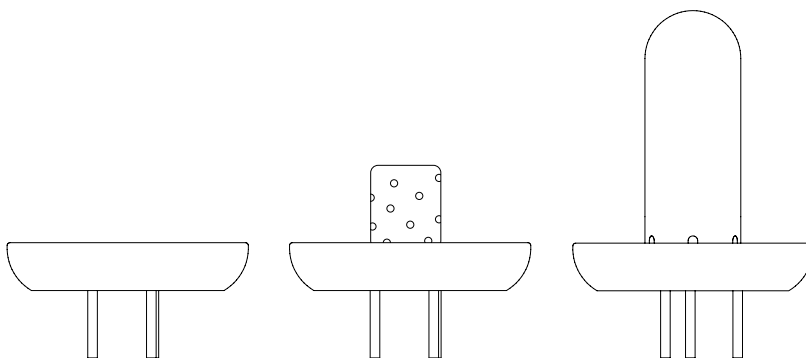




Joana Isabel
Sousa Mesquita

***Slow Design: os artefactos como mediadores
comportamentais da refeição***





**Joana Isabel
Sousa de Mesquita**

***Slow Design: os artefactos como mediadores
comportamentais da refeição***

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design, realizada sob a orientação científica do Doutor Francisco Providência, Professor Associado do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro

Aos meus avós, Maria Isabel e Augusto,
pelas memórias de uma infância feliz.

o júri

Presidente

Prof^a. Doutora Cláudia Regina da Silva Gaspar de Melo Albino
Professora Auxiliar do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro

Arguente

Prof^a. Doutora Susana Cruz Barreto
Professora Auxiliar Convidada da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

Orientador

Prof. Doutor Francisco Maria Mendes de Seíça da Providência Santarém
Professor Associado do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro

agradecimentos

Ao meu orientador, Professor Doutor Francisco Providência, pelo interesse e voto de confiança neste projeto, disponibilidade e partilha de saber durante todo o percurso de Mestrado em Design, o meu sincero agradecimento.

Aos Professores de Projeto Álvaro Sousa, Cláudia Albino, Joana Quental e Rui Costa que me ajudaram a evoluir no desenho dos projetos.

Aos meus colegas de turma por me ensinarem novas técnicas, apreciarem os objetos desenvolvidos oferecendo-se para serem “cobaias” deste projeto.

Aos meus pais, irmão e avó por alimentarem a minha criatividade desde 1997. E à minha família e amigos, pelo apoio incondicional e motivação ao longo deste percurso académico.

palavras-chave

food design, *slow design*, objeto, partilha, refeição, experiência, comunhão, prazer, significado.

resumo

Este projeto parte da premissa de que o Design, enquanto mediador cultural, poderá moldar, alterar e substituir hábitos e comportamentos sociais. A partir do conceito *slow*, aplicado à comida e ao design – termo que sugere o dispêndio de tempo para uma melhor apreciação dos alimentos e, simultaneamente, uma maior qualificação da experiência das refeições. As urgências da sociedade funcionalizada contemporânea afastam, em particular nos países ocidentais, a generalidade dos cidadãos da fruição hedonista e dos princípios básicos de bem-estar, relacionados com o envolvimento e partilha social das refeições, assim como questionam o tempo necessário ao seu usufruto. Por esse motivo, propusemo-nos conceber artefactos focados em fomentar a partilha, promovendo a comunicação e a interação entre os participantes durante as refeições à mesa, constituindo, a nosso ver, um relevante meio de estímulo à apreciação da refeição, re-funcionalizando e re-significando a sua celebração, através da sua desaceleração, potenciando o bem-estar dos comensais.

keywords

food design, slow design, artifact, share, meal, experience, fellowship, pleasure, meaning.

abstract

This project starts from the premise that Design can shape, change and replace social habits and behaviors. From slow concept applied to food and design, it suggests a greater expenditure of time for a better appreciation of food and, simultaneously, a better quality of meals. The urgencies of contemporary society, especially in western countries, remove most people from the basic principles of well-being, among which social involvement and sharing stand out, as well as the time necessary for their enjoyment. For this reason, we proposed to design artifacts focused on enhancing sharing, promoting communication and interaction between participants, constituting, in our view, a relevant means of stimulating the appreciation of the meal, re-functionalizing and re-meaning its celebration, inducing its slowdown and reinforcing well-being.

ÍNDICE DE FIGURAS

fig. 01 - **Banquete da Coroação de Joseph II**

Ribeiro, B., Perrin, C., Correia, C., Pinto, E., Monteiro, I., Jardim, M., ... Maranhas, T. (2002, p. 42). *A Baixela de Sua Majestade Fidelíssima*. Lisboa.

fig. 02 - **Cafeteira (pormenor)**

Ribeiro, B., Perrin, C., Correia, C., Pinto, E., Monteiro, I., Jardim, M., ... Maranhas, T. (2002, p. 136). *A Baixela de Sua Majestade Fidelíssima*. Lisboa.

fig. 03 e 04 - **Base de galheteiro (pormenores)**

Ribeiro, B., Perrin, C., Correia, C., Pinto, E., Monteiro, I., Jardim, M., ... Maranhas, T. (2002, p. 77). *A Baixela de Sua Majestade Fidelíssima*. Lisboa.

fig. 05 - **Plano de mesa para uma primeira Coberta**

Ribeiro, B., Perrin, C., Correia, C., Pinto, E., Monteiro, I., Jardim, M., ... Maranhas, T. (2002, p. 41). *A Baixela de Sua Majestade Fidelíssima*. Lisboa.

fig. 06 - **Sugestão de plano da segunda Coberta**

Ribeiro, B., Perrin, C., Correia, C., Pinto, E., Monteiro, I., Jardim, M., ... Maranhas, T. (2002, p. 49). *A Baixela de Sua Majestade Fidelíssima*. Lisboa.

fig. 07 - **Sugestão de plano da terceira Coberta**

Ribeiro, B., Perrin, C., Correia, C., Pinto, E., Monteiro, I., Jardim, M., ... Maranhas, T. (2002, p. 49). *A Baixela de Sua Majestade Fidelíssima*. Lisboa.

fig. 08 - **Banquete na *Redoutensaal***

Ribeiro, B., Perrin, C., Correia, C., Pinto, E., Monteiro, I., Jardim, M., ... Maranhas, T. (2002, p. 158). *A Baixela de Sua Majestade Fidelíssima*. Lisboa.

fig. 09 - **Banquete oferecido à Rainha Isabel II de Inglaterra**

Ribeiro, B., Perrin, C., Correia, C., Pinto, E., Monteiro, I., Jardim, M., ... Maranhas, T. (2002, p. 158). *A Baixela de Sua Majestade Fidelíssima*. Lisboa.

fig. 10 - **Banquete de comemoração. Óleo sobre tela, 1648**

Fotografia tirada pelo autor no museu *Rijksmuseum* em Amesterdão.

fig. 11 - **"Somos aquilo que comemos", Vertumnus**

<http://virusdaarte.net/giuseppe-arcimboldo-vertumnus/>

fig. 12 - **Obra "Primavera"**

<https://br.pinterest.com/pin/595741856942835679/?d=t&mt=login>

fig. 13 - **Ilustração**

Autoria de Ana Silva Agostinho, 2019. Fotografia tirada pelo autor.

fig. 14 - **Marije Vogelzang, imagem de Ilja Keizer**

<https://marijevogelzang.nl/wp-content/uploads/2014/06/MarijeVogelzangLIB-647x1024.jpg>

fig. 15 - 17 - Projeto "Sharing Dinner"

https://marijevogelzang.nl/portfolio_page/sharing-dinner/

fig. 18 - Mario Trimarchi

<https://thetreemag.com/en/mario-trimarchi-between-design-and-sculpture/>

fig. 19 - 22 - Projeto "Pergola, Scogliera & Foresta"

<http://mariotrimarchi.eu/out-of-scale/>

fig. 23 - 26 - Projeto "Pergola, Scogliera & Foresta"

<http://mariotrimarchi.eu/out-of-scale/>

fig. 27 - 31 - Projeto Fusão

Frutoso, R. (2016). Fusão - Analogias entre cerâmica e culinária (Escola Superior de Artes e Design (ESAD.CR), Instituto Politécnico de Leiria). Retrieved from <https://iconline.ipleiria.pt/handle/10400.8/2474>

fig. 32 e 33 - Projeto Binómio

Paolo E. Nava & Luca M. Arosio. (2013). Binomio- A new food sharing experience. Retrieved from <http://understandmag.com/binomio-new-food-sharing-experience/>

fig. 34e 35 - Projeto "Feed Food Experience"

https://marijevogelzang.nl/portfolio_page/feed-love-tokyo-2/

fig. 36 e 37 - Projeto "Companatico"

<https://www.manitudesign.com/companatico/>

fig. 38 - 40 - Projeto "Eating Disordered"

<https://www.instagram.com/p/B4zSYHQAIQs/>

fig. 41 e 42 - Projeto "Share. Food"

<https://www.bilgenursaltik.com/share-food>

fig. 43 e 44 - Projeto "Half/ Full"

<https://studioplayfool.com/projects/half-full>

fig. 45 e 46 - Projeto "Nourish - Sensorial Tableware"

<https://www.dezeen.com/2018/06/29/will-fazackerley-royal-college-of-art-design/>

fig. 47 - 50 - Projeto "Put your phone away"

<https://www.instagram.com/p/CB0ERnSjJtU/>

fig. 51 - 53 - Projeto "Tableware as Sensorial Stimuli"

<https://www.dezeen.com/2012/11/18/tableware-as-sensorial-stimuli-cutlery-by-jinhyun-jeon/>

fig. 54 - 57 - Projeto "Tea together"

<https://www.instagram.com/p/CEoOWssDEmD/>

fig. 58 - 60 - "Grolle"

<http://www.produits-regionaux-annecy.fr/accessoires/140-grolle-en-bois.html>

fig. 61 - Paella

<https://unsplash.com/photos/x-R8jcm2ors>

fig. 62 - Paella

https://unsplash.com/photos/oT7_v-l0hHg

fig. 63 - Fondue

<https://unsplash.com/photos/vo7GGTh6sXM>

fig. 64 - Fondue

<https://unsplash.com/photos/ba7617qjMmo>

fig. 65 - Pormenores do momento da refeição (fotografia)

<https://unsplash.com/s/photos/slow-food>

fig. 66 - Estados emocionais na infância

<https://unsplash.com/photos/tJHU4mGSLz4>

fig. 67 - Estados emocionais na vida adulta (entre amigos)

<https://unsplash.com/photos/ysZy2fv-ZGI>

fig. 68 - Pão

<https://unsplash.com/photos/KZwp2llyXmA>

fig. 69 - Páscoa

<https://www.caringseniorservice.com/blog/6-ways-to-celebrate-easter-indoors-with-family>

fig. 70 - Troca de bens alimentares

<https://unsplash.com/photos/qgHGDbbSNm8>

fig. 71 - Fondue

<https://unsplash.com/photos/vo7GGTh6sXM>

fig. 72 - Casamento

<https://www.theknot.com/real-weddings/small-plates-at-reception-photo>

fig. 73 - Pizza

<https://unsplash.com/photos/Ae7jQFDTPk4>

fig. 74 - Fotografias através de telemóveis

<https://brighterworld.mcmaster.ca/articles/hey-foodie-do-you-know-where-your-meal-came-from/>

fig. 75 - **Ilustração/ Anúncio de almoço tradicional**

<http://www.cm-reguengos-monsaraz.pt/pt/site-acontece/Paginas/tradicional-almoco-da-matanca-do-porco.aspx>

fig. 76 - **Uvas**

<https://unsplash.com/photos/vGQ49I9I4EE>

fig. 77 - **Refeição com amigos**

<https://tonsofthanks.com/write-awesome-thank-note-dinner/>

fig. 78 - **Preparação para a matança do porco**

<https://www.mediatejo.net/a-matanca-do-porco-por-armando-fernandes/>

fig. 79 - **Matança do porco**

<http://dererummundi.blogspot.com/2014/04/a-matanca-do-porco.html>

fig. 80, 81 e 82 - **Vindimas**

<https://portugaldeantigamente.blogs.sapo.pt/tradicao-de-pisar-as-uvas-com-os-pes-8103>

fig. 83 e 84 - **Fornos comunitários**

<http://cocineroloko.blogspot.com/2015/06/os-fornos-comunitarios.html>

fig. 85 - **Paella**

<https://unsplash.com/photos/x-R8jcm2ors>

fig. 86 - **Aniversário**

<https://unsplash.com/photos/gK297xpY6os>

fig. 87 - **Embalagem descartável**

<https://unsplash.com/photos/QMdyTr9AAKM>

fig. 88 - **A tecnologia no momento da refeição**

<https://theapopkavoice.com/to-improve-digital-well-being-put-your-phone-down-and-talk-to-people/>

fig. 89 - **Natal**

<https://www.goodhousekeeping.com/uk/house-and-home/household-advice/a675607/how-to-feed-a-crowd-at-christmas/>

fig. 90 - **Batizado**

<http://quintadocasalnovo.com/melhor-lugar-para-eventos-batizados-em-portugal/>

fig. 91 - **Embalagem individual**

<https://unsplash.com/s/photos/sandwich>

fig. 92 - Embalagem de comida *fast food* (refeição rápida)
<https://unsplash.com/photos/M-fA89yvx2l>

fig. 93 - 100 - Manifestações visuais que representam a palavra "partilha"
<https://usplash.com/s/photos/slow-food>

fig. 101 - Jam (divulgação de um evento - cartaz)
<http://www.designspiration.com/save/849406673/>

fig. 102 - "Andrea Minini's Playful Animal Illustrations" (ilustração)
<https://www.designspiration.com/save/580904542534/>

fig. 103 - Trabalho tipográfico
<https://www.designspiration.com/save/842357784/>

fig. 104 - Figuras geométricas
<https://www.designspiration.com/save/1535659100407/>

fig. 105 - Combinação de várias fontes tipográficas
<https://www.designspiration.com/save/15204951760/>

fig. 106 - 108 - Manifestações visuais que representam a palavra "partilha"
<https://www.designspiration.com>

fig. 109 - "À mesa com Maslow"
https://pt.wikipedia.org/wiki/Hierarquia_de_necessidades_de_Maslow

fig. 110 - Extrusão de comida
<https://www.thealternativedaily.com/return-pink-slime-what-you-need-know/>

fig. 111 - Sistema de extrusão de comida
<https://localpartsbari.com/products/minced-beef>

fig. 112 - Cafeteira "Glass French Press"
<https://food52.com/shop/products/3315-glass-french-press>

fig. 113 - Bule de chá "Glass French Press"
<https://www.freepeople.com/shop/yield-850ml-glass-french-press/?epik=dj0yJnU9SIRhQXpuSkExdWQ5NE1SdFpQUEVTTIJPd2FUZHVIcG0mcD0wJm49MDZUzdTXzIscG12VDZjUWZuODRoUSZ0PUFBQUFBRjlnUpZ&quantity=1>

NOTA:

Todas as figuras que não estão referenciadas neste índice pertencem ao arquivo do autor.

Parte I

22	Introdução
33	Comida e representação
36	Problema e a sua relevância
	Estado da Arte
40	Análise dos casos de estudo
51	Outros projetos de design
60	Quadro de referências
62	<i>Slow Design</i>
66	Design Emocional
72	A influência da memória na construção de experiências
76	Linha temporal de memórias
	As pessoas e os (seus) objetos
79	O significado e o lugar dos objetos nas nossas vidas
84	A partilha

Parte II - Projeto

94	Metodologias
99	Quadro da evolução do desafio (processo)
100	Desenvolvimento da argumentação
103	Entrevistas
	Programa
105	Projeto I
106	Esboços
111	Modelo tridimensional
112	Validação
116	Projeto II
118	Esboços
121	Modelo tridimensional
123	Desenho técnico
125	Redefinição do programa
	Requisitos
126	Quanto à forma (desenho do objeto)
127	Quanto ao conteúdo
129	Esboços
130	Modelo tridimensional
138	Desenho técnico
142	Considerações finais
148	Conclusão
150	Desenvolvimentos futuros
152	Testemunhos após a validação
154	Bibliografia

INTRODUÇÃO

A presente dissertação de base projetual, foi construída ao longo das unidades curriculares de projeto (projeto I e projeto II, respetivamente no 2º e 3º semestre do curso de Mestrado em Design), tendo como ponto de partida a reflexão sobre o ato social de comer à mesa e sua evolução cultural, reconhecendo a coabitação de diferentes modelos culturais. O principal objetivo no lançamento do exercício, foi perceber como é que o Design pode moldar comportamentos sociais, conciliando, pelo recurso a novos equipamentos de mesa, novas formas comportamentais com antigas práticas culturais, nomeadamente a interação social e a comunicação espoletada entre participantes pelos objetos em si mesmo, e pela comida que estes contenham.

O estilo, apresentação e alimentos que constituem uma refeição, o que comemos, como comemos e em que circunstâncias, são um dos mais importantes diferenciadores culturais. Estas são variáveis que determinam a cultura alimentar e, conseqüentemente, influenciam o desenho de objetos que auxiliam o ato de comer de uma determinada comunidade. Acresce ainda a observação de que o desenvolvimento humano tem evidenciado o prazer e o desejo de convivialidade, talvez pela natureza gregária do Homem, oferecido pela prática coletiva e celebrativa de ingestão de comida e bebida, que uma refeição oferece.

A primeira parte da dissertação declinou-se para a pesquisa de contributos teóricos que pudessem contribuir para a compreensão da relevância e cultura alimentar. Começámos por desenvolver uma pesquisa de carácter exploratório que implicou a revisão da literatura sobre a história dos acessórios de mesa (desde o período Barroco até aos objetos que fazem parte do nosso quotidiano), a relação entre o design e a emoção, a influência das nossas memórias na construção de filosofias e crenças da vida humana, o significado e o lugar dos objetos na vida do ser humano, a relação de afeto que estabelecemos com os objetos e o impacto que os objetos têm na alteração de hábitos e comportamentos.

Identificamos também exemplos relevantes, nacionais e internacionais, oriundos de diversas áreas do design que foram analisados como casos de estudo, assim constituindo uma cosmologia do pensamento em design no domínio do *Food Design*: no design de produto, a criação de objetos que auxiliam o ato de comer; no design de experiência, novos utensílios que estimulam a degustação da comida; e no design ativista, a criação de novos espaços, ambientes e instalações que influenciam o momento da refeição. Esta análise ajudou-nos a perceber e a clarificar o posicionamento do projeto confrontado com a oferta do mercado, assim constituindo a amostragem do estado da arte.

Na segunda parte, apresentamos o processo de desenvolvimento projetual no qual procurámos articular com uma ligação coerente e harmoniosa, os dois projetos desenvolvidos. Numa terceira fase, os artefactos foram sujeitos a validação externa, com o intuito de concluir e aperfeiçoar a experiência por si promovida, para desenvolvimentos futuros.

O projeto desenvolvido e a dissertação que o apresenta, relacionam-se com as representações sociais do período histórico Barroco, entre o final do século XVI e meados do século XVIII, uma vez que se trata de artefactos que condicionam a experiência da refeição e, por sua vez, o ato coletivo de comer e os seus propósitos. Neste período, o momento da refeição em ambientes da alta sociedade (nobreza palaciana), era cerimonial, e por isso lento, do início até ao fim da refeição. O seu primeiro objetivo não era o da satisfação orgânica do restauro dos indivíduos, mas a oportunidade de convivência social, de fruição organolética e de experiência hedonista, frequentemente associado a interesses estéticos, sociais e políticos estratégicos.

Com esse propósito, a representação monárquica da soberania nacional, fazia-se frequentemente pela exibição sumptuária de artefactos de mesa com que se serviam banquetes de receção a visitas diplomáticas, para a celebração de acordos políticos ou celebração de efemérides.



fig. 01 Banquete da Coroação de Joseph II (pormenor), Frankfurt, 1964. Atelier de Martin van Meytens. Cortesia do Kunsthistorisches Museum, Vienna, inv. GG 7469. Sobre a mesa estava disposta a **primeira Coberta**.

