



# NOMAD

Maria Benedetta Guariglia  
2020

The logo for NOMAD consists of the letters N, O, M, A, and D. Each letter is filled with a different color: N is orange, O is blue, M is green, A is red, and D is purple. The letters are bold and have a slight shadow effect.

Design e manufactura tradicional,  
criação de uma marca.

Relatório de Projeto Final  
Mestrado em Design de Produto

ESAD.CR  
Escola Superior de Artes e Design  
do Instituto Politécnico de Leiria

Rua Isidoro Inácio Alves de Carvalho  
2500-321 Caldas da Rainha  
[www.esad.ipleiria.pt](http://www.esad.ipleiria.pt)

Maria Benedetta Guariglia  
[mbguariglia@hotmail.com](mailto:mbguariglia@hotmail.com)

Orientador  
Fernando Brizio

## **Agradecimentos**

A realização desta tese de mestrado contou com importantes apoios e incentivos, aos quais estou eternamente grata.

Primeiramente gostaria de agradecer ao meu orientador, professor Fernando Brizio, pela ajuda atenta e precisa que sempre me deu e pela disponibilidade demonstrada durante todo o período de elaboração desta tese. Ele foi um verdadeiro mestre no sentido mais profundo da palavra.

Faço também um agradecimento especial à Mafalda, artesã do Centro de Artes e Ofícios Roque Gameiro, pela gentileza e generosidade com a qual me ajudou na elaboração do desenvolvimento das mantas de Minde.

Agradeço ainda a colaboração especial de Antonio Batticciotto, artesão de couro, pelo conhecimento e experiência que me transmitiu e apoio completo na realização do projeto, e pelos resultados incríveis.

Um grande obrigada à minha mãe e ao meu pai; a Raffaele e Nicola, meus irmãos; a Giulia e Simonetta, minhas avós; à minha família toda, que com o seu apoio insubstituível me deu serenidade, força e amor para poder aproveitar melhor esta experiência e fazer florescer o melhor de mim.

Todos os meus amigos tiveram um peso decisivo para que eu pudesse alcançar este resultado: o ponto de chegada e também de partida da minha vida. Obrigada por partilharem as experiências mais importantes comigo nestes anos.

Por último, mas não menos importante, agradeço a Piotr Blicharski, que com a sua competência e carinho me apoiou sempre neste trabalho.

Obrigada: sem vocês não teria sido possível.



Imagem 1.  
Ilustração da autora.

<b>ÍNDICE</b>	<b>Pgs.</b>
<b>Resumo</b>	8
<b>Introdução</b>	11
<b>Problema</b>	12
<b>Desafio / Objetivo</b>	14
<b>Enquadramento teóricos</b>	15
<b>Projetos de referência</b>	22
<b>Nomad</b>	
Contexto do projeto	32
<b>Desenvolvimento + Apresentação dos Resultados</b>	42
<i>Coleção Mantas de Minde</i>	
Bolsa de Ombro	43
Pochete	58
Cintos	65
<i>Coleção Ikat</i>	
Pochete elegante	74
Cintos	84
<b>Criação e manual de identidade da marca</b>	88
<b>Perspectivas futuras</b>	94
<b>Conclusões finais</b>	102
<b>Créditos de imagens</b>	106
<b>Referências Bibliográficas</b>	111
<b>Textos originais</b>	112

## RESUMO

---

Esta investigação visa o desenvolvimento de uma coleção de objetos que procura fundir o artesanato e o design através de uma troca cultural.

A partir da exploração de vários tecidos oriundos de diferentes partes do mundo, foi desenvolvido *Nomad* que tenta inovar e valorizar a identidade cultural local. O projeto, promoveu a inserção de processos e metodologias de design e de artesanato, criando uma coleção de acessórios de moda que valoriza a cultura material do território. Esta valorização deu-se através da utilização de matérias primas disponíveis e técnicas tradicionais locais.

Com a industrialização e a mudança rápida da vida quotidiana, os produtos artesanais adaptaram-se a novas exigências, experimentando contínuas transformações. É fundamental salvaguardar e promover o artesanato tradicional e criativo, que garante um valor genuíno indiscutível. Os resultados alcançados pelo projeto demonstram como a aproximação entre design, artesanato e cultura se configuram numa análise capaz de tornar um produto competitivo no mercado atual, não apenas pelos seus atributos estéticos, mas também pelos seus aspectos sociais e culturais.

Pretende-se que este trabalho possa de alguma forma contribuir, através do design, para um conhecimento mútuo do artesanato e para o desenvolvimento do seu potencial no âmbito do design.

## PALAVRAS-CHAVE

Artesanato, identidade cultural, memória, intercâmbio, acessório, símbolo.

## ABSTRACT

---

This investigation aims to develop a collection of objects that seeks to merge handicrafts and design through cultural exchange.

From the exploration of various fabrics coming from different parts of the world, it has been developed a project that tries to innovate and enhance the local cultural identity. The Nomad project promoted the inclusion of design and craft processes and methodologies, developing a collection of fashion accessories that values the material culture of the territory. This enhancement took place through the use of available raw materials and traditional techniques available in different landscapes.

With the industrialization and frantic change in people's lives, all craft products are continually changing because of these factors. It is essential to safeguard and promote the traditional and creative crafts that still guarantee an indisputable genuine value. The results achieved by the project demonstrate how an approximation between design, crafts and culture is configured in an analysis capable of making a product competitive in the current market not only for its aesthetic attributes, but also for its social and cultural aspects.

It is intended that this work can somehow contribute, through design, to a mutual understanding of craftsmanship and the development of its potential in the field of design.

## KEYWORDS

Handicraft, cultural identity, memory, interchange, accessory, symbol.

## INTRODUÇÃO

*“O verdadeiro artesanato é semelhante à arte - é, de facto, arte funcional - e uma das características mais lamentáveis do progresso industrial é o fosso cada vez maior entre arte e artesanato, pelo qual o artesão se torna, na melhor das hipóteses, o executor do desenho de outro, e na pior das hipóteses, o escravo da produção em massa.” (Percy, 1954, p.181, T.L.)<sup>1</sup>*

1. Tradução livre da autora  
(Textos Originais, ver página 112)

A investigação desenvolvida neste relatório nasce do desejo de analisar várias culturas. O aspecto cultural é portanto a matéria-prima para o artesanato e traduz-se na sua identidade, gerando uma relação entre o ser humano e o espaço territorial. O artesanato é produzido à mão por artistas habilidosos, utilizando técnicas transmitidas de geração em geração e matérias primas do próprio país. Estabelece uma ligação com o povo e o seu lugar de origem, e assim conta a história e recorda as cores de terras distantes. Os produtos artesanais são apreciados por pessoas sábias que veem neles a prova tangível de uma grande tradição, e por turistas que levam essas lembranças para casa. Ao perceber potencialidades no artesanato de um determinado lugar geográfico, cabe ao designer conseguir valorizar esses processos.

A proposta do projeto Nomad teve início no atelier de tecelagem do Centro de Artes e Ofícios Roque Gameiro (C.A.O.R.G.), em Minde, para depois continuar na Itália e Uzbequistão. Ficou evidente a necessidade de propor o desenvolvimento de objetos através do design para resgatar o artesanato local e as suas identidades, visto que com o crescimento do mercado global, a competitividade tende a aumentar. Os artesãos devem ser capazes de melhorar a qualidade dos seus produtos e de se adaptar às mudanças de uma sociedade cada vez mais frenética.

Assim sendo, a estratégia adotada consistiu em propor o desenvolvimento de novos produtos, ao mesmo tempo simples e sofisticados, e que também poderiam ser usados no quotidiano. O resultado teve como característica principal a incorporação de elementos culturais tradicionais do país onde são produzidos.

## PROBLEMA

### Perda da diversidade cultural / Risco de desaparecimento de técnicas e saberes

O artesanato foi um os primeiros trabalhos que a humanidade aprendeu e transmitiu, mas enfrentou mais de dois milênios de mudanças e revoluções políticas e culturais. O artesanato italiano, assim como o português, é um dos mais antigos e distinguidos do mundo. Durante muitos séculos esta arte representou o berço de cada pequena aldeia, a sua tradição e o costume típico, e foi também o principal motor econômico e comercial do país. Infelizmente a economia atual composta por máquinas inteligentes, conteúdos digitais, produtos industriais de baixo custo, exportações e aplicações web, não proporcionou um impacto positivo sobre o artesanato; e as aspirações econômico-sociais das populações resultaram em fenômenos de imigração e abandono da produção de baixa recompensa econômica.

A primeira grande mudança na produção decorreu principalmente da revolução industrial - na história moderna é o processo de mudança de uma economia agrária e artesanal a uma dominada pela indústria - que foi gradualmente eliminando objetos, manufaturas e saberes oficinais.

*“A revolução Industrial, quando chegou, varreu as fileiras do artesanato como uma praga, matando muitos ofícios de uma só vez e deixando tantos outros moribundos.” (Percy, 1954, p.183, T.L.)<sup>2</sup>*

2. Tradução livre da autora (Textos Originais, ver página 112)

Muitas foram as tipologias de objetos que desapareceram. Na Itália foram perdidas preciosidades como o “bisso”, que era o ouro italiano na época dos gregos e dos romanos; muitas excelências e objetos de uso comum, caídos em desuso levando consigo parte da identidade de um povo.

Se for considerado o aspecto histórico percebe-se que a raiz do problema deriva sobretudo da dificuldade de mudança em direção aos novos paradigmas econômico-comerciais. Trocas comerciais e culturais com os primeiros

exploradores, por exemplo, sempre levaram os artesãos a adaptar a produção para novos mercados. Com a industrialização, novos materiais e técnicas industriais suplantaram as matérias-primas naturais e o conhecimento ancestral, tornando possível produzir objetos úteis a baixos preços e em grandes quantidades. Contribuíram também para o progressivo desaparecimento das produções artesanais. Atualmente, os produtos industriais inundam os mercados locais e penetram profundamente no país. Isso gera a substituição gradual dos produtos locais tradicionais, que fazem com que os artesãos percam oportunidades de encontrar um impulso para os próprios negócios. As falsificações industriais de baixo custo, como a apropriação ilegítima de patentes, são uma tragédia para a qualidade artesanal. Ao comprar a réplica de uma peça de artesanato, o consumidor não aprecia o verdadeiro valor do artesanato, o saber-fazer e o tempo dedicado ao trabalho e à criatividade. Ao comprar a preços baixos, contribuí para o desaparecimento de um trabalho qualitativo e significativo

A produção industrial provoca um empobrecimento em matéria de diversidade cultural, fornecendo produtos padronizados que podem ser encontrados em todos os lugares. E se a globalização do comércio pode ser vista como uma oportunidade para promover o conhecimento de outras culturas e dar-lhes visibilidade, também acelera a padronização. Na contemporaneidade, os artesãos estão a enfrentar uma crescente concorrência de produtos importados mais baratos, por exemplo da China, no mercado local, para serem vendidos aos turistas. Este fenômeno recente mostra a importância de valorizar a ligação do trabalho dos artesãos à identidade cultural. Os produtos chineses são mais baratos e se parecem com os produtos criados por artesãos históricos, mas obviamente não são o resultado de uma tradição ancestral da qual os artesãos chineses seriam os herdeiros.

Apesar de tudo, o artesanato é ainda hoje capaz de competir com muitos produtos industriais: é superior em qualidade, beleza, resistência e personalização; a procura existe e é global, especialmente se forem consideradas algumas categorias de alta qualidade como sapatos, acessórios, bolsas ou joias.

Sob este ponto de vista o design pode atuar como um estímulo e potencializar a inovação que caracteriza os sistemas de produção territorial, mas também, as empresas tradicionalmente orientadas para produtos de excelência.

## DESAFIO/OBJETIVOS

### **Juntar contextos culturais diferentes e promover a miscigenação cultural entre vários países**

A presente pesquisa nasce e decorre da necessidade de aprofundar os temas das tradições artesanais ligadas a diferentes culturas e países, desenvolvendo projetos a partir de tipos de artesanato tradicional vindos de diferentes territórios. Vários artesãos estão atualmente ameaçados de “extinção”, por isso é necessário documentar o conhecimento tradicional, protegê-los e torná-los perenes. É importante incentivar o artesanato tradicional em todo o mundo, de modo a preservar, apreciar e mostrar a habilidade, o trabalho e o conhecimento ancestral dedicado em cada têxtil, matéria, técnica ou cor.

O principal objetivo do projeto é representar a relação entre design e artesanato. Através deste trabalho procura-se fundir contextos culturais diferentes e projetar objetos de moda que traduzam essa mistura numa nova marca chamada “Nomad”. Os acessórios são adequados para serem usados em qualquer ocasião, e com um design imutável ao longo do tempo, que nunca sai de moda, capaz de expandir-se nos mercados internacionais sem perder as próprias identidades culturais, pelo contrário, aprimorando-as na inovação e no design.

## ENQUADRAMENTOS TEÓRICOS

### **Identidade cultural**

A identidade cultural é um componente fundamental de qualquer trabalho artesanal e o rico patrimônio cultural de Portugal e da Itália reflete-se em grande parte na variedade do seu artesanato. Diante de novas realidades, como, por exemplo, a globalização e a aceleração de trocas, os artesãos enfrentam novos desafios. Ameaçados pelo crescimento de produtos que imitam os seus trabalhos, os artesãos procuram um objetivo: preservar a identidade cultural ligada às práticas de artesanato do país. O que implica a utilização de técnicas usadas numa área geográfica específica e a adaptação da própria produção artesanal relacionada com a demanda do consumidor.

A identidade cultural é tudo o que pertence a uma sociedade ou a um grupo de indivíduos e os diferencia dos outros, de acordo com o designer Eduardo Barroso:

*“Do ponto de vista antropológico a identidade cultural de um grupo social é constituída pelo seu espaço territorial e por objetos, adornos, vestimentas, culinária, música, costumes, folclore, mitos, ritos, moral, ética, religião, capazes de distinguir um determinado grupo dos demais.” ( Barroso, 1999, p.4)*

*Adélia Borges, jornalista e curadora especializada em design e artesanato, acredita que existe uma procura, por parte dos consumidores, por objetos que possuam identidade, diferenciação e referência cultural dos seus produtores. Segundo a autora, o artesanato é a representação da identidade de uma comunidade, impregnado de valor cultural:*

*“O artesanato exprime um valioso património cultural acumulado por uma comunidade ao lidar, através de técnicas transmitidas de pais para filhos - ou melhor, de mãe para filha, já que esta é uma atividade predominantemente feminina -, com materiais abundantes na região e dentro de valores que lhe são*

caros. Por tudo isso, ele acaba se tornando um dos meios mais importantes de representação da identidade de um povo.” (Borges, 2009, p.63)

Em Portugal e em Itália a identidade cultural está fundamentalmente ligada ao artesanato. Os produtos artesanais de qualidade têm uma clara identificação com a sua origem, isso pode ser percebido nas cores, nas texturas e nas marcas deixadas pelos artesãos em cada peça. Na sociedade contemporânea o artesanato adquire novas funções para além das tradicionais, proveniente do desejo dos consumidores por produtos portadores de referências regionais, nacionais e étnicas. Neste contexto, cresce a valorização do artesanato como portador de novos significados.

