto de vista das vendas mereceu avaliação menos positiva do ponto de vista gráfico. Por isso parte da equipa do *design* interno, onde eu estava integrada, ficou incumbido de explorar novas propostas considerando o conceito em causa. Foram apresentadas cerca de 15 propostas desenvolvidas pelos diversos elementos elegidos. Contudo, nenhuma solução pareceu resultar o que fez cessar o pedido e nos fez experimentar um sentimento de frustração.









PORCELANA DECORATIVA

A Vista Alegre, pela sua história e prestígio, é detentor de uma vasta gama de produtos no mercado, destacando-se pela elegância e requinte. Contudo, a direção do *design* e de vendas do mercado espanhol, considerou haver uma fraca oferta de produtos decorativos, especialmente quando solicitadas novas decorações a Artistas nacionais e internacionais. Nessa perspectiva, aquando do período terminal do estágio em meados de Maio, foi lançado um novo briefing²⁶ à equipa de *design* de produto, requerendo a criação de novas formas para porcelana decorativa.

O conhecimento das origens e história da porcelana e cerâmica seria determinante no processo criativo, bem como oportuno ao propósito do *briefing* lançado. Deste modo, prosseguiu-se para a pesquisa e consulta de livros existentes no arquivo da VAA e à leitura textual e visual (imagem e vídeo) disponíveis na internet, de forma a compreender não só a história mas também os processos e peças mais emblemáticas. O vídeo “The porcelain Road” (Alpart & Xiao, 2011) foi, neste contexto, essencial à compreensão das origens da porcelana e dos seus processos criativos disponíveis na época. Tudo indica que a origem da porcelana foi na China na província de Jingdezhen cerca de 300 a.C. e que, ao longo do tempo, terá tomado diferentes proporções e características, de acordo com as dinastias e épocas Chinesas. Todavia, foi no Neolítico que as primeiras peças em cerâmica terão surgido, para transporte de líquidos e conservação de alimentos. Mais tarde, terão sido criadas as primeiras peças decorativas, pintadas com elementos gráficos tribais e geométricos monocromáticos. No decorrer da pesquisa, foi especialmente fascinante abordar os processos de olaria empregados para a fabricação das peças, sem esquecer que era o único meio de produção disponível. A base das peças, do ponto de vista pessoal, é das características mais notórias nas porcelanas chinesas, bem como as formas simples, curvas e alongadas que nos fazem

recordar a silhueta feminina. Algumas destas peças, consoante a época e dinastia em que foram concebidas, continham também asas que facilitavam o transporte e funcionalidade das mesmas, além de lhes fomentar a elegância formal. Há outras características que lhes são inerentes, como as decorações, texturas e vidrados (celadon).

As peças finais exibidas resultaram da procura de formas simples, elegantes, autênticas, clássicas e igualmente modernas. Pretendia-se apresentar, assim, uma linha de decorativos que permitissem a sua decoração mas que, fossem igualmente interessantes em branco, despojadas de qualquer expressão gráfica. Num primeiro momento foram exploradas diferentes ideias das quais resultaram centros de mesa em forma de prato, jarros e potes. A sua modelação e renderização permitiu-me uma apresentação fotorealista das diferentes propostas aos restantes elementos da equipa de design interno. Em discussão com os colegas de equipa definiu-se a continuidade e optimização de alguns projetos como “Jingdezhen”, “Yan” e “Medusa”.

Os nomes “Jingdezhen” e “Yan” provêm da própria cultura e história da porcelana: a primeira, refere-se à província Chinesa onde as primeiras peças de porcelana terão sido produzidas, como já foi mencionado; o segundo, é o nome de uma dinastia da história da China, uma das mais marcantes na história da porcelana.

²⁶ Pedido feito aos *designers* solicitando novos produtos/decorações gráficas, esclarecendo o público-alvo/cliente/entidade a que se destina e quais as condições gerais do pedido em causa.



◀ 20 Neolítico.



21 "Lotus Bud". Dinastia Sung do Norte. ▶

◀ 22-23 Celadon.



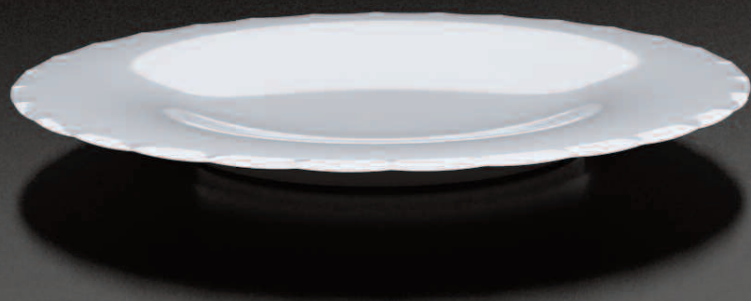
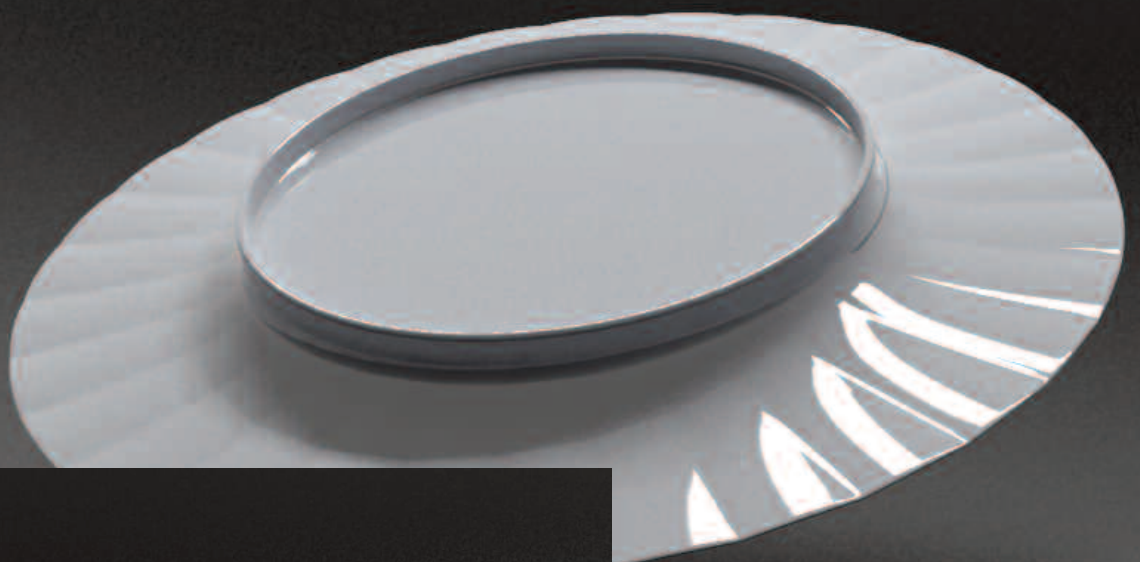
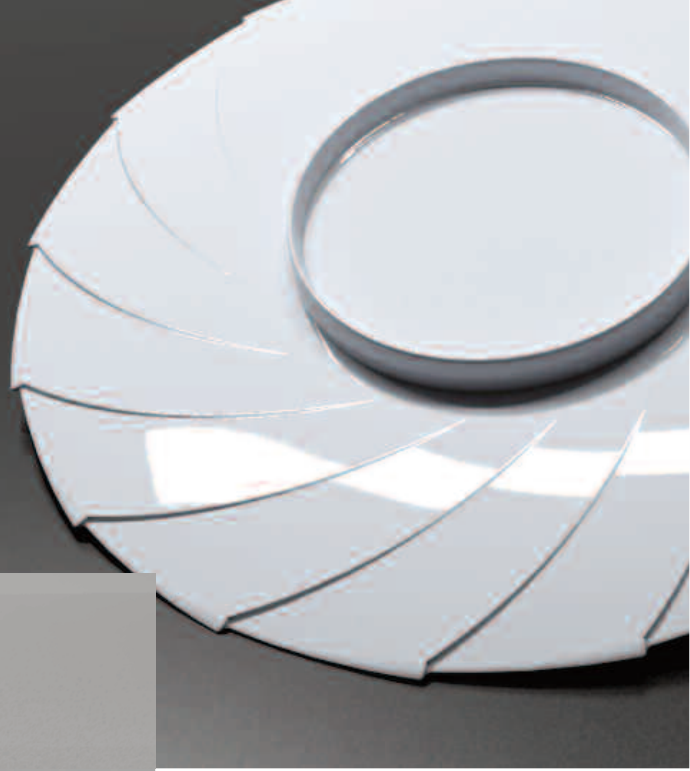
◀ 24 Jarrão por Jim Connel, inspirado nas origens da cerâmica..



▶ 25 Jarrão para transporte de líquidos. Neolítico.

26 Superfície posterior de um dos
centros de mesa propostos. ▶

▼ 27 Proposta de um conjunto decorativo.



▲ 28 Superfície posterior de um dos
centros de mesa propostos.

◀ 29 Proposta para centro de mesa.



O conjunto “Jingdezhen” resultou da exploração formal de um primeiro jarrão individual, no qual ressalta o contraste visual criado entre o “exagero” dimensional do corpo e a elegância formal do jarrão e do seu bocal. É um centro de mesa de altura muito reduzida, cerca de 88 milímetros, em contraste com o diâmetro do corpo com cerca de 183 milímetros com uma base de aproximadamente 14,5 milímetros de altura, tão emblemática da porcelana chinesa. Os restantes elementos do conjunto surgiram da exploração formal das características que mais se destacam do elemento principal. Foi desenvolvido um segundo jarrão com um gargalo mais alongado cuja altura é cerca de metade da altura total do jarrão, dando continuidade à sua elegância visual. A verticalidade do gargalo contrasta com o corpo do jarrão, baixo e largo, com cerca de 350 milímetros de diâmetro. O terceiro elemento formal deste conjunto diferencia-se pelo alongamento da base e elevação do corpo do jarrão cujo diâmetro mantêm as mesmas dimensões dos outros dois elementos do conjunto. “Jingdezhen” é quase que uma melodia musical: as diferenças de altura de cada elemento complementam-se entre si dando um grande dinamismo visual ao conjunto.