Um dos exemplos internacionais mais interessante de serviço de mesa nos finais do séc. XVIII, é a baixela encomendada pela coroa portuguesa ao prestigiado ourives da corte francesa François Thomas Germain. A baixela¹ Germain era um conjunto de mais de 1200 peças, esculpidas em prata maciça (das quais chegaram cerca de 140 aos nossos dias), que decoravam, em várias cobertas, as mesas de receção real. Terão existido duas cópias deste serviço, uma portuguesa e outra francesa, fundida durante a Revolução Francesa para financiamento militar.

A baixela Germain foi um “produto ímpar do Século das Luzes (...) e constitui um valor histórico e estético notável” (B. Ribeiro et al., 2002, p. 9). Após o terramoto de 1755, cujos danos Voltaire evoca no seu “Poème sur le desastre de Lisbonne”, D. José I viu-se na necessidade de substituir, de uma só vez, a sua Baixela.

A sua encomenda, foi feita imediatamente a seguir à catástrofe para “reconstrução” do esplendor da corte portuguesa tendo escolhido, tal como antes fizera o seu pai D. João V, a casa Germain, a mais notabilizada do seu tempo (B. Ribeiro et al., 2002, p. 16).

Tanto o lugar onde cada familiar ou convidado se sentava, como a ordem do que lhe era servido (aperitivo, sopa, prato principal, segundo prato e sobremesa) estava antecipadamente definido. Cada utensílio tinha uma ordem, um uso e uma funcionalidade precisa. Os objetos organizavam-se por fases de serviço durante a refeição; “cobertas” (em francês “services”) ou conjunto de peças colocadas sobre a mesa, respeitando uma determinada sequência que criava diferentes tempos durante o banquete solene (B. Ribeiro et al., 2002, p. 32).

¹ “baixela”, conjunto de objetos próprios ao serviço de mesa aparatoso. In Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008 2020, <https://dicionario.priberam.org/baixela> [consultado em 08-07-2020].

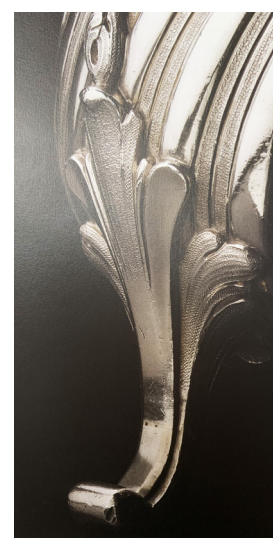


fig. 02 Cafétiéra (pormenor).



fig. 03 e 04 Base de galheteiro (pormenores).

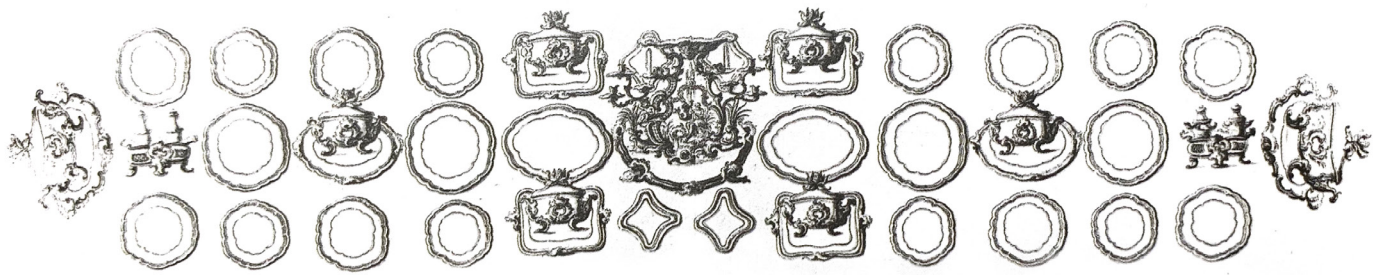


fig. 05 Plano de mesa para uma primeira Coberta. Augsburg, 1750-60. A arte da perfeita ordenação de elementos e sabores.



fig. 06 Sugestão de plano da segunda Coberta.



fig. 07 Sugestão de plano da terceira Coberta.



fig. 08 Casamento de José II e Isabel de Parma, Banquete na Redoutensaal, 1760.



fig. 09 Banquete oferecido à Rainha Isabel II de Inglaterra.



fig. 10 Banquete de comemoração do tratado Munster Bartholomeus van der Helst (1613-1970). Óleo sobre tela, 1648.

² Peças que permaneciam como centro de mesa em todas as cobertas, do princípio ao fim do banquete.

Os convidados participavam nestas refeições não só apreciando o sabor da comida como também eram induzidos numa experiência estética apoiada por estes objetos. Peças sofisticadas e elaboradas até ao mais ínfimo pormenor, serviam de esculturas de adorno (dormat²) da mesa, induzindo igualmente os convidados para um ambiente de sofisticação exigido a uma receção Real. Desta forma, as peças serviam um propósito para além da mera função de apoio prático, desempenhando um importante papel estético e de contextualização (B. Ribeiro et al., 2002, pp. 31-37). Ideia bem exemplificada nestas transcrições:

“ (...) quando temos o privilégio de lhes tocar, então atingimos sensações só comparáveis às que obtemos quando se manuseia uma escultura. (...) acaba por nos transmitir uma sensação agradável de calor e deleite visual ”

(B. Ribeiro et al., 2002, p. 10).

A Coroa portuguesa encomendou um serviço com quatro cobertas: a primeira era a do “cozido”, onde reunia as peças de verdadeiro prestígio, que estavam sobre a mesa à entrada dos comensais: olhas, terrinas e pratos, redondos na sua maioria, todos cobertos e por isso matéria de maior trabalho de ourives. Neles eram servidas iguarias cozidas ou em molho: olhas, entradas grandes e medianas e ainda as sopas levantadas. A segunda coberta, apresentava “o assado”. Em grandes pratos ovais (travessas) eram apresentadas as peças de carne assadas no espeto – o gros rôti – e noutros de menor tamanho, as aves e caça miúda. Como terceira coberta eram servidos “entremezes” (entremets), travessas e outros pratos de tamanho mediano relativamente à segunda coberta. Muito variadas, estas iguarias incluíam patés frios, carnes frias, pratos de legumes, empadas e outros pratos de massas, estufados e ainda entremezes doces (ovos, cremes doces, massas fritas, tartes e outras pastelarias). Os entremezes concluíam o ciclo de pratos que vinham da cozinha. O grande fecho do banquete, era da responsabilidade da copa, que constituía a quarta e última coberta, de frutos e doces: o “fruit ou dessert comme on voudra dire” (B. Ribeiro et al., 2002, pp. 42-43).

A extensa obra da baixela estava restrita a uma esfera muito reduzida da sociedade com acesso à mesa Real. A mesa era palco de grande modernidade e uma forma de afirmação criada, essencialmente, para ser contemplada e admirada: “ao claro conhecimento de todos aqueles que não parando na superfície dos objetos que lhes apresentam à vista, passam a investigar e compreender a substância das coisas(...)”³ (B. Ribeiro et al., 2002, p. 60). D. Maria I também se serviu da magnífica baixela encenadora e protagonista do cerimonial da mesa, palco de “inesgotáveis possibilidades plásticas, quer pela crescente complexidade da coreografia do ritual, quer pela sumptuosidade dos acessórios”⁴ (B. Ribeiro et al., 2002, p. 109).

Mas se com a baixela Germain a realeza portuguesa procurava manifestar com aparato e sumptuária material a força da soberania e da identidade nacional (“o luxo não se opõe à pobreza, mas à vulgaridade”, Coco Chanel), com a nova baixela cerâmica aqui projetada, procurámos mais uma sumptuária lúdica do encontro e da diversão entre iguais, do que a representação da superioridade de quem recebe.

³ Citação referente ao diferente contexto das “Observações secretíssimas do Marquês de Pombal, Sebastião de Carvalho e Melo, na ocasião da inauguração da Estátua Equestre no dia 6 de Junho de 1755, e entregues por ele mesmo oito dias depois ao senhor rei D. José I”, in *Memórias secretíssimas do Marquês de Pombal e outros escritos*, Lisboa, Publicações Europa- América, p. 245.

⁴ António Filipe Pimentel, “La Politique à Table...”, op. cit., p. 142.

Desta forma, o projeto desenvolvido no âmbito desta dissertação tem duas dimensões, uma intencional que consiste num aparato de artefactos que fomentam a partilha e incentivam a comunidade a estar presente à volta da mesa; e outra não intencional, que surge do “acaso”, na medida em que, estes artefactos, independentemente da finalidade para a qual foram concebidos, podem constituir em si mesmos objetos de relação, isto é, podem ter outros usos e conjugações, apresentando-se com inesgotáveis possibilidades de combinação.

Consideramos, por isso, que o projeto cria uma nova sumptuária, que já não é a do século XVIII, mas que ainda se constitui no âmbito de uma certa linguagem barroca, através da promoção de um excesso, exercitando a singularidade.

A nova baixela constitui em si mesma uma complexidade e um cerimonial que, não sendo funcionalmente necessário, é necessariamente criativo para o ritual e valor simbólico que advém dessa ritualidade. Ela é “simbolicamente funcionalista” (F. Providência) já que o seu propósito não é acelerar a ingestão de alimentos, mas antes criar uma relação de convívio à volta da mesa, produzindo a perceção de uma sumptuária que já não tem a intenção de demonstrar soberania económica, social e cultural, mas antes promover uma experiência gastronómica coletiva, surpreendente e demorada (*slow design*), potenciando a partilha e as relações sociais à mesa. Os artefactos concebidos são veículos de uma experiência que vai para além do seu significado prático e funcional.

A arte efémera é uma arte menor, de efeito maior, em que tudo o que parece supérfluo é extremamente necessário: os pormenores de uma peça, a estética, a beleza da forma, cor e toque. Uma parte fundamental do todo decorativo, cujo papel será o de contribuir para que o momento da refeição seja inesquecível e memorável, consertando uma encenação à mesa. Em cada projeto de Design, são construídas camadas de significado retórico a partir dos contextos, situações e subjetividades, sob o olhar atento do designer contemporâneo (Barros, 2008, p. 13).

**“ o supérfluo,
algo tão necessário ”⁵**

⁵ Tradução livre do autor de “le superflu, chose si necessaire”, Voltaire.

Voltaire (B. Ribeiro et al., 2002, p. 144).

Esta nova sumptuária é produto retórico do Design, expressão visual, uma intenção determinada pelo desenho (ou forma) do objeto, fator de comunicação indutiva; quando os utilizadores contactarem com o objeto pela primeira vez, conseguirão, com pouco esforço interpretativo, descodificar e entender o funcionamento do objeto, sem mais instruções. Toda e qualquer forma implica uma comunicação. Toda a forma é conteúdo de comunicação. Não há conteúdo de comunicação se não sob uma determinada forma. Ao designer competirá defini-la, construindo os argumentos visuais que darão corpo a essa retórica (Bonsiepe, Bierut, Helfand, Heller, & Poynor, 2001).

Para Buchanan, a argumentação através do Design pode dar-se a partir de três elementos principais: o raciocínio tecnológico, o carácter e a emoção. O autor, que recorre a estes três elementos para a construção de uma retórica do Design, cria uma analogia com os três modos de persuasão na retórica clássica de Aristóteles onde, o raciocínio tecnológico, o carácter e a emoção representam o logos, o ethos e o pathos, respetivamente (Buchanan & Margolin, 1989).

O raciocínio tecnológico trata o modo como o designer faz a gestão da sua ideia e os aspetos de ordem tecnológica de que depende a sua concretização. O designer lida com este raciocínio a partir de duas abordagens: a primeira enquanto aplicação de um conhecimento científico prévio, fazendo uma análise da contemporaneidade do Design que servirá de base para a elaboração do projeto; a segunda respondendo ao modo como o utilizador sentirá empatia pelo uso do produto (Buchanan & Margolin, 1989, pp. 96-101), pelo seu carácter, relevância, persuasão e propósito funcional. O pathos da retórica do design, em terceiro lugar, é o que Buchanan designa por emoção. Este elemento trata o modo como o designer explora a comunicação na relação de contato e contemplação entre o utilizador e o objeto de Design (Buchanan & Margolin, 1989, p. 103).

A partir deste dispositivo (logos, ethos e pathos), poderá obter-se um sentimento de estranheza e ao mesmo tempo uma certa curiosidade no encontro entre o utilizador e o artefacto.

COMIDA E REPRESENTAÇÃO

O tema das naturezas mortas começa a surgir na pintura europeia durante a Idade Média, com propósito mais metafórico e alegórico do que realista, mas é no século XVI que se assume como gênero artístico independente, mostrando os frutos, animais, objetos de mesa e pratos processados que se comiam na época. O culto renascentista pelas ciências naturais que inaugurava o realismo e, mais tarde, os ideais da contrarreforma traduzidos na pintura barroca, trouxeram à arte um culto realista de representação.

O pintor milanês Giuseppe Arcimboldo (1526-1593), contribuiu para este jogo entre comida, pintura e experiência (prazer), com divertidos quadros, representando retratos humanos compostos por vegetais (legumes, frutos e flores) ou animais (assados de porco e aves), evocando a ideia de que “somos aquilo que comemos”, assim abrindo espaço interpretativo à alimentação para além da sua função de simples prática nutricional.

Jean-François Revel cita a sua descrição entusiástica a partir de um tratado do século XVII sobre servir à mesa:

” Esta prática que encanta o olhar, e enquanto antegosto das coisas apetitosas que aqui se podem encontrar, parece à primeira vista que os nossos olhos vão devorar estes pratos deliciosos: o prazer de os ver/ apreciar é maior do que o de os tocar, e é uma satisfação inconcebível, durante a refeição inteira, ter presentes tais **objetos agradáveis que excitam o apetite ainda mais do que meramente o despertam.** A função de antecipar a experiência, condicionando-a pela representação, tornar-se-ia prática vulgar em toda a publicidade visual do século XX ” (Afreixo, p. 43).

As *naturezas mortas* proporcionam também uma troca sinestésica entre os sentidos. Do mesmo modo que ler a descrição de uma refeição pode fazer crescer água na boca, uma pintura de comida pode incitar a um pensamento sobre o seu gosto, a presença de um objeto fora do comum pode persuadir ao ensaio da sua experimentação e apelar à antecipação da experiência degustativa. A imaginação evoca facilmente uma imagem a partir das palavras, das imagens ou dos objetos, antecipando o desejo.

“O filósofo Arthur Schopenhauer, que insistiu numa separação radical entre o desejo e a experiência estética, teve uma perspectiva particularmente rígida sobre o poder da imagem ao convocar o paladar. Schopenhauer referiu um aspeto interessante sobre a excitação do apetite: a sua imagem é mais cativante pela promessa do que pela satisfação. (...) Porque ninguém come literalmente o que vê, é necessário antecipar-se o sabor de algo antes de ser retratado” (as cited in Afreixo, 2012, p. 46).

Em suma, a visão desempenha um papel crucial na estimulação do desejo de experimentar determinado objeto e fazer parte de determinada experiência, quer seja através de obras de arte como através do próprio dia-a-dia, apelando assim à antecipação da experiência degustativa.



fig. 11 "Somos aquilo que comemos" - Vertumnus de Giuseppe Arcimboldo.
fig. 12 "Primavera" de Giuseppe Arcimboldo.

PROBLEMA E A SUA RELEVÂNCIA

Numa sociedade em constante processo de mudança, particularmente impulsionada pelas tecnologias, compreender a influência daquilo que nos rodeia adquire um importante e especial significado. As urgências da sociedade pós-moderna afastam a generalidade das pessoas, em particular nos países ocidentais, de uma tradição, direito e fruição do bem-estar – nos quais se incluem o envolvimento, a partilha social e o tempo necessário ao seu usufruto.

O sucesso do conceito *fast* (rápido, veloz, firme), aplicado às mais diversas instâncias da vivência humana (transportes públicos, refeições e serviços no geral), é uma consequência encadeada nas inúmeras e inadiáveis urgências de natureza económica e laboral, atendidas frequentemente em prejuízo da própria saúde. A condição *fast*, constitui em si mesma a relevação produtiva e submissão social ao imperativo funcional dos proletários, ou seja, dos que vivem do próprio trabalho. Mas, segundo, a Organização Mundial de Saúde, a saúde, é muito mais do que um bem-estar físico e mental, ou a ausência de uma enfermidade⁶.

Tanto o modelo alimentar *fast* (rápido) como o *slow* (lento), constituem intenções desenhadas, são produtos de Design sujeitos a programas diferentes. O *fast* mais económico, de fácil descarte e o *slow* mais dispendioso e exigente no que diz respeito à sua utilização. O conceito *fast* veio, nalguns aspetos, simplificar os problemas e as exigências da sociedade, oferecendo novas possibilidades e facilidades de uso e um menor dispêndio de tempo para a sua concretização. Com o passar do tempo, o *fast*, que facilita a resposta social à economia, permitindo uma alimentação mais rápida e económica, também gera, conseqüentemente a sua própria naturalização social, gerando um stress que se traduz em satisfação de realização atempada, entrando num fluxo de produção que nos envolve a um nível não consciente (Chapman, 2009).

Este fluxo inconsciente começou a ser sentido durante o momento da refeição com o conceito *fast food*. Um conceito que revolucionou a indústria alimentar quando, em 1948, os irmãos Dick e Mac McDonald introduziram o sistema de serviço *Speedee* – um sistema de serviço rápido e eficaz que consistia numa espécie de montagem em série de hambúrgueres que se veio a chamar McDonald's (McDonald's, 2020), talvez uma das primeiras e maiores realizações do que hoje designamos por *Food Design*.

⁶ A Organização Mundial de Saúde (OMS) define saúde como "um estado de completo bem-estar físico, mental e social e não somente ausência de afeções e enfermidades". Direito social, inerente à condição de cidadania, que deve ser assegurado sem distinção de raça, de religião, ideologia política ou condição socioeconómica, a saúde é assim apresentada como um valor coletivo, um bem de todos (Organização Mundial de Saúde, 2020).

O *fast food*, opõem-se ao *slow food*, respondendo aos imperativos da estratificação social, mas também promovendo a sua perpetuação — o *fast* está para as classes baixas como o *slow* para as altas. Ao tomar consciência sobre esta implicação, questionamo-nos:

O que pode o Design fazer para melhorar o nosso bem-estar? Como intervir, e antes disso, consciencializar para a necessidade de mudança? E em que momento?

A refeição em família, comunidade, ou entre amigos, é um ritual cultural, histórico e civilizacional singular, gerando através das suas dinâmicas, a criação, partilha e fortalecimento de laços sociais e emocionais; o momento da refeição representará uma importante pausa no dia-a-dia, mas exigirá, cada vez mais, a despesa de tempo e espaço (Lopes, 2012, pp. 167-168).

Percebendo-se relevante para a construção de laços identitários e comunitários, a refeição em conjunto deverá ser entendida como instrumento social relevante, promotor de partilha e bem-estar, contribuinte para a inclusão e pertença cultural. O Design poderá contribuir, propondo-se construir artefactos de mediação social (a mesa, os talheres, os pratos, os copos, as travessas, as canecas, enfim, todo o tipo de acessórios de “*misencene*” — do fr. *mise en scène*, ou encenação), contribuintes para a celebração e fruição do ato social de comer.

O conjunto de artefactos desenvolvidos têm uma função prática que lhes é conferida pelo uso, mas também valores em si mesmo, enquanto objetos desenhados, construídos e adotados. A sua finalidade é distribuir comida, mas também promover um relacionamento entre as pessoas reunidas à volta da mesa, evocando desta forma, para além de uma dimensão prática, uma dimensão simbólica e estética.