### Produto e consumo, artesanato e design

A revolução industrial pode ser definida como um processo de evolução económica que, desde um organismo “agrícola-artesanal-comercial” passa a um sistema “industrial” moderno, caracterizado pelo uso generalizado de “máquinas” impulsionadas pela energia mecânica. A introdução das máquinas, a divisão do trabalho e o deslocamento dos trabalhos dentro de armazéns industriais construídos propositadamente, possibilitaram uma organização mais eficiente da produção, e uma maior demanda por trabalhadores, trazendo um deslocamento de grandes massas de homens do campo para as cidades. Este facto coincidiu com uma expansão da procura de bens de consumo. Este fenómeno era inevitável: a revolução industrial, de facto, produziu efeitos não apenas no campo económico e tecnológico, mas também social, enquanto o aumento da produtividade se transformou no aumento do consumo. A estandardização da produção e o aumento da riqueza nacional, entre outros factores, fizeram nascer uma sociedade baseada no consumo.

Hoje em dia, existe um ciclo alimentado pela produção, aquisição, uso e descarte de produtos. Nesta perspetiva, o design apresenta uma grande importância, no

que respeita em identificar quais as necessidades e os desejos dos consumidores para poder satisfazê-los.

*“A nossa economia produtiva requer que o consumo se torne o modo de vida, que convertamos em rituais os atos de comprar e usar bens, que tenhamos satisfação pessoal e espiritual ao consumirmos. Precisamos consumir, queimar, substituir e descartar numa velocidade cada vez mais rápida.” (Lebow, 1955, p.7, T.L.)<sup>3</sup>*

3. Tradução livre da autora (Textos Originais, ver página 112)



Imagem 2. John Atkinson, Wrong Hands.

A indústria moderna está concentrada na produção em massa que mecaniza os processos de produção, apagando assim os vestígios do trabalho humano. Por outro lado, o artesão continua a produzir os seus produtos com habilidade e criatividade, sendo independente de qualquer tecnologia moderna e industrial, dando qualidade, gosto e beleza aos seus produtos. Com a industrialização cada vez mais recursos naturais e tecnológicos têm sido utilizados para explorar, não respeitando o meio ambiente. Neste contexto, o artesanato ganha valor. Na generalidade, as pessoas mostram-se cansadas em comprar objetos industrializados iguais, preferem voltar às origens comprando um produto artesanal de maior valor cultural.

Com o crescimento do mercado global, a competitividade tende a aumentar. Os artesãos devem ser capazes de melhorar a qualidade dos seus produtos e de se adaptar às mudanças de uma sociedade cada vez mais vertiginosa. Neste contexto, torna-se mais difícil para um artesão voltar a competir com as tendências impostas pelo mercado, que são rapidamente absorvidas pelo consumidor. Perante estes problemas, o design que desde sempre representou a contemporaneidade pode revitalizar e agregar valor ao produto. Para unir artesanato e design é preciso ter em mente que a revitalização do processo produtivo não significa interferir no aspecto tradicional nem descaracterizar as técnicas artesanais, ao contrário, o design deve ser usado como fonte de modernidade e atualidade.

### **Estratégias de Design para preservação cultural**

Para Tomás Maldonado, o papel do design é por definição dar forma aos produtos no sentido de:

*“Conceber a forma significa coordenar, integrar e articular todos aqueles factores que, de uma forma ou de outra, participam no processo constitutivo da forma do produto. Mais precisamente, refere-se tanto a factores relacionados com a utilização, fruição e consumo individual ou social do produto (factores funcionais, simbólicos ou culturais) como aos relacionados com a sua produção (factores técnico-económicos, factores técnico-construtivos, factores técnico-sistémicos, factores técnico-produtivos e factores técnico-distributivos).” (Maldonado, 1961, T.L.)<sup>4</sup>*

4. Tradução livre da autora (Textos Originais, ver página 112)

Os artesãos portugueses e italianos, que sempre produziram objetos da alta qualidade e de grande classe, devem agora competir a nível global com a concorrência e a falsificação dos produtos. Deste ponto de vista o design

pode desempenhar um papel fundamental para orientar as estratégias das pequenas e médias empresas e valorizar a qualidade. Diversos contextos locais de produção representam ainda hoje lugares privilegiados de agregação e conhecimento que, através da capacidade do design podem tornar-se locais de produção e de inovação. O designer pode desempenhar várias funções, tanto a nível nacional quanto internacional; por exemplo, pode definir as estratégias de visualização e de comunicação com a qual uma empresa escolhe melhorar e comunicar a sua presença. A ação do design baseia-se na capacidade de imaginar e tornar possível o que ainda não existe (projetar, do latim “pro-iettare” no futuro). Pode também torna-se um processo estratégico que ajuda a focar nos objetivos, nas prioridades, e principalmente, nos meios e nas formas de os alcançar. Hoje em dia, o interesse pelo design orientado para a inovação torna concretamente possível desenvolver a ação do design como abordagem disciplinar, metodológica e como ferramenta de inovação do sistema produtivo social, desenvolvendo em paralelo a ação profissional do designer dentro ou em colaboração com as empresas.

### **Relação dos objetos com os lugares: Objeto, memória de um lugar**

Quando falamos de artesanato não nos referimos somente à produção, mas também a todos os valores que cada objeto traz. De facto, os materiais usados para a produção artesanal sempre contam a história do lugar de origem: nações americanas, europeias, asiáticas e africanas têm diferentes culturas e os seus próprios valores morais. O artesanato é o reflexo desses valores, normas, património ambiental e social.

No mundo grego e romano com a “colegia e as universidades” foi criado um intercâmbio entre lugar e artesanato: as reformas económicas de Diocleciano e Constantino ligaram os artesãos livres ao lugar da morada, colocando em relação os fundamentos da herança das profissões e a sua localização precisa. Passeando pelos bazares da Europa Oriental observa-se que ainda hoje as

diversas oficinas se encontram reunidas num mesmo espaço geográfico, dando vida a bairros de especiarias, tecido ou cerâmica local.

A relação entre lugar e objeto teve o seu ápice na Idade Média, através das corporações que se tornaram o fulcro da sociedade medieval, necessária para a reconstrução após as destruições realizadas pelos bárbaros. Nos séculos XIII e XIV os artesãos locais adquiriram habilidades e profissionalismo excepcionais. Em toda a Europa, as cidades eram diferenciadas pelo processamento, pelo uso de materiais locais e pelo desenvolvimento de técnicas específicas. Na Itália, por exemplo, desde o domínio etrusco, a joalheria se afirmou em todo o território, e especificamente em zonas como a Toscana e Veneto. Vicenza, por exemplo, é ainda hoje considerada uma das capitais da joalheria; Florença no processamento de mármore; Lucca na tecelagem de lã e Sicília na cerâmica.

Até ao advento da indústria era o artesão que fabricava os objetos: aquele que, graças à sua capacidade manual e intelectual, permitia transformar o ambiente, tornando-o adequado para viver. Os processos modernos de industrialização, deslocalização e padronização levaram a uma separação entre projeto, produção e lugar, empobrecendo as realidades locais e as habilidades artesanais. Com o puro artesanato das origens testemunha-se a expansão de um novo artesanato, o de consumo, que predispõe objetos produzidos em massa para serem imediatamente incluídos no mercado. O verdadeiro produto artesanal é o típico do lugar onde teve origem, e que vem de uma longa tradição, portanto só é encontrado em locais específicos.

Está a ser gradualmente comprovado que o saber-fazer na comunidade constitui uma herança cultural única, que caracteriza as comunidades locais das aldeias nos seus diferentes períodos de desenvolvimento. As empresas artesanais são as promotoras de uma tradição artística e produtiva centenária, depositária do conhecimento material e imaterial, enraizada nos territórios a que pertencem. O artesanato local é, portanto, não apenas um recurso para o território, mas sobretudo a memória do próprio território.



Imagem 3.  
Fotografia de Caltagirone,  
Sicília, Itália.

## PROJETOS DE REFERÊNCIA

Os projetos listados abaixo, mostram como a aproximação entre design, artesanato e cultura, se configuram em experiências capazes de tornar um produto competitivo não apenas pelos seus atributos estéticos, mas também pelos seus aspectos sociais e culturais.

### Weaving Bags

#### *Wayuu Made*

A escolha deste projeto como exemplo de referência, está relacionado com a pertinência de como a marca foi criada. Os fundadores têm como missão não só trazer ao mundo a beleza das bolsas “mochilas” feitas à mão pelo povo Wayuu (grupo indígena latino-americano, localizado na Península de Guajira no nordeste da Colômbia e Venezuela) mas também para ajudar a manter a herança histórica da cultura, que até recentemente existia relativamente intacta no mundo. Um princípio central da história do povo Wayuu é a prática de tecer.

Através dos padrões coloridos, o povo partilha a visão cosmológica do universo e as suas tradições. As técnicas são passadas de geração em geração de mulheres, tornando-se um dos principais aspetos tradicionais da tribo.

Mochilas, chinchorros (redes) e outras criações tecidas, tornaram-se um meio de renda económica para as mulheres Wayuu que vendem os seus produtos a turistas ou pessoas fora da sua tribo.



Imagem 4.  
*The Cartagena, Wayuu Bag.*

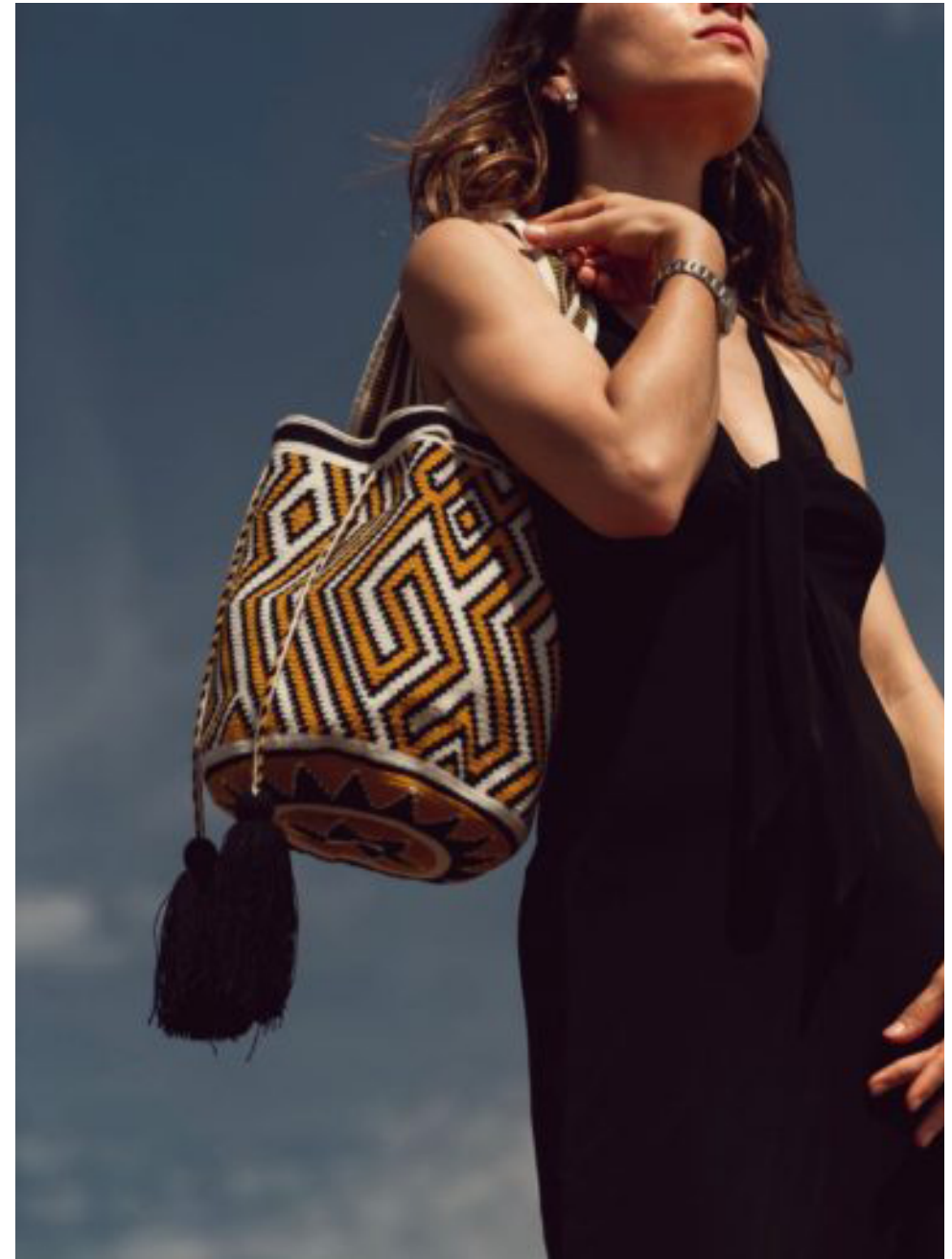


Imagem 5.  
*Mustard tote bag, Wayuu Made.*

## Hybrid

Seletti

O grupo CtrlZak fundado por Thanos Zakopoulos e Katia Meneghini é caracterizado por uma abordagem de projeto particularmente atenta às transformações da sociedade e cultura contemporâneas.

A coleção de louças híbridas é inspirada na história chinesa e europeia da China, de ossos e séculos de intercâmbio intelectual entre culturas, tornando-se uma espécie de manifesto da relação entre o Oriente e o Ocidente.

A escolha deste projeto como objeto de referência deve-se aos elementos-chave de duas culturas que são reformuladas através de uma nova visão. De facto, as decorações que caracterizam a coleção são divididas em duas partes iguais, combinando temas e cenas interpretadas no imaginário de duas culturas diferentes entre si. Uma linha de separação reforça a fronteira entre dois estilos, consagrando a união e criando uma nova forma a partir de um objeto já existente.



Imagem 6 e 7  
Pratos de porcelana da linha "Hybrid", Seletti.



Imagem 8.  
Vaso de porcelana *Melania*  
da linha "Hybrid", Seletti.