▲ 31 Conjunto “Jingdezhen”.



“Yan” é um projeto inspirado na porcelana desenvolvida ao longo da dinastia Yan, cujas peças eram formalmente semelhantes ainda que bastante diversificadas e ricas em termos pitorescos. Com base neste conceito surgiram os elementos do conjunto “Yan”: ainda que similares em termos formais, diferenciam-se pelas particularidades e em termos dimensionais. A elegância presente em todos os elementos é enaltecida com linhas verticais existentes no gargalo que, segundo uma leitura visual de cima para baixo, se desvanecem à medida que surge o corpo das

◀ 32 Conjunto “Yan”.



jarra.

O projeto “Medusa” é um projeto de grande simplicidade formal mas com grande elegância visual. A sua forma surgiu do desejo de desenvolvimento de uma peça moderna ainda que inspirado em diversas peças da história da porcelana chinesa. As taças de chá chinesas “Chawan” foram a base para o desenvolvimento da proposta, dada a sua simplicidade e elegância formal. A noção de verticalidade enquanto elegância visual deu origem a um vaso de paredes finas com uma silhueta simples. Por outro lado, por influência do trabalho de Jim Connell²⁷, por sua vez influenciado pela porcelana chinesa, foram também exploradas texturas a serem trabalhadas na superfície do vaso, de modo a que não se anulasse a sua pureza visual. O resultado final foi um vaso com cerca de 285 milímetros de altura e 276 de diâmetro, aproximadamente, formalmente e visualmente simples com uma textura muito subtil, que surge da base do vaso e que desvanece

²⁷ Professor e ceramista americano, cujo trabalho é inspirado nas peças em porcelana das dinastias Sung e Tang e também, da época do Neolítico.

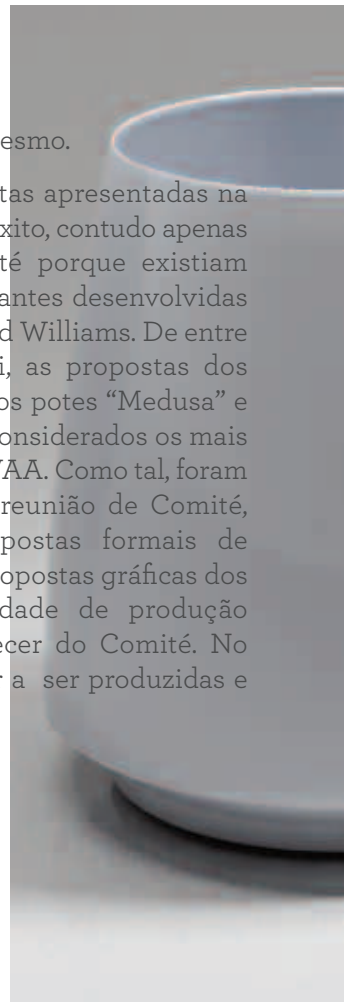


▲
³³ Versão final do vaso “Medusa”.

na vertical ao longo do corpo do mesmo.

Na sua maioria, as propostas apresentadas na reunião de *design* interno tiveram êxito, contudo apenas algumas poderiam prosseguir, até porque existiam também outras propostas interessantes desenvolvidas pelos colegas Alda Tomás e Richard Williams. De entre todos os projetos que apresentei, as propostas dos conjuntos de jarras “Jingdezhen”, os potes “Medusa” e os centros de mesa “Yuan” foram considerados os mais apropriados à ocasião e à filosofia VAA. Como tal, foram posteriormente apresentados na reunião de Comité, juntamente com as outras propostas formais de decorativos, bem como as novas propostas gráficas dos colegas de gráfico. A possibilidade de produção imediata foi anulada com o parecer do Comité. No entanto, podem eventualmente vir a ser produzidas e comercializadas no futuro.

³⁴ Versão inicial do vaso “Medusa”. ▶



PROJETO “S”

O projeto “S” (Sénior) decorre de dois factores: primeiro, o interesse pessoal e profissional pelas causas sociais, desejando cooperar de algum modo nesse sentido; segundo, no âmbito do Mestrado, surge enquanto cruzamento entre as aplicações de competências em contexto de estágio. Os elementos formais e teóricos foram sendo testados em função dos materiais e técnicas disponíveis na empresa.

“SOU O QUE O ADOLESCENTE JAMAIS ENCONTRARÁ, O QUE O VELHO PROCUROU EM VÃO DURANTE MEIO SÉCULO, O QUE A MULHER DESEJAVA PARA SEGURAR QUEM A DEIXOU. COMPREENDEM, ENTÃO, POR QUE ME ESCONDO? NÃO QUERO QUE OS SONHOS ACABEM.”

(GRETA GARBO, 1990)

FENÓMENO DO ENVELHECIMENTO DA POPULAÇÃO E INTERVENÇÃO DO *DESIGNER*

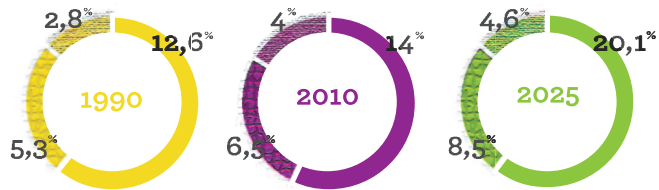
O envelhecimento da população tem sido um dos fenómenos sociais mais evidentes no século XX e que permanece no século XXI, tanto a nível nacional como em todo o mundo. Segundo os dados demográficos do INE (2009), há uma tendência para o crescimento da população idosa consequente do aumento da longevidade e, ao mesmo tempo, a diminuição da fecundidade e das taxas de natalidade. Esta conclusão também é partilhada pela US Censos Bureau (citado por Squire, 2005), cujos os estudos demográficos revelam que em um período de 35 anos a percentagem de pessoas idosas duplica. Deste modo, conscientes da revolução social em curso, torna-se emergente a reflexão em diversas áreas de atividade, assim como dos produtos existentes no mercado (Robert, 1995).

O processo de envelhecimento pessoal ou individual é um processo que apresenta uma enorme variação em termos individuais. Apesar de se definir com uma idade de referência, como por exemplo a reforma²⁷, os parâmetros fulcrais como a condição física e psíquica do indivíduo fruto das características do seu organismo, de factores genéticos, assim como das condicionantes temporais e ambientais, não são especificidade para a definição clara da “pessoa idosa” (Neri, 2001). No entanto, a perda

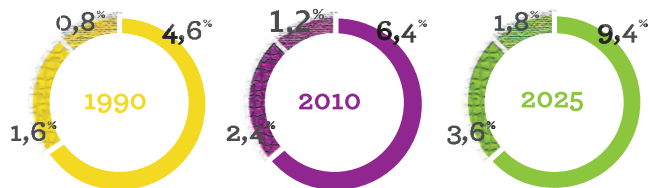
²⁷ Hoje vivemos uma intensa discussão sobre a idade dos 65 anos. Vem todo um conjunto de apontamentos sobre o alongamento ou adiamento da idade da reforma em função do aumento da esperança de vida e das necessidades económicas.

◀ 35 Casal de pessoas idosas.

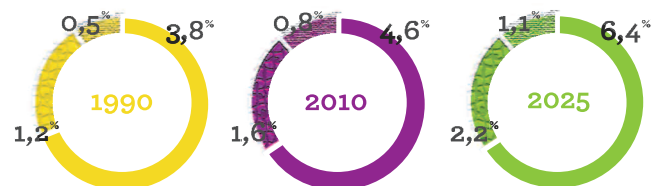
AMÉRICA DO NORTE



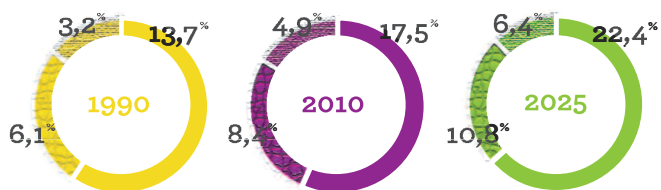
AMÉRICA LATINA / CARAÍBAS



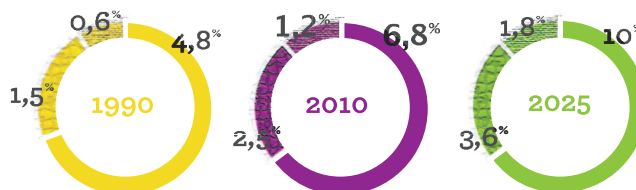
NORTE DE ÁFRICA



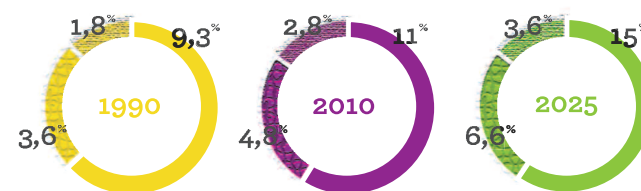
EUROPA



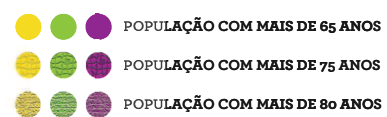
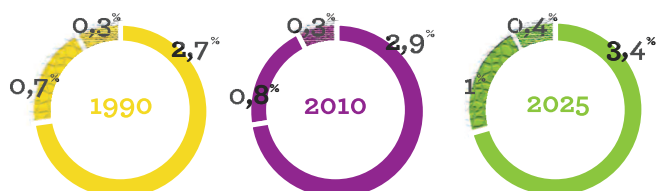
ÁSIA



OCEÂNIA



AFRICA SUB-SAHARIANA



progressiva das capacidades físicas e mentais do indivíduo conseqüentes da senescência própria do ser humano são, um conjunto de aspetos bio-psicosociais que nos facilitam a identificação da “pessoa idosa”. Esta, numa perspetiva comum, é comumente caracterizada pelo surgimento de rugas resultante das alterações de elasticidade da pele, pela ausência de pigmentação do cabelo (cabelo grisalho), pela diminuição de altura conseqüente da curvatura gradual da coluna vertebral, da deterioração e perda de dentes e pelo surgimento das chamadas “sardas da idade” (Squire, 2005).