Quando um designer cria novos produtos alimentares ou novas formas para os servir e transportar, deverá ter em conta a sua razão de ser, isto é a finalidade última, traduzida desde logo pela sua forma. A forma é o seu conteúdo. Queremos com isto dizer que o design poderá contribuir para o entendimento de novas possibilidades de comer, valorizando os alimentos e trazendo novas perspetivas sobre o modo como nos comportamos à mesa, de forma mais consciente, que nos permita celebrar e ritualizar a vida, para que, em última instância, possamos encontrar significado, conexão e sustentabilidade futura.



fig. 13 O convívio e o prazer de partilhar uma refeição com os outros. Ilustração de Ana Silva Agostinho, 2019.

03. ESTADO DA ARTE | CASOS DE ESTUDO

MARIJE VOGELZANG

Esta dissertação foca-se nos aparatos de apoio ao ato de comer, dimensão que foi explorada desde logo observando as referências que os projetos mais pertinentes e significativos indiciam. No âmbito da área do *slow* e *food* design, existem diversas abordagens, entre as quais questões ligadas à nutrição, à sustentabilidade, à organolética, à forma e coloração, à experiência, textura, odor e aspeto dos alimentos ou simplesmente uma manipulação estética da própria comida. Para além da funcionalidade, estes objetos comestíveis têm um carácter e uma natureza simbólica, sob uma certa intencionalidade social, coletiva e comunitária.

Sob este mesmo tema, destaca-se o projeto "Sharing Dinner", da designer holandesa Marije Vogelzang⁷ que auto designa-se como "eating designer" (uma vez que não desenha a comida como *food designer*), criando novos hábitos e serviços ao trabalhar com comida. Os seus projetos têm uma finalidade social, uma certa tomada de consciência sobre a experiência do comer e uma intenção de mudança social. Como metodologia para alcançar este objetivo, a designer recorre ao sentido misterioso, lúdico e emocional da metáfora para comunicar as suas novas ideias (Vogelzang, 2019).

Em 2005, a empresa holandesa *Droog* Design desafiou a designer a projetar um jantar de Natal e, ao pensar no Natal como uma época na qual as pessoas se reúnem durante mais tempo para comerem juntas à mesa, decidiu criar uma instalação.

⁷ Designer de comida e docente de Food design na École Supérieure d'Arts et Design de Reims (desde 1999).



fig. 14

" A comida é uma vitrine da nossa identidade que nos consegue confortar, revelar memórias de tempos esquecidos e lugares escondidos. A comida pode trazer alegria, convívio e conexão." ⁸

⁸ Tradução livre do autor de "Food is a showcase of our identity that can comfort us, reveal memories of forgotten times and hidden places. Food can bring joy, conviviality and connection", Marije Vogelzang, 2019.

Para isso usou como objetos de apoio uma mesa, uma toalha com fendas que suspendeu sobre os participantes (isolando as suas cabeças dentro do espaço de degustação e deixando o resto dos seus corpos do lado de fora). Cobrir as roupas e descontextualizar os corpos criou uma uniformização que induzia à igualdade. A comida também fazia parte deste projeto: de um lado da mesa as pessoas foram servidas numa metade de prato com uma fatia de melão e no lado oposto receberam a outra metade do prato com uma fatia de presunto.

No fim desta intervenção, a designer obteve resultados positivos, afirmando ter sido uma combinação clássica uma vez que sem ter anunciado qualquer indicação os participantes começaram naturalmente, e de forma intuitiva, a partilhar a sua comida com a pessoa da frente, assim passando a comer a desejada combinação de melão com presunto.

Por vezes, as pessoas adotam uma postura muito formal quando estão à mesa no período da refeição e o facto deste projeto convidar os participantes a “entrarem para dentro da mesa”, entrando literalmente na toalha, transformou o ambiente num espaço cuja estranheza o dotava de descontração, informalidade, lúdica coletiva. Marije confirmou esta ideia dizendo que as pessoas se tornaram infantilmente brincalhonas. Acrescentou ainda que, como não queria encerrar as pessoas no seu design, entregou a cada participante uma tesoura para que em qualquer momento, se alguém sentisse essa necessidade, pudesse libertar-se fisicamente do espaço (Vogelzang, 2019).



fig. 15 - 17 Projeto "Sharing Dinner" da designer Marije Vogelzang.

MARIO TRIMARCHI

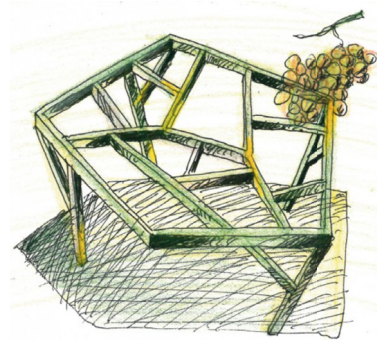
Outra referência pertinente é o designer italiano Mario Trimarchi que se distingue pela criação de objetos a partir de experiências estéticas, centrados na relação com os lugares e narrativas mediada pelo desenho, cultivando geometrias que designa por “instáveis”, acompanhadas quase sempre por desenhos e pequenas histórias ilustradas. O projeto “Pergola, Scogliera & Foresta” que pertence à coleção “Out of Scale” (Enigmatic architectures, Alias, 2018) — uma fruteira — nasceu da exigência da nossa vida quotidiana doméstica, em permanente contacto com objetos indispensáveis, de riqueza imprescindível que, em contacto connosco, interagem permanentemente com o nosso corpo. Entre eles, as mesas e cadeiras, cujos principais requisitos serão o da resistência, durabilidade e conforto ergonómico.

Depois existem os objetos decorativos, que não estabelecem uma relação tão estreita com a nossa fisicalidade, mas que estimulam, de certa forma, as nossas emoções e sensações, sendo que os escolhemos com base na afinidade eletiva que vamos criando, autobiograficamente com o tempo. Estes objetos realizados em muitos materiais, construídos em madeira, alumínio e bronze, foram posteriormente fresados, moldados, fundidos, polidos e finalizados pelas mãos precisas de artesãos experientes. Um vasto conjunto de objetos projetados para conter laranjas, bananas, uvas e cerejas, ou nada.

O designer Trimarchi sentencia que poderão também ficar imóveis, vazios, expressando o desejo e a necessidade de parar e considerar o milagre da geometria. Salienta ainda que se pode dar o caso de alguém os desejar adquirir, como um primeiro passo na instalação da casa que, lentamente, se construirá à sua volta. Formado em Arquitetura, o autor defende que projetar objetos ou arquiteturas constituem relevância e dificuldade semelhante, apesar da diferença de escala. Projetar um objeto pequeno ou grande requer a mesma atenção e o mesmo tipo de silêncio.



fig. 18 Mario Trimarchi.



02



fig. 19 - 22 Projeto "Pergola, Scogliera & Foresta" da coleção "Out of Scale" (Enigmatic architectures, Alias, 2018).



Desta forma, os seus objetos esperam viver tanto quanto uma obra arquitetónica uma vez que são feitos com os mesmos materiais e intenções – são “casas” que não têm o tamanho de casas embora curto-circuitem a relação entre espaço e design, entre casa e coisa. São, portanto, objetos fora de escala, misteriosos, que se afastam dos tradicionais e comuns objetos.

Esta linha de pensamento contribuiu fortemente para a construção desta dissertação pois assenta em dois aspetos que consideramos fundamentais: a durabilidade física e simbólica do objeto, que lhe é conferida pelo potencial enigmático e conseqüente capacidade para gerar novas relações com o utilizador mediadas pela sua própria forma. Não sendo exclusivamente ditados pela função prática, pela tradição ou pelo contexto, estes objetos, não-contextualizados, poderão criar uma nova paisagem no espaço ou sobre a mesa.

Uma forte determinação simbólica e poética, contribuirá para criação de novas experiências e lugares estéticos, como refere Trimarchi:

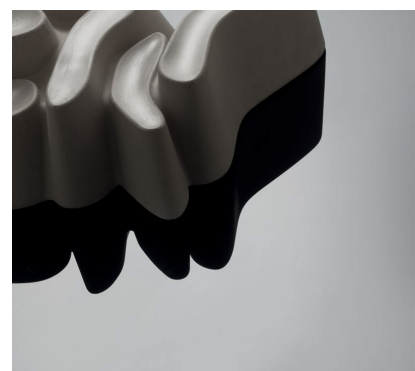
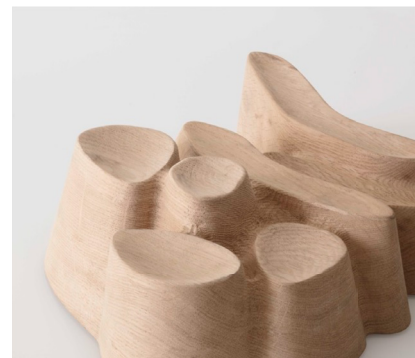
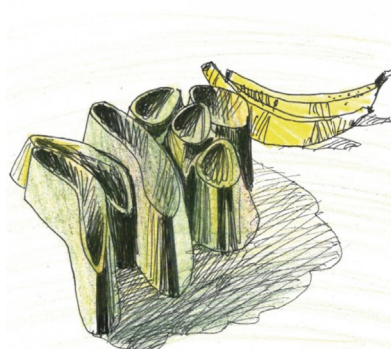


fig. 23 -26 Projeto "Pergola, Scogliera & Foresta" da coleção "Out of Scale" (Enigmatic architectures, Alias, 2018).

**“ o design é uma
forma ingênua
de nos sentirmos
um pouco mais
próximos do
mistério da beleza ”**⁹

⁹ Tradução livre do autor de
“design is a naive to feel a little
closer to the mystery of beauty”,
Mario Trimarchi.

(Mario Trimarchi, 2018).

RITA FRUTUOSO

Desenhado por Rita Frutuoso, o projeto "Fusão" procura compreender e potenciar intersecções entre a cerâmica e culinária. Para a realização deste projeto foi desenvolvido um conjunto de três famílias de objetos, agentes de experiências, nas quais foram usadas estratégias de construção interligando matérias cerâmicas e alimentares, assim provocando situações inesperadas.

Os objetos cerâmicos fazem parte integrante do momento da degustação e por isso não são meros suportes, mas fundem-se de modo contíguo, permitindo que a comida e a cerâmica se complementem numa experiência singular, produzindo uma nova materialização. Esta ligação permitirá ao comensal uma nova experiência do objeto e da comida, abrindo espaço para uma interação efémera que se esgota quando a parte comestível desaparece.

Contudo, perpetua a relação com a cerâmica como uma memória da experiência vivida (Frutuoso, 2016, pp. 69-73). Para além de tudo isto, este projeto obriga a pessoa a adaptar-se ao objeto, a comer de uma nova forma (sem o auxílio de talheres) e por sua vez a adotar um comportamento diferente do comum (Frutuoso, 2016).

03



fig. 27 - 31 Projeto Fusão de Rita Frutuoso (2016).

PAOLO E. NAVA E LUCA M. AROSIO

Por último, o projeto Binómio, desenvolvido pelos designers Paolo E. Nava e Luca M. Arosio que também procuram incutir novos comportamentos e formas de comer à mesa.

Distinguido com o terceiro lugar no *Lisone Design Award 2013* sob o tema “Design for Food, Design to Feed”, o projeto constitui uma experiência centrada na revalorização da partilha de alimentos. Procurando combinar a cultura ocidental com a asiática, o projeto nasceu do desejo de potenciar o encontro e a troca entre pessoas através do simples ato de comer.

Um conjunto de talheres descartáveis são os agentes de uma experiência gestual, sensorial e amigável que promove a partilha de alimentos. A embalagem é simples, atraente e feita com diferentes tipos de madeira, com o objetivo de declarar o fim à era do plástico, atribuindo um novo poder e desempenho ecológico ao Design (Paolo E. Nava & Luca M. Arosio, 2013).

04

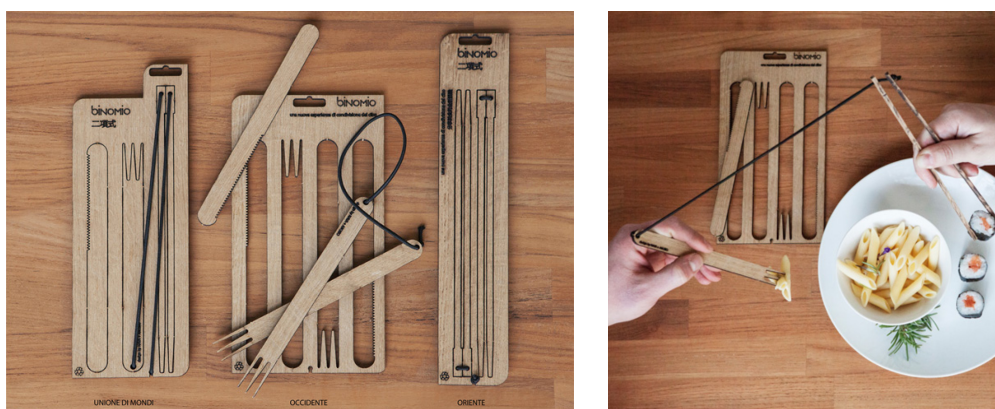


fig. 32 e 33 Projeto Binómio.

... OUTROS PROJETOS
DE DESIGN

fig. 34 e 35 Projeto "Feed Food Experience".



" FEED FOOD EXPERIENCE "

Projetado pela designer Marije numa versão mais detalhada que o projeto "Sharing Dinner".

como ?

Metade dos participantes alimentavam a outra metade com comida e, simultaneamente, contavam e partilhavam as suas memórias de infância com base no alimento que saboreavam. Esta atividade criou um atmosfera anônima uma vez que a pessoa que estava a ser alimentada não conseguia ver a pessoa que a estava a alimentar, bem como o próprio alimento.

fig. 36 e 37 Projeto Companatico.

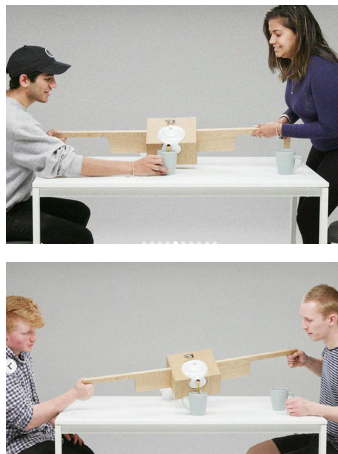


" COMPANATICO "

By manitu.design

Projeto de design de alimentos focado na cultura do pão que sugere novas formas de interação. O objetivo é redefinir o conceito de partilha e estabelecer relações entre o produto e o consumidor.

fig. 38 - 40 Projeto "Eating Disordered"



07



" EATING DISORDERED "

By Laralily C.

Projeto composto por uma série de objetos divertidos que são projetados para funcionar apenas com a cooperação de vários intervenientes. O objetivo é combater a tendência de uma refeição individualista e permitir a partilha de objetos durante este momento com outra pessoa.

08

fig. 41 e 42 Projeto "Share. Food".



" SHARE . FOOD "

Como resposta lúdica às refeições do século XXI, a designer Bilge Nur Saltik desenvolveu um conjunto de pratos que facilitam a partilha de alimentos. A autora apercebeu-se que a partilha de alimentos não era incentivada em todas as culturas e que, por vezes, esta podia ser uma expressão de generosidade e prazer. O objetivo é, portanto, incentivar as pessoas a partilharem a refeição através de utensílios de mesa (em cerâmica) com um fundo angular que permitem diferentes posições sobre a mesa.

fig. 43 e 44 Projeto "Half/ Full".



" HALF / FULL " (meio / cheio)

By Daniel Coppen & Saki Maruyama

Conjunto de utensílios de mesa que contêm espelhos para enganar a percepção visual dos alimentos e aumentar a satisfação. Uma abordagem com potencial de substituir determinados hábitos alimentares e consciencializar sobre o impacto que o consumo alimentar tem no meio ambiente.

fig. 45 e 46 Projeto "Nourish - Sensorial Tableware".



" NOURISH "

SENSORIAL TABLEWARE

Objeto experimental que estimula as interações alimentares entre o utensílio, a comida e os nossos sentidos. A forma e o material (não convencional) permite que cada pessoa se envolva a comer de diferentes formas. Este objeto, foi projetado para rituais que exigem um envolvimento total no ato de comer.



" PUT YOUR PHONE AWAY "

By Enrico Rapella

Na sociedade contemporânea, os telemóveis fazem parte do momento da refeição. Mantemo-los em cima da mesa ao lado dos talheres e de certa forma, por vezes parece que estamos à espera que algo de melhor aconteça do que aquilo que está a acontecer à mesa. Para enfatizar esta nossa dependência do telemóvel, este objeto "guarda" o dispositivo no meio do prato.

fig. 47 - 50 Projeto "Put your phone away" (2019).



No início da refeição, os consumidores devem colocar o telefone dentro do orifício. Após a apreciação da comida é que é possível virar o prato de cabeça para baixo e pegar de volta o dispositivo. Ao educar este comportamento, o objeto aproxima as pessoas pois todas partilham a mesma experiência e usufruem do tempo de outra forma.

" TABLEWARE AS SENSORIAL STIMULI "

By Jinhyun Jeon

A forma, a textura e a cor dos talheres podem mudar o sabor dos alimentos ?

Um projeto que apresenta um conjunto de talheres serrilhados e texturados para estimular a gama completa de sentidos dos convidados à mesa. As peças (cerâmica, aço inoxidável, prata e/ ou plástico) de várias texturas e formas são destinadas a estimular a sensação de toque dentro da boca.

Adicionar novos elementos ao arquétipo geral de uma colher tem como objetivo dar a sensação de conforto na mão, mas também tornar o uso mais íntimo. Alterar a espessura do cabo pode criar mais consciência no ato de comer. Pequenas quantidades de comida podem tornar-se pesadas, ou grandes quantidades de alimentos podem aumentar a conscientização sobre o consumo.

fig. 51 - 53 Projeto "Tableware as Sensorial Stimuli".



12

" TEA TOGETHER "

By Merle Kooiman / Stein Wisse / Federico Ramirez / Anna Krepel

13



O principal objetivo dos designers que projetaram este objeto é lembrar as pessoas do quão importante é valorizar momentos com os outros.



Este projeto consiste num bule de chá com dois bicos que permite vazar o líquido para duas chávenas em simultâneo. A sua forma é divertida e lúdica.

fig. 54 - 57 Projeto "Tea together" (2020).

" GROLLE "

ou TAÇA DA AMIZADADE ¹⁰

¹⁰ Tradução livre do autor de "café de l'amitié" in La Fermette [em linha], <http://www.produits-regionaux-annecy.fr/accsoires/140-grolle-en-bois.html> [consultado em 24-08-2020].



O "grolle" é uma tigela de origem francesa, produzida em madeira e que tem entre 2 a 10 orifícios, designados por "bicos". Este objeto é composto por uma tampa esculpida por onde é introduzido o líquido. Tradicionalmente, era usado para servir uma bebida quente, à base de café preto à qual eram adicionados uma variedade de licores.

Os participantes vão revezando-se para usar e saborear o líquido do objeto. Para o bom funcionamento deste, é necessário tapar com os polegares os dois bicos perpendiculares ao orifício que vai ser usado para que desta forma o líquido não saia pelos outros orifícios (conforme imagem apresentada à esquerda).

14

fig. 58 - 60



fig. 61



fig. 62

" PAELLA "

A "paella" surgiu entre o século XV - XVI , é um dos pratos emblemáticos da gastronomia espanhola, em especial da cidade de Valência.

Existem várias teorias acerca da origem do nome. Uma delas, a mais romântica, conta que um homem preparou este prato para a sua noiva para conquistar o seu carinho. Em espanhol, a palavra "paella" poder ser uma derivação de "por ella" ou "para ella" (em português: "por ela" ou "para ela")¹¹.

fig. 63

15

" FONDUE "



O "fondue" é um prato de origem suíça (Genebra), originalmente à base de queijo e vinho aquecido numa panela pequena sobre uma lamparina.



Este prato pode ter diversos acompanhamentos e todas as pessoas "molham" os alimentos nesta panela. Cada pessoa tem o seu próprio utensílio (garfo).

fig. 64

¹¹ Tradução livre do autor de "por ella" e "para ella" in Revista "Travesías" [em linha], <https://travesiasdigital.com/comida/historia-paella-origen-variaciones-cocina-espanola> [consultado em 24-08-2020].