## Spring Collection 2013

### Stella Jean

Stella Jean é uma estilista italiano-haitiana, vencedora de várias competições incluindo a World Trade Organization (WTO) apresentando roupas criadas a partir da colaboração com o programa de ética da moda das Nações Unidas.

O estilo de Stella Jean reflete a sua herança crioula onde as culturas do velho e do novo continente se fundem.

Encontro e intercâmbio são os pontos de partida essenciais, apoiado pela necessidade de transmitir um novo conceito de multiculturalismo aplicado à moda, que promove a cultura do encontro sem nunca negociar a própria identidade. Os princípios de elegância são desenvolvidos através das linhas da alta alfaiataria artesanal italiana e através dos tecidos étnicos coloridos. A estilista dá vida às suas coleções a partir de uma estrutura narrativa típica de uma história feita de multiculturalismo aplicado, de partilha e enriquecimento cultural e humano.

A escolha deste projeto como exemplo de referência sustenta-se na forma como Stella Jean, através da colaboração de artesãos nativos, procura apoiar países e comunidades em dificuldade e preservar as suas artes e tradições ancestrais.



Imagem 9, 10, 11 e 12.  
Coleção primavera/verão,  
Stella Jean, 2013.

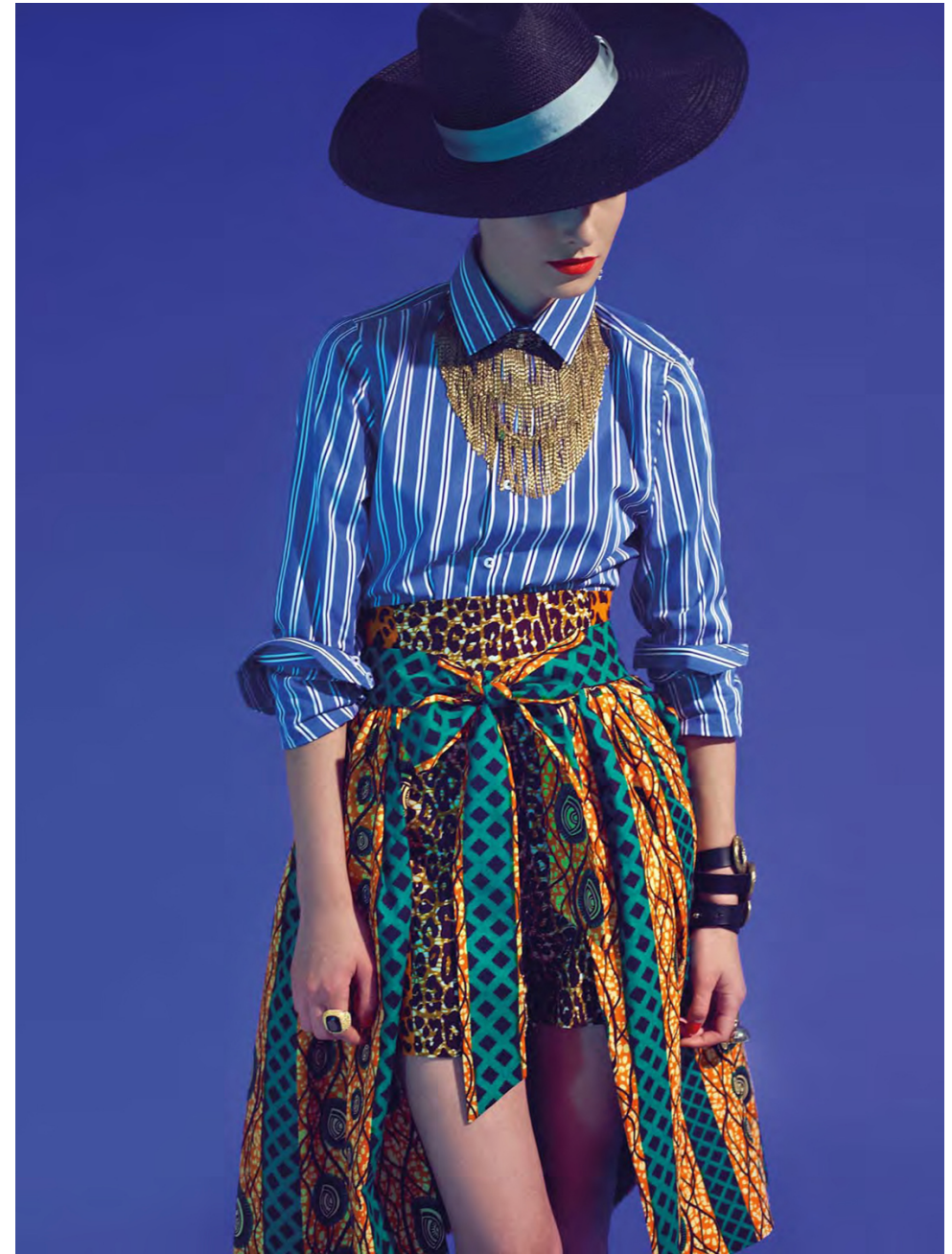


Imagem 13.  
Coleção verão,  
Stella Jean, 2013.

## La Mappa (1971)

Alighiero Boetti

Boetti é um dos principais expoentes do movimento Arte Povera, corrente artística nascida em Itália na segunda metade dos anos sessenta. A obra de arte *Mappa* foi realizada com algodão por mulheres afegãs, a quem o artista de Turin encomendou as várias partes, que mais tarde dariam vida ao trabalho na sua totalidade. A escolha desta obra como projeto de referência deve-se ao facto de como Boetti consegue através do seu trabalho representar um mapa político onde cada território é bordado com as cores e símbolos da bandeira respectiva: uma colagem colorida que expressa a variedade e riqueza cultural do mundo numa mistura de diferentes tradições, idiomas, religiões e culturas. A beleza destas tapeçarias deve-se, a nosso ver, à capacidade de comunicar uma série de mensagens ao observador e com forte impacto.

A riqueza cultural do mundo é algo único que não pode ser reproduzido e que foi transmitido durante séculos graças a pessoas que o protegem e partilham.



Imagem 14.  
Obra *Mappa* (1971),  
de Alighiero Boetti.

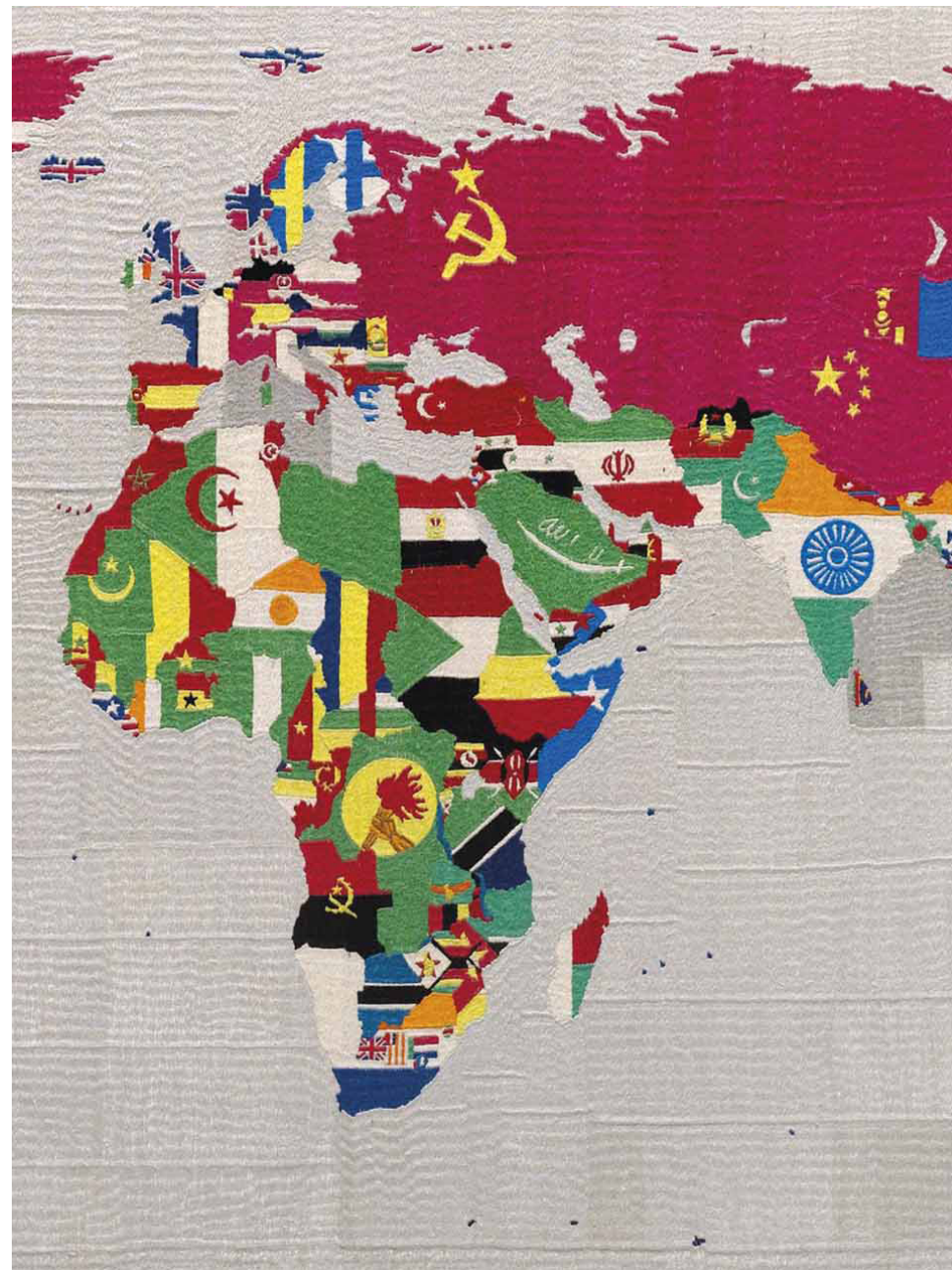


Imagem 15.  
Detalhe da obra *Mappa* (1971),  
de Alighiero Boetti.

## Home Textile Emporium

Lisa Corti

O Home Textile Emporium de Lisa Corti é uma empresa com sede em Milão, que realiza e projeta tecidos para a produção de uma linha pessoal de móveis e roupas para mulheres e crianças.

A escolha de Lisa Corti como referência prende-se com o facto de esta estilista ter conseguido criar a sua própria marca, que é reconhecida mundialmente, recorrendo a tecidos étnicos, mas com a manualidade do artesanato e do saber-fazer italiano. Corti desenha as suas criações na Itália, mas as peças são produzidas na Índia por artesãos especializados, que trabalham manualmente, seguindo cada fase do processo de produção, da tecelagem e tingimento do algodão à impressão manual em tecido, com a antiga técnica de *blockprint*. Para a estilista, a Índia e o Oriente representam uma fonte inesgotável de inspiração. Lisa Corti trabalha o design dos tecidos de forma original e pessoal.

Cabe apontar, que a visita à sua loja em Roma, despoletou a ideia de criar uma nova coleção usando tecidos orientais.



Imagem 16,17 e 18.  
Jogos americanos com  
padrões diferentes,  
Lisa Corti,



Imagem 19.  
Tecidos de Lisa Corti,  
Detalhe da casa privada,  
Milão, Itália.

## CONTEXTO DO PROJETO

O projeto Nomad é o resultado de uma curiosidade pessoal e de uma vontade de aprofundar técnicas de artesanato internacional, utilizando técnicas transmitidas através de gerações. Um produto artesanal sempre significou dar a alguém a oportunidade de possuir uma fatia da história e da tradição de um lugar específico. Este foi o ponto de partida para o desenvolvimento de projetos na área do design de produto. Representar num contexto internacional um verdadeiro produto artesanal típico de um lugar e que possui uma longa tradição. Portugal é decisamente distinguido pela criação de cerâmicas sugestivas e produção de vinho. No entanto, entre os produtos identificadores da tradição artesanal, destaca-se a cortiça, que por números e propriedades é considerada um verdadeiro “ouro verde” da nação.

No decorrer da investigação, identificámos a tecelagem manual, enquanto prática de artesanato têxtil, como ponto de partida para a pesquisa e início do objetivo deste estudo.

*“O sector têxtil constitui desde a Antiguidade um sector preponderante para o desenvolvimento económico das sociedades. A sua função pode ser abordada mediante várias perspetivas, sendo que os seus usos e práticas quotidianas encontram-se associados num contexto que congrega tanto a natureza geográfica, como económica, social e cultural.” (Pinheiro, 2008, p.217)*

O local escolhido para este estudo surge em Minde, uma pequena freguesia do concelho de Alcanena, que foi um dos maiores polos da indústria têxtil de Portugal durante o Século XX onde as histórias de um artesão local serviram de base para a construção da presente tese. O artesão, relatou que a ausência de qualquer curso de água superficial, os solos pobres e uma vegetação de espinhosas marcaram a vida da população. A criação de ovelhas, cabras

e o aproveitamento da lã das ovelhas, tal como a sua transformação eram as atividades dominantes desta pequena aldeia. Os Mindericos tinham como principal fonte de riqueza a agricultura e a indústria têxtil. Como a lã local era pouca, os Mindericos tornaram-se comerciantes de lã, que compravam por todo o país; traziam para Minde e lavavam na água da lagoa, cardavam, fiavam e teciam. O resultado final eram as mantas únicas tecidas pelas mulheres de Minde em teares artesanais. Na atualidade, o artesanal deu lugar à massificação e o número de teares e de tecelões reduziu drasticamente desde meados do século XX, prevalecendo poucos locais onde esta arte secular ainda persiste.

Em Minde, existem atualmente apenas três teares, localizados na oficina de Tecelagem do Centro de Artes e Ofícios Roque Gameiro (C.A.O.R.G.). Ao visitar a oficina observamos as várias tipologias de mantas e é possível acompanhar o seu processo de produção. Temos a oportunidade de conhecer as várias mantas que diferem nos seus padrões: manta janota (imagem 20); manta mescla (imagem 21); manta parda (imagem 22); manta preta (imagem 23).

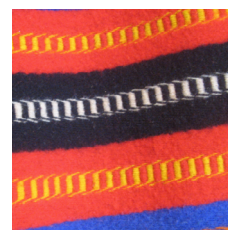


Imagem 20.  
Manta janota.  
Manta com barras trabalhadas intercaladas com barras lisas.

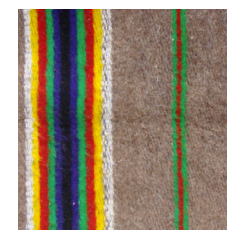


Imagem 22.  
Manta parda.  
Manta onde o fundo é pardo enriquecida com riscas de cores variadas.