Ao longo dos anos, o envelhecimento social tem sido abordado pelas diferentes culturas de uma forma variada (Martins & Santos, 2008): atualmente, há uma percepção social preconceituosa face à pessoa idosa, tendencialmente considerada como um fardo social e associada a uma imagem de decadência e inutilidade (Squire, 2005). A sociedade protela e tende a ignorar a fragilidade física e mental, vulgarmente consideradas normais na pessoa envelhecida. Por isso, a sua saúde e bem-estar são frequentemente desprezadas bem como as suas necessidades, desejos, capacidades e direitos: “todos têm direito a um padrão de vida que assegura a saúde e bem-estar de si mesmo e da família, incluindo comida, roupa, habitação, cuidados médicos e serviços sociais necessários, e o direito à segurança em caso de desemprego, doença, deficiência, viuvez, velhice ou outras falhas de meios de sustento em circunstâncias fora do seu controlo” (UN, 2003, tradução livre). O preconceito social, a escassez de espaços e/ou condições de infra-estruturas próprias à sua condição física e, por vezes, o desconhecimento ou recusa de qualquer ajuda existentes ao seu alcance (Ecclesia, 2011) agravam a sua vulnerabilidade. Esta fragilidade gera o sentimento de tristeza e depressão. Decorrem também diversas patologias clínicas desencadeadas pela carência de cuidados fisiológicos: a fraca visão e audição, as doenças de Alzheimer e reumáticas, os derrames cerebrais e a lentidão de movimentos são todo um conjunto de doenças e dificuldades que podem ser evitadas com uma atitude mais atenta e mais positiva por parte de todos os cidadãos (Squire, 2005).

As doenças reumáticas são mais frequentes na pessoa idosa, com patologias mais ou menos graves, e podem atingir globalmente cerca de um quarto da população Portuguesa. Esta doença é incapacitante

para o seu portador, essencialmente devido às dores e à deformação que decorre da doença: há uma inflamação das articulações, com principal incidência nas mãos, cotovelos e pés, dificultando a realização de atividades diárias e, por consequência, influenciando de alguma forma a auto-estima da pessoa idosa (Guerra, 2011). A mão é, não só para o jovem idoso como para qualquer indivíduo, a sua ferramenta de contacto e interação para com o meio, sendo um grande responsável pela qualidade de (in)dependência e autonomia do sujeito. As suas funções deterioram-se no decurso do fenómeno do envelhecimento, por um lado, como já foi referido, dada a carência de cuidados alimentares e médicos e, por outro, devidas às alterações degenerativas surgidas, resultantes da modificação estrutural do corpo assim como das mudanças neurais (Biomed Gerontology, s.d.). É com regularidade que a pessoa idosa se vê privada dos seus movimentos e das ações devidas a dores, assim como, dada a perda de capacidade da destreza manual e, por consequência, o surgimento da sensação de inutilidade e peso social e, ainda, a depressão (Fernandes, 2004). Por outro lado, o processo de envelhecimento promove potencialidades e novos recursos que compensa as perdas do envelhecimento (Ferreira, 2007), como o acumular de experiência e conhecimentos.

Os primeiros sinais e sintomas experimentados com o envelhecimento são articulares e a nível dos sentidos.

As doenças reumáticas são mais frequentes na pessoa idosa, com patologias mais ou menos graves, e podem atingir globalmente cerca de um quarto da população Portuguesa. Esta doença é incapacitante para o seu portador, essencialmente devido às dores e à deformação que decorre da doença: há uma inflamação das articulações, com principal incidência nas mãos, cotovelos e pés, dificultando a realização de atividades diárias e, por consequência, influenciando de alguma forma a auto-estima da pessoa idosa (Guerra, 2011). A mão é, não só para o jovem idoso como para qualquer indivíduo, a sua ferramenta de contacto e interação para com o meio, sendo um grande responsável pela qualidade de (in)dependência e autonomia do sujeito. As suas funções deterioram-se no decurso do fenómeno do envelhecimento, por um lado, como já foi referido, dada a carência de cuidados alimentares e médicos e,

por outro, devidas às alterações degenerativas surgidas, resultantes da modificação estrutural do corpo assim como das mudanças neurais (Biomed Gerontology, s.d.). É com regularidade que a pessoa idosa se vê privada dos seus movimentos e das ações devidas a dores, assim como, dada a perda de capacidade da destreza manual e, por consequência, o surgimento da sensação de inutilidade e peso social e, ainda, a depressão (Fernandes, 2004). Por outro lado, o processo de envelhecimento promove potencialidades e novos recursos que compensa as perdas do envelhecimento (Ferreira, 2007), como o acumular de experiência e conhecimentos.

Assim sendo, é fundamental rever, assumir e respeitar os direitos da pessoa idosa de forma a garantir o seu bem-estar de hoje que, curiosamente, será o nosso bem-estar de amanhã (Martins & Santos, 2008, p.7). Considerando o fenómeno do envelhecimento que se faz revelar nos dias de hoje e que prevalecerá em termos futuros, é emergente a reflexão profunda de muitas áreas de atividade (Robert, 1994), de forma a ajustar os recursos e serviços de apoio à pessoa idosa, bem como os produtos e espaços do meio envolvente (Bispo & Falcato, 2006).



“O DESIGN É UM PROCESSO DE ADAPTAÇÃO DO AMBIENTE «ARTIFICIAL» ÀS NECESSIDADES FÍSICAS E PSÍQUICAS DO HOMEM NA SOCIEDADE.”

(LOBACH, 2001, P.14, TRADUÇÃO LIVRE)

O *design* é uma área de atividade ainda pouco esclarecida, em parte devido à banalização do termo: a expressão “objetos com *design*” é regularmente usada fomentando a ideia de que o *Design* são objetos esteticamente interessantes ou tecnologicamente avançados (Lobach, 2001). Outra dificuldade prende-se com a subjetividade interpretativa dos teóricos e profissionais da área (Bonsiepe, 1992).

Surge-nos então a necessidade de definição do *design* face à sua complexidade de aplicação e subjetividade interpretativa. No entanto, de um modo geral, poder-se-há dizer que, considerando as circunstâncias tecnológicas, científicas, humanas e naturais (Maldonado, 1991), o *design* desenvolve produtos e serviços que visam responder às necessidades físicas e psicológicas assim como às aspirações e desejos do consumidor, promovendo o seu bem-estar, conforto, relaxamento, prazer e satisfação (Lobach, 2001). O *Design* “é sobre as pessoas” (SmartDesign, s.d., tradução livre).

Os produtos, espaços e serviços criados pelo *Designer*, resultam de um longo processo de criação fundamentais à obtenção de uma boa solução. O processo criativo percorre três etapas: a ideia, a fase de projeção (exploração da ideia) e, por último, a

materialização da ideia.

De forma a garantir o sucesso do projeto o *Designer* deverá proceder, primeiramente, a uma pesquisa aprofundada do utilizador a que se dirige. Por um lado deverá compreender as suas características e do seu meio e, por outro, as relações e interações com os objetos, intervindo segundo teorias, princípios e normas ergonómicas com fim a otimizar o seu bem-estar (Montmmollin & Darses, 2011). O *Designer* deverá também, fazer uma pesquisa e análise do mercado de forma a conhecer a oferta existente, as qualidades que mais se destacam, as lacunas e, as razões do sucesso e/ou insucesso dos produtos ou serviços disponíveis e assim, garantir a criação de uma solução diferente e inovadora. Surgem então as primeiras ideias, exploradas através de esquissos, modelos à escala, modelações 3D, renders e fotomontagens e, por último, os protótipos. O processo criativo passa pela consideração da função do objeto, pelo conhecimento de materiais e tendências do mercado, bem como das técnicas de produção. Há também a necessidade de contactar profissionais de outras áreas, que nos esclarecem as dúvidas e nos fornecem informação específica necessária ao prosseguimento do projeto. Concluída a fase de projeção, o produto é finalmente produzido, publicitado e comercializado.

Segundo Dieter Rams (1932, Wiesbaden)²⁸ e os princípios do Bom Design²⁹, os objetos e espaços projetados deverão considerar as características e dar resposta às dificuldades e necessidades do utilizador, proporcionando-lhe uma maior qualidade de vida (Pheasant, 2003). Deverá ser dada especial atenção aos portadores de doenças ou deficiências que, dada a sua condição, muitas vezes se vêm privados do uso de produtos, espaços e serviços, enfrentando diariamente situações de exclusão social (CPD, 2006). O *Designer* deverá consciencializar-se de que maneira poderá cooperar para uma sociedade mais justa (Papanek, 2007), certificando-se do bem-estar e conforto das pessoas que carecem de cuidados especiais, como são exemplo as pessoas idosas e os portadores de deficiências físicas ou mentais. As necessidades que são aqui frequentemente referidas devem ser analisadas minuciosamente, principalmente se relacionadas com atividades diárias.

Os produtos e espaços com os quais interagimos diariamente, são na sua maioria concebidos para o típico indivíduo jovem e saudável. Têm sido feitos esforços para a criação de espaços e produtos inclusivos que visem o conforto e segurança das pessoas com necessidades especiais. Todavia, a realidade é que a inclusão tem vindo a ser regularmente confundida com exclusividade: o caso das casas-de-banho públicas exclusivas a portadores de deficiências físicas, ao invés de casas-de-banho públicas masculinas e femininas inclusivas, são dos exemplos mais comuns.

É fundamental compreender que a inclusividade considera todo e qualquer cidadão e não apenas indivíduos com carências especiais (Bispo, & Simões, 2006). O *design* inclusivo é uma área imprescindível a esse nível na medida de que tem em mãos a responsabilidade de desenvolver produtos e serviços inclusivos ajustados às novas exigências do “novo modelo de utilizador” que prevalecerá no futuro: a pessoa idosa.