QUADRO DE REFERÊNCIAS
(CASOS DE ESTUDO)

	FORMA ORGÂNICA	ESTRANHEZA DO OBJETO ¹²	OBJETO INSTALAÇÃO/ ESCULTURA ¹³	USO INDIVIDUAL DO OBJETO	USO COLECTIVO DO OBJETO	PARTILHA DA COMIDA NO MESMO OBJETO	UTENSÍLIO EXTERNO AO OBJETO	NOVO COMPORTAMENTO	COMPLEXIDADE DE USO DO OBJETO
01	—	X	X	X	X	—	X	X	—
02	—	X	X	X	—	—	—	—	—
03	X	X	—	X	—	—	—	X	—
04	—	X	—	—	X	X	—	X	X
05	—	X	X	—	X	—	X	X	—
06	X	X	—	X	—	X	—	X	—
07	—	X	X	—	X	—	X	X	X
08	X	—	—	X	—	X	—	X	—
09	—	X	X	X	—	—	—	X	—
10	X	X	—	X	—	—	X	X	—
11	X	X	X	X	X	—	X	X	—
12	X	X	—	X	—	—	—	X	—
13	X	X	—	—	X	—	—	X	—
14	X	X	X	X	X	X	—	X	X
15	X	—	X	X	X	X	X	X	—

¹² objeto fora do comum/ não convencional

¹³ aparato/ presença visual do objeto na mesa

SLOW DESIGN

O movimento *slow* é uma ramificação do movimento *slow food* que surgiu em 1986 em Itália, quando Carlo Petrini e um grupo de ativistas criaram uma manifestação contra a tentativa de construção de um McDonald's (uma cadeia alimentar de produção e consumo rápido designada *fast food*) na *Piazza di Spagna*, no coração de Roma. O principal objetivo da manifestação foi defender as tradições regionais, a boa comida, o prazer gastronômico e um ritmo lento de vida (Honoré, 2005, p. 59).

O movimento *slow* veio tentar combater as rotinas da sociedade atual e convencer-nos que é importante abrandar certos ritmos. Um conceito que visa olhar para o tempo e para a sua gestão como um derradeiro bem (imaterial) do ser humano que contraria a agitação da vida moderna, feita de poucas pausas e muitas urgências. No entanto, não deseja substituir o culto da velocidade pelo culto da lentidão. A velocidade pode ser divertida e em alguns casos, até produtiva. O que o mundo precisa e aquilo que o movimento *slow* oferece, é um caminho equilibrado, uma receita para combinar “la dolce vita” com o dinamismo da era da informação. A ideia é abrandar os nossos pensamentos e comportamentos, para que desta forma haja um equilíbrio e uma consciência entre aquilo que deve ser feito de forma rápida e aquilo que deve ser feito de forma lenta. Como o pintor Uwe Klimt referiu: “O mundo é um lugar mais rico quando abrimos espaço para velocidades diferentes” (as cited in Honoré, 2005, p. 275).

Porquê abrandar os ritmos do nosso dia-a-dia?

A necessidade de abrandar os ritmos do nosso dia-a-dia é premente e não está só relacionada com o trabalho ou com o fluxo interminável de informação. Veja-se a máxima: ‘live fast, die young’ (vive rápido, morre jovem), cujas várias associações remetem para um estilo de vida “hollywoodesco” ao estilo James Dean (que morreu aos 24 anos quando acelerava o seu Porsche, o que paradoxalmente lhe garantiu a imortalidade enquanto ícone cultural). Somos culturalmente influenciados para a rapidez, para um estilo de vida que se quer vertiginoso.

Raquel Tavares, membro da direção da Associação Portuguesa do Movimento *Slow*, admite que viver rápido tem o seu fascínio, mas não esconde que há implicações associadas a essa opção de vida: desde as sociais, com o enfraquecimento das relações, à saúde que é também um bem-estar para além de físico, mental e social, passando ainda pela desumanização das cidades (as cited in Marques, 2016).

A aceleração que se faz sentir, nos dias de hoje, está também muito presente no momento da refeição. Em vez de nos sentarmos à mesa com a família ou amigos, tendemos cada vez mais a comer sozinhos, ou mesmo quando acompanhados, com a presença de objetos técnicos de mediação e comunicação que intercedem a nossa relação com os presentes como televisões, telemóveis e outros aparelhos.

Este movimento que terá um papel fundamental no século XXI, defende que toda a gente deveria abrandar: “Esta ideia de que tudo tem de ser rápido – desde o que se passa nas nossas casas à maneira como comemos – é absurda e tóxica” (Honoré, 2005, p. 55).

Para contrariar esta ideia o autor sugere a convocação de momentos de pausa, incorporando algum ritual. Os principais benefícios para este abrandamento serão, para além da saúde, o prazer que retiramos quando nos concentramos num determinado momento ou atividade e a capacidade de o absorver será muito mais elevada que noutra qualquer. Pelas palavras de Honoré, trata-se de cultivar o prazer de viver o momento (presente). Outro aspeto positivo está nas relações humanas que se estabelecem (Honoré, 2019)¹², como resume:

“O grande benefício de diminuir a velocidade é recuperar o tempo e a tranquilidade para estabelecer ligações significativas: com as pessoas, com a cultura, com a natureza, com nossos corpos e mentes” (Honoré, 2005, p. 277) a que poderíamos acrescentar, com os lugares.

¹² Numa entrevista dirigida por Luísa Oliveira (2019), o autor é confrontado com o porquê de se ter dedicado a este tema (movimento *slow*) e ter abandonado a sua carreira de jornalismo. Geralmente este sentimento de valorização e desfrutação da vida surge após o aparecimento de uma doença. No entanto, no seu caso a mudança deu-se à hora de deitar, com a leitura de uma história ao filho. Reparou que lia as histórias de uma forma frenética, nomeadamente “A Branca de Neve” que em vez de 7 anões, na sua versão, tinha apenas três. “Apesar de ter consciência de que o fazia, não conseguia parar; a epifania deu-se quando senti vontade de comprar um livro que reunia contos para crianças cujo tempo de leitura não ia além dos 60 segundos. Então, percebi que era um disparate, que estava a acelerar os momentos importantes da minha vida” (Retrieved from <https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-06-29-carl-honore-temos-de-cultivar-o-prazer-de-viver-o-momento-nao-podemos-acelerar-o-amor-e-a-amizade/>).



fig. 65

DESIGN EMOCIONAL

**“ Projetar
uma
experiência
em design
é pensar
em todo o
sistema e
subsistema
no qual pode
emergir uma
experiência,
comunican-
do uma
mensagem ”**

(as cited in Preto,
2016, p. 46).

A experiência vive-se a partir da relação que estabelecemos com o outro. Por alteridade e oposição à nossa convicção de sujeitos, identificamos tudo com que nos relacionamos como “coisas” (objetos, sujeitos, ambientes, memórias, ideias...). As coisas, que identificamos pelos sentidos, despertam-nos emoções e, por vezes, sentimentos. As coisas fazem parte de nós, por vezes tornando-nos coisas entre coisas ou, como dizia Ortega y Gasset (La rebelión de las masas, 1937), “nós somos nós e as nossas circunstâncias”.

Segundo Forlizzi a experiência é criada pela interação de um organismo com o seu meio ambiente, entre uma criatura viva e algum aspeto do mundo. A experiência advém de faculdades mentais como a sensibilidade, a perceção, a memória, a imaginação e introspeção e, deste modo, difere na forma como cada pessoa interpreta a perceção (as cited in Preto, 2016, p.113).

Já para Garrett, a experiência define-se através do comportamento do produto e da forma como é utilizado; isto é, advém da interação do utilizador com o objeto, para além das funcionalidades e recursos inerentes (Ellwanger, Antunes da Rocha, & Pierre da Silva, 2015, p.30). Uma pessoa que apresente um pleno funcionamento dos cinco (principais) sentidos, consegue experienciar e armazenar vivências mais ricas em detrimento de qualquer outra. Inevitavelmente, isso acontece devido ao facto de todos os sentidos estarem interligados, permitindo uma abundante recolha de informação e conhecimento na forma como vamos encarar o desafio perante um determinado contexto (Preto, 2016, p. 92).

A experimentação em projeto permite encarar hoje o design de experiência como algo que vai para além da projeção de objetos. Projetar “coisas” que provocam sensações, emoções e sentimentos, acontece sempre que as projetamos como símbolos e metáforas que, ao serem reconhecidas pelo Homem, desencadearão memórias (positivas ou negativas).

Atualmente e cada vez mais, tanto as pessoas que criam os objetos (designers) como as pessoas que os usam (consumidores), procuram a excelência de uma experiência gratificante, conduzidos por paradigmas socioculturais, tecnológicos e económicos, preocupando-se com o desempenho sensorial de um objeto ou espaço (Preto, 2016, p. 4), isto é, com o seu desempenho estético. Assim, projetar experiências torna-se um desafio pois, para além das tecnologias mediarem a nossa experiência, elas são também percebidas em cada indivíduo de forma particular, variando consoante as circunstâncias.

A percepção de bem-estar tem origem subjetiva e objetiva, o que significa que o bem-estar resulta da combinação entre sentirmo-nos fisicamente bem e, simultaneamente, gozarmos de boas relações sociais e de realização pessoal. As relações interpessoais contribuem para a construção da identidade e para a promoção do bem-estar. Seligman (2011) considera os relacionamentos positivos e um dos elementos centrais do bem-estar e do desenvolvimento humano. Para este autor, o bem-estar tem cinco fatores mensuráveis: uma emoção positiva (da qual a felicidade e a satisfação com a vida são dois aspetos); envolvimento; relações; significado e realização pessoal.

Refletir sobre a importância da emoção é dar atenção à forma como as pessoas interagem e como poderá o design contribuir para potenciar experiências agradáveis. As emoções providenciam informações imediatas sobre cada momento: se é bom, mau, divertido ou perigoso. Resultam da conjugação de substâncias neuroquímicas que abrangem centros cerebrais específicos e modificam a percepção, a tomada de decisões e comportamentos (Norman, 2004, p. 10). Estas modificações comportamentais devem-se à possibilidade dos objetos suscitarem curiosidade, interesse e impulso para experienciá-los.

Alguns estudos indicam que a qualidade das emoções contribui fortemente para o grau e estrutura das mudanças induzidas na alimentação (as cited in Macht & Simons, 2000). Um indivíduo sob stress, ansiedade ou num estado emocional negativo, será propenso a uma experiência de alimentação impulsiva, mais rápida, agressiva, irregular e descuidada, dirigida a qualquer tipo de alimento disponível. A alimentação servirá como uma espécie de regulador emocional, ou mesmo, compensatória do estado de frustração do indivíduo. Por outro lado, as emoções positivas, como a alegria, o desejo e o prazer, tenderão a proporcionar uma alimentação hedonista, com tendência para desfrutar o momento, a companhia e a saborear os alimentos. Norman (2004) sugere que o cérebro humano, que nos permite criar e realizar coisas, resulta de três níveis distintos: o visceral, o comportamental e o reflexivo, dimensões que estão sempre presentes no

Design. Poderemos então deduzir que o design emocional integrará estrategicamente as três dimensões propostas por Norman: design visceral (aparência tem em conta as respostas emocionais e instintivas do utilizador); design comportamental (os objetos têm em conta a funcionalidade, o conforto, a facilidade de uso, o prazer, as necessidades das pessoas e a inovação); design reflexivo (o artefacto pode nem ser bonito, nem útil, mas transmite uma mensagem metafórica que faz pensar, assim emergindo a importância de entender significados, correlacionados com memórias e pensamentos).

“ (...) abordei a utilidade e a usabilidade, função e forma, tudo de maneira lógica e desapaixonada. (...) utilidade e usabilidade são importantes, mas sem diversão e prazer, alegria e entusiasmo, e até ansiedade e raiva, medo e fúria,¹³ as nossas vidas seriam incompletas ”

(Norman, 2004, p. 8).

¹³ Tradução livre do autor de “Sure, utility and usability are important, but without fun and pleasure, joy and excitement, and yes, anxiety and anger, fear and rage, our lives would be incomplete. (...) I addressed utility and usability, function and form, all in a logical, dispassionate way” (Norman, 2004, p. 8).

O filósofo e psicólogo William James partilha da mesma opinião afirmando que “cada objeto que excita um instinto, excita também uma emoção” (as cited in Damásio, 2011, p. 179). Considerando que instinto se refere a um estímulo/ motivação provocada através de um objeto que altera o nosso estado emocional. Ao criar um produto, o designer deve considerar inúmeros fatores: usabilidade; funcionalidade, “affordance”¹⁴, sustentabilidade, pela escolha do material e do método de produção. No entanto, para além destes fatores também existirá uma forte componente emocional na forma como os produtos são projetados. Segundo Donald Norman, o lado emocional do design pode ser mais crítico para o sucesso de um produto do que os seus elementos práticos (Norman, 2004), o que vai ao encontro do pensamento de António Damásio que as emoções desempenham uma função na comunicação de significados (Damásio, 2011, p. 179).

¹⁴ O termo “affordance” foi criado pelo psicólogo James Gibson e, até à data, é um termo inglês que não tem uma tradução concreta para o português. Esta palavra consiste na capacidade que um objeto tem para ser reconhecido e utilizado exatamente da mesma maneira que foi projetado, sem a necessidade de uma explicação prévia. Quanto maior for a “affordance” do objeto, melhor será a descodificação do uso do mesmo, um dos exemplos é abrir manualmente uma torneira ou uma porta (Retrieved from <https://medium.com/trainingcenter/entendendo-affordance-na-prática-f41ec34dff2>).

“ O conhecimento de base experimental é algo que ganha cada vez mais força em projeto, levando mesmo Clino T. Castelli a afirmar que atualmente a forma já não segue a função, mas sim a emoção ”

(as cited in Preto, 2016, p. 105).

Neste contexto será no equilíbrio das dimensões visceral, comportamental e reflexiva com que o design poderá contribuir para desencadeamento de determinados estados emocionais. O design poderá também contribuir para ampliar as emoções positivas.



fig. 66



fig. 67

A INFLUÊNCIA DA MEMÓRIA NA
CONSTRUÇÃO DE EXPERIÊNCIAS

A memória desempenha um papel fundamental na formação da identidade humana, quer biológica quer cultural, na medida em que se não fosse possível reter as experiências do passado, seria igualmente impossível contextualizar a vida no presente. É através da permanente interação entre a memória e a percepção das informações que o conhecimento se consolida, portanto de nada serviria perceber o mundo em que nos encontramos envolvidos se, posteriormente, não fossemos capazes de o interpretar e recordar.

Como se pode ler em Preto (2016, p. 115) a memória é uma habilidade de retenção de informações na nossa mente, quer preservando experiências recentes ou longínquas. É um processo que coleciona fragmentos das nossas vivências (memórias) com o intuito de gerar e consolidar novas ideias.

“ Todas as experiências implicam o ato de recolher, lembrar e comparar. Uma memória incorporada tem um papel essencial na base de recordação de um espaço ou lugar ” (Holl; Pallasmaa; Perez- Gomez, 2007, p. 34).

Segundo Davidoff, as nossas memórias operam de tal forma rápida e automática que são poucas as pessoas que se apercebem do quão penetrantes são. Acrescentando ainda que, os psicólogos usam a palavra memória para se referirem aos diversos processos envolvidos no armazenamento de experiências (Davidoff, 2001, p. 211).

A memória é assim um processo complexo, partindo de uma base neurofisiológica, assume outros componentes essenciais como o social, interligado com o coletivo, o comunicativo e o cultural. A memória, ou as várias memórias, são também a herança acumulada de milhares de anos da evolução da espécie humana (memória coletiva). A utilização da memória é, desta forma, determinada pela relação com os outros e pelos laços emocionais que se estabelecem. A quantidade de informação que nos bombardeia diariamente a uma velocidade vertiginosa, pode constituir um fator de risco para todas as ligações criadas ao longo de milhares de anos (Assmann, 2006). Estarão em causa as memórias coletiva, social e a criação dos tais laços afetivos e emocionais, componentes centrais na construção do humano e da sua identidade.

Todos nós guardamos poderosas memórias relacionadas com a comida, desde a infância à idade adulta. Estas memórias não só ilustram as diferentes formas e modos de comer, relevando a singularidade de identidades culturais, como transportam emoções associadas, pessoas e lugares fundadores do que somos. “Aquilo que comemos tem grande significado enquanto mediador para o reconhecimento pessoal e identidade coletiva. Este tipo de reflexão sobre comida é especialmente conduzido pelo significado emocional, autobiográfico e simbólico que gera no indivíduo. As memórias relacionadas com comida que reportam à nossa infância podem ser positivas, negativas ou uma junção agri-doce de ambas” (Afreixo, 2012, p. 32).

“ A comida, enquanto ponto de encontro (com os outros, com o passado e com nós mesmos), cria consciência da posição distante sobre nós, relevando a memória a incompletude cultural. Em vez de saciar uma fome (identitária), expõe-nos nesse vazio ”

(as cited in Afreixo, p. 34).

A memória comunicativa é aquela que se baseia no diálogo entre as pessoas (contar uma história ou relembrar um momento). Uma das ocasiões privilegiadas onde se pode experimentar este tipo de memória é à mesa. A comunicação à mesa é especial: para além de ligar as pessoas, também revela as suas diferenças culturais, manifestada pela relação das pessoas com os objetos, em particular no momento de servir a comida e trocar utensílios (comunicação não-verbal). Através desta forma de comunicação, cada indivíduo revela uma memória que, segundo o sociólogo Maurice Halbwachs, é mediada socialmente e está relacionada a um grupo que constitui uma certa identidade e que se interliga com a dos outros. Esses “outros”, não são um conjunto qualquer de pessoas, mas grupos que partilham uma imagem comum do passado (as cited in Assmann, 2006). Cada indivíduo pertence a vários grupos e, portanto, nutre inúmeras imagens e memórias coletivas (Assmann & Czaplicka, 1995, pp. 126-127).

Enquanto que a memória comunicativa se caracteriza por uma proximidade com os outros, a memória cultural é caracterizada pelo distanciamento do dia-a-dia, esta tem uma origem no passado (longínqua), varia consoante o tempo e é mantida através de rituais, celebrações e outros eventos.

Nenhuma memória pode preservar o passado. O que resta é apenas aquilo “que a sociedade pode reconstruir em cada época dentro do seu quadro de referência contemporâneo”¹⁵ (Assmann & Czaplicka, 1995, p. 130).

O passado existe numa forma dupla: por um lado como sedimentação de relíquias, vestígios e memórias pessoais e, por outro, como construção social. Esta duplicidade também se aplica no nosso passado pessoal, que é simultaneamente uma imagem ou narrativa que construímos e carregamos connosco, uma memória autobiográfica ou episódica. Halbwachs afirma que até mesmo a nossa memória autobiográfica é uma construção social na medida em que construímos uma comunicação com os outros. Enquanto construção social o passado transmite uma “identidade diacrónica”¹⁶ com as sociedades, grupos e indivíduos no âmbito social e na dimensão temporal (Pál, Katschthaler, Donald & Takács, 2013, p. 36).

A memória cultural funciona pela reconstrução, correlaciona-se com o conhecimento de uma situação contemporânea, está presa a figuras imóveis de memória e ao conhecimento apreendido, mas todo o contexto contemporâneo se relaciona de maneira diferente, ora por apropriação, crítica, preservação ou transformação (Assmann & Czaplicka, 1995, p. 130).

A memória é, portanto, um elemento que pode influenciar as experiências e, neste capítulo, o momento de estar à mesa e de partilhar uma refeição com outras pessoas surge como memória, como pretexto para uma nova relação e como uma oportunidade para usufruir este momento de outro modo, não esquecendo que “(...) é a comida que cria a disponibilidade para o amor, graças à cíclica repetição dos seus rituais em encontros ocasionais” (Afreixo, p. 56) e protocolados.