Imagem 21.  
Manta mescla.  
Manta de cores variadas e algumas trabalhadas.



Imagem 23.  
Manta preta.  
Manta feita unicamente com as cores naturais da manta.

## Tecelagem + couro

Sendo Portugal um país com forte tradição têxtil, bem como a Itália, este aspeto revela-se fundamental para a relação com dois materiais tradicionais dos dois países: as mantas de Minde e o couro. Tomou-se a decisão de trabalhar com as mantas, e criar proximidade a uma das tradições históricas da Itália, que é o processamento do couro. As atividades de artesanato, especialmente as do couro, requerem técnicas manuais de alto nível técnico e profissional, que excluem absolutamente todos os processos de fabricação realizados inteiramente em série, mas que requerem várias etapas.

Uma vez removida do animal (o que pode ser feito mecanicamente, por infiltração de ar a alta pressão, ou à mão, usando uma faca), a pele é sujeita a salga e secagem, para protegê-la de ataques de bactérias. Em seguida, segue um procedimento chamado bronzeamento. O curtimento pode ser realizado por diferentes métodos, dependendo do material utilizado. Fabricar um couro perfeito requer alguns dias de trabalho e habilidade especial.

### Variedade de couro

O couro também é identificado em linguagem comum, como pele: em Itália, o primeiro termo é usado para identificar o produto original e o segundo termo para outros tipos de couro, mas nos países anglófonos usa-se apenas um termo, ou seja, couro. Entre os tipos mais comuns de couro estão as camurças, mas também o pergaminho, a napa e o falso couro: este último, tem um reduzido impacto ambiental.

### Usos

Trabalhando o couro, que é um material resistente e respirável, ao contrário de produtos sintéticos, pode-se obter diferentes objetos, desde roupas e sapatos até bolsas, cintos, capas de caderno ou documentos. Além disso, o couro também é usado para acessórios de decoração, como sofás e poltronas, e na indústria automóvel, como revestimento.

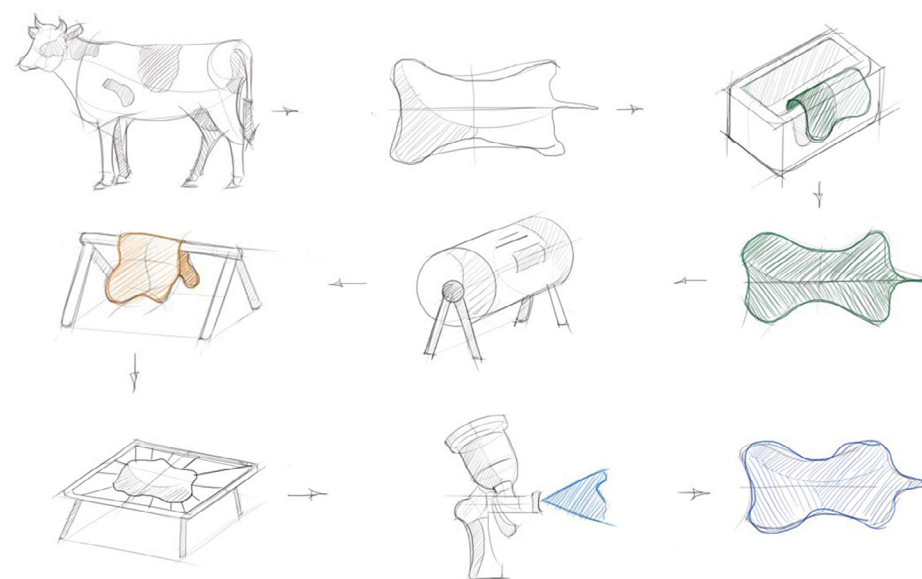


Imagem 24.  
Processo de fabricação do couro,  
ilustração da autora.

## Exploração de tecidos étnicos

Dois países surpreendem em modo especial: o Uzbequistão e a Turquia. Como os usbeques são um povo de origem turca, ambos países têm um caráter continental e uma herança têxtil artesanal mundialmente conhecida. O interesse por esta herança contribui para dar significado à continuação do projeto, integrando tecidos artesanais étnicos provenientes de várias viagens. No Museu Estatal de Artes Aplicadas na capital do Uzbekistan, em Tashkent, é possível conhecer a história dessas ancestralidades.

Os primórdios do museu remontam a 1927 quando a primeira exposição de obras foi realizada. Ali estão disponíveis para apreciação tapetes, jóias, bordados artesanais e outros artefatos do início do século XIX até à contemporaneidade. Entre os objetos de pesquisa estão, por exemplo, o “chapan” uzbeque (ver imagem 26), um casaco usado sobre a roupa feito de seda natural, e objetos de decoração produzidos com artesanato tradicional de tecelagem. Salientamos as antigas tradições de tecidos de seda feitos à mão, que são chamados de “ikat” no Ocidente. Este nome veio da Indonésia e tem origem no verbo “mengikat”, que significa “empacotar”.



Imagem 25, 26 e 27.  
“Chapans” uzbeque,  
Museu Estatal de Artes Aplicadas,  
Tashkent, Uzbequistão.

O Uzbequistão foi um ponto crucial na Rota da Seda e um dos nós mais importantes no comércio têxtil entre Ásia, Oriente Médio e Europa. Através das caravanas de comerciantes nômadas, o ikat entrou na vida dos uzbeques e, no século XVIII, tornou-se um item altamente valorizado, reservado para a realeza e a classe alta. Somente os artesãos mais habilidosos tinham permissão para produzir o ikat e foram justamente eles que contribuíram para dar à arte do ikat uma identidade única na Ásia Central. A dupla posição sem litoral do país e o seu terreno montanhoso ajudaram a preservar a arte do ikat após o fim da Rota da Seda. Na viragem do século XX, o ikat uzbeque passou por uma breve mudança com a incorporação na União Soviética, quando a produção corporativa em massa substituiu a produção em pequena escala exclusiva dos artesãos. O ikat tornou-se acessível ao público, os desenhos foram simplificados e os corantes naturais substituídos por sintéticos. Algumas famílias conseguiram proteger secretamente as antigas técnicas elaboradas e reabilitar a produção após a independência do país.

A decisão de introduzir este tipo de tecido, que é espelho do artesanato do Médio Oriente, decorreu na sequência de uma visita ao país.

### O Processo

Ikat é um método de fabricação de tecidos onde o padrão é criado antes da tecelagem através do processo de “resistir-tingir” os fios. Os ikats da Ásia Central são tingidos com urdidura, o que significa que a urdidura - o fio longitudinal - é manipulada para criar o padrão. A oficina cultiva a sua própria seda - uma técnica também originária do leste da Ásia e trazida para a Ásia Central pela Rota da Seda. Antes da tecelagem, o mestre tecelão escolhe um padrão, enquanto os seus ajudantes juntam os fios e os colocam numa moldura de 2 x 2 metros. De seguida, desenha o padrão nos feixes estendidos usando uma vara afiada embebida em óleo e carvão vegetal, marcando os pontos onde os fios devem ser presos. O seu assistente embrulha os pacotes nesses lugares específicos usando fios de algodão, resistentes a corantes, e embebidos em cera.

O tingimento natural, permite que cada cor possa exigir uma temperatura e condição diferentes, aspecto que deve ser também considerado. Partindo de um espectro até cinco cores naturais, os artesãos criam uma variedade de nuances e uma possibilidade ilimitada de combinação de padrões. Os pontos em que os feixes de fios estão amarrados à estrutura de 2 x 2 metros resultam numa linha que se repete a cada dois metros (aproximadamente) no tecido final. Esta linha distingue ikats feitos à mão dos fabricados à máquina e é uma característica inevitável da tecelagem tradicional do ikat.

Uma vez concluído o tingimento, os feixes são divididos em duas partes e abertos para criar uma imagem espelhada do padrão e de seguida esticados no tear. Durante a tecelagem, a linha é ajustada sempre que a lançadeira passa para produzir o design. Para os ikats de veludo, há uma etapa extra - um fio fino é tecido ao longo da trama. O tecelão usará uma lâmina para cortar ao longo desses fios e criar a "pilha". Este processo é capaz de produzir, aproximadamente, um metro de tecido por dia.

*"Característico da arte islâmica, os padrões de mosaico e a maioria dos padrões de ikat são figurativos, geométricos e coloridos. Em contraste com a paisagem árida, a vida aqui é vivida a cores - sob estruturas complexas de mosaicos, homens e mulheres vagueiam em tecidos de cores vivas."*  
(Gibbon at al., 1999, p.26, T.L.)<sup>5</sup>

5. Tradução livre da autora (Textos Originais, ver página 112)



Imagem 28.  
Páginas de um caderno  
com dois designs  
tradicionais.



Imagem 29.  
Um artesão transfere o design  
numa moldura de 2 x 2 m.



Imagem 30.  
Os fios são esticados no tear,  
mostrando um padrão totalmente  
realizado ao longo da urdidura.

## Metodologia

A metodologia do projeto que apresentamos, divide-se em seis partes lineares. O ponto de partida do projeto começa com uma parte de investigação. É imperioso analisar a validação do conceito com as temáticas a abordar através de uma pesquisa exhaustiva.

Subsequentemente apresentamos uma fase de divergência, baseada na investigação anterior. Discute-se o *brainstorming*, criando novos cenários através de um *moodboard*, e testando as ideias iniciais. O desenvolvimento da proposta centrou-se essencialmente na criação de acessórios.

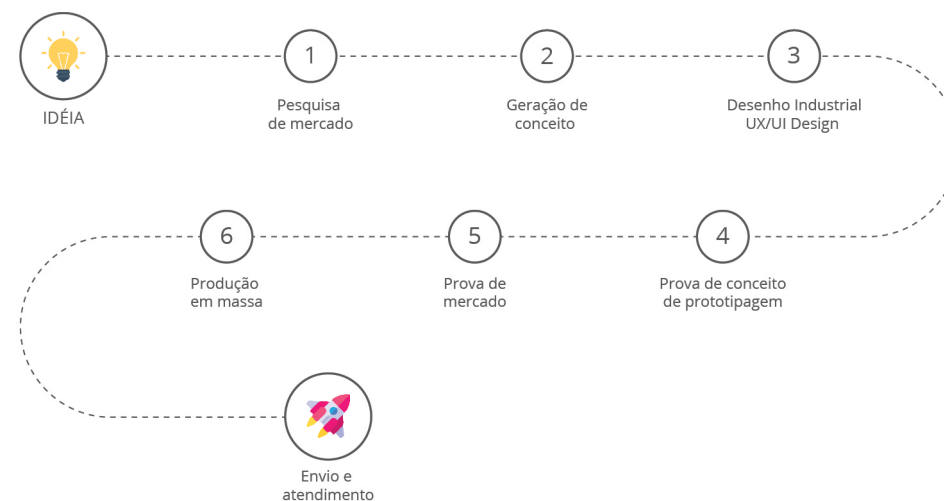
A terceira fase é constituída pelo UX/UI design, ou seja, a tradução gráfica através de esboços do caminho de navegação projetado, partindo das necessidades dos usuários para delinear a forma ideal do produto.

A quarta fase é fundamental e consiste numa prova de conceito de prototipagem. É o momento para verificar dimensões e cores, e também para perceber o tamanho real do produto final, criado a partir de um modelo feito em papel na escala 1:1. Além da maquete e do estudo das cores, neste estágio é avaliada a montagem da bolsa. Foram feitas algumas comparações com modelos existentes no mercado, com o objetivo de melhorar o desempenho da proposta.

A penúltima fase é importante para o sucesso da venda do produto.

Pretende-se desenvolver uma nova marca projetando o logotipo ideal e um *packaging* visivelmente atraente. Num mercado cada vez mais competitivo, o *packaging* é um elemento que adquire especial importância, permitindo melhorar a manipulação do produto.

É necessário pensar na realização de uma campanha de marketing funcional para chegar à última fase da metodologia, que consiste na produção do produto final. Encontrar parcerias ou fundos da União Europeia, facilita a produção em massa para lançar no mercado uma nova marca fundada na fusão do artesanato de diferentes países.





Após experimentos feitos com maquetes de papel, o que permitiu ter uma ideia da forma e do tamanho desejado, foram confeccionadas as alças no atelier de tecelagem do Centro de Artes e Ofícios Roque Gameiro (C.A.O.R.G.), que se tornou uma das partes mais importantes do projeto. Entre os diferentes tipos de padrões realizáveis no tear (como mostrado anteriormente) foi escolhido o padrão “diamante”, o padrão clássico das mantas de Minde. O tear de madeira de maior dimensão no atelier tem 198mm de comprimento, permite criar uma tira longa que pode ser dividida em duas partes iguais de 99 mm de comprimento e 30 mm de largura, para a realização de alças finais. Sendo feito inteiramente à mão, o processo de fabricação das mantas é moroso.

*“A manta de Minde que se faz numa manhã no Atelier, seria reproduzida às centenas no mesmo tempo por uma máquina. A concorrência de outros mercados ditou o fim dos teares, de todos eles, mecânicos ou manuais.”* (informação verbal) <sup>6</sup>

6. Frase proferida por Roberto Ferreira, artesão da C.A.O.R.G. em conversa com a autora, em julho de 2017.

Uma vez terminada a etapa oficial em Portugal, as peças foram levadas para Itália.

A unicidade dos produtos finais que representam objetos artesanais de alta qualidade não pode ser mecanicamente reproduzida ou substituída, e essa é a peculiaridade que os torna inatacáveis pela produção em massa proposta por outros países. Determinadas decisões foram tomadas no decorrer do projeto,



Imagem 33.  
Maquete de papel.

Imagem 34.  
Maquete de papel. Detalhe.

uma delas consistiu na escolha da fábrica para a realização da parte produzida em couro. Em Roma, a maioria dos artesãos desapareceu, e outros mudaram-se para Florença, berço do artesanato italiano, na esperança de abrir novas oficinas ou de encontrar um emprego nas oficinas das casas de moda mundiais. No centro histórico, existe uma loja chamada “Grilli” que oferece uma vasta coleção de elegantes artigos de couro como sapatos e malas, entre outros. Os objetos são produzidos usando materiais nobres recorrendo a técnicas antigas de selaria. Todos os itens são projetados e feitos à mão na oficina localizada no subúrbio da capital, onde foram realizados os produtos para o projeto final da presente tese. A escolha da fábrica deve-se principalmente ao facto de representar uma empresa que faz da qualidade e da tradição as suas principais características. Produzir uma bolsa artesanalmente requer diversos passos e precisão. Inicia-se com a seleção do couro de alta qualidade. Na loja são usados principalmente couro de bezerro, couro de cordeiro e couro vegetal curtido em Itália. Revelou-se mais apropriada a escolha do couro de bezerro, um dos mais preciosos. Uma vez decididos os aspectos principais (materiais e dimensão), o modelo é aperfeiçoado e prossegue-se para a fase de realização do produto.