Considerando as características e limitações da pessoa idosa, considerou-se que a realização das refeições diárias seria um momento central de aplicação da metodologia de *design*. Optamos por escolher para o nosso público-alvo pessoas entre os 65 e os 74 anos, porque consideramos que após os 75 anos resultam processos de fragilidade e dependência que envolvem frequentemente para lá das ajudas técnicas, ajudas pessoais nas atividades básicas do quotidiano (Ferreira, 2007). Foi portanto, objetivo desta proposta, garantir soluções projetuais que potenciem essas capacidades adaptativas, facilitando a autonomia e independência do indivíduo através de um maior conforto na utilização de produtos quotidianos essenciais para a satisfação das necessidades básicas alimentares.

Neste âmbito surgiu o projeto “S”, um projeto que se pretendeu inclusivo e ergonómico, e que partiu da análise e observação mais pormenorizada das relações e interações do utilizador com os elementos de um serviço de mesa. Foi portanto objetivo deste projeto o desenvolvimento de uma nova solução que pudesse ser usufruída por qualquer cidadão, mas que também considerasse, respondesse e minimizasse as dificuldades

²⁸ *Designer* alemão, bastante influente no design do século XX e XXI, intimamente ligado à Braun. Autor dos dez princípios do Bom Design.

²⁹ O bom *design* é inovador; faz um produto ser útil; é estético, ajuda-nos a entender um produto; é discreto; é honesto; é durável; preocupa-se com os mínimos detalhes; preocupa-se com o meio ambiente. O bom *design* é o menos design possível.

enfrentadas diariamente pelo jovem idoso na realização das suas refeições.

ESTUDO E ANÁLISE DO MERCADO

O momento projetual foi precedido por uma extensa pesquisa (de Outubro de 2011 a início de Fevereiro de 2012), que conferiu um conhecimento mais profundo das pessoas idosas. A consulta bibliográfica incluiu temas como gerontologia, geriatria, envelhecimento, demografia, ergonomia, motricidade da mão, *design* inclusivo e/ou centrado no utilizador e ainda normas de qualidade e segurança alimentar a aplicar no produto. Tratou-se de um processo de investigação onde foram incluídos quer fontes bibliográficas (livros e artigos), visitas e consultas ao IPQ [Instituto Português da Qualidade], a hospitais e lares de idosos com fim à observação da pessoa idosa durante a refeição (interagindo com os objetos à mesa), bem como pelo diálogo informal quer com a pessoa idosa quer com profissionais da área (enfermeiros, médicos especialistas, ergonomistas, funcionários do lar, etcetera).

Já em contexto de estágio foi efetuada uma análise de mercado, cujos produtos visam satisfazer as necessidades existentes em condições similares:

- Ableware Medical Express, Swereco Medical Express (catálogo Medical Express)
- Oxo (Nova York), Bodum (Dinamarca), Zyliss (Suíça)
- Projeto “Inate”, Neelima Narayanan (Índia), 2011
- Projeto “Improving dining for older people”, Gregor Timlin (Inglaterra)
- Livros “Design meets disability” (Pullin, 2009) e “Proaesthetics” (Lanzavecchia, s.d.)
- Alda Tomás (Portugal), Aldo Bakker (Holanda), David Pier (Califórnia)
- Spal (Portugal), Rosenthal (Alemanha), Villeroy Boch (Alemanha), Mérdard Noblat (França), J.L Coquet (França)
- Driade Kosmo (Itália), Alessi (Alemanha), Norman

Copenhagan (Dinamarca), When objects work (Bélgica)

A realização das refeições diárias, é uma dessas atividades que com o tempo se tornam cada vez mais difíceis de concretizar, por consequência da dificuldade de manuseamento dos talheres (Narayanan, s.d.), do alcance do(s) prato(s) tido como pesado(s) ou, do copo, dadas as temperaturas elevadas da bebida líquida a ingerir (sentidas com a apreensão do copo), entre outros. A relutância existente por parte da pessoa idosa é por vezes solucionada pela utilização de produtos de plástico mais leves e formalmente ergonómicos e, portanto, mais confortáveis. No entanto, são regularmente, soluções impossíveis de empilhar quando armazenadas e, também, esteticamente desinteressantes e desenquadradas do restante serviço de mesa utilizado (Timlin, 2009).

Com esta análise, foi possível constatar lacunas ou peculiaridades menos positivas nos produtos disponíveis no mercado, assim como, reter as qualidades da oferta existente. Verificou-se que a leveza, o conforto, a elegância, o material e o preço seriam, portanto, algumas das particularidades fundamentais ao serviço de mesa “S”.



38 - 41 A realização da refeição pela
pessoa idosa. Lar de Idosos de Avanca.



Em conversa com o Eng. Sousa Bastos, engenheiro de produção, procurei saber quais as formas e/ou características que, do ponto de vista da engenharia e da produção, proporcionam às peças um maior grau de resistência e leveza, bem como métodos produtivos para que o produto tivesse custos mais reduzidos. Deste diálogo surgiram um conjunto de pontos conclusivos:

- No que respeita aos pratos, as formas circulares são as mais comuns e as mais resistentes pela inexistência de cantos perpendiculares; no entanto, a forma quadrada/retangular, é mais resistente que a circular nas suas extremidades laterais. Portanto, em termos de resistência, um prato cuja forma seja um intermédio entre a circular e a quadrangular é mais resistente e mais seguro. Além do mais é mais fácil e acessível de produzir.
- No que se refere às chávenas e canecas a filosofia é semelhante, ou seja, quando as paredes são planas, a sua resistência é maior em comparação as paredes curvas; o mesmo acontece com as asas que, sendo formalmente curvas são mais resistentes.
- Já o peso é algo variável dado que pode ser controlado na produção, consoante o processo [enchimento (normal ou alta pressão) e *roller*³⁰].

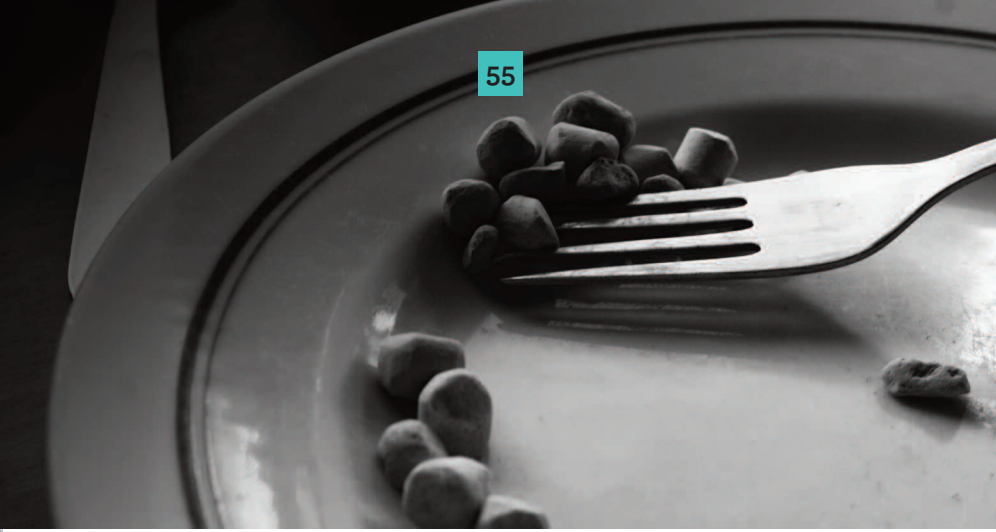
Com fim a complementar e concluir o processo de investigação necessário à exploração projetual, foi feita alguma pesquisa enquanto inspiração formal e decorativa. Na sequência das tendências do ano, o mar apresenta-se na qualidade de conceito, sintetizado visualmente em uma *themeboard*³¹.

DESENVOLVIMENTO DO PROJETO “S”

Considerando toda a investigação concretizada até então, procedeu-se ao processo criativo tendo como ponto de partida a exploração formal do prato principal do serviço. Tal resultou de todo um conjunto de processos exploratórios concebidos em um período consideravelmente extenso. Com base nas conclusões realizadas face à visita feita ao lar de idosos e centro de dia de Avanca procurou-se, numa primeira fase, compreender a relação do garfo/colher com o prato sem depender da ajuda da outra mão para apanhar o alimento. A realização de algumas modelações manuais com plasticina, interagindo com pratos já existentes, surgiu de forma a perceber como tal problema poderia ser solucionado. Por consequência do estudo realizado com plasticina, concluiu-se que seria benéfico do ponto de vista ergonómico, o hiperreforço das extremidades do prato, proporcionado assim, um maior conforto à mão do utilizador ao segura-lo. Foram depois realizados alguns esboços exploratórios da forma do prato, considerando a modelação

³⁰ Processo de fabricação automático, para peças de perfil circular em que o contra molde (peça de fabricação, em gesso ou aço, de forma circular, cujo perfil tem a forma interior da peça a produzir) também realiza um movimento giratório.

³¹ Painel de tendências, geralmente composto por imagens que descrevem um tema elegido pelo *designer*.



▲ 42-43 Testes para compreensão da relação do uso do garfo e prato ao apahar o alimento (antes e depois de usar plasticina par os detalhes a melhorar no prato).

◀ 44 Estudos da forma dos pratos e das texturas para a parte posterior dos mesmos.

realizada e a investigação.

Definida a forma através da investigação já realizada, passou-se à exploração de texturas a serem feitas na parte posterior do prato. Por um lado haveria uma maior aderência quando em contacto com as mãos do utilizador e, por outro, haveria um valor estético acrescentado à peça. Além do mais, o facto de a textura se encontrar numa zona incomum e, consequentemente inesperada parece resultar numa solução agradável do ponto de vista do utilizador e que talvez seja positivo em termos de vendas (temos o exemplo do projeto “Dressed” da Alessi, que foi um sucesso de vendas).

Durante uma semana experimentei a zona de modelação com o propósito de explorar materialmente as texturas. Em conversa com a modeladora Madalena e a Eng. Carla Castilho, foi considerado que a modelação do modelo de um prato já existente, e por sua vez a exploração das texturas no seu posterior, permitia alcançar os objetivos planeados para esta etapa. Deste modo, passaria a ser possível fazer uma análise crítica mais fidedigna, só possível através da visualização presencial e do tacto, às texturas esculpidas.