¹⁵ Tradução livre do autor de “No memory can preserve the past. What remains is only that which society in each era can reconstruct within its contemporary frame of reference” in *Collective Memory and Cultural Identity* [em linha], <https://www.jstor.org/stable/pdf/488538.pdf> [consultado em 25-08-2020].

¹⁶ A identidade diacrónica é constituída pela matéria do tempo. A memória humana realiza uma síntese do tempo e da identidade, tanto ao nível coletivo como pessoal. É esta identidade que permite aos seres humanos, orientarem-se no tempo, pessoal e coletivamente, no passado e no futuro (Luckmann, pp. 67-91).

A matança do porco era a festa mais tradicional do país, de Norte a Sul, do interior ao litoral, unindo as famílias, os vizinhos e amigos, a carne de porco e a batata eram a base essencial da alimentação do Portugal rural até aos anos 80.

O dia da matança, era um autêntico dia de festa, num ambiente de folia e de aproximação ritual da família e da comunidade.

“No dia da matança a família reunia-se sempre. Era uma festa.”

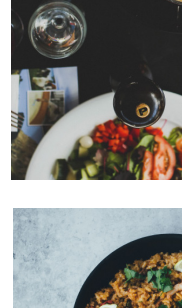
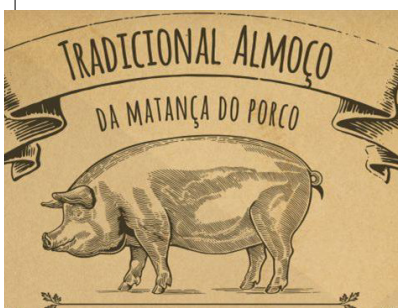
(Retrieved from http://historiasememorias.net/index/pag.php?menu=tradicao&id_tradicoes=14)

A época da Páscoa é celebrada de forma religiosa em Portugal. O período relembra a morte e a ressurreição de Jesus Cristo e conta com procissões, encenações teatrais e reflexões cristãs por todo país.

O Domingo de Páscoa é um dia de festa e comemoração que junta a família à mesa.

(Retrieved from <https://www.mulherportuguesa.com/lazer/festas-tradicoes/tradicao-da-pascoa/>)

Antigamente, era habitual a partilha de bens alimentares entre a população/vizinhaça (economia circular).



PASSADO - CULTURAS E TRADIÇÕES
CONCEITO "SLOW"

Desde que existe civilização e agricultura, que a vindima é um dos mais característicos momentos da etnografia portuguesa. Em tempos passados, as vindimas eram vistas como um autêntico momento de celebração e convívio

(Retrieved from <https://clubedenhos.com/artigos/vindimas-portuguesa-que-perdura>)

entre familiares e amigos. Todos se reuniam e, ao som dos ranchos folclóricos e dos trajes típicos que vestiam da época, vindimavam e partilhavam alegrias e refeições.

Durante vários séculos o pão foi o alimento base das famílias portuguesas e era feito em fornos de lenha, os chamados "fornos comunitários". "Cada pessoa ou cada família fazia a sua massa do pão e cozia no forno comunitário" (Marques, 2015).

Paella

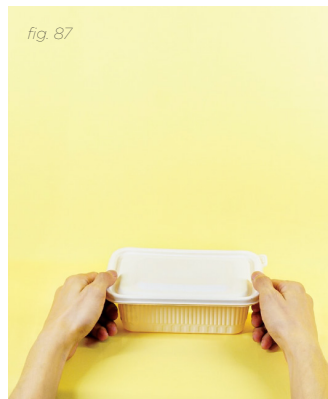
Fondue

O casamento é também outro momento que reúne várias pessoas, família e amigos à volta de uma mesa em ambiente de festa e celebração.

Aniversário

Pela sua forma, a pizza permite fazer uma divisão (quantitativa) de um todo por partes, facilitando assim a sua distribuição.

A presença da tecnologia à mesa, nomeadamente dos telemóveis (smartphones). No qual o registo fotográfico da comida e do ambiente parece ter uma maior importância do que a própria degustação e o próprio convívio entre as pessoas.



O Natal é outro momento de celebração e convívio que reúne a família à volta de uma mesa - "um ponto de encontro das famílias portuguesas". A refeição é abundante e do ponto de vista simbólico é luxuosa, na medida em que a mesa de Natal é uma oportunidade

de saborear pratos simples (como o bacalhau cozido), que são saborosos e impregnados de tradição.

Batismo

Embalagem individual e descartável.

PRESENTE E FUTURO
CONCEITO "FAST"

AS PESSOAS E OS
(SEUS) OBJETOS

O SIGNIFICADO E O LUGAR
DOS OBJETOS NAS NOSSAS VIDAS

Anote-se que, na atualidade, o valor de um objeto está associado à sua capacidade para nos envolver no tempo e não apenas por nos interrogar e desafiar. Por este motivo, é necessário entender como é que as pessoas se relacionam com as coisas e o que é que essas coisas significam para elas.

As “coisas” com que o Homem interage não são simplesmente ferramentas de sobrevivência, ou acessórios facilitadores da vida tornando-a mais confortável; são também mediadores de comportamentos e significados, assim como modeladores de emoções (Csikszentmihalyi, Mihaly & Rochberg-Halton, 1981).

Hoje em dia os objetos, quer estejam funcionalmente orientados, quer não, chegam até nós com muita facilidade. Quando já estão na nossa posse, oferecem-nos uma satisfação que, na maior parte das vezes, é apenas momentânea porque depois de usados e explorados esgotam o seu interesse, não oferecendo qualquer tipo de experiência alternativa. Este fenómeno justificará que, perdendo rapidamente o interesse neles, sintamos a necessidade de procurar novos objetos (neofilia¹⁷). Uma forma de viver cíclica ou, pelas palavras de Jonathan Chapman, em “ciclos cíclicos de desejo e decepção” que não visam estimular as relações sociais, os sentidos e as emoções (Chapman, 2009).

¹⁷ A neofilia é a obsessão pela novidade (Scott-Smith, 2016).

À medida que novos quotidianos avançam mais eletronicamente mediados, tornar-se-á mais oportuna e relevante a reflexão acerca da sua dimensão empática, envolvendo emocionalmente os seus utilizadores num crescendo de dependência e afastando-os do desenvolvimento humano (relação entre humano e humano), em direção ao desenvolvimento desumano (relação entre coisa e coisa), sob o imperativo da reificação produzida pela experiência material, sujeitando a vida que construímos em torno dela, marcada pela enfermidade da satisfação passageira (Seymour, 1983) e, por isso, insustentável.

No meio da agitação e constante aparecimento de novos objetos, o papel do designer não poderá deixar de ser cada vez mais exigente, na medida em que também dele dependerá a sustentabilidade humana, tornando premente projetar novos produtos, não só materiais, como também ergonómicos, condicionando pelo uso os seus utilizadores.

O conceito de sustentabilidade (cada vez menos) se restringe à natureza material e sua forma de produção, mas também ao modo como cada consumidor encara o fim de vida do objeto e o adapta a diferentes utilizações.

Segundo Chapman, a sustentabilidade é uma questão cultural e comportamental e não apenas técnica. O estilo de vida que adotamos, centrado na rapidez do consumo de produtos descartáveis constitui “um processo (...) interminável de destruição em série” (Chapman, 2009, p.29), cujo avanço temos a responsabilidade moral e civilizacional de travar, como se evidencia nas recentes observações sobre o estado de poluição ambiental causado por plásticos em todas as praias e os oceanos do mundo. Urge rever e encontrar novos significados para o desenho de um consumo humano mais lento.

Ou como refere Ribeiro (2020):

“ O grande consolo para alguém interessado nas coisas do mundo é elas serem, sem exageros, infinitas. E são infinitas desde a pré-história, quando saíamos da caverna e procurávamos, através de explicações místicas, encontrar o significado da paisagem e da nossa existência. Hoje, o método mudou ligeiramente, mas o propósito continua o mesmo: o desígnio humano continua a ser procurar significado ”, e o do Design atribuir significado, isto é, conformar.

Carl Honoré também enaltece a ideia de que a relação que estabelecemos com os objetos dá textura, forma e significado às nossas vidas (Honoré, 2005, p. 217). Para além das pessoas procuram uma experiência gratificante nos objetos, procuram também a razão e o porquê de estes fazerem parte das suas vidas. É um dos aspetos que influenciam esta reflexão é o facto dos artefactos conterem significado e se tornarem, por essa via, imprescindíveis.

Neste contexto, o designer deverá agir em contracorrente, re-significando os objetos acrescentando-lhes valor, significado e temporalidade. Um designer do século XXI já não poderá projetar novos produtos sem lhes inculcar novos significados e valores numa área crítica do esforço humano que, de muitas maneiras, perdeu a direção e sentido na superficialidade. Embora a necessidade de produtos mais duradouros seja amplamente reconhecida, são escassos os métodos de trabalho práticos, as estruturas de design e as ferramentas que facilitam o desenvolvimento e a integração de tais características emocionalmente duráveis nos produtos (Chapman, 2009, p. 31).

A dificuldade em encontrar motivos que possam ampliar a vida útil dos artefactos, decorre da natural curiosidade humana pelo novo e da explosiva oferta industrial de novos produtos que a assiste, mas também da dificuldade em produzir longevidade emocional aos produtos, perpetuando-lhes valor e, conseqüentemente, relação com o utilizador. O cada vez mais baixo custo dos produtos, contribuirá para a sua rápida transformação em lixo, a menos que adquiram uma função simbólica, que justifique a pertença e conseqüentemente uma utilização mais duradoura. No tempo dos nossos avós herdavam-se artefactos de cozinha e louça de mesa. A herança dos objetos transportava memória, atribuía significados e criava coesão cultural. Hoje o Ikea propõe-nos mudar de cultura em cada semestre, pagando quase nada em dinheiro mas um preço ambiental elevadíssimo.

Num estudo empírico realizado, o autor (Chapman) observou a relação de 2.154 entrevistados com os seus produtos eletrónicos durante a sua fase de uso. Os resultados deste estudo demonstraram que, dentro do quadro da amostra, o valor foi percebido devido à presença de um dos seis temas experimentais a seguir; narrativa (24%), forma (23%), desapego (23%), apego (16%), ficção (7%) e consciência (7%).

Dos seis temas experimentais, a narrativa foi o motivo mais comum apontado por 526 entrevistados (24%). É interessante notar que dos 526 entrevistados que ocupam esse perfil, 341 receberam o produto eletrónico como presente. Além disso, embora 364 (16%) da população da amostra possua produtos eletrónicos aos quais estão emocionalmente ligados, uma proporção muito maior do quadro da amostra (84%) percebeu o valor destes produtos por outros motivos que não o emocional (Chapman, 2009, p.32).

A partir destes resultados, o autor construiu uma estrutura significativa para cada um destes seis temas. A narrativa é aquilo com que os consumidores se identificam, através de uma história pessoal única que desenvolveram com o produto; a forma é o facto do produto estar a chegar ao fim do seu ciclo de vida e o desenvolvimento de um carácter tangível entre o tempo e o uso; o desapego destina-se à falta de relação emocional entre o consumidor e o produto; o apego (por oposição ao desapego), fazem os consumidores sentirem uma forte relação emocional com o objeto, devido ao serviço que ele presta, às informações que contém e essencialmente ao significado que transmite; a ficção corresponde ao deslumbramento do encantamento inicial dos consumidores com o produto, provocado pelo desejo de exploração e descoberta que o reduzido tempo de convívio ainda não permitiu satisfazer. Por fim, a consciência que é a perceção do produto como autónomo (sob o seu próprio livre arbítrio) que, segundo o autor, é peculiar e muitas vezes temperamental e prematura, já que a interação é uma habilidade adquirida que só pode ser totalmente adquirida com a prática (Chapman, 2009, p.33).

A criação de objetos não descartáveis, que adquiram valor em si mesmos, quer pelo envolvimento afetivo gerado, quer pela qualidade estética produzida, poderá aumentar a vida dos produtos reduzindo o impacto ambiental pela produção de detritos.

Em suma, todos os temas abordados anteriormente foram fulcrais para a construção dos objetivos desta dissertação, uma vez que o projeto consiste na criação de objetos que estimulam as relações e que promovem momentos de sociabilidade, emocionalmente assistidos, tanto entre pessoas, como entre pessoas e objetos. A sustentabilidade também foi outra preocupação considerada neste projeto, na medida em que foi reduzido o seu volume e acessórios ao mínimo, também pensando na necessária economia do espaço de arrumação doméstica.

A PARTILHA

COMO SE PODE DESENHAR A PARTILHA?

Esta é uma questão fundamental, que acompanhou o desenvolvimento deste projeto desde o seu início. Será “partilha” a divisão de um todo por partes? Ou será um todo que é comum a todas as partes? Se a resposta correta for a divisão de um todo por partes, surge outra questão: após a divisão, continua a ser um momento de partilha? Ou passa a ser um momento mais individualista?

Como tentativa de resposta a estas perguntas surgiu a necessidade de recolher exemplos de manifestações visuais que tentam representar de forma conceptual a palavra “partilha”. Isto é, desde capas de livros e revistas a ilustrações que, através da sobreposição de linhas, de formas e de transparências podem contribuir para esta ideia.

fig. 93 - 100 Manifestações visuais ue representam de forma conceptual a palavra “partilha”.

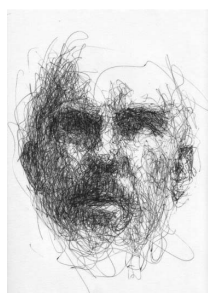
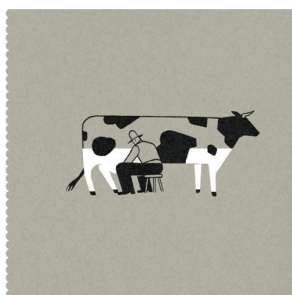


fig. 101



fig. 102

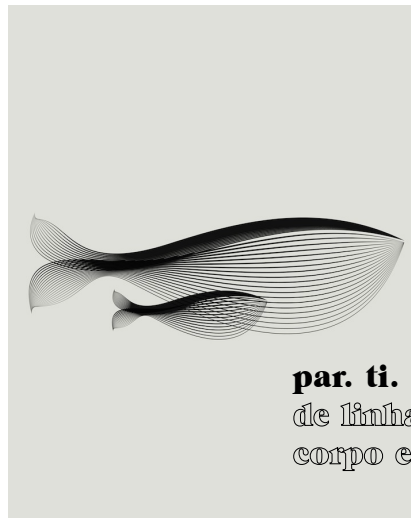


fig. 103

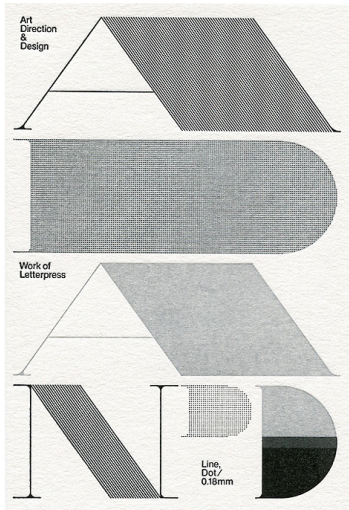


fig. 104

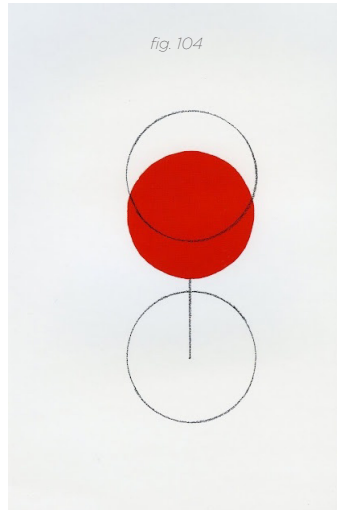


fig. 105

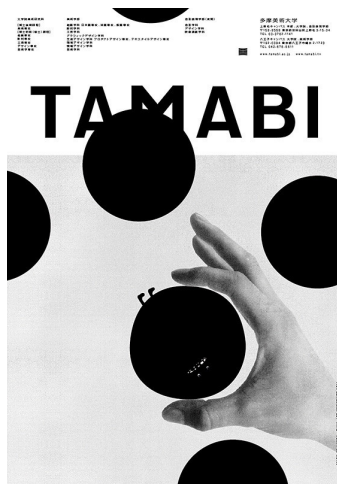


fig. 106 - 108 Manifestações visuais que representam de forma conceptual a palavra "partilha".

Como se lê no dicionário Priberam da língua portuguesa, a palavra “partilha”¹⁸ (do lat. partícula) significa, enquanto substantivo feminino, pequena parte, parcela, diminutivo de parte. Mas poderá também ser entendido como conjugação do verbo “partilhar”¹⁹ (tu partilhas, ele partilha). Nesse caso, o significado de “partilhar” já não é exatamente o mesmo, aparecendo como sinónimo de repartir, participar, confessar, revelar e distribuir:

¹⁸ “partilha”, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2020, <https://dicionario.priberam.org/partilha> [consultado em 19-08-2020].

¹⁹ “partilhar”, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2020, <https://dicionario.priberam.org/partilhar> [consultado em 19-08-2020].

- 1.** Fazer partilha ou a divisão em partes de. = COMPARTIR, DISTRIBUIR, DIVIDIR, REPARTIR

- 2.** Ter ou experienciar os mesmos sentimentos, ideias ou pontos de vista (ex.: partilhamos as alegrias e os desgostos; não partilho dessa opinião). = PARTICIPAR

- 3.** Ter as mesmas características que outro (ex.: partilham a mesma teimosia).

- 4.** Narrar a alguém um sentimento ou uma experiência (ex.: nunca partilhou o segredo). = CONTAR, REVELAR

- 5.** Distribuir ou publicar na Internet ou numa rede social (ex.: partilhar uma hiperligação).

Também no dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, “partilhar”, com origem latina em “partilha”, significa fazer partilha e repartir, mas também participar, compartilhar e compartilhar, sinónimo de compartilhar e repartir.

Se o desenho da partilha tem origem apriorística na segmentação do todo pelas partes, o seu significado evoluirá para a complexidade da participação (ou comunhão) que, mais do que receber a sua parte por direito, significará tomar parte no todo, assim partilhando direitos e deveres, benefícios e prejuízos, o prazer de comer e a despesa de lavar a cozinha. Partilhar é tornar-se comunidade, isto é, desejar pertencer ao grupo como um todo. Como pode o desenho estimular a partilha?

Pensar a “partilha” torna-se indissociável da memória e instituição dos primeiros tempos do Cristianismo. Grupos de pessoas que se reúnem em nome da partilha, colocando todos os bens em comum, celebrando a presença de Deus à mesa, partilhando o pão e comendo-o em conjunto. O símbolo da partilha seria o próprio pão, ázimo como o faziam os hebreus, sem fermento para durar mais em viagem.

Se por um lado partilhar significa dividir, por outro significa juntar, não no sentido literal da palavra, mas no sentido simbólico, uma vez que depois do momento da partilha, vem o momento da partilha de convergência na mesma experiência, nos mesmos sabores, prazeres e objetos. Numa primeira fase de contacto com os objetos, emerge a ideia de estranheza; no entanto, essa estranheza é também um motivo de diálogo e comunicação entre as pessoas para descodificar, desconstruir e jogar com o funcionamento do objeto. Ao analisar a originalidade do artefacto, o professor Francisco Providência comenta:

“O que o seu projeto terá de estranho e de inovador é o fato de distribuir alimento num estado invulgar, que nem é líquido nem sólido, mas pastoso” (Providência, 2020). A alimentação sob a forma de pasta, nem solidam líquida, poderá constituir proveitoso fator de diferenciação e inovação. Existe uma dialética constante entre a partilha do artefacto/ alimento e do alimento/ sujeito.