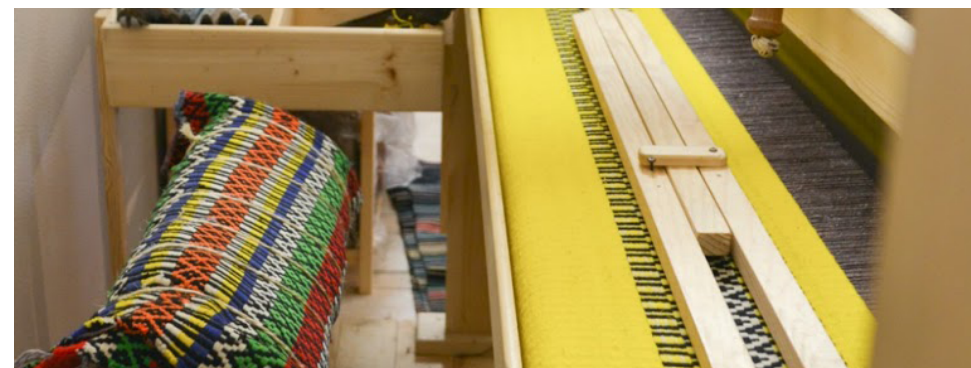


Imagem 35.  
Tear do centro de tecelagem C.A.O.R.G.

- *Fase 1: Padrão de papel*

Ter um modelo a seguir é essencial para a criação de qualquer objeto em couro, uma vez que indica o pedaço do couro que deve ser cortado. O padrão do papel é uma transposição do desenho em cartolina e requer trabalho de planeamento. O artesão inicia o desenho com um eixo longitudinal, que servirá para conhecer com exactidão a divisão da cartolina, e procede com o rastreamento de todas as outras peças de maneira proporcional. Cada peça é a cópia perfeita do oposto: numa bolsa os dois lados são perfeitamente iguais.

- *Fase 2: Preparação do couro*

As peles cortadas são divididas e chanfradas para torná-las adequadas ao processamento exigido. Vêm passadas num cilindro rotativo que as torna uniformes para depois serem refinadas. Através deste processo, as partes da pele em excesso e as partes ásperas da folha de couro são eliminadas.

- *Fase 3: Escolha de acessórios*

Todos os acessórios que completam o produto final são escolhidos e preparados: pequenas peças de metal, dobradiças e linhas de costura. A escolha é vasta entre diferentes tamanhos, formas, cores e material. As fivelas e os detalhes permanecem um elemento fundamental e intocável, e tornam-se muitas vezes uma característica distinta e reconhecível do próprio objeto.

- *Fase 4: Montagem*

As peças acabadas são montadas manualmente para começar a dar forma à bolsa. Antes de prosseguir para a costura é preciso juntar e colar as partes externas com o acabamento. É uma fase extremamente importante que deve ser realizada com precisão.

- *Fase 5: Costuras*

Desde a antiguidade, o couro foi sempre costurado à mão. Usava-se uma agulha grande, que passava por um fio, para apertar as várias partes do couro. Ao longo dos anos, para economizar tempo, alguns artesãos passaram a usar a máquina de costura com um pé adequado. Este produto consiste numa roda particular que permite que a pele deslize com mais facilidade. Além da roda, a máquina de costura precisa ter uma agulha grossa, robusta e adequada para o tipo de material.

- *Fase 6: Acabamentos finais*

O produto foi terminado em detalhes maioritariamente manuais; a bolsa foi cuidadosamente examinada e aperfeiçoada com a adição de todos os acessórios e componentes metálicos, com o polimento e tingimento das bordas, e com a pastagem das costuras finais.

Uma vez terminada a base da bolsa, foram feitas as alças com as tiras de mantas de Minde. Sendo de lã, cada tira teve que ser costurada lateralmente para evitar que se desfie. Depois da primeira fase de costura passou-se à segunda fase, com tiras de couro de 25 mm dobradas de cada lado.

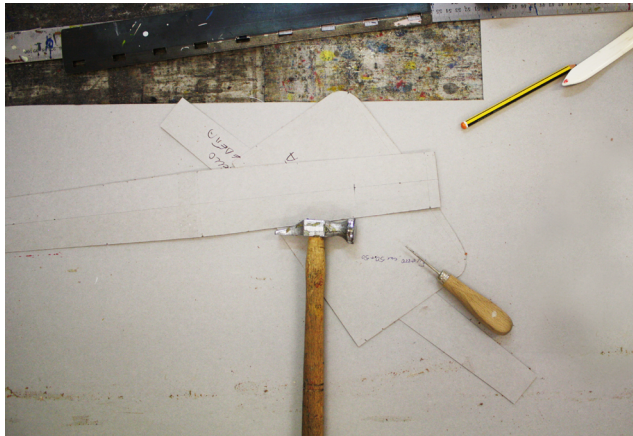


Imagem 36.  
Realização do  
padrão de papel.



Imagem 37.  
Corte do couro.



Imagem 38.  
Afinamento do couro.



Imagem 39.  
Colagem das peças.



Imagem 40.  
Acabamento das  
arestas com tinta  
colorida.



Imagem 41.  
Escolha de acessório.



Imagem 42.  
Costuras.



Imagem 43.  
Fechos.



Imagem 44.  
Ajustes finais.



Imagem 45.  
Preparação da alça,  
corte das mantas de Minde.



Imagem 46.  
Collagem do couro  
acima da manta.



Imagem 47.  
Costuras finais.



Imagem 49.  
Detalhe da alça.

Imagem 48.  
Bolsa de ombro  
com couro liso.  
Manta de Minde  
azul escuro e bordô.



Imagem 51.  
Detalhe da alça.

Imagem 50.  
Bolsa de ombro  
com couro martelado.  
Manta de Minde  
azul claro e branco.

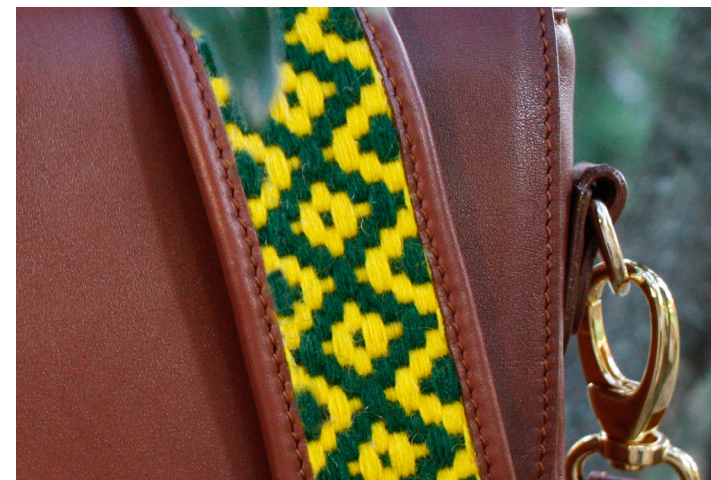


Imagem 53.  
Detalhe da alça.

Imagem 52.  
Bolsa de ombro  
com couro liso.  
Manta de Minde  
amarela e verde.

## Pochete

Constituindo a segunda parte da “coleção mantas de Minde”, foi desenvolvida uma pochete customizável com as iniciais do cliente.

A história da pochete ainda não está bem definida. Em 2014, o Daily Mail<sup>7</sup> noticiou sobre uma pochete dos anos 700, vinda do norte do Iraque, exposta pela primeira vez na Courtauld Gallery, em Londres. Especialistas pensaram inicialmente que a pequena bolsa com incrustações de ouro e prata podia ser uma carteira ou alforge de homem, chegando posteriormente à conclusão de que provavelmente era uma bolsa de mulher. É datada aproximadamente de 1300 d.C., quando os mongóis controlavam a região e apresenta desenhos e representações de mulheres e da vida na corte.

7. Artigo publicado por Katy Winter no jornal online [www.dailymail.co.uk](http://www.dailymail.co.uk), em 20 de Fevereiro de 2014.



Imagem 54.  
Pochete de metal Courtauld do início do século IV.

Somente no final do século XIX, no início da Revolução Industrial, as pochetes começam a ser vistas pelas ruas, iniciando a sua história. As mulheres costumavam usar pequenas bolsas de seda finamente bordadas chamadas de “treliças”, ancestrais do que hoje chamamos de “bolsa de noite”. As redes eram usadas para transportar objectos essenciais: frasco de perfume, agulha e linha, lenço bordado e saís, para o caso de um possível desmaio.

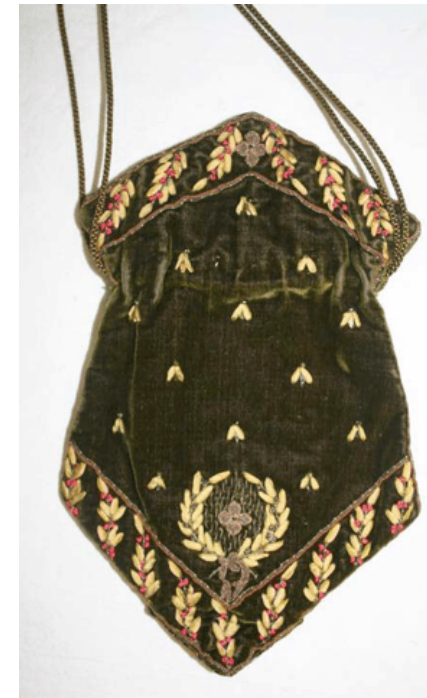


Imagem 55.  
Treliça francesa do início do século XIX.

Cem anos depois, a pochete foi deixada de lado para voltar a ter destaque no período da Segunda Guerra Mundial quando, no contexto do racionamento de bens, passou a ser popular graças à quantidade mínima de material utilizado para a sua produção. Desde então, as bolsas tornaram-se um objeto de desejo da mulher. Sempre acompanhando as evoluções da moda, grandes ou pequenas, práticas ou femininas, as pochetes conquistaram o seu lugar no mundo *fashion* de forma irrefutável e definitiva.

A pochete é, portanto, definida como uma minibolsa em tecido macio e quase sempre acompanhada por uma alça ou uma pulseira para ser presa no pulso. Geralmente tem um formato retangular e plano.

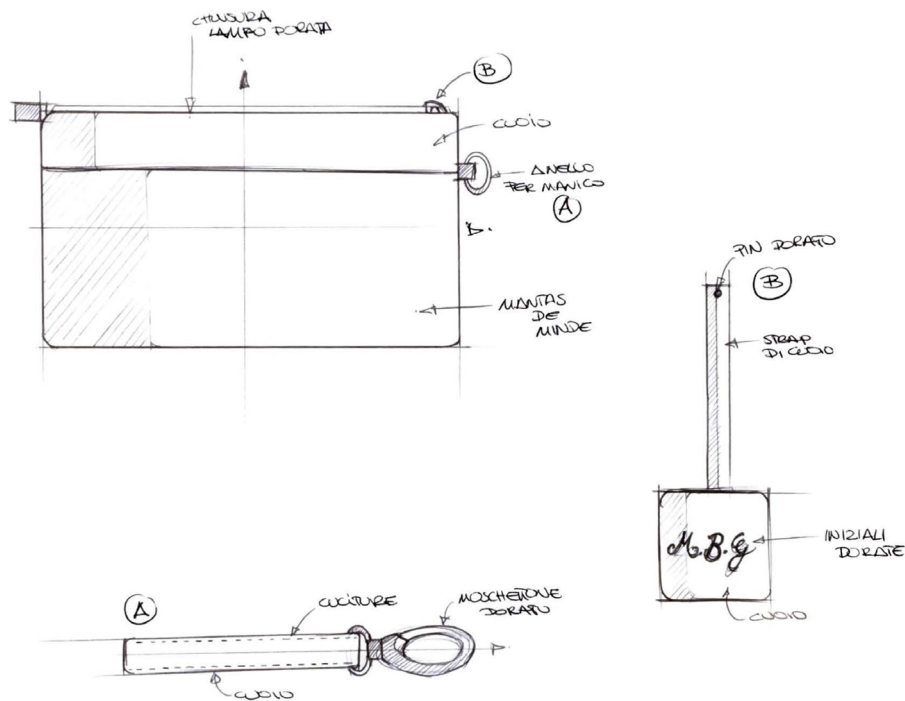


Imagem 56.  
Esboço da pochete,  
ilustração da autora.

Nestes exemplos a ideia é também combinar harmoniosamente as mantas de Minde com o couro para criar um acessório perfeito para ser usado no cotidiano. Tal como na bolsa de ombro, a pochete seguiu o mesmo procedimento de produção, apresentando diferença no material predominante que passou a ser as mantas de Minde. Para esse projeto também foi escolhido o padrão "diamante" e foram feitas tiras de 170 mm no tear maior da C.A.O.R.G.

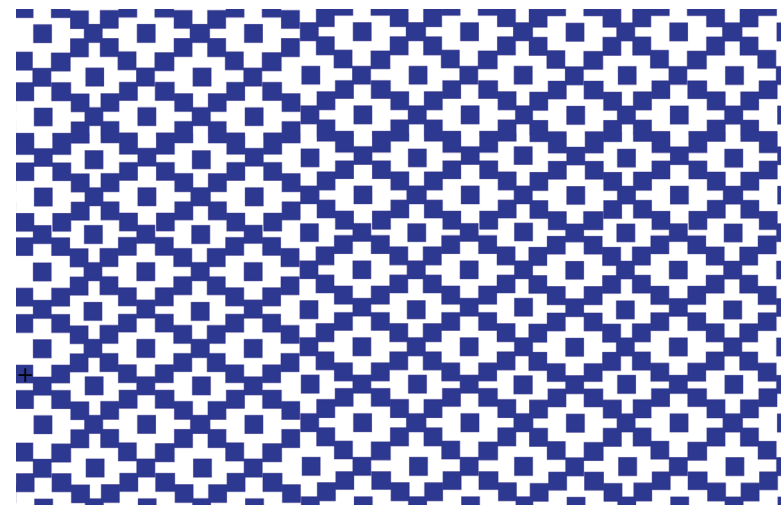


Imagem 57.  
Representação do  
padrão diamante,  
ilustração da autora.