No decorrer do trabalho, alguns dos pratos modelados, quebraram

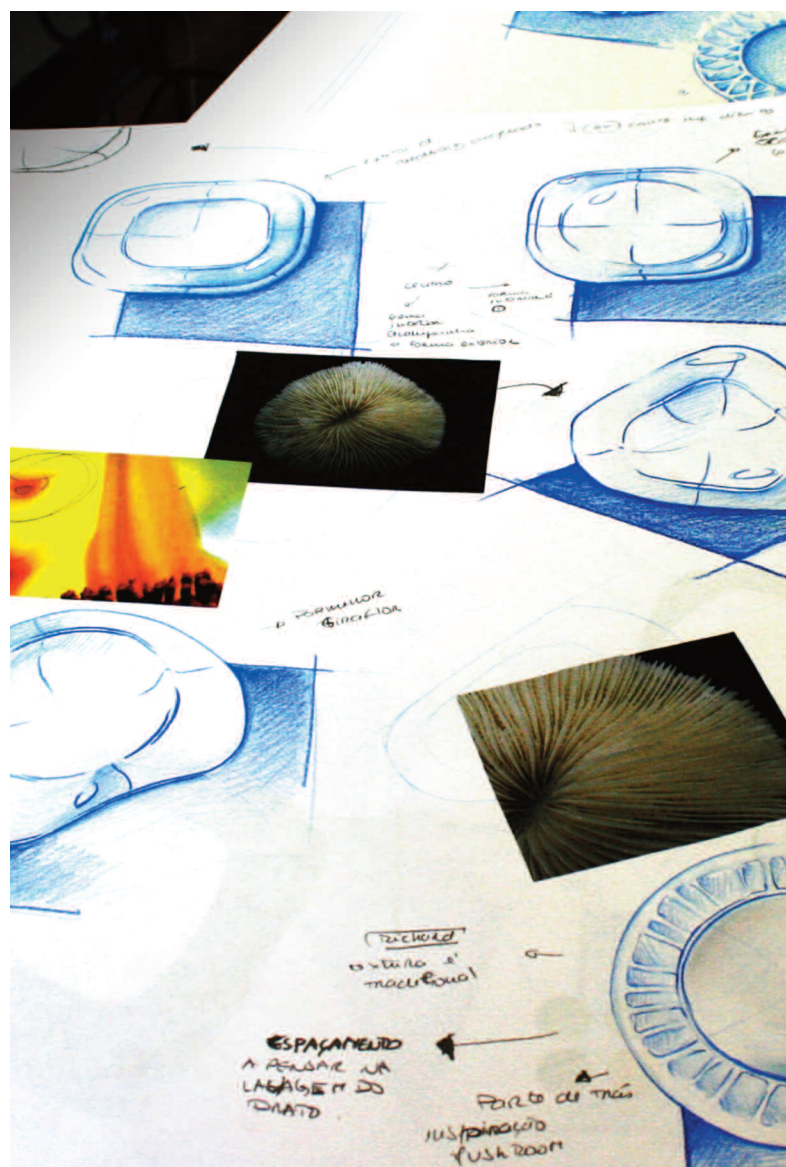


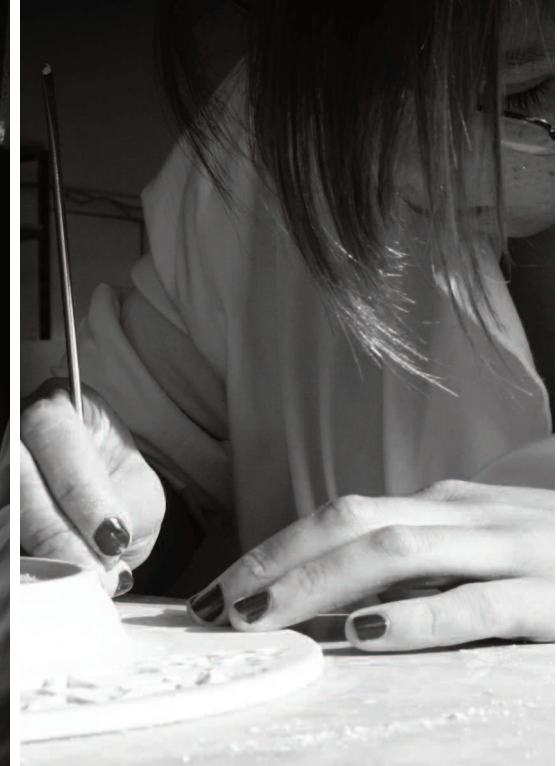
45 “Dressed”, Marcel Wonders para Alessi.

- 46 Modelação em plasticina de detalhes do prato.



47 Esquissos de formas e texturas.





48 Preparação do gesso, pela modeladora Madalena.

49 A modelar na roda a base do modelo do prato a ser modelado posteriormente.

50 A esculpir as texturas no prato já modelado.

devida a sua fragilidade: por vezes, dada a espessura fina do prato e, em outras situações, por consequência da profundidade das texturas esculpidas. Ao fim de uma semana, os pratos modelados foram vidrados e levados ao forno para cozer. Quando finalizados ficaram deformados como o esperado, dado o recurso à modelação e enchimento manual e, sobretudo, devido aos desenhos técnicos que não previam o abatimento da aba do prato (desenhos técnicos esses, habitualmente realizados por desenhadores técnicos da empresa).

A porcelana era, até ao momento, um material conhecido desde a experiência Erasmus, mas pouco explorado do ponto de vista industrial. Com as modelações concretizadas e a experiência na modelação, bem como pelas conversas com a modeladora Madalena, adquiri um maior conhecimento e compreensão do material, das suas características e dos processos produtivos.

5¹ Texturas esculpidas depois de modelar o prato.

5² Resultado final dos pratos com as respectivas texturas após vidragem e ida ao forno.



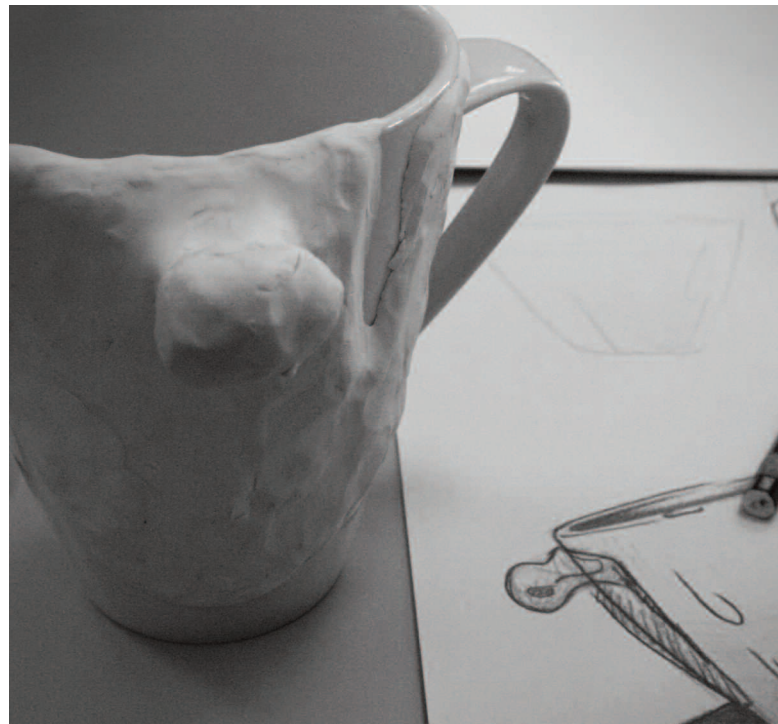
Estabelecida a linguagem formal do projeto, seguiu-se para a exploração do copo/caneca, cuja forma foi automaticamente definida, isto é: deveria ser similar à do prato de modo a que houvesse um equilíbrio visual entre todos os elementos do serviço. Numa perspectiva ergonômica o bocal seria obrigatoriamente circular, por isso, concluiu-se a forma final do copo cuja base seria formalmente similar à do prato. Porém, a questão da asa era ainda um elemento indefinido.

O isolamento térmico, o conforto e o preço eram particularidades consideráveis para a conclusão formal da mesma. No entanto, a possibilidade de apresentar um copo com paredes duplas comprometia a sua existência. Contudo, o peso e o preço eram características que eram contraditórias com os objetivos iniciais do projeto (baixo custo e custo controlado).

No caso da solução de paredes duplas ser desprezada, a existência de duas asas assomiasse obrigatoriamente do ponto de vista ergonômico (a necessidade de a pessoa idosas segurar o copo com ambas as mãos), mas também neste caso a solução aumentaria o preço (o acréscimo do custo justifica-se pela existência de trabalho manual na aplicação das asas no copo durante o processo produtivo).



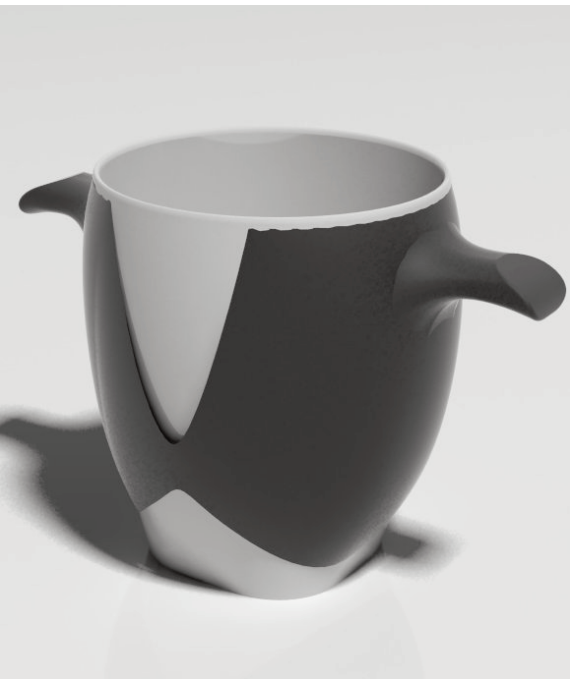
53 Estudos da pega para caneca e modelação em plasticina



O estudo formal das asas para a caneca passou por diversas etapas. Segundo Pheasant (2003), o conforto de uma asa de caneca está na sua otimização: há que evitar arestas vincadas ou melhora-las no sentido de as tornar mais arredondadas. No que respeita à superfície do corpo da caneca, não deverá ser demasiado macio para não escorregar das mãos quando agarrado, nem deverá ser demasiado áspero dado que se pode tornar desconfortável ao tato.