Intimamente ligado ao desenho dos artefactos está o conceito de bens relacionais, uma vez que este é definido pela realidade oriunda da ação, ou seja, não é o efeito das escolhas do sujeito, mas o produto, o ambiente e o efeito de relacionamentos concretos que podem modificar a própria vontade e os comportamentos dos agentes. A motivação que está na base do comportamento é uma componente essencial, tendo em conta que o bem relacional só é criado pela motivação dos sujeitos (Donati, 2005).

Benedetto Gui define os bens relacionais como “bens não materiais que, por isso, não são serviços que se consomem individualmente, mas que estão ligados aos relacionamentos interpessoais”. Na mesma linha de pensamento está Carole Uhlaner quando define que os bens relacionais se podem obter através de acordos recíprocos, que se transformam depois em ações conjuntas e partilhadas com outras pessoas. Estes dois autores, designam assim por bens relacionais as “dimensões de relacionamentos que não podem ser fabricados, nem consumidos só por um indivíduo” uma vez que dependem das motivações e das interações que se estabelecem com os outros (as cited in Bruni, 2010, p. 154).

Já Amartya K. Sen e John Stuart Mill, defendem que “os bens relacionais são, portanto, aquelas experiências humanas onde o bem é o próprio relacionamento”. Aristóteles defendia que “a amizade mais elevada que contribui para o eudemonismo²⁰ nunca pode ser instrumental pois é uma virtude” (as cited in Bruni, 2010, pp. 155-156).

Bruni reflete assim sobre o valor da vida colectiva e dos bens relacionais:

“ ... a vida em comum seria impensável sem comportamentos inspirados pela gratuidade porque sem gratuidade, não há um encontro plenamente humano ” (Bruni, 2010).

²⁰ Aristóteles sustentava que o maior bem era a eudaimonia, uma felicidade que consiste em prazer e virtude; o cultivo mais elevado do carácter pessoal. Recentemente, alguns psicólogos reformularam esta teoria de Aristóteles para uma felicidade que consiste em prazer e significado (bem-estar eudaimônico- uma felicidade mais duradoura). O bem-estar eudaimônico lida com fontes de significado humanístico e desenvolvimento na vida, como relacionamentos significativos. A eudaimonia para Aristóteles era uma questão de cultivar altos graus de virtude, riqueza, complexidade e integração (Bauer, J. J., McAdams, D. P., & Pals, J. L., 2006, pp. 82-84).

Como se pode ler no dicionário Priberam da língua portuguesa, a palavra “eudemonismo” (do grego eudaimonia) é uma teoria moral fundada da ideia da felicidade concebida como bem supremo (<https://dicionario.priberam.org/eudemonismo> [consultado em 02-09-2020]).

A simultaneidade é também outro fator que está presente nos bens relacionais pois consomem-se simultaneamente, é consumido ao mesmo tempo pelos sujeitos envolvidos. No ato do consumo, o bem relacional para ser apreciado requer envolvimento no relacionamento (Bruni, 2010, p. 159).

Com base nas conceitualizações abordadas e constatando que a sociedade atual carece de bens relacionais, somos motivados a intervir neste campo, convidando à mudança e à aprendizagem de novas formas de relações sociais, onde o papel das forças humanas assume função central nesse desiderato.

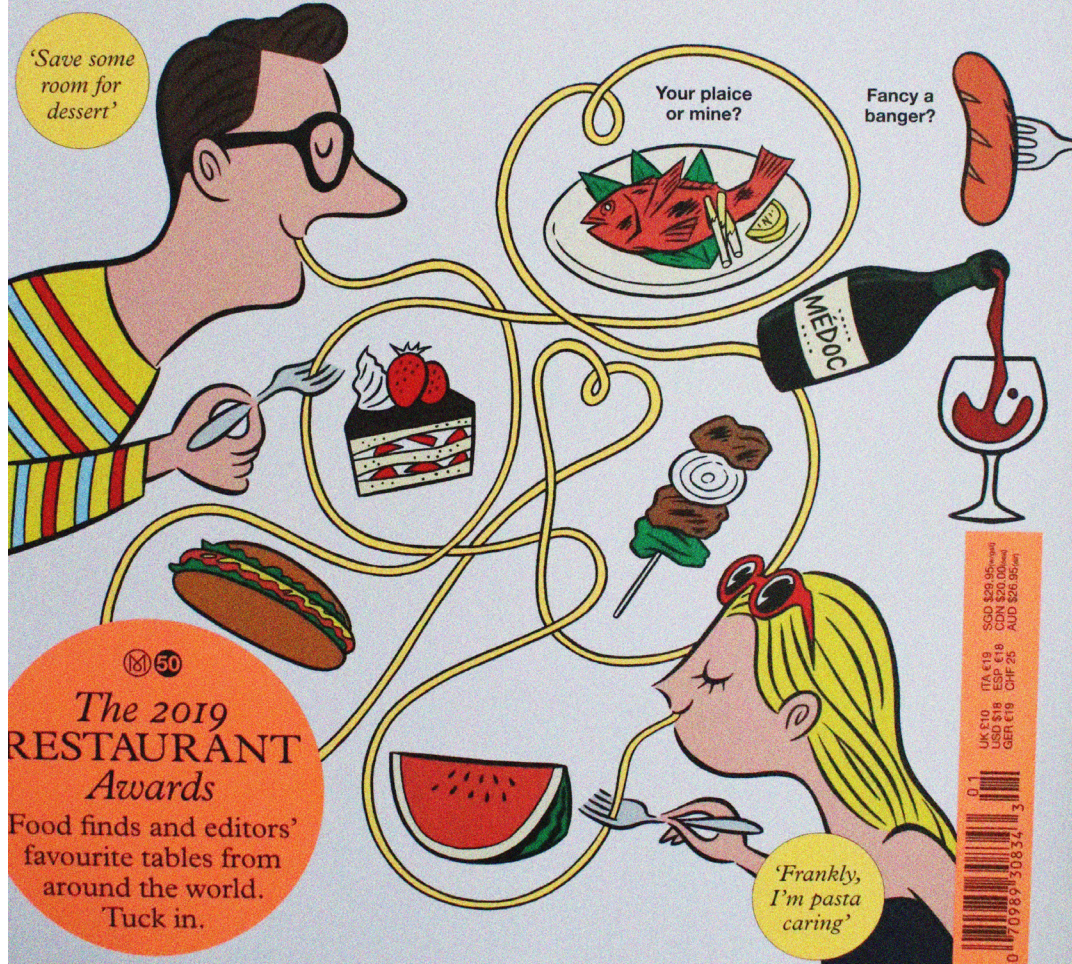
FOOD AND HOSPITALITY ANNUAL

SPRING/SUMMER 2019
ISSUE 2

MONOCLE

Drinking & Dining Directory

M **AFFAIRS**: Food fixes in the Algarve **BUSINESS**: Where deals get done **ESSAYS**: Chewing the fat **ITINERARIES**: Eating from Amsterdam to Zürich **ENTERTAINING**: Domestic tips **SCOOPS**: Iceberg cowboys, royal chefs and lying tea-leaves +



+ **REPORTS**: Japan's obsession with dining solo, food for thought from **VIENNA'S** city vineyards, in praise of **PICNICS**, wines to glug and high-spirited **ENTREPRENEURS** get a grilling. Plus: **MARKETS** worth knowing and global **RECIPES**

UK £10 ITA €19 SGD \$29.95
USD \$18 ESP €18 CNY \$20.00
GBP £19 CHF 25 AUD \$26.95

0 170969 30834 3

Capa da Revista "Monocle" (2019).

PARTE II

PROJETO

METODOLOGIAS

²¹ Correia, Rita Solá, Redesign da identidade visual hoteleira do Palace Hotel do Bussaco, dissertação de mestrado defendida na Universidade de Aveiro (7-Jun-2019).

Segundo Rita Solá²¹, no processo de Design o impacto que os artefactos produzem na vida pessoal e social não será fruto de simples inspiração espontânea, uma vez que a sua criação se inscreve num processo articulado e estruturado. Sob este propósito Solá, citando Lupton, reconhece que o seu desenvolvimento se opera pela sequência das três fases de intuição, ação e criação:

01. A intuição revela-se na definição do problema;
02. A ação manifesta-se na geração de soluções ou ideias;
03. A criação evidencia-se na definição da forma.

No entanto, a geração de ideias e a sua concretização em formas, ficará refém da competência da intuição, limitada ao acervo de conhecimentos adquiridos pelo autor e expressos na consideração do problema (Lupton, 2013).

Por isso, a intuição opera associações mentais, admitindo conclusões que resultam de rápidos saltos abduativos, não se subsumindo o cumprimento de todos os passos do enunciado lógico e dedutivo, comuns ao pensamento analítico.

A “criatividade”, qualidade imperiosa solicitada à inovação do Design, que corresponde segundo Lupton, à última fase da conformação dos artefactos, é abordada por diferentes autores. Para Munari, para deixar que “cada um vê aquilo que sabe”, considera a criatividade como uma etapa do método de projeto. a criatividade é uma etapa metodológica de projeto, fundado no conhecimento das imagens que nos rodeiam, é sinal de ver e perceber mais. Neste sentido o designer, enquanto especialista visual, adquirirá tanto mais aptidão criativa quanto melhor interpretar qualificadamente a realidade (Munari, 1981).

Para Csikszentmihalyi, a criatividade deve ser vista num processo sistémico, em resultado da interação entre os pensamentos do indivíduo e o contexto sociocultural que se modificará por sua ação. Considera-se por isso fundamental que o trabalho criativo se opere no reconhecimento dos fatores sociais, culturais e históricos.

Mas, como lembra Solá citando Csikszentmihalyi, a capacidade para que alguém produza uma ideia nova dependerá do modo criativo como pensa e da sua motivação (Csikszentmihalyi, 1999, pp. 313-375).

Segundo Bono, a criatividade estabelece-se na mudança que se articula entre a observação (interpretação) e o desejo de alteração (inovação). Para este autor e segundo Solá, as origens da criatividade alicerçam-se na variedade das fontes: inocência (como a criatividade das crianças); experiência (pela verificação do experimentado anteriormente); motivação (que advém de constante curiosidade, pesquisa e observação para produzir alternativas); juízo acertado (capacidade de identificar o valor de uma ideia); azar, acidente, erro e loucura (capacidade de descortinar o sucesso em situações de erro e insucesso); estilo (produção de novos produtos dentro de determinado estilo com adequação à realidade); liberdade (em relação às inibições tradicionalistas). Mas talvez a mais conotada com Bono seja o pensamento lateral, instrumento usado para potenciar o desenvolvimento não linear da capacidade de pensar criativamente (Bono, 1970).

Desenhar novos objetos implica, portanto, que o designer tenha a intenção de resolver um problema ou melhorar um aspeto da vida do consumidor, entendido como ser humano. Desta forma, a metodologia aplicada (*Human Centered Design*) consiste numa abordagem criativa para a solução de problemas, gerando novas necessidades. Este processo inicia-se com um conjunto de ideias espontâneas que serão sujeitas à sua modelação em protótipos, passando por três fases: prototipagem; teste e avaliação, gerando ideias secundárias que surgirão da validação das primárias, num ciclo constante de aprendizagem, reconhecimento dos erros e conseqüente desenvolvimento do projeto (Buchanan, 2006).

Se cada um só pode ver aquilo que sabe (Munari), assim condicionando a intuição que gerará novas ideias concretizadas em novas formas (Lupton) e se a sua concretização não depende apenas do ato criativo do seu autor, mas da sociedade que o acolherá, implicando, por isso, o conhecimento dos fatores sociais, culturais e históricos (Csikszentmihalyi) a par de uma forma própria de pensar criativa, lateral ou não linear (Bono), ainda que sequencialmente faseada em ciclos de prototipagem, teste e avaliação, o que permitirá integrar o “erro” como participante na inovação (Buchanan), então estaremos ante a complexidade de uma metodologia do Design que a gestão adotou, atribuindo-lhe a designação de *Design Thinking* (Tim Brown).

Mas, ao contrário desta, que crê que a gestão da inovação se possa fazer pela liderança de uma amostragem social, o Design alicerça o seu conhecimento no desenho e cultura da forma.

Segundo Damásio, o conhecimento que é necessário para o raciocínio e para a tomada de decisões chega ao nosso cérebro sob a forma de imagens. Imagens estas que são compostas por “formas, cores, movimentos, sons ou palavras ou omitidas”. O autor define este conjunto de imagens e de ideias como “imagens evocadas” uma vez que surgem à medida que evocamos uma recordação do passado. Ao recorrermos a este tipo de imagens podemos recuperar um determinado momento do passado ao qual foi formado quando planeávamos qualquer coisa que ainda não aconteceu, mas que esperamos que ainda venha a acontecer num futuro próximo.

Acrescenta ainda que estas imagens de algo que ainda não aconteceu não são diferentes das imagens acerca de algo que já aconteceu (imagens evocadas a partir do passado), que retemos na nossa mente e que são evocadas a partir de planos para o futuro são “construções do cérebro do nosso organismo”. Estas construções são reais para nós próprios como também para os outros seres que constroem imagens do mesmo tipo (Damásio, 2011, pp. 137-138).

Como é que conseguimos criar estas construções?

“Elas parecem ser engendradas por uma maquinaria neural complexa de percepção, memória e raciocínio. A construção é por vezes regulada pelo mundo exterior ao cérebro, isto é, pelo mundo que está dentro do nosso corpo ou à volta dele, com uma pequena ajuda da memória do passado” (Damásio, 2011, p. 138).

O conhecimento das imagens que nos rodeiam aumenta as possibilidades de contacto com a realidade. É sinal de ver e perceber mais. De acordo com este ponto de vista, podemos considerar um designer como um especialista de “imagens evocadas” que consegue interpretar melhor a realidade e assim, detetar as principais problemáticas da sociedade e desenvolver uma atividade criativa mais sensível nesta área (Munari, 1981).

Com estas fontes, Bono mostra múltiplas possibilidades numa abordagem integradora focada na produção de ideias novas alinhadas com a reflexão de Munari “das coisas nascem coisas”. Neste conjunto de ideias sobre como se desenha o que ainda não há, como transmitir uma ideia e como dar forma a um conceito admitem-se diversos processos, defendidos por diferentes autores que, no seu conjunto, configurarão a metodologia do Design.

A metodologia é o meio processual (mais ou menos sistemático) de desenvolvimento operativo com vista à obtenção de um resultado, ou o conjunto de regras e procedimentos a adotar para atingir um propósito.

O modelo CBL (*Challenge Based Learning*) contribuiu também para a construção do projeto, este privilegia-se na ECIU *University (European Consortium of Innovative Universities)* definindo-se do seguinte modo:

A Aprendizagem Baseada em Desafios é uma experiência de aprendizagem centrada na solução de desafios do mundo real. Esta metodologia segue uma estrutura específica, que consiste em três etapas principais: envolver, investigar e agir (Nichols, Mark H., Cator, 2015).

O processo começa com uma grande ideia, baseada num problema real, e declinará para:

- 01 Fazer perguntas orientadoras (uma vez que o mundo está carregado de desafios é fundamental traçar um fio condutor);
- 02 Eleger a questão principal;
- 03 Estabelecer o desafio (objetivo);
- 04 Definir e articular a solução;
- 05 Implementar a solução;
- 06 Avaliar o resultado;
- 07 Publicar os resultados e partilhar com o mundo.

Tendo em conta a exigência das etapas mencionadas, foi importante criar pequenos desafios ao longo do processo, isto é, objetivos mais curtos. Desta forma, ao ver possíveis soluções concretizadas num curto espaço de tempo, alimentou-se a motivação e satisfação no projeto, tanto pela discente como pelos docentes.

A Aprendizagem Baseada em Desafios, permite que os estudantes estejam expostos a uma variedade de comentários (observações do grupo docente) que poderá aprofundar a aprendizagem ou pelo contrário, causar confusão, dúvida e incerteza acerca do caminho e da viabilidade do projeto. A reflexão é uma parte importante do processo de Design que deve estar presente em todas as etapas e, perante a exposição do projeto, cabe ao estudante saber filtrar, interpretar e usar a informação que lhe é transmitida. O principal objetivo destas observações é incentivar novas reflexões e/ ou consolidar o desafio. Esta metodologia coloca grande parte da responsabilidade nas mãos dos alunos, condição necessária à aquisição da autonomia apropriada ao nível do 2º ciclo de formação ou Mestrado.

	INÍCIO	DESENVOLVIMENTO	EXPECTATIVA
01	Demonstra pertinência.	Importância global e impacto local.	É significativo para a comunidade.
02	Formular um conjunto de questões.	Questões extensas que visam representar o que é necessário para identificar uma solução para o desafio.	Avaliação e seriação do grau de importância de cada questão.
03	Conjunto de perguntas orientadoras.	Identificam o que é importante saber sobre a grande ideia. Refina e contextualiza a ideia.	Pergunta clara, objectiva, concisa e responsável.
04	Um extensão da questão principal colocada na prática.	Formulação do desafio do “mundo real”. Conjunto de uma ou mais soluções.	Apresentação de esboços e modelos que representem a ideia.
05	Solução que mostra evidências de investigação e deliberações cuidadosas.	Construção da solução (modelos e protótipos).	Solução que se assemelhe ao produto final.
06	Construção de um plano detalhado de validação e avaliação.	A solução é testada no mundo real, com um público específico e por um período de tempo limitado.	Feedback dos participantes direto e imediato. Extensa colectânea de dados acerca do resultado.
07	As conclusões são tiradas com base nos dados recolhidos da implementação.	Apresentação escrita das conclusões de forma clara e detelhada.	Apresentação visual das conclusões por meio de imagens ou vídeos.
08	Reflexão do que foi aprendido sobre a área e o que melhorar no projeto.	Processo apresentado em períodos escritos.	Desenvolvimentos e ambições futuras.

01 Grande ideia | 02 Questões | 03 Questão principal | 04 Desafio (programa)
05 Solução | 06 Validação | 07 Avaliação | 08 Reflexão

QUADRO DA EVOLUÇÃO DO DESAFIO (PROCESSO).

DESENVOLVIMENTO DA
ARGUMENTAÇÃO DECLINADA
NO PROJETO

Com base na aplicação da metodologia enunciada, o presente projeto passou por diversas fases:

- 01 Clarificação da ideia com base na investigação do conceito *food design*, abrangendo projetos cuja comida é usada como meio expressivo (escultura ou instalação); como experiência sensorial e organolética, ou seja, a apropriação do corpo humano (mãos e dedos) como mediação para a ingestão, em substituição de equipamentos técnicos especializados (como pratos, talheres etc) e por fim, a exploração do conceito de contentor comestível, isto é, a utilização da comida como suporte de outra comida.
- 02 Identificação da área de atuação social (alimentação) e definição da área específica de intervenção do design (design de produto), por forma a criar zonas de interseção e pertinência na atualidade.
- 03 Análise do estado da arte e seleção dos casos de estudo relevantes, quer dos seus pares nacionais, quer internacionais, com vista a retirar as referências necessárias à construção de uma proposta projetual mais consistente e coerente.
- 04 Criação do desafio, proposta de um programa claro e objetivo com o apoio da trilogia ontológica do Design (F. Providência), fundada em 3 agentes distintos: o autor, o programa e a tecnologia.
- 05 Elaboração de cronograma, como ferramenta de gestão criada com o intuito de organizar e representar graficamente (no espaço e no tempo), acontecimentos, memórias, rituais, comportamentos, entre outros. O cronograma garantirá o desenvolvimento projetual em tempo útil.
- 06 *Brainstorming*²² ou debate de problemas, ideias e soluções com o apoio de palavras-chave e esboços gráficos para ensaio de respostas ao programa.
- 07 Maquetização de modelos em papel, cartão e esferovite e sua simulação digital em modelação 3D (em aplicação tipo SolidWorks). As hipóteses foram testadas em ambiente digital, avaliando as dimensões do objeto, espessura, capacidade, ângulos, encaixes de peças entre outras condicionantes do desenho, relevantes para a concretização do protótipo.

²² *Brainstorming* é um método de criar ideias para resolver um problema de design. Esta atividade estabelece associações entre as ideias num ambiente de pensamento livre, ampliando assim o espaço da solução (*Iteration Design Foundation*, n.d.).