Sendo a pochete muito simples, para torná-la mais elegante foi criada uma etiqueta de couro inteiramente à mão e adicionada, podendo ser personalizada com a impressão a quente da inicial desejada. Ésta é uma das técnicas que os artesãos italianos usam para completar um produto artesanal adicionando um elemento único escolhido pelo cliente. Pode apresentar ausência de cor através da impressão a seco, para um traçado mais discreto, ou vários tons de cores: ouro, prata, cores metálicas, brilhante ou opaco. O processo consiste numa matriz de metal gravada, que é fixada na placa e depois aquecida. Coloca-se um lápis de cor colorido na folha entre o suporte a imprimir e a matriz, e o calor favorece o destacamento da camada de coloração da folha, que é aplicada no próprio suporte.



Imagem 58.  
Pochete  
com couro liso.  
Manta de Minde  
cor natural da lã.



Imagem 59.  
Detalhe das iniciais  
feita com impressão  
a quente.



Imagem 60.  
Pochete  
com couro martelado.  
Manta de Minde  
azul escuro e branco.



Imagem 61.  
Detalhe.

## Cintos

Como na terceira parte da coleção “Mantas de Minde”, foram desenvolvidos cintos femininos. Esta fase do projeto iniciou a partir de uma experiência bem sucedida. Após a realização das alças para as bolsas, citadas anteriormente, sobraram algumas tiras de mantas de Minde avançadas. A primeira proposta para o uso do excedente de material foram os chaveiros, mas como objetos de tese não pareceram adequados.

De seguida surgiu a proposta de criação de bolsas de uso diário, um objecto útil para qualquer oportunidade. Consequentemente surgiram os cintos, adequados não só para quem frequenta os campos de polo, mas também para quem quer desfrutar de um artefacto português/italiano que se adapta a diversos estilos, e pode ser usado no dia a dia. O processo de fabricação foi o mesmo das alças, mudando somente o ataque.

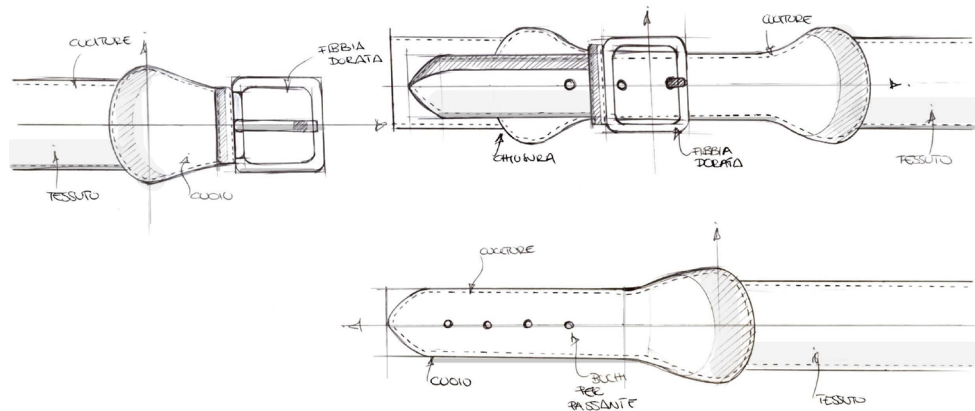


Imagem 62.  
Esboço do cinto,  
ilustração da autora.



Imagem 63  
Realização do  
padrão de papel.



Imagem 64.  
Escolha de  
acessórios.



Imagem 65.  
Acabamento com  
tinta colorida.

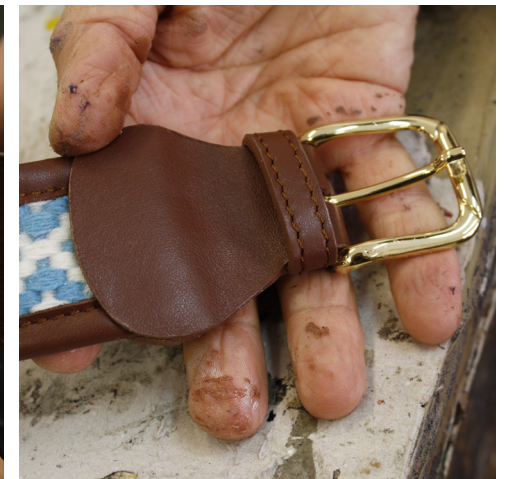


Imagem 66.  
Costuras finais.



Imagem 67.  
Cinto com couro liso.  
Manta de minde azul  
clara e branco.



Imagem 68.  
Detalhe.



Imagem 69.  
Cinto com couro liso.  
Manta de minde azul  
escuro e bordô.



Imagem 70.  
Detalhe.



Imagem 71.  
Cinto com couro liso.  
Manta de minde  
roxo e fúcsia.



Imagem 72.  
Detalhe.



Imagem 73.  
Cinto com couro liso.  
Manta de minde  
verde e amarelo.



Imagem 74.  
Detalhe.

## Pochete elegante

A coleção Ikat surge na sequência da série Mantas de Minde, utilizando outro artesanato, neste caso os ikats vindos do Uzbequistão. A visita ao museu de Tashkent alimentou a curiosidade sobre esses tecidos étnicos. Sendo os ikats produzidos em seda ou veludo, a proposta consistiu em criar um objecto elegante, ao contrário da coleção Mantas de Minde que é mais desportiva e adequada para o uso quotidiano. Surgiu assim a pochete de festa embelezada com uma abelha de latão banhada a ouro. A escolha deste inseto está ligada à cidade de Roma e ao desejo de adicionar um símbolo “pessoal” num objeto étnico. As abelhas foram utilizadas, no passado, pela família Barberini (família principesca e papal italiana) como símbolo importante e foram consequentemente usadas por Gian Lorenzo Bernini, um dos mais famosos escultores da época barroca em Itália, para adornar as suas criações, como a famosa “fonte das abelhas”, que remonta a meados do século XVII. Os tecidos foram comprados no Uzbequistão e o processamento foi feito na mesma fábrica que os projetos mostrados anteriormente.

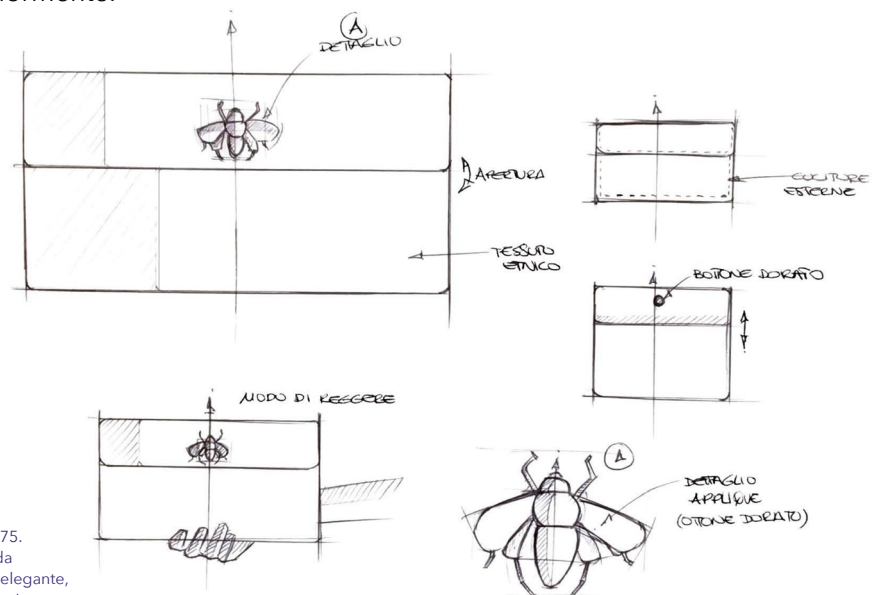


Imagem 75. Esboço da pochete elegante, ilustração da autora.



Imagem 76. Corte do tecido. Realização do padrão de papel.



Imagem 77. Costuras finais.



Imagem 78. Acolchoamento.



Imagem 79. Acabamentos.



Imagem 81.  
Detalhe.

Imagem 80.  
Pochete elegante  
com ikat de veludo.  
Fechamento: abelha  
de latão.



Imagem 83.  
Detalhe.

Imagem 82.  
Pochete elegante  
com Ikat de seda.  
Fechamento: abelha  
de latão.



Imagem 85.  
Detalhe.

Imagem 84..  
Pochete elegante  
com Ikat de seda.  
Fechamento: abelha  
de latão.



Imagem 87.  
Detalhe.

Imagem 86.  
Pochete elegante  
com Ikat de seda.  
Fechamento: abelha  
de latão.



Imagem 88.  
Cinto com couro liso.  
Ikat de veludo.



Imagem 89.  
Detalhe.



Imagem 90.  
Cinto com couro liso.  
Ikat de seda.



Imagem 91.  
Detalhe.

## CRIAÇÃO E MANUAL DE IDENTIDADE DA MARCA

*"Branding is important because not only is it what makes a memorable impression on consumers but it allows your customers and clients to know what to expect from your company. It is a way of distinguishing yourself from the competitors and clarifying what it is you offer that makes you the better choice." (Miller, 2017, p.16)*

Numa fase posterior à realização do objeto a preocupação centrou-se na criação da identidade da marca. Representa um conceito de marketing que exige um nome, um símbolo, um design ou outro recurso que distingue o produto dos seus concorrentes na perspetiva do cliente. A marca deve ser definida por um termo simples, incisivo e facilmente compreensível pelo público-alvo. A nossa escolha refletiu uma ideia pessoal de produto, remetendo às pessoas que mudam o seu local de residência e não se limitam a um lugar único - os nómadas. Mas também, algo mutável assim como os acessórios onde os materiais e o trabalho artesanal vêm de várias partes do mundo. A palavra-chave usada no logotipo foi "Nomad", para inglesa que em português significa "nómada".

### Tipografia

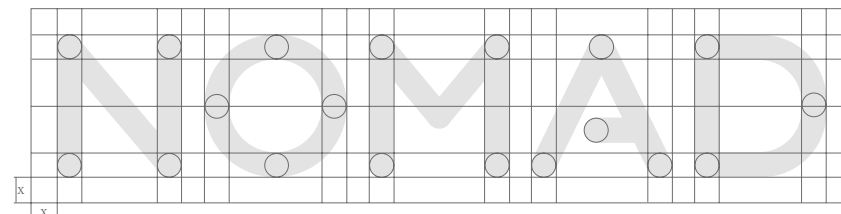


### COLOR TUBE

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii**  
**Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Rr Ss**  
**Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

Imagem 92.  
Tipografia usada  
para o logotipo.

## Construção do logotipo



Grilha de construção

**NOMAD**

Branco e preto



Colorido: logo final

Imagem 93, 94 e 95.  
Processo de construção do logotipo.  
Ilustrações da autora.

## Paleta de cores

A paleta de Nomad consiste em cores neutras e dinâmicas que se complementam. A combinação das cores permite a criação de materiais que são visualmente apelativos e que ao mesmo tempo expressam a personalidade dos acessórios.



Imagem 96.  
Paleta de cores usada  
para o branding.  
Ilustração da autora.

## Etiquetas

**MADE WITH LOVE**

---

Nomad is an accessory  
brand handmade with love from  
artisans coming from different  
parts of the world

---

Imagem 97.  
Detalhe da etiqueta.  
Ilustração da autora.



Imagem 98.  
Etiquetas.  
Ilustração da autora.

## Convites

Convites criados para eventos futuros.



Imagem 99.  
Convite.  
Ilustração da autora.



Imagem 100.  
Cartões de negócios.  
Ilustração da autora.

## PERSPECTIVAS FUTURAS

Nesta tese foram desenvolvidos produtos que abordam o tema do artesanato e do design. É oferecida uma visão geral das possíveis conexões entre o design e os sistemas de produção artesanal, através de três pontos-chave: a identidade cultural que cada território possui, a conexão com outras culturas e a capacidade de inovação.

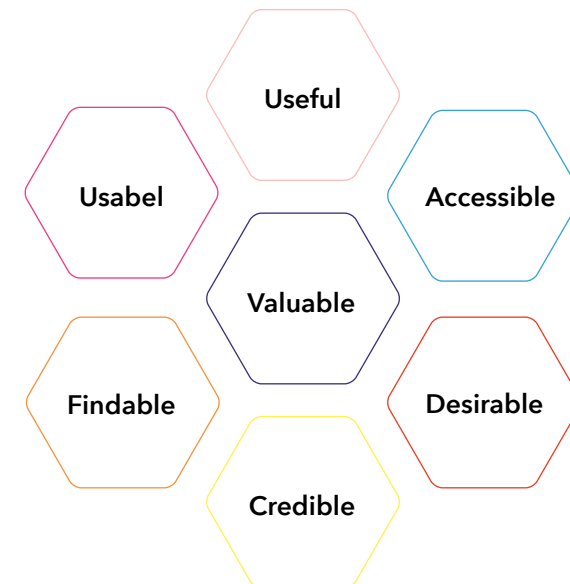
A fase seguinte do projeto pretendeu abrir perspectivas futuras através das fronteiras. Primeiro, expandir a coleção usando novas técnicas artesanais. Segundo, a criação de um negócio através do e-commerce, desfrutando da oportunidade que o projeto final propiciou ao permitir a interação com pessoas interessadas na compra do produto.

Do ponto de vista do vendedor, a Web é uma grande vitrine e propicia uma redução de custos, pois com o custo mínimo de um sítio web de e-commerce, é possível atingir um público mais vasto e reduzir o custo das vendas tradicionais no local. Permite ainda, expandir a própria área de influência, ser conhecido em território internacional e ganhar quotas de mercado. As oportunidades oferecidas por um site de vendas on-line são inúmeras; o importante é que a empresa saiba transmitir aos usuários um senso de profissionalismo. Os principais fatores para garantir o sucesso económico de um site de e-commerce são, por exemplo, a facilidade de uso, o design intuitivo, a confiança e especialmente a segurança, variável fundamental no que diz respeito a pagamentos e condições de serviço que devem especificados.

Por este motivo foi desenvolvida a visualização de um possível e-commerce futuro através o ux/ui.

## UX

Seguindo as ideias de Donald Norman (2013), o precursor do termo “User Experience”, uma experiência de sucesso é aquela que atende as necessidades de um utilizador no contexto específico em que ele/ela usa o produto. Se o objetivo final é colocar os produtos no mercado atual, é necessário prestar atenção a todos os aspetos do UX. Isto é concretizado através dos sete fatores que o afetam (The UX Honeycomb) nomeadamente: útil, utilizável, valioso, acessível, localizável, credível e desejável.



## Sitemap

Para começar a criar os *wireframes* para um site, é importante saber que páginas o projeto terá, e principalmente como será estruturado. Através um *sitemap* é possível projetar um site que consegue proporcionar uma melhor experiência, usabilidade e navegação mais simples e intuitiva.