A realização de esboços, a concretização de modelos em plasticina de alguns desses esboços e, a modelação tridimensional em computador, foram métodos de trabalhos úteis para a conclusão da proposta. A simplicidade visual de alguns estudos, revelou-se posteriormente complexa em termos de modelação tridimensional. Para o caso tive de desenvolver competências de utilização do programa Rhinoceros, tendo-se revelado de solução particularmente difícil. Com estas modelações tridimensionais, e os devidos renders, concluiu-se que algumas hipóteses seriam ridículas do ponto de vista estético e produtivo.

54-55 Relação da forma da pega da caneca, modelada em plasticina, com a mão.



56 - 59 Modelação 3D das várias hipóteses de asas para o copo.



60 Modelação 3D copo de parede dupla.

61 Modelação 3D das diversas hipóteses de copo.

62 Modelação 3D da versão final do copo.





Produtos existentes no mercado das marcas Bodum e Oxo, foram fulcrais à deliberação da proposta final da caneca. O silicone é então considerado a solução mais adequada, na medida que é um material isolante, com boa absorção de impacto, antiderrapante e de fácil limpeza. Depressa se excluiu quer a hipótese de paredes duplas quer a existência de asas, obtendo assim uma proposta visualmente limpa, leve, fácil de produzir e, economicamente acessível como o pretendido inicialmente.

Segundo Lobach (2001, p.26),

“AS NECESSIDADES TÊM ORIGEM EM ALGUMA CARÊNCIA E DITAM O COMPORTAMENTO HUMANO VISANDO A ELIMINAÇÃO DE ESTADOS NÃO DESEJADOS.”

Pretende-se com esta referência salientar que o projeto “S” procura não só proporcionar autonomia e bem-estar físico ao seu utilizador, mas também o seu bem-estar psíquico alcançado com o recurso ao silicone colorido. Deste modo, os elementos do serviço de mesa “S” revestidos a silicone (tigela, chávenas de café e chá e bule) serão disponibilizadas no mercado com uma gama de cores variada (encarnado, laranja, amarelo, verde e púrpura), gerando um ambiente mais alegre e dinâmico para o seu consumidor. Por outro lado, será também uma mais valia considerando as pessoas com dificuldades de visão, no sentido de que a cor facilitará a compreensão da silhueta da peça (ISO, 2008).



65 - 66 Render do prato principal com
textura na sua superfície posterior.

Com a conclusão de dois elementos do serviço de mesa “S”, as características formais do projeto eram cada vez mais evidentes para o prosseguimento da proposta. Como tal, depressa se concluiu a projeção dos restantes elementos do serviço: os pratos de sopa e sobremesa (cuja diferença residia no volume calculado, com fim a compreender a quantidade de alimento suportada por cada um), a tigela, as chávenas de chá e café, bem como os respetivos pires e, por último, o bule. Como já foi referenciado anteriormente, ainda que subentendido, a tigela, as chávenas de chá e café são revestidas a silicone evitando situações de desconforto, geradas pelas altas temperaturas dos líquidos no seu interior, quando agarradas pelo utilizador.

No que respeita aos pratos, com o decorrer do processo criativo, foi abandonada a proposta de existência de texturas na sua superfície posterior, devidas às adversidades dos métodos e custo de produção. Em conversa com os engenheiros de produção, foram analisados métodos produtivos disponíveis para a produção em série dos pratos: considerando a possibilidade das texturas e os gastos/lucros associados do ponto de vista da empresa, eram apenas possíveis a prensagem isostática ou o enchimento manual. No primeiro caso, iria significar um custo de venda elevado dado que a existência de textura na parte posterior do prato seria em termos produtivos muito mais caro do que se a textura se apresentasse na parte superior: primeiro, seria indiscutivelmente necessária a aquisição de novos moldes fabricados e comercializados por outra empresa; em segundo, o molde posterior fica sempre mais caro que o molde superior e, no caso de existência de texturas, o preço agrava. No segundo caso, o preço também seria elevado dado que o enchimento é manual, como o próprio nome indica e, portanto, requer uma maior obra de mão; por outro lado, devida à existência de diferença de espessuras ao longo do prato, não era garantido o sucesso da sua conformação. Por isso, qualquer um dos métodos de produção seria sinónimo de preço elevado e portanto, um dos objetivos do projeto não seria alcançado (preço acessível) devida à existência de textura na parte posterior do prato. Concluiu-se que seria necessário encontrar uma nova espessura dos pratos de forma a não comprometer o seu peso nem a sua resistência, ainda que se mantivesse a forma e se abandonasse a existência de texturas na sua superfície.





- ▲ ⁶⁷ Versão final das tigelas revestidas a silicone.
- ◀ ⁶⁸ Versão final das chávenas de café revestidas a silicone, com respetivo pires
- ▼ ⁶⁹ Versão final do serviço de chá revestido a silicone





70 Primeira versão do bule, sem asa. ▲

71 Segunda versão do bule, individual e com asa. ▼

72 Terceira e última versão do bule. ▶



No caso do bule, dada a complexidade da peça, o trabalho de exploração e conclusão formal e visual, foi mais denso. Inicialmente surgiu a questão da quantidade de líquido suportada pelo bule a ser considerada em prol das circunstâncias a que se dirigia: era necessário decidir se a capacidade do bule seria ou não para doses individuais. Inicialmente, foi proposto um bule cuja quantidade de líquido suportada servia doses consideráveis. Apesar da sua limpeza formal e elegância visual, concluiu-se que, considerando todo o serviço bem como o seu propósito, não se justificava o seu volume. Por outro lado, a inexistência da asa não considerada no âmbito da ergonomia, forçava o utilizador a segurar o bule com ambas as mãos, sem que lhe fosse dada alternativa. Como tal, era ainda uma proposta incerta.

A exploração formal do bule prosseguiu-se, surgindo novas hipóteses projetuais que, tanto exploravam o volume, como a conveniência da asa. Concluiu-se que o bule com asa, para doses individuais, seria a solução mais acertada e o revestimento com silicone permaneceria.

Obtemos assim uma proposta bem sucedida, na medida em que responde aos objetivos iniciais do projeto.

O serviço de mesa “S” é formalmente simples, limpo, agradável, leve e, sobretudo seguro e confortável: são produtos fáceis de agarrar e bastante confortáveis e, no caso dos pratos e/ou tigela, as suas formas interiores facilitam na apreensão do alimento com o talher sem que haja necessidade de recorrer a uma das mãos como auxílio. Os custos reduzidos da produção e a inexistência de decoração permitem que cheguem ao mercado um produto económico potencialmente mais acessível ao consumidor individual e às empresas de serviços. A variedade e vivacidade das cores proporciona um ambiente dinâmico e alegre e as suas formas permitem um maior facilidade de armazenamento devido a possibilidade de empilhamento dos diversos elementos do serviço.





ERGONÓMICO

SEGURO

LEVE

INCLUSIVO



EMPILHÁVEL

BAIXO CUSTO

ALEGRE



3

REFLEXÃO

Na minha pesquisa recorri a três tipos de fontes: bibliografia alargada aos vários domínios implicados no projeto, consulta a especialistas (técnicos de saúde, assistentes sociais e gerontologistas) e ainda observação e entrevista informal com o público-alvo (pessoas idosas e doentes com reumatismo crónico).

Na gestão da informação encontrei dificuldades quer no acesso à informação, quer ainda no domínio de conteúdos muito distintos da minha formação, como os domínios mais específicos da linguagem e das metodologias gerontológicas e das ciências da saúde. Isso implicou que recorresse a profissionais de saúde que procuraram corresponder, como foi o caso de no Hospital Pedro Hispano de Aveiro que me convidaram a assistir à palestra da fisioterapeuta Ana Guerra, a 18 de Novembro de 2012, direcionada a doentes de patologias reumáticas. Procurei ainda visitar lares de pessoas idosas, tendo-me feito acompanhar de uma carta de pedido e apresentação da ESAD, mas verifiquei dificuldades de cooperação nas instituições a quem recorri. Apenas o Lar de idosos Santa Marinha de Avanca se mostrou disponível e interessado em colaborar com o projeto.

Ao longo deste processo de investigação senti-me fortemente envolvida, com crescente curiosidade e até fascínio pelos conhecimentos que fui adquirindo. Isso, motivou-me para enfrentar e vencer as múltiplas dificuldades que fui experimentando.

Da literatura, do contacto com os especialistas e da minha observação e contacto com as pessoas idosas e doentes ficou clara a importância da mão nas atividades quotidianas e que vão desde a orientação dos alimentos para a boca até à simples manipulação de um frasco com medicamentos.

Um segundo momento deste processo de aprendizagem foi o estágio na VAA. É de salientar a experiência que me foi dado ter dentro da equipa de *Design* e ainda a possibilidade de retomar o meu objetivo de ganhar conhecimentos e competências no domínio da Cerâmica. Num processo de reflexão e também crítico relativamente ao meu estágio quero salientar a intensidade com que vivi o processo e ainda a sensação subjetiva de ter conseguido dar respostas atempadas ao que me foi sendo pedido levando a cabo uma grande variedade de ideias: no caso das propostas formais, foram na generalidade bastante apreciadas e,

algumas, aprovadas; no que respeita às propostas gráficas, de um modo geral não foram tão bem sucedidas ainda que conceptualmente interessantes. O estágio permitiu-me ganhos acrescidos em termos do design gráfico. De facto, esta área de *design* foi menos investida na minha formação e, por isso, o estágio obrigou-me e permitiu-me uma atualização nesta área. Ainda no que refere às propostas formais, foi igualmente positivo dada a aprendizagem e domínio alcançado relativamente ao programa Rhinoceros. Ao longo de todo o período de estágio, o programa referenciado foi das ferramentas de trabalho mais presentes, assim como o Photoshop e Illustrator, sendo uma constante descoberta dada a necessidade de explorar capacidades dos programas, até então desconhecidas. A realização de desenhos técnicos através do programa Rhinoceros, foi das conquistas mais marcantes nesta exploração, sendo indiscutivelmente uma nova aptidão adquirida para o futuro.