- 08 Pré-prototipagem em cerâmica, para antecipação crítica da sua produção. Sendo a cerâmica uma tecnologia que autora domina (licenciada em Design de Produto na especialidade de Cerâmica e Vidro), foi adotado como domínio técnico de realização.
- 09 Escolha da pasta cerâmica tendo em consideração a sua plasticidade, porosidade (higiene), resistência e facilidade produtiva, assim viabilizando a sua otimização produtiva. A opção tecnológica para a conformação da pasta cerâmica em roda de oleiro, justificou-se pelos recursos económicos e prazos disponíveis para a sua concretização.
- 10 Teste de vidrados e apresentação final de um conjunto de soluções modeladas.
- 11 Validação do projeto pelos docentes, pares e consumidores. Submissão da peça à avaliação crítica por um grupo de Designers projetistas e por um grupo de potenciais consumidores não especializados em Design.
- 12 Relatório de avaliação, análise comportamental e dedução conclusiva sobre a sessão experimental de validação do artefacto pelos participantes convidados.

No âmbito da investigação foram realizadas entrevistas a pessoas de diferentes faixas etárias com o intuito de perceber a importância que cada uma delas atribuía ao momento da refeição. De uma forma geral, todas as pessoas entrevistadas mostraram interesse e disponibilidade para responder a questões sobre esta temática.

NO MOMENTO DA REFEIÇÃO ...

01

O QUE CONSIDERA MAIS IMPORTANTE? PORQUÊ?

Estar com as pessoas e comer.
Miguel Sousa (13 anos)

Sim, primeiro que tudo pelo **convívio que é estabelecido entre as pessoas e pela partilha do momento e por vezes, da própria comida**. A nível profissional, é importante na medida em que é uma forma de mostrar as minhas capacidades e a criatividade. E, obviamente, por ser um bem essencial para a vida (temos que nos alimentar). Gonçalo Machado (20 anos, chef de cozinha em Londres).

Estar em família porque é importante, **a refeição faz sentido se for partilhada**, é muito mais agradável do que comer sozinho e porque pudemos comentar como é que a comida está e se está a saber bem, e se temos fome e se é bom. Isabel Vicente (47 anos)

O **convívio**, porque é bom estarmos juntos.
Maria Isabel (73 anos)

Ter apetite, porque pare se comer tem que se ter apetite.
Agusto Sousa (79 anos)

03

O QUE CONSIDERA INDISPENSÁVEL?

Haver água, porque eu bebo muita água. E as pessoas não estarem ao telemóvel e sem falar. (Miguel Sousa)

Que tenha **variedade**, que tenha uma boa **quantidade** também e que tenha um **bom sabor**, que seja bom.
(Isabel Vicente)

A **qualidade** dos alimentos e um bom vinho a acompanhar.
(Maria Isabel)

Sopa e mais qualquer coisa, pão e fruta. (Agusto Sousa)

surpresa
partilha
vontade de comer
cheiro
aspeto
textura
contraste de sabores

(palavras-chave retiradas das observações feitas pelos entrevistados)

02

O QUE É QUE LHE DESPERTA MAIS INTERESSE?

A forma como está posta a comida na mesa.
(Miguel Sousa)

As cores, a textura, o sabor naturalmente, o cheiro.
(Isabel Vicente)

A surpresa do que vou comer.
(Maria Isabel)

Os alimentos que nos ajudam a ter força. (Agusto Sousa)

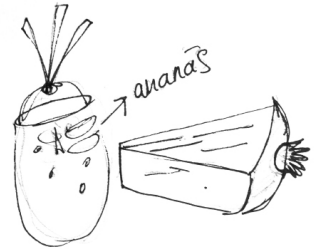
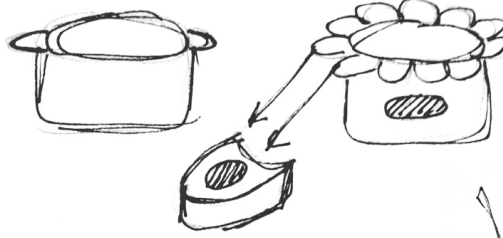
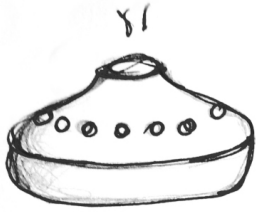
NOTA:

É relevante salientar que as entrevistas foram realizadas antes do ato de comer/ refeição (almoço).

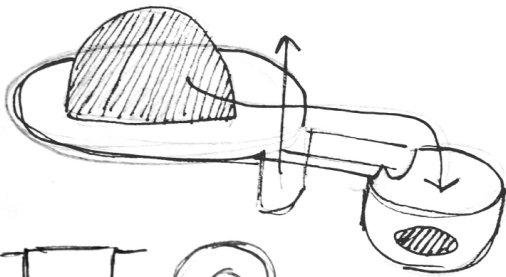
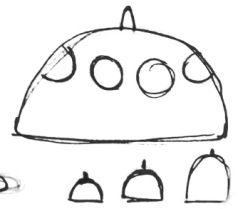
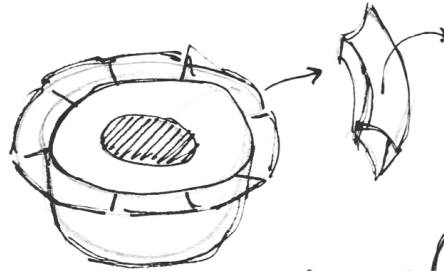
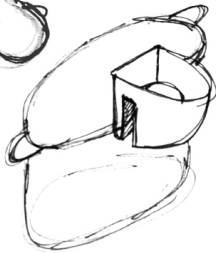
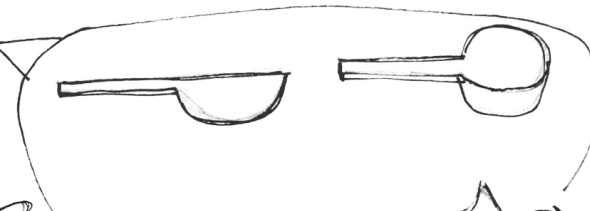
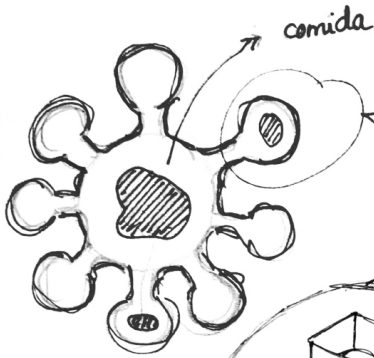
PROGRAMA

Após a análise dos casos de estudo e definidos os objetivos, foi possível proceder à construção de um programa que determinasse o quadro de características eleitas, no desenvolvimento e conformação projetual dos artefactos a conceber. Esta dissertação, de base projetual, foi dividida em duas fases (consubstanciando prática projetual das UCs de projeto I e II), repartidos entre o 1º e o 2º ano de Mestrado. Ambos os projetos constituíram fases complementares sob o mesmo tema de intervenção, para incremento da consistência do projeto. As propostas de programa apresentadas para as duas fases do projeto, foram as seguintes:

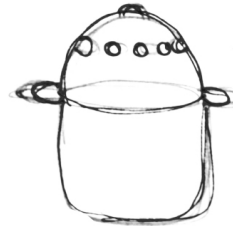
Projeto I Criação de um objeto que promovesse momentos *slow* e de partilha durante as refeições.



partilla = partir / dividir
pão

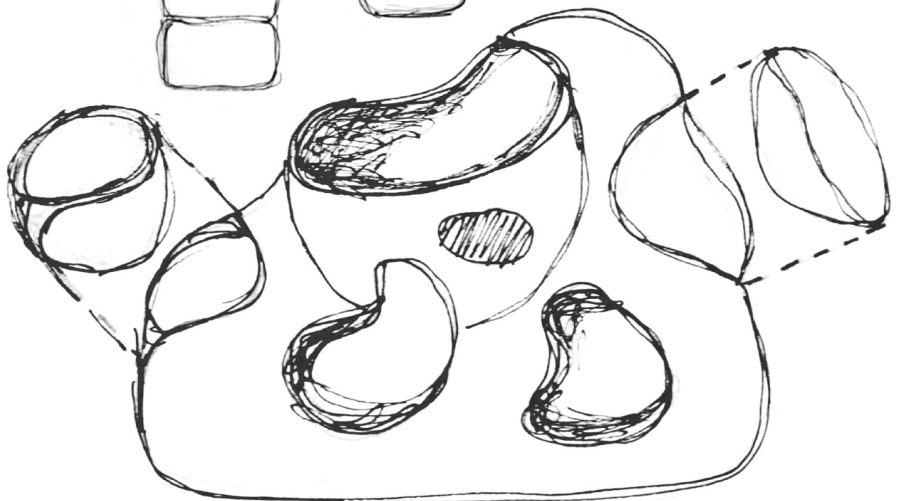


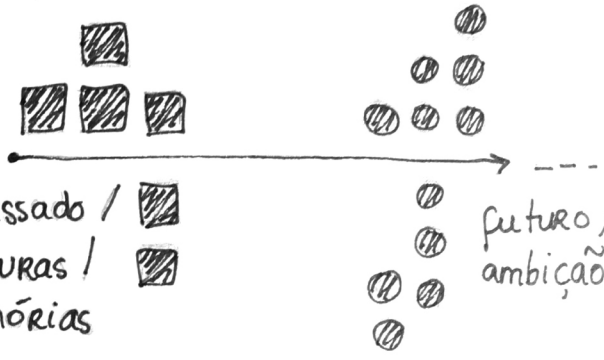
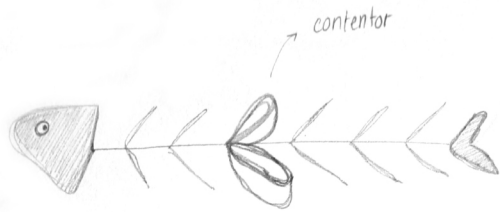
ex: tampel /
partir, da regular
componente o tamanho
da panela.



PANELA

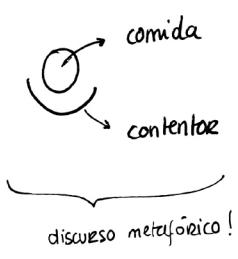
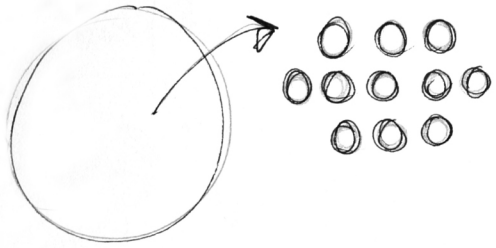
PRATO



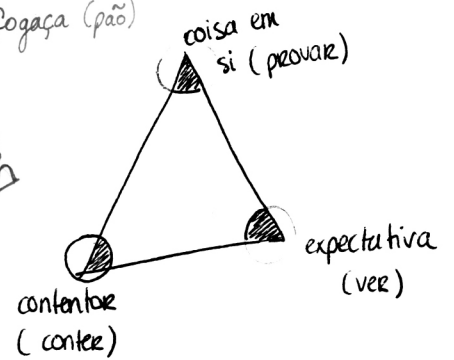


passado /
culturas /
memórias

futuro /
ambição



Pogaça (pão)

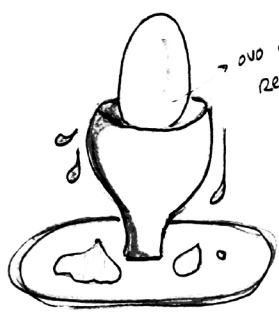


ANTÍTESE

- expectativa / realidade :

- FORMA PERCEBÍVEL
- 👁️ FORMA VISÍVEL
- ♥️ FORMA SENTIDA

3 Dimensões



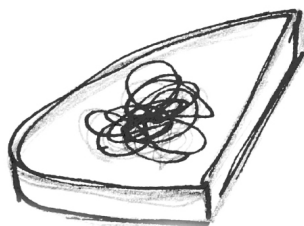
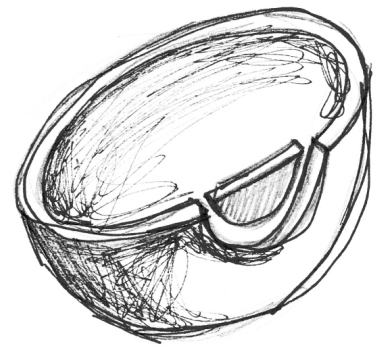
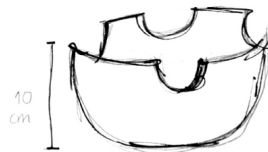
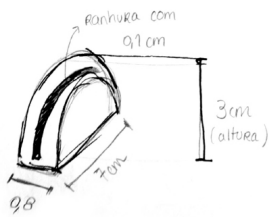
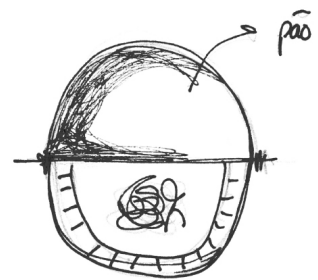
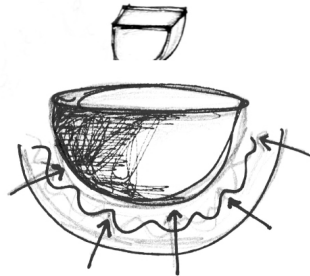
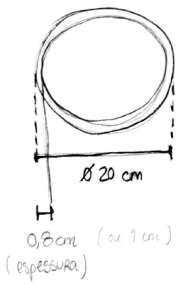
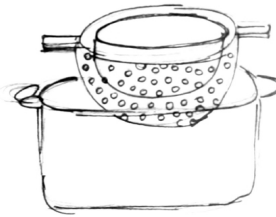
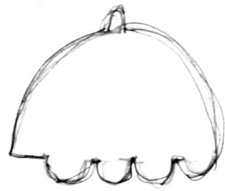
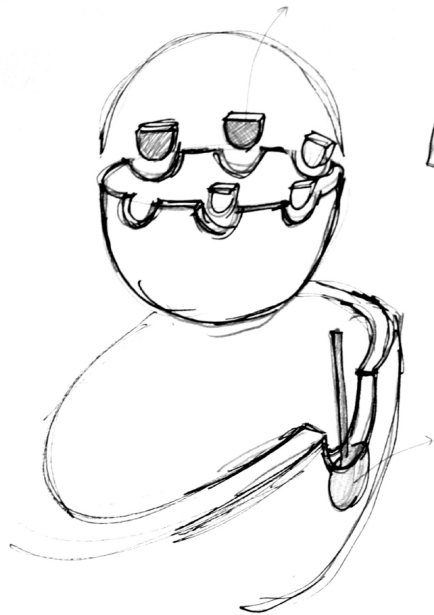
ovo com
receita líquida
no seu interior



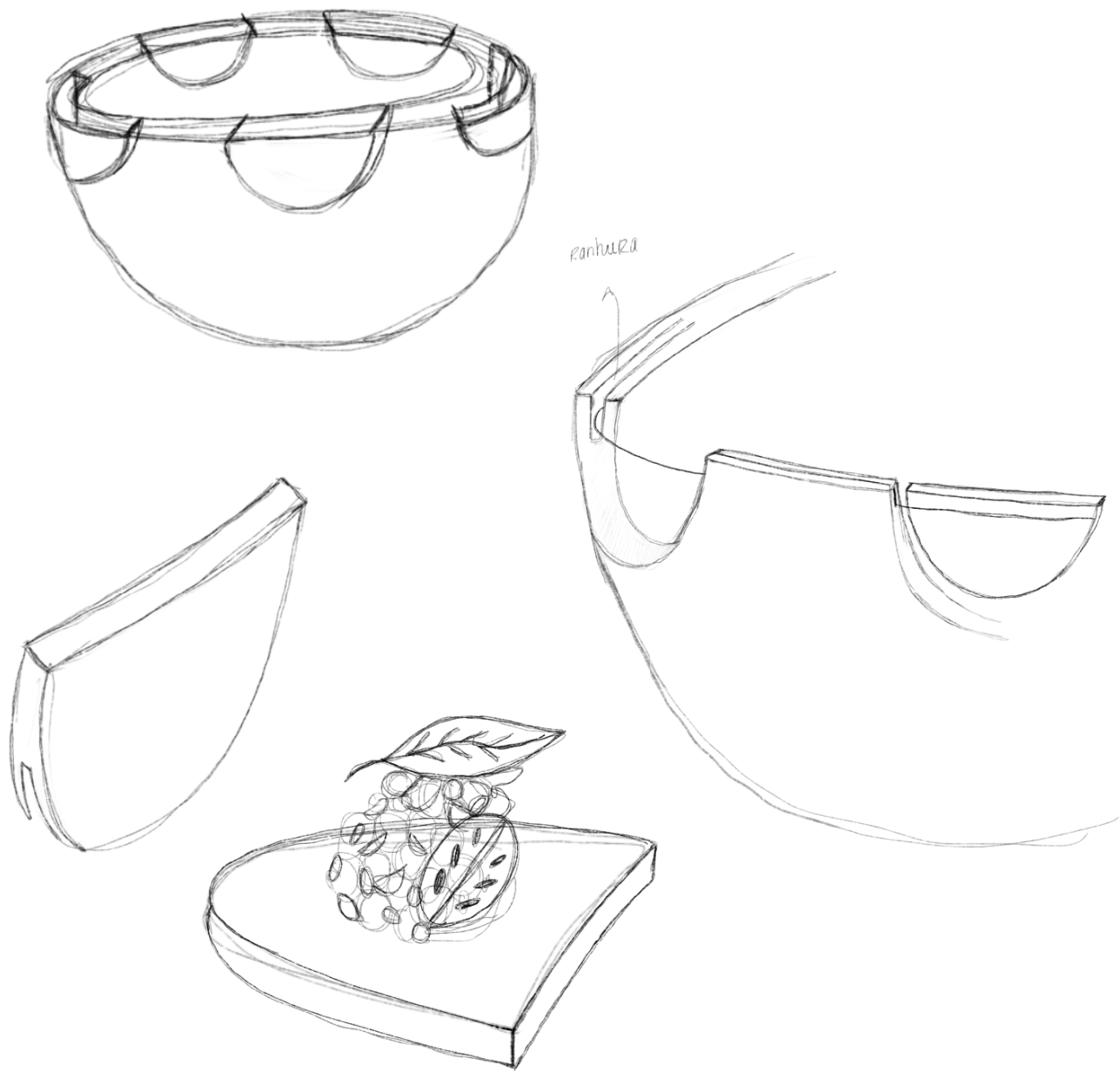
manteiga ou queijo
(nova receita)

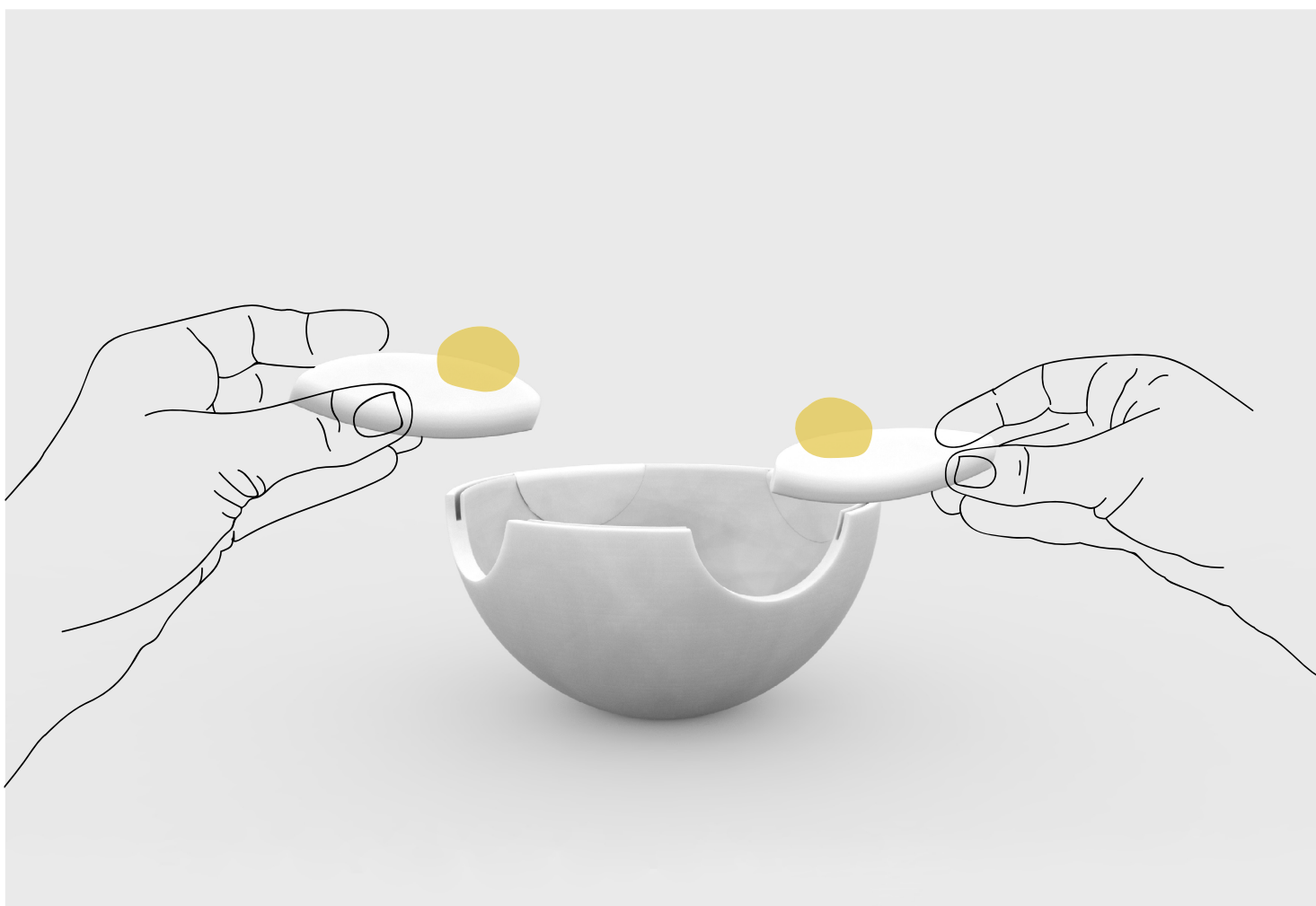
fatia de pão

Muitas vezes as pessoas escolhem o que querem comer através da forma e da memória do sabor que a própria forma lhe oferece.