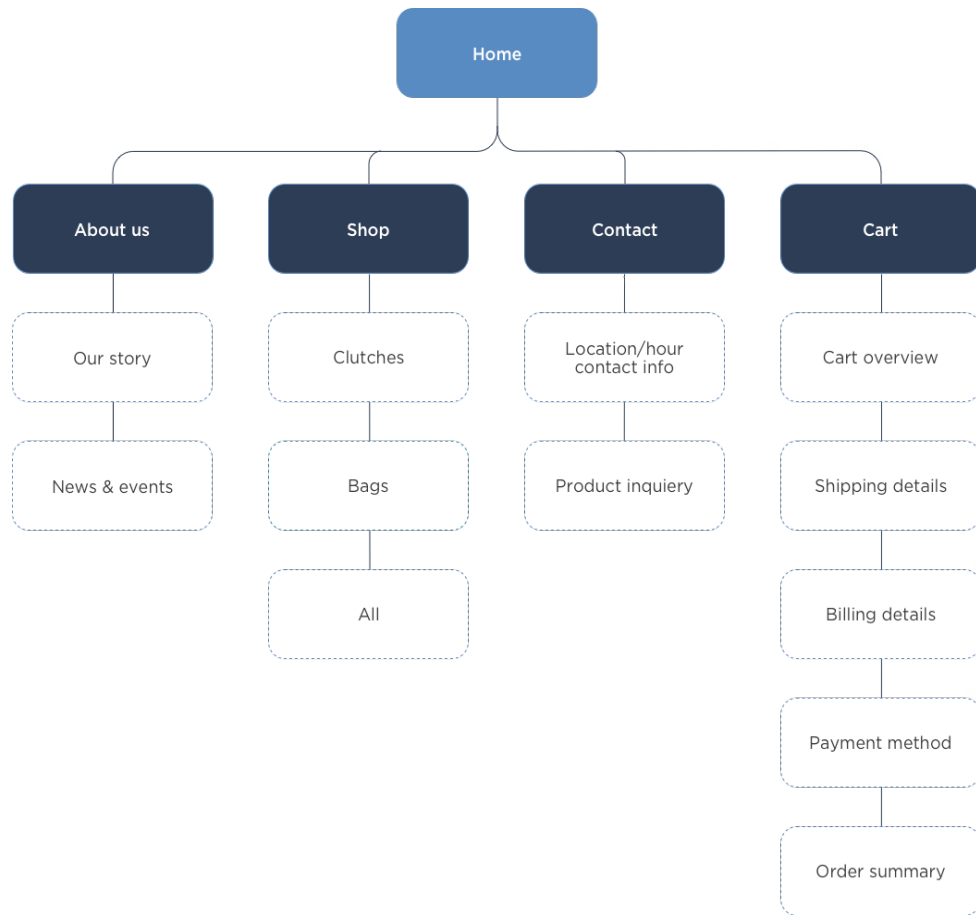
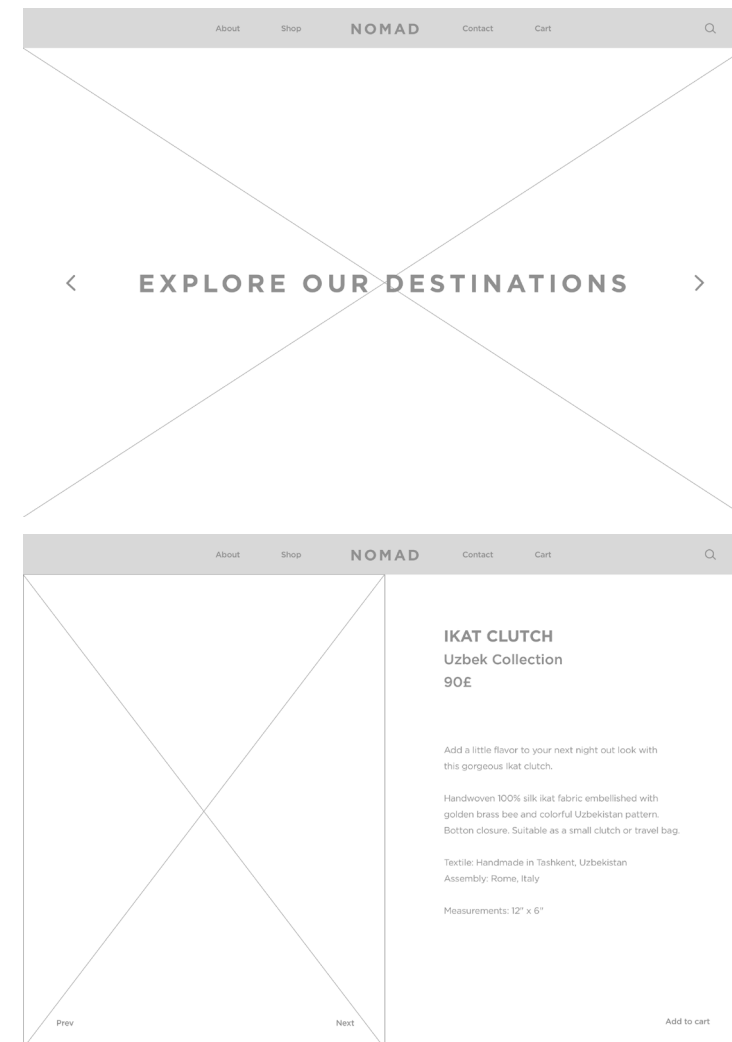


Imagem 102.  
Sitemap.  
Ilustração da autora.

## Low-fi (Baixa fidelidade)

Ao ser desenvolvido um protótipo não é necessário apresentar toda a funcionalidade do produto, ou o produto totalmente desenvolvido. O protótipo de baixa fidelidade apresenta visualmente a funcionalidade possuindo um baixo grau de detalhamento. Geralmente é utilizado para validar premissas básicas e iniciais de um modelo de negócios.



UI significa "User Interface" e inclui todos os elementos visuais com o qual um utilizador pode interagir num dispositivo tecnológico, neste caso o computador. A interface de Nomad é simples e clara para tornar atraente um comércio eletrónico futuro. As cores usadas representam uma visão geral da marca.

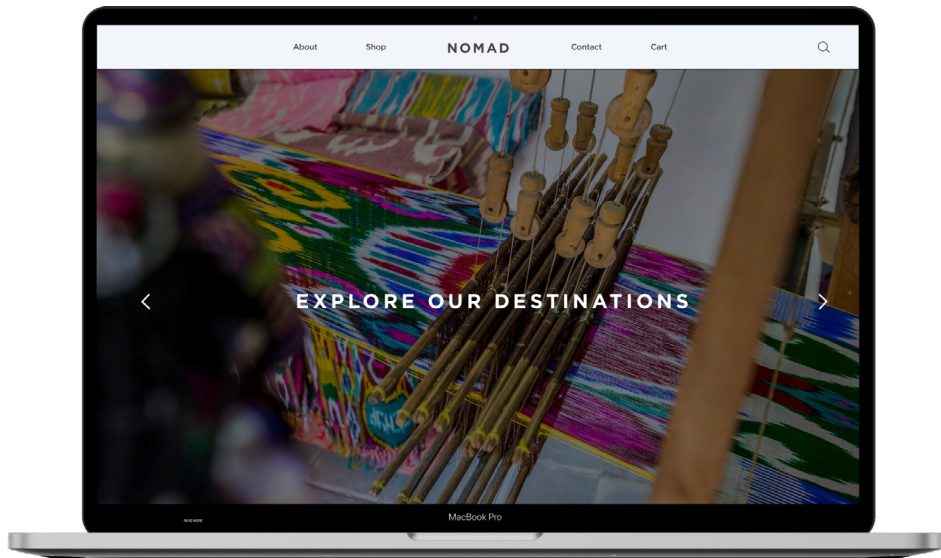
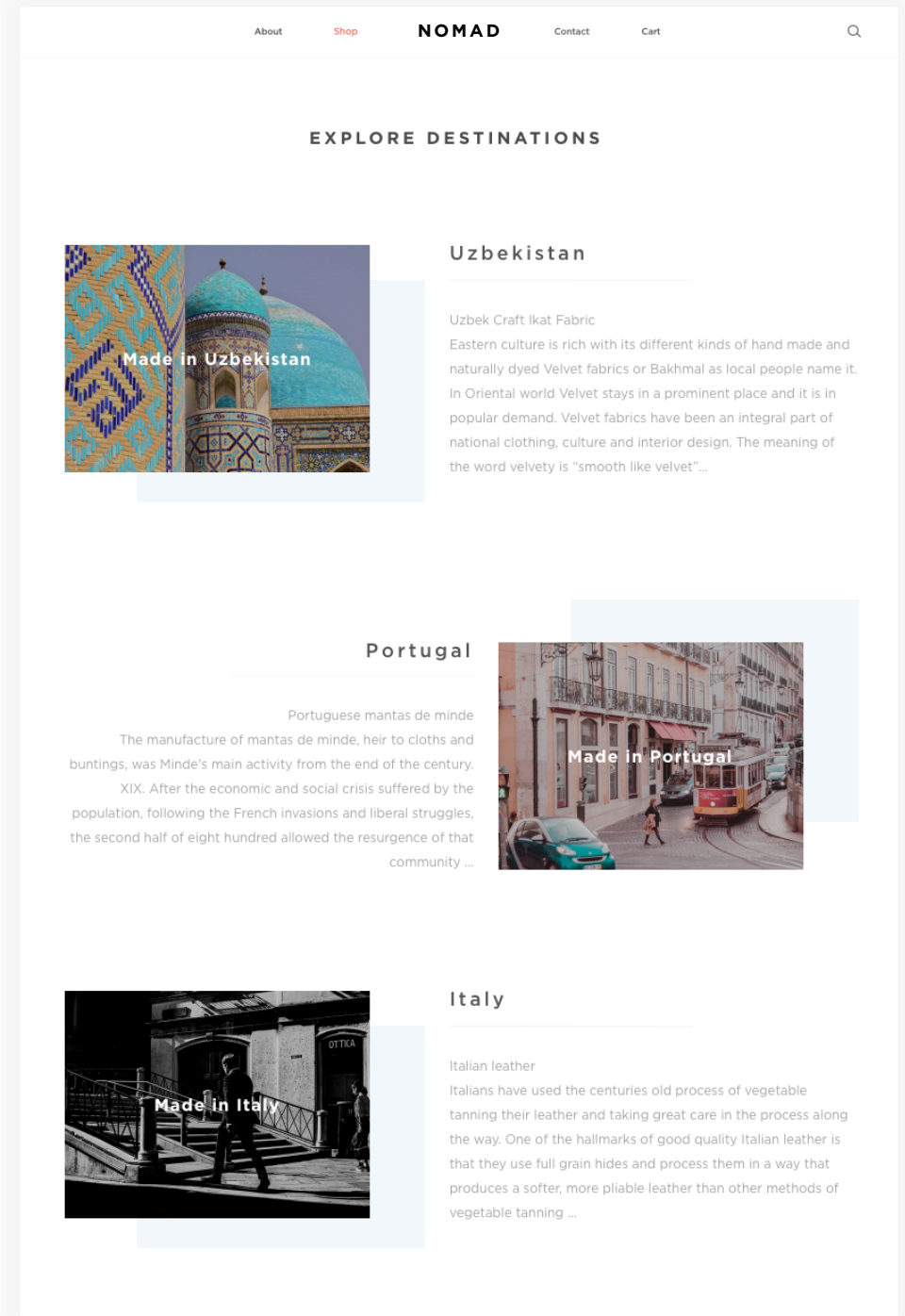
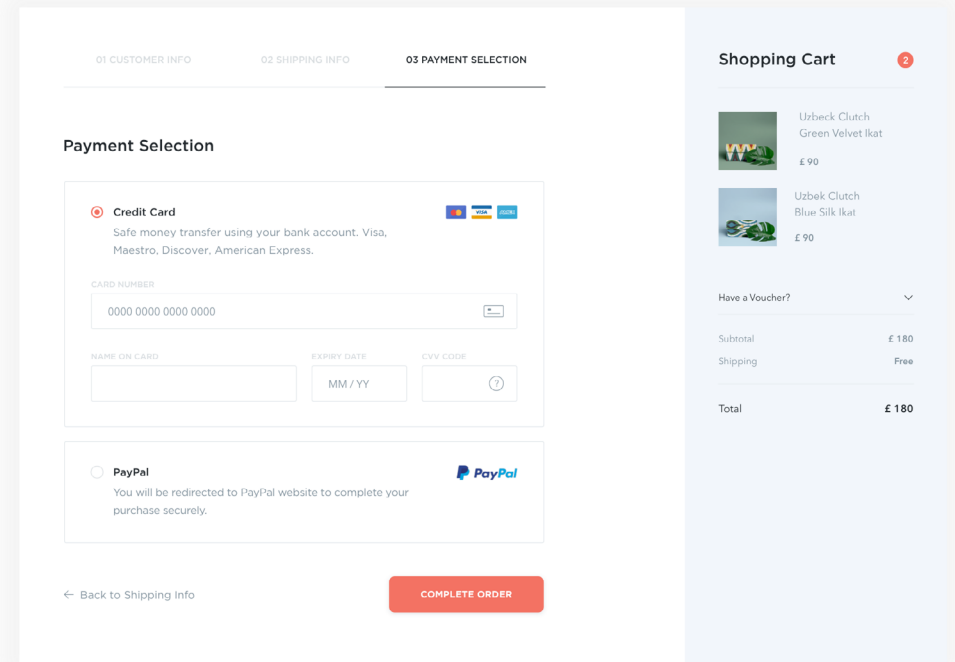
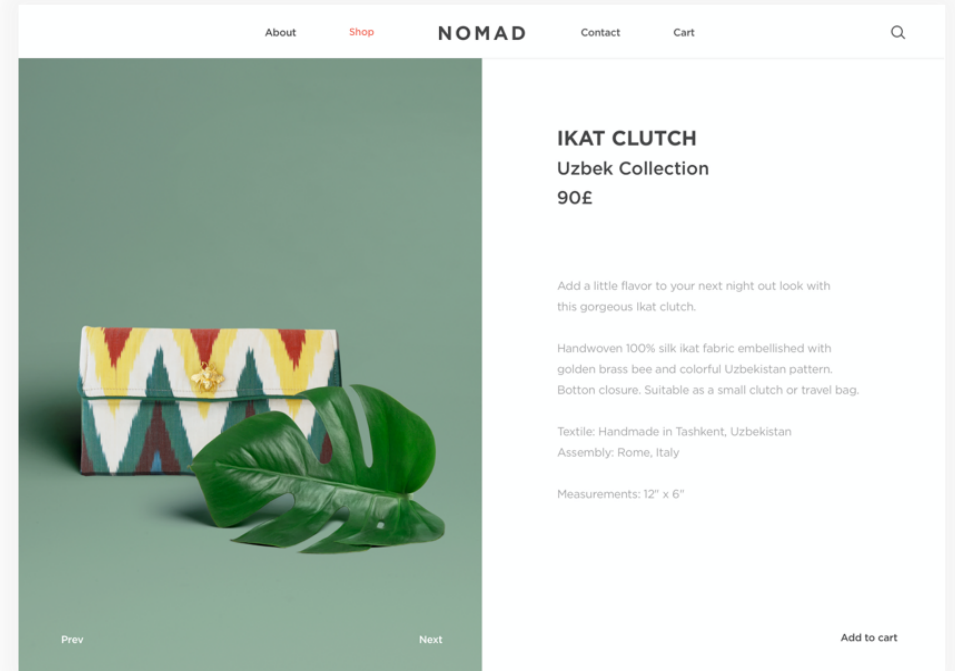
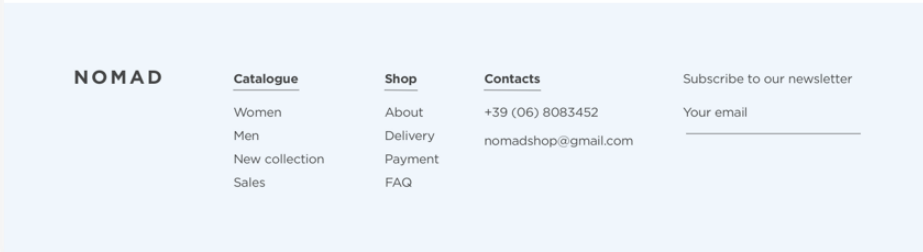
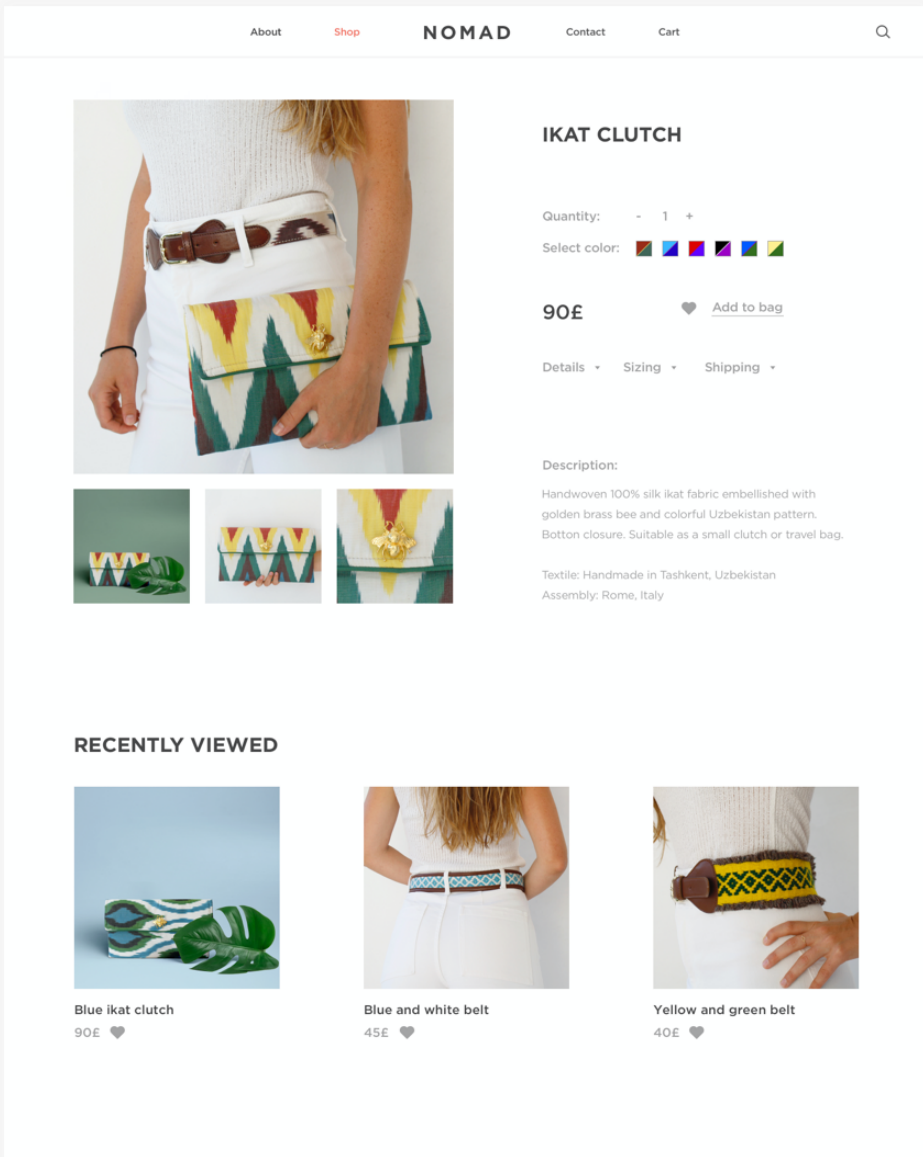