A aprendizagem e contacto direto com a realidade do mundo do trabalho foram bastante gratificantes. Foi um longo período de aprendizagem e crescimento em termos académicos e pessoais. Atualmente, a capacidade de trabalho foi aperfeiçoada, tendo amadurecido em termos do cuidado posto nos projetos e propostas e com acrescidos cuidados em termos de exigência e aperfeiçoamento. Por último, sinto-me mais auto-confiante e mais ambiciosa.



REFERÊNCIAS

BIBLIOGRAFIA \ WEBGRAFIA \ ICONOGRAFIA

- A loja do avô (s.d). Retirado em Novembro 10, 2011 de <http://www.alojadoavo.pt>.
- Ableware (s.d). *Tableware*. Retirado em Dezembro 10, 2011 de <http://www.allegromedical.com/ableware-b15772.html>.
- Alpart, J. (diretor e escritor) & Xiao, W. (produtor) (2011). *The porcelain road* [Vimeo]. Retirado em Maio 4, 2012 de <https://vimeo.com/23565260>.
- Antunes & Piorla, Lda (s.d). Retirado em Novembro 11, 2011 de <http://www.antunes-piorla.pt/Normas.htm>.
- Aplustore (1993). *Dining & Drinking*. Retirado em Novembro 10, 2011 de <http://aplusrstore.com/category.php?id=93>.
- Associação Nacional Doentes Artrite Reumatóide [ANDAR] (s.d). *Produtos*. Retirado em Novembro 4, 2011 de <http://www.andar-reuma.pt/>.
- Bakker, A. (s.d). *Tableware*. Retirado em Janeiro 6, 2012 de <http://www.aldobakker.com>.
- Bastos, J. (1924). *A fábrica da Vista Alegre: o livro do seu centenário: 1824-1924*. Lisboa: Biblioteca Nacional.
- BBC (produtor) (2010). *Genious of Design* [DVD]. Inglaterra: BBC.
- Berlin, H. (s.d). Retirado em Maio 4, 2012 de <http://www.heringberlin.com/de>.
- Biomed Gerontology (s.d.). *The aging hand*. Retirado em Novembro 5, 2011 de <http://biomedgerontology.oxfordjournals.org/content/58/2/M146.abstract>.
- Bispo, R. & Simões, J. (2006). *Design inclusivo - Acessibilidade e usabilidade em produtos, serviços e ambientes*. Lisboa: CPD.
- Bispo, R. & Simões, J. (2006). *Experiências de ensino do design inclusivo em Portugal*. Lisboa: CPD.
- Bodum (s.d). *Tea: mugs, cups and glasses*. Retirado em Março 19, 2012 de <http://www.bodum.com/int/en-us/shop/prodlist/51/>.
- Bonsiepe, G. (1992). *Teoria e prática do design industrial: elementos para um manual crítico*. Lisboa: CPD.
- Brain Pickings (s.d) *More than form: Design for disability*. Retirado em Janeiro 6, 2012 de

<http://www.brainpickings.org/index.php/2009/06/26/design-for-disability/>.

- Caregiver Products (1999). Retirado em Dezembro 4, 2011 de <http://www.caregiverproducts.com/site/270651/page/911643/elderly-products>.

- CO. Design (2010). *Smart Design's CEO on Lady Obama, Tim Gunn, and the National Design Awards*. Retirado em Novembro 4, 2011 de <http://www.fastcodesign.com/1661964/smart-designs-ceo-on-lady-obama-tim-gunn-and-the-national-design-awards>.

- Collins, H. (2010). *Creative Research: the theory and practice of research for creative industries*. Lausanne: AVA Publishing SA.

- Coquet (s.d.). Retirado em Fevereiro 2, 2012 de <http://www.jlcoquet.com/main-en.php>.

- Cortes, M. (s.d.). *Color in motion*. Retirado em Março 19, 2012 de <http://www.mariaclaudiacortes.com/>.

- Cuidar de idosos (s.d.). *Doenças*. Retirado em Novembro 3, 2011 de <http://www.cuidardeidosos.com.br/>.

- Design e cidadania (2008). Retirado em Dezembro 4, 2011 de <http://cidadaniafeup.blogspot.com/search/label/Ajudas%20Técnicas>.

- Design e ergonomia (s.d.). *Ergonomia*. Retirado em Novembro 4, 2011 de <http://design-ergonomia.blogspot.com/>.

- Design Museum (2007). *Dieter Rams _ Industrial designer*. Retirado em Dezembro 3, 2011 de <http://designmuseum.org/design/dieter-rams>.

- Ecclesia (s.d.). Retirado em Novembro 4, 2011 de <http://www.agencia.ecclesia.pt/cgi-bin/noticia.pl?id=84435>.

- Einaudi, L. (pianista e compositor) (1999). *Eden Roc* [CD]. Itália: BMG.

- Fast company Design (s.d.). Retirado em Dezembro 2, 2011 de <http://www.fastcodesign.com/1661964/smart-designs-ceo-on-lady-obama-tim-gunn-and-the-national-design-awards>.

- Fernandes, D. (2004). *A mão, a preferência manual e a proficiência manual: estudo em idosos frequentadores de centros de dia*. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Ciências do Desporto e de Educação Física da Universidade do Porto, Porto.

- Ferreira, J. (2007). *Educación na terceira idade: estudio do colectivo de persoas maiores no contexto comunitário de Vila Nova de Gaia*. Tese de Doutoramento. Faculdade de Ciencias de la Educación da Universidade de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela.
- Food Design (1993). Retirado em Dezembro 6, 2011 de http://www.fooddesign.com.br/6_legislacao.php?id=337.
- Geneall (2000-2012). *José Emílio Raposo de Magalhães*. Retirado em Julho 24, 2012 de http://www.geneall.net/P/per_page.php?id=121004.
- Geneall (2000-2012). *José Ferreira Pinto Basto*. Retirado em Julho 24, 2012 de http://www.geneall.net/P/per_page.php?id=5389.
- Gomes, J. (2010). *A Vista Alegre: apontamentos para a sua historia*. Retirado em Julho 24, 2012 de <http://www.gutenberg.org/files/34276/34276-h/34276-h.htm>.
- Guerra, A. (2010, Novembro). *Como prevenir a sobrecarga das articulações na artrite reumatóide*. Encontro de doentes e profissionais de doenças reumatológicas. Aveiro, Portugal.
- Hudson, J. (2006). *1000 New Designs and Where to Find Them: A 21st Century Sourcebook*. Londres: Laurence King Publishing.
- Inclusive Design (s.d). Retirado em Novembro 4, 2011 de <http://www.eng.cam.ac.uk/inclusivedesign/index.php?section=introduction&page=poor>.
- INE (2010). *Anuário Estatístico de Portugal*. Retirado em Dezembro 2, 2011 de http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_pesquisa&frm_accao=PESQUISAR&frm_show_page_num=1&frm_modos_pesquisa=PESQUISA_SIMPLES&frm_texto=inquerito+às+condições+de+vida+e+rendimento&frm_modos_texto=MODOS_TEXTOS_ALL&frm_data_ini=&frm_data_fim=&frm_tema=QUALQUER_TEMA&frm_area=ine_area_Publicacoes&xlang=pt.
- Invacare (s.d). Retirado em Dezembro 8, 2011 de <http://www.invacare.pt/>.
- International Federation on Ageing (s.d). Retirado em Novembro 5, 2011 de <http://www.ifa-fiv.org/index.php?limitstart=9>.
- International Organization for Standardization (s.d). Retirado em Dezembro 5, 2011 de

http://www.iso.org/iso/iso_catalogue/catalogue_ics.htm.

- ISO/TR 22411. (2008, 1 de setembro). *Ergonomics data and guidelines for the application of ISOIEC guide 71 to products and services to address the needs of older persons and persons with disabilities*. Geneva: International Organization for Standardization.
- Lane, P. (2003). *Contemporary studio porcelain*. Londres: A & C Black Publishers Limited.
- Lagrange, R. (s.d.). Retirado em Maio 4, 2012 de <http://romainlagrange.com/>.
- Lanzavecchia, F. (2009). *Proaesthetics*. Retirado em Fevereiro 4, 2012 de <http://lanzavecchia-wai.com/>.
- Lei nº 10.741, de 1 de dezembro de 2003. (13 de Outubro de 2008). *Estatuto do idoso*. Brasília.
- Lefteri, C. & Rashid, K. (2003). *Ceramics _ Materials for inspirational Design*. Mies: Rotovision.
- Liga contra as doenças reumáticas (s.d.). Retirado em Novembro 4, 2011 de <http://www.lpcdr.org.pt/>.
- Lobach, B. (2001). *Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais*. São Paulo: Edgard Blucher ltda.
- Machado, C.(1998). In *Revista Vista Alegre*, 7.
- Maldonado, T. (1991). *Design industrial*. Lisboa: Edições 70, lda.
- Martins, R. & Santos, A. (2008). *Ser idoso hoje*. In *Revista Millenium*, 35.
- Medard de Noblat (s.d.). Retirado em Fevereiro 2, 2012 de <http://www.medarddenoblat.com/>.
- Medical Express (2009). Ajudas técnicas. In *Medical Express* (pp. 29.2 - 29.15). Penafiel: Medical Express.
- Mejor, B. (s.d.). Retirado em Dezembro 7, 2011 de <http://bartekmejor.com/>.
- Montmollin, M. & Darses, F. (2011). *A ergonomia*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Mora, A. R. & Coll, I. (s.d.). *Colecção tesouros artísticos do mundo 15: o neoclassicismo*. Alfragide: Ediclube.
- Narayanann, N. (s.d.). Retirado em Janeiro 27, 2011 de

<http://www.neelima-design.com/category/design/#1>.