Imagem 105-109  
Representação do site.  
Ilustração da autora.





## CONCLUSÕES FINAIS

Este relatório de tese mostra como o artesanato pode desempenhar um papel importante ao lado do design. Foi oferecida uma visão geral das possíveis conexões entre o design e os sistemas de produção artesanal através de três pontos-chave. O primeiro é o da força dos elementos de identidade que cada território possui. O trabalho sobre as especificidades territoriais, que competem num lugar físico tanto quanto num local cultural, podem-se tornar a espinha dorsal de um projeto capaz de valorizar a diversidade cultural. A segunda direção é a conexão com outras culturas, que sempre representou um instrumento de crescimento das culturas materiais. A última direção é fortalecer a capacidade de inovação.

O projeto desenvolvido ao longo do trabalho, foi o resultado da união entre vários artesanatos. Numa sociedade cada vez mais padronizada e convencional, o produto artesanal de qualidade deve ser destacado dos produtos industriais. O objetivo principal do projeto surge como resposta a essa tendência.

O resultado é uma coleção de objetos que respondem às principais características: simplicidade, elegância e sustentabilidade.

Através deste projeto foi verificado que a abordagem entre o artesanato e o design de diferentes países pode trazer uma perspectiva futura: uma convergência à escala global combinando artesanato e inovação, de modo a contribuir para a compreensão mútua dos povos e gerando uma grande riqueza para todos.

A próxima fase do projeto pretende abrir novas perspectivas de extensão através das fronteiras. Expandir a coleção usando novas técnicas artesanais de outras partes do mundo e divulgar os produtos através de plataformas online para dar possibilidade a potenciais compradores.

A comercialização de alguns produtos da série Ikat já está a ser efetuada.

O projeto propiciou a possibilidade de interagir com pessoas interessadas na compra do produto, dando o impulso inicial para a criação de um negócio real.



Imagem 110  
Ilustração da autora.



## Créditos de imagens

Imagem 2. Recuperada em 14 de julho de 2018 de <https://wronghands1.com/>

Imagem 3. Recuperada em 14 de Julho de 2018 de <https://www.centenariosturzo.org/sedi/i/33415295/caltagirone-ct>

Imagem 4. Recuperada em 2 de abril de 2020 de <https://www.lombia.co/product-category/crossbody-wayuu-bags/>

Imagem 5. Recuperada em 2 de abril de 2020 <https://www.lombia.co/corazon-wayuu-mochila-bag/>

Imagem 6. Recuperada em 14 de Julho de 2018 de <https://www.enriquez.it/piatti/49104-servizio-9-piatti-hybrid.html>

Imagem 7. Recuperada em 14 de Julho de 2018 de <https://www.enriquez.it/piatti/49104-servizio-9-piatti-hybrid.html>

Imagem 8. Recuperada em 14 de Julho del 2018 de <https://www.kikaustore.it/vendita-online/seletti-vaso-hybrid-melania/36988/>

Imagem 9. Recuperada em 8 de setembro de 2019 de <https://tchaikovskydarling.wordpress.com/2013/04/26/stella-jean-is-a-bohemian-dream/>

Imagem 10. Recuperada em 8 de setembro de 2019 de <https://tchaikovskydarling.wordpress.com/2013/04/26/stella-jean-is-a-bohemian-dream/>

Imagem 11. Recuperada em 8 de setembro de 2019 de <https://tchaikovskydarling.wordpress.com/2013/04/26/stella-jean-is-a-bohemian-dream/>

Imagem 12. Recuperada em 8 de setembro de 2019 de <https://tchaikovskydarling.wordpress.com/2013/04/26/stella-jean-is-a-bohemian-dream/>

Imagem 13. Recuperada em 8 de setembro de 2019 de <https://tchaikovskydarling.wordpress.com/2013/04/26/stella-jean-is-a-bohemian-dream/>

Imagem 14. Recuperada em 8 de setembro de 2019 de <https://www.doppiozero.com/materiali/lettera-da-venezia>

Imagem 15. Recuperada em 8 de setembro de 2019 de <https://artslife.com/2015/06/24/boetti-torna-allasta-a-londra-con-una-mappa-da-1-15-m/>

Imagem 16. Recuperada em 8 de setembro de 2019 de <https://www.lisacorti.com/en/catalogue/category/197/home/placemats/>

Imagem 17. Recuperada em 8 de setembro de 2019 de <https://www.lisacorti.com/en/catalogue/category/197/home/placemats/>

Imagem 18. Recuperada em 8 de setembro de 2019 de <https://www.lisacorti.com/en/catalogue/category/197/home/placemats/>

Imagem 19. Recuperada em 8 de setembro de 2019 de <http://archivio.fuorisalone.it/2015/events/detail/153/lisa-corti-home-textile-emporium>

Imagem 20. Recuperada em 14 de Julho de 2018 de <http://www.caorg.pt/polos/atelier-de-tecelagem/loja/detalhes.aspx?id=24>

Imagem 21. Recuperada em 14 de Julho de 2018 de <http://www.caorg.pt/polos/atelier-de-tecelagem/loja/detalhes.aspx?id=22>

Imagem 22. Recuperada em 14 de Julho de 2018 de <http://www.caorg.pt/polos/atelier-de-tecelagem/loja/detalhes.aspx?id=21>

Imagem 23. Recuperada em 14 de Julho de 2018 de <http://www.caorg.pt/polos/atelier-de-tecelagem/loja/detalhes.aspx?id=20>

Imagem 24. Da autora.

Imagem 25. Recuperada em 14 de Julho de 2018 de <https://bookanytravel.com/uzbekistan-museum-applied-arts-tashkent/>

Imagem 26. Recuperada em 14 de Julho de 2018 de <https://www.moshetabibnia.com/collection/detail/456/chapan?lang=it>

Imagem 27. Recuperada em 14 de Julho de 2018 de <https://bookanytravel.com/uzbekistan-museum-applied-arts-tashkent/>

Imagem 28. Recuperada em 27 de Março de 2020 de <https://fortuny.com/the-story-of-ikats/>

Imagem 29. Recuperada em 27 de Março de 2020 de <https://fortuny.com/the-story-of-ikats/>

Imagem 30. Recuperada em 27 de Março de 2020 de <https://fortuny.com/the-story-of-ikats/>

Imagem 54. Recuperada em 25 de Junho de 2021 de <https://houseoftindale.com/travel-bags-tantrica-brief-history-clutch/>

Imagem 55. Recuperada em 25 de Junho de 2021 de <https://www.fricaine.com/blog/a-history-of-handbag-fashion-through-the-ages-2/>

Imagem 31 - 110. Da autora.

## Referências bibliográficas

Barroso, E. (1999, novembro). *Desing, Identidade Cultural e Artesanato*. Primeira Jornada Iberoamericana de Design no Artesanato, Fortaleza.

Borges, A. (2009). *Designer não é personal trainer* (2. ed.). Rosari.

Gibbon, K. F., Hale, A., & Goldman, G. (1999). *Ikat: Splendid silks of Central Asia: the Guido Goldman collection*. Laurence King.

Lebow, V. (1955) Price Competition in 1955. *Journal of Retailing*, 31(Spring), 5-11.

Maldonado, T. (1961, setembro, 14-17). *La formazione del disegnatore industriale*. II Assembleia Generale, International Council of Societies of Industrial Design (ICSD), Veneza.

Miller, D. (2017). *Building a storybrand: Clarify your message so customers will listen*. HarperCollins Publishers.

Norman, D. A. (2013). *Design of Everyday Things: Revised and Expanded*. MIT Press

Percy, H. R. (1954). The Decline in Craftsmanship. *Dalhousie Review*, 34 (2), 182-184.

Pinheiro, E. C. (2008). *Rota da lã transiana: Percursos e marcas de um território de fronteira, Beira Interior (Portugal), Comarca Tajo-Salor-Almonte (Espanha)*. Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior.

## Textos originais

1. True craftsmanship is akin to art - is, indeed, functional art - and one of the most lamentable features of industrial progress is the ever-widening rift between art and craft, by which the craftsman becomes at best the executor of another's design, and at worst, the slave of mass-production. (Percy, 1954, p.181)

2. The 'Industrial Revolution', when it came, swept the ranks of craftsmanship like a plague, killing many crafts at a stroke and leaving countless others moribund. (Percy, 1954, p.183)

3. Our enormously productive economy demands that we make consumption our way of life, that we convert the buying and use of goods into rituals, that we seek our spiritual satisfactions, our ego satisfactions, in consumption. We need things consumed, burned up, worn out, replaced, and discarded at an ever increasing pace. (Lebow, 1955, p.7)

4. Progettare la forma significa coordinare, integrare e articolare tutti quei fattori che, in un modo o nell'altro, partecipano al processo costitutivo della forma del prodotto. E, più precisamente, si allude tanto ai fattori relativi all'uso, alla fruizione e al consumo individuale o sociale del prodotto (fattori funzionali, simbolici o culturali) quanto a quelli relativi alla sua produzione (fattori tecnico-economici, fattori tecnico-costruttivi, fattori tecnico-sistemici, fattori tecnico-produttivi e fattori tecnico-distributivi). (Maldonado, 1961)

5. Characteristic of Islamic art, mosaic patterns and most ikat patterns are figurative, geometric and colorful. In contrast with the arid landscape, life here is lived in full colors - under intricate mosaic structures, men and women sway around in vivid colored fabrics. (Gibbon, 1999, p.26)