- Neri (org.), A. (2001). *Desenvolvimento e envelhecimento: perspectivas biológicas, psicológicas e sociológicas*. Brasil: Papyrus, coleção Vivacidade.
- Nogueira, M.& Rocha, C. (1993-2001). *Design gráfico - Panorâmica das artes gráficas II*. Lisboa: Plátano Ed. Técnicas.
- Norguet, P. (s.d.). *Design*. Retirado em Janeiro 5, 2012 de <http://www.patricknorguet.com/>.
- One Touch (s.d). Retirado em Novembro 7, 2011 de <http://www.onetouchproducts.com/aboutus.htm>.
- Organização Mundial de Saúde [WHO]. *Ageing*. Retirado em Dezembro 3, 2011 de <http://www.who.int/topics/ageing/en/>.
- Ossur UK (s.d.). Retirado em Novembro 4, 2011 de <http://www.ossur.co.uk/>.
- OXO (s.d). Retirado em Novembro 4, 2011 de <http://www.oxo.com/aboutOXO.aspx>.
- Papanek, V. (2007). *Arquitetura e design. Ecologia e ética*. Lisboa: Edições 70, lda.
- Pereira, M. (2009). *Design inclusivo - Um Estudo de Caso: Tocar para Ver - Brinquedos para Crianças Cega e de Baixa Visão*. Dissertação de Mestrado. Escola de Engenharia da Universidade do Minho, Minho.
- Pheasant, S. (2003). *Bodyspace: anthropometry, ergonomics and the Design of work*. Londres: Taylor & Francis.
- Pier, D. (s.d). *Coffee Cup*. Retirado em Janeiro 5, 2012 de <http://www.davidpier.com/portfolio/index.htm>.
- Portal das doenças reumáticas [PDR] (s.d). Retirado em Novembro 4, 2011 de <http://www.pdr.pt/>.
- Product Design Hub (s.d.). *Inclusive Design is more than just nice architecture*. Retirado em Dezembro 4, 2011 de <http://productdesignhub.com/2011/10/inclusive-design-is-more-than-just-nice-architecture/>.
- Pullin, G. (2009). *Design meets disability*. Londres: MIT.
- RAK Ceramics (s.d). Retirado em Dezembro 11, 2011 de <http://www.rakceramics.com/#5>.

- Recanto das letras (2011). *3770 - Maria da Conceição Piló Bittencourt*. Retirado em Julho 24, 2012 de <http://www.recantodasletras.com.br/homenagens/3084330>.
- *Relatório de Estágio _ Fábrica de Porcelanas da Vista Alegre* (2000). Relatório de Estágio. Departamento de Engenharia Cerâmica e do Vidro da Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Ribeiro, C. (2010). *Idoso: A construção de uma mundividência a partir das minhas mãos de fisioterapeuta*. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Desporto da Universidade do Porto, Porto.
- Robert, L. (1994). *O envelhecimento*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Roche (s.d). *Artrite Reumatóide*. Retirado em Novembro 4, 2011 de <http://www.roche.pt/portugal/>.
- Rosenthal (s.d). Retirado em Janeiro 5, 2012 de <http://www.rosenthal.de/>.
- RTP (2010). *Reumatismo em Portugal*. Retirado em Novembro 4, 2011 de <http://ww1.rtp.pt/noticias/?t=Reumatismo-em-Portugal.rtp&headline=20&visual=9&article=318191&tm=2>.
- Senos, S. (2008). *Vista Alegre: um espaço urbano industrial*. Retirado em Julho 24, 2012 de <http://www.scribd.com/doc/45099785/VISTA-ALEGRE-espaco-urbano-industrial>.
- Silva, E. (1997). In *Vista Alegre Atlantis (1998), Número 7_ Dir. Carlos Sousa Machado*. PP. 28 - 29.
- Smart Design (s.d). Retirado em Novembro 4, 2011 de <http://www.smartdesignworldwide.com/>.
- Squire, A. (2005). *Saúde e bem-estar para pessoas idosas*. Loures: Lusociência.
- Sociedade Portuguesa de Reumatologia [SPR] (s.d). *Produtos*. Retirado em Novembro 4, 2011 de <http://www.spreumatologia.pt/#2011-10>.
- Sousa, D. (2011). *Japão: caos e cosmos*. Dissertação de Mestrado. FAUP, Porto.
- Spal (s.d). Retirado em Janeiro 6, 2012 de <http://www.spal.pt/>.
- Swereco (s.d). Retirado em Dezembro 8, 2011 de <http://www.swereco.se/>.

- Timlin, G. (2009). *Eating Design & Dementia*. Retirado em Novembro 21, 2011 de <http://www.gregortimlin.com/2009/eating-design--dementia/>.
- Things I have seen (2009). *Form follows function*. Retirado em Dezembro, 10, 2011 de <http://thingsihaveseen.squarespace.com/home/?currentPage=40>.
- Tomás, A. (s.d). *Portfolio*. Retirado em Janeiro 5, 2012 de <http://www.coroflot.com/aldatomas/portfolio>.
- United Nations [UN] (2003). *The universal declaration of human rights*. Retirado em Novembro 4, 2011 de <http://www.un.org/en/documents/udhr/index.shtml>.
- Upeasy (s.d). Retirado em Dezembro 8, 2011 de <http://www.planetmobility.com/store/seating/uplift/upeasy-cushion/index.html>.
- Villeroy & Bosh (s.d). Retirado em Fevereiro 2, 2012 de <http://www.villeroy-boch.com/en/gb/home.html>.
- Vista Alegre Atlantis (s.d). *A Vista Alegre: A Atlantis: História*. Retirado em Novembro 4, 2011 de <http://www.vistaalegreatlantis.com/contents.aspx/178/História/>.
- Vista Alegre Atlantis (s.d). *A Vista Alegre: A marca: História*. Retirado em Novembro 4, 2011 de <http://www.vistaalegreatlantis.com/contents.aspx/3/História/>.
- Vista Alegre Atlantis (2011). *Greetings 2011-2012*. Lisboa: Dasein.
- Vista Alegre Atlantis (1961). *Homenagem a José Ferreira Pinto Basto*. Ílhavo, Portugal.
- Vista Alegre Atlantis (s.d). *Produtos*. Retirado em Novembro, 4, 2011 de <http://www.vistaalegreatlantis.com/>.
- Vista Alegre Atlantis (1824). *Provisão régia do 1º de Julho de 1824*. Ílhavo, Portugal.
- Wardell, S. (2004). *Porcelain and bone China*. Wiltshire: The Crowood press.
- Wikipédia (s.d.) *Fábrica da Vista Alegre*. Retirado em Julho 24, 2012 de http://pt.wikipedia.org/wiki/Fábrica_da_Vista_Alegre.
- Wikipédia (s.d). *João Olive Monteiro*. Retirado em Julho 24, 2012 de http://pt.wikipedia.org/wiki/João_d'Oliva_Monteiro.

- Wikipédia (s.d.). *Leitão de Barros*. Retirado em Julho 24, 2012 de http://pt.wikipedia.org/wiki/Leitão_de_Barros.
- Wikipédia (s.d.). *Raul Lino*. Retirado em Julho 24, 2012 de http://pt.wikipedia.org/wiki/Raul_Lino.
- Wikipédia (s.d.). *Roque Gameiro*. Retirado em Julho 24, 2012 de http://pt.wikipedia.org/wiki/Roque_Gameiro.
- Zyliss (s.d). Retirado em Novembro 7, 2011 de <http://www.zyliss.com/>.

REFERÊNCIAS ICONOGRÁFICAS

- 1 Arquivo histórico da Vista Alegre, 1961.
- 2 Fotografia da minha autoria.
- 3 Vista Alegre Atlantis (s.d.). In *Hotelware: Gourmet*, p.1.
- 4 Fotografia da minha autoria.
- 5 Esquema sobre o processo de desenvolvimento de novos produtos.
- 6 Bastos, J. (1924). *A fábrica da Vista Alegre: o livro do seu centenário: 1824-1924*. Lisboa: Biblioteca Nacional.
- 7 Fotografia da minha autoria.
- 8 Romain Lagrange. In <http://www.romainlagrange.com/>.
- 9 Jade Folawiyo. In <http://jade-folawiyo.blogspot.pt/>
- 10 -13 Fotografias da minha autoria.
- 14 Stephanie Hering. In <http://blog.heringberlin.com>.
- 15 Carsten Gollnick. In <http://www.gollnick-design.de/>.
- 16 Bartek Mejor. In <http://bartekmejor.com/>.
- 17 Fotografia da minha autoria.
- 18 - 19 Fotomontagens da minha autoria.
- 20 In <http://elopedelart.canalblog.com/archives/2011/05/15/index.html>.
- 21 In <http://www.alaintruong.com/tag/yaozhou%20celadon>.
- 22 In <http://www.antiquehelper.com/item/380409>.
- 23 In http://www.metmuseum.org/toah/hd/cela/hd_cela.htm.
- 24 Jim Connell. In <http://www.mudfire.com/jim-connell-porcelain.htm>.
- 25 In http://artistryofasia.com/China_Gallery/China_Gallery.html?pic=7.

26 - 34 *Renders* em Vray, da minha autoria.

35 In <http://www.indiatalkies.com/2010/11/workshop-rejuvenate-elderly-couples-sex-lives-organized-malaysia.html>.

36 Squire, A. (2005). *Saúde e bem-estar para pessoas idosas*. Loures: Lusociência.

37 - 43 Fotografias da minha autoria.

44 Esquissos da minha autoria.

45 Marcel Wanders. In <http://www.designboom.com/weblog/cat/8/view/14933/marcel-wanders-dressed-for-the-occasion-at-alessi.html>.

46 Fotografia da minha autoria.

47 Esquissos da minha autoria.

48 -61 Fotografias da minha autoria.

62 *Render* em Vray, da minha autoria.

63 Bodum. In <http://www.bodum.com/>.

64 - 74 *Renders* em Vray, da minha autoria.

ANEXOS

DESENHOS TÉCNICOS

\ PESQUISA E ANÁLISE \ ESQUISSOS \
PROJETOS \ FOTOGRAFIAS \ OUTROS