Modelação tridimensional
do objeto (SolidWorks).





Momento da validação do objeto com alunos da área do Design.

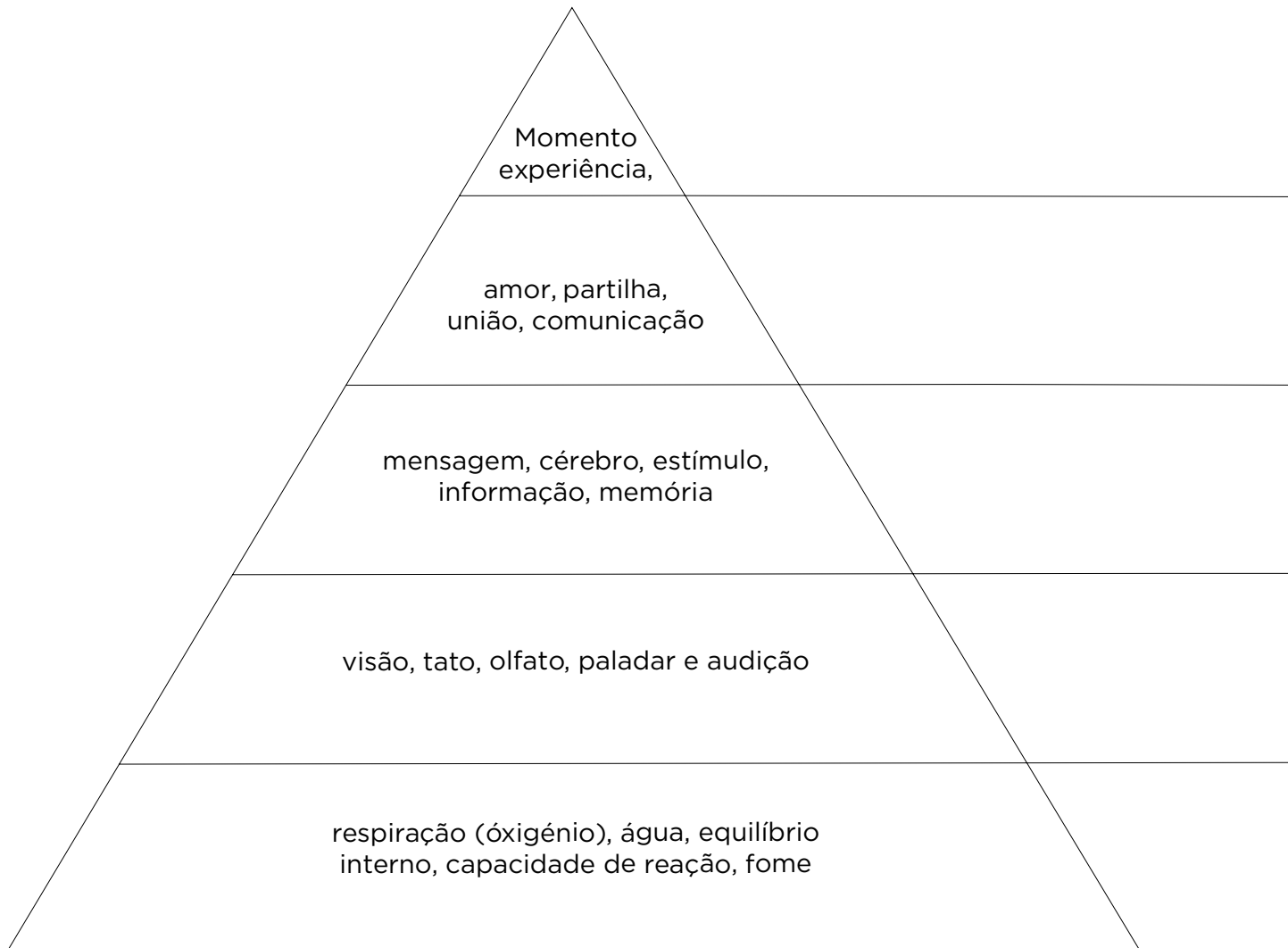


fig. 109

"À mesa com Maslow", inspirado na original
hierarquia das necessidades humanas.

	05 FELICIDADE		<p>Por fim, esta categoria refere-se ao momento da satisfação (prazer) intensa que Maslow designa por "experiências de pico".</p>
	04 RELAÇÕES		<p>Necessidade de ser relacionar com pessoas. Também está presente nesta categoria, a necessidade de se relacionar com grupos, criar laços. A necessidade de união é vista por uma vontade tanto de dar como de receber afeto.</p>
	03 ESTÍMULO		<p>O toque implica uma relação a dois, entrar em contacto com alguém ou alguma coisa. A mão permitiu o "agarrar" para atingir o "fazer", dando-lhe assim a possibilidade de conquistar a natureza. "A mão é receptora de detalhes acerca da forma, textura e consistência. Savarin escreveu, A mão, essa servidora fiel, prepara o Homem não apenas para fugir ao perigo, mas também para agarrar, preferencialmente, os objetos que o instinto aponta como adequados para reparar as perdas causadas no decurso da vida" (as cited in Afreixo, 2012, p. 109).</p>
	02 SENTIDOS		<p>Esta categoria, provém da anterior, uma vez que é descrita como uma confusão dos sentidos em que a excitação de um sentido desencadeia a estimulação de uma modalidade sensorial completamente diferente.</p>
	01 FISIOLOGIA		<p>O ponto de partida do modelo desta hierarquia são as necessidades básicas fisiológicas. Segundo Maslow (1987), estas são as mais importantes, pois sem elas, é impossível motivar e satisfazer o indivíduo. São também chamadas de homeostáticas pois tem como objetivo a manutenção do equilíbrio interno do organismo. A satisfação destas necessidades é predominante no comportamento humano. É uma forma do cérebro processar as informações obtidas através dos sentidos. Existe um cruzamento de sensações num só estímulo. Assim, da mesma forma que uma cor pode remeter para um sabor, a forma de um contentor pode transmitir uma mensagem de partilha.</p>

Projeto II Criação de um objeto que distribuisse a comida forma equitativa e lúdica.

fig. 110



fig. 111

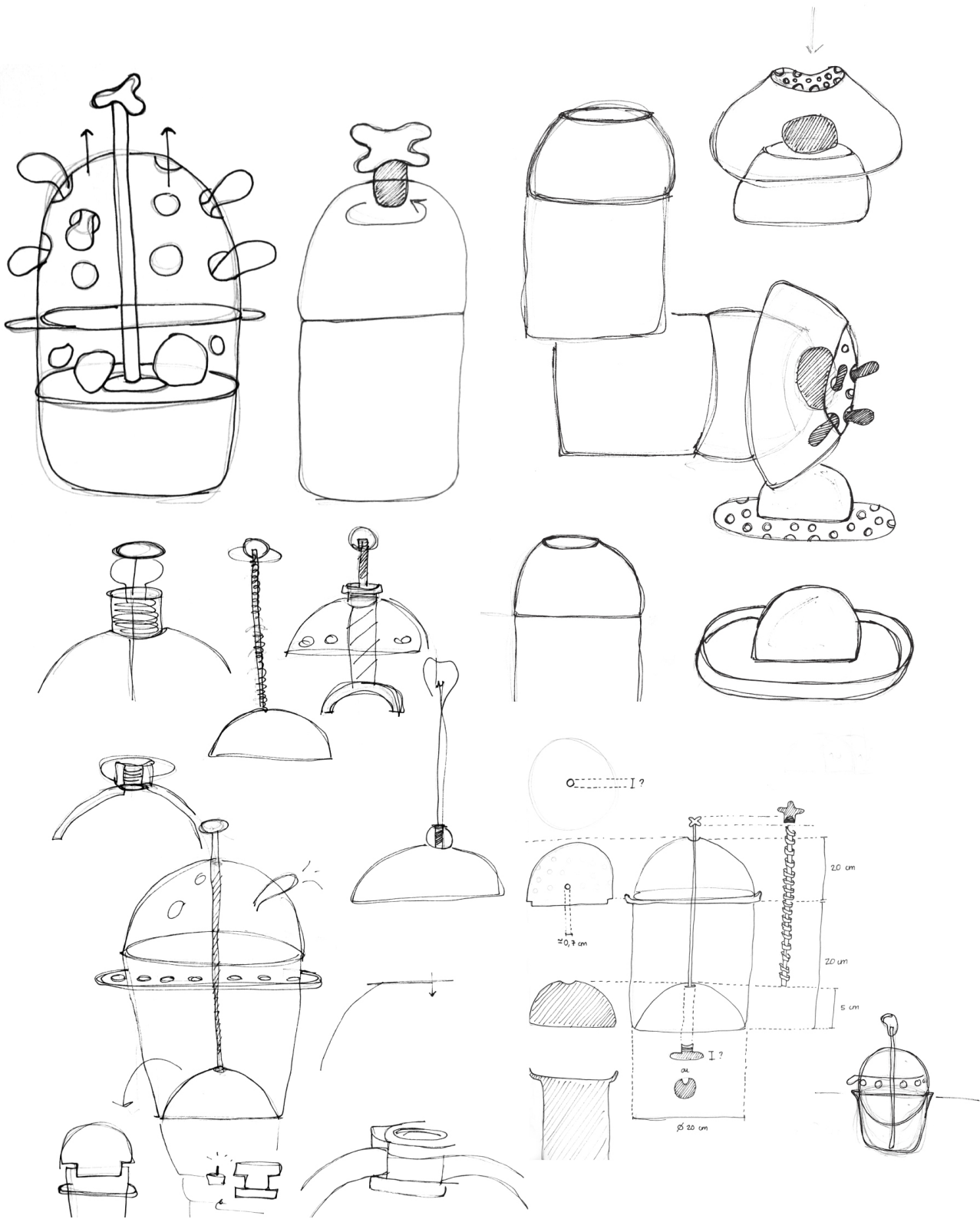


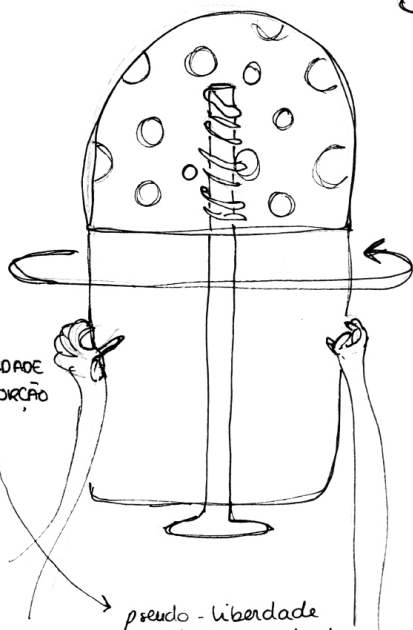
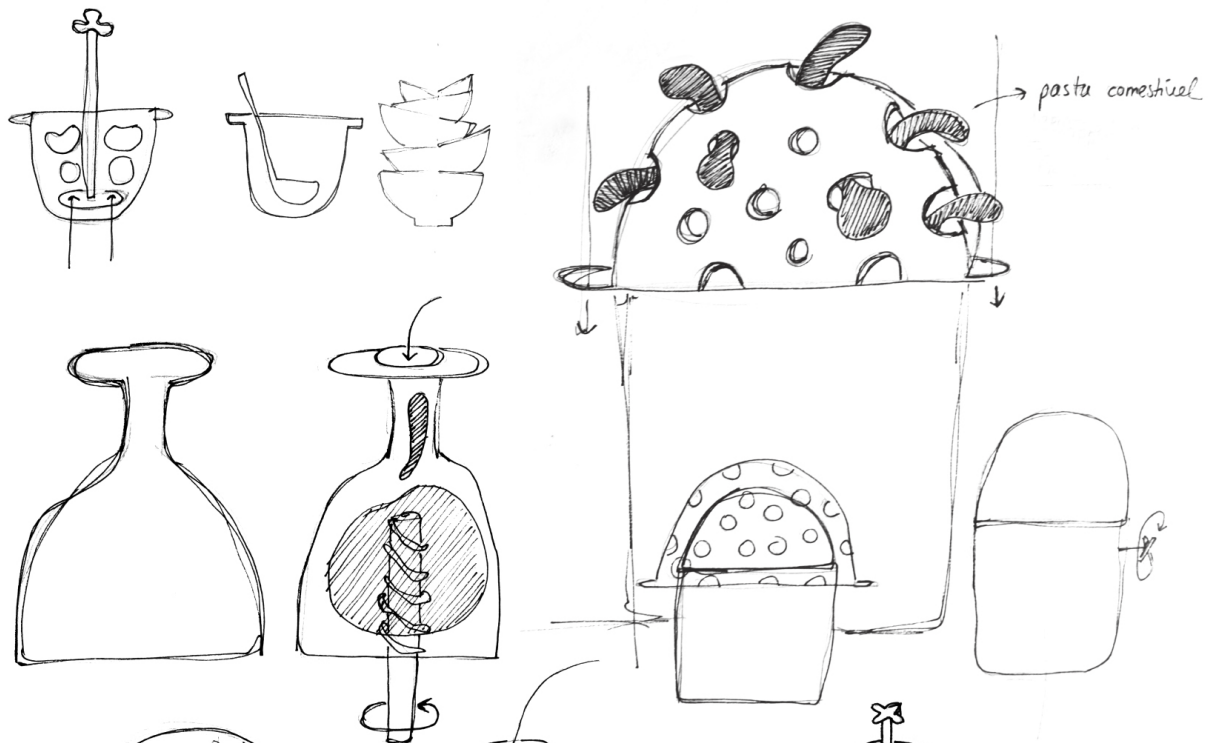
fig. 112



fig. 113

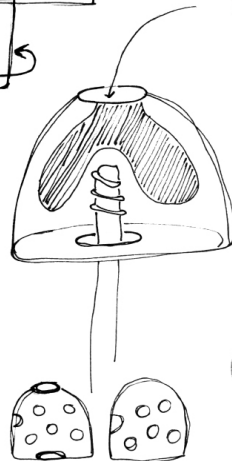
Sistema do objeto/ mecanismo para distribuir a comida.



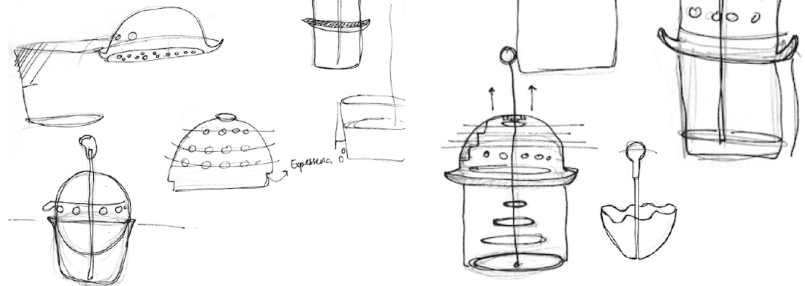
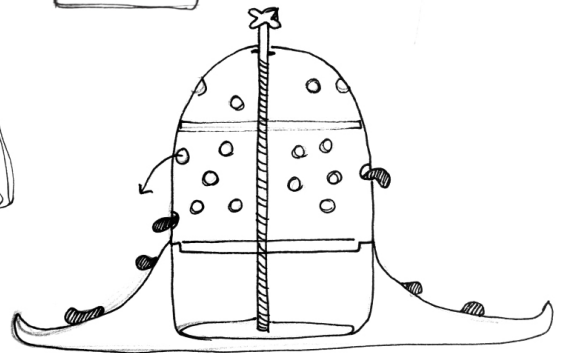


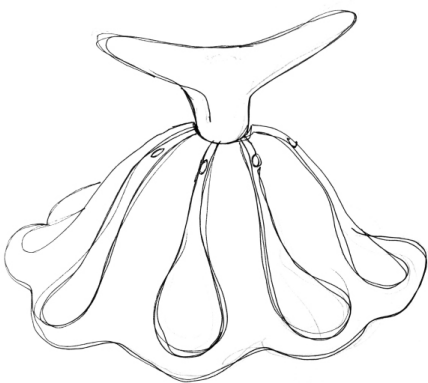
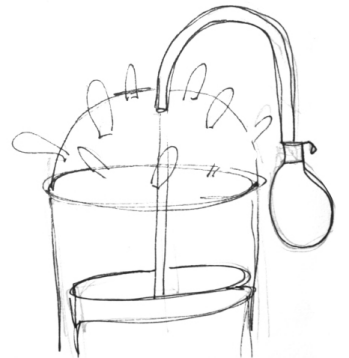
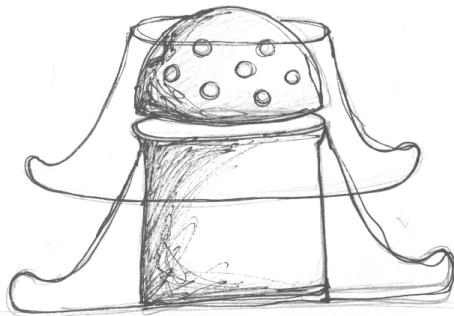
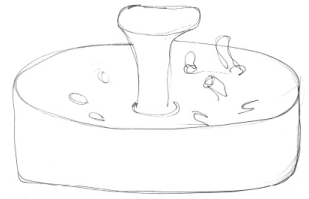
LOCALIDADE DA PORÇÃO

pseudo-liberdade
socialidade regulada
pelo denominador
comum.



- 1 METAL
 - PERRO
 - PLÁSTICO
 - MADEIRA
- 2 CERÂMICA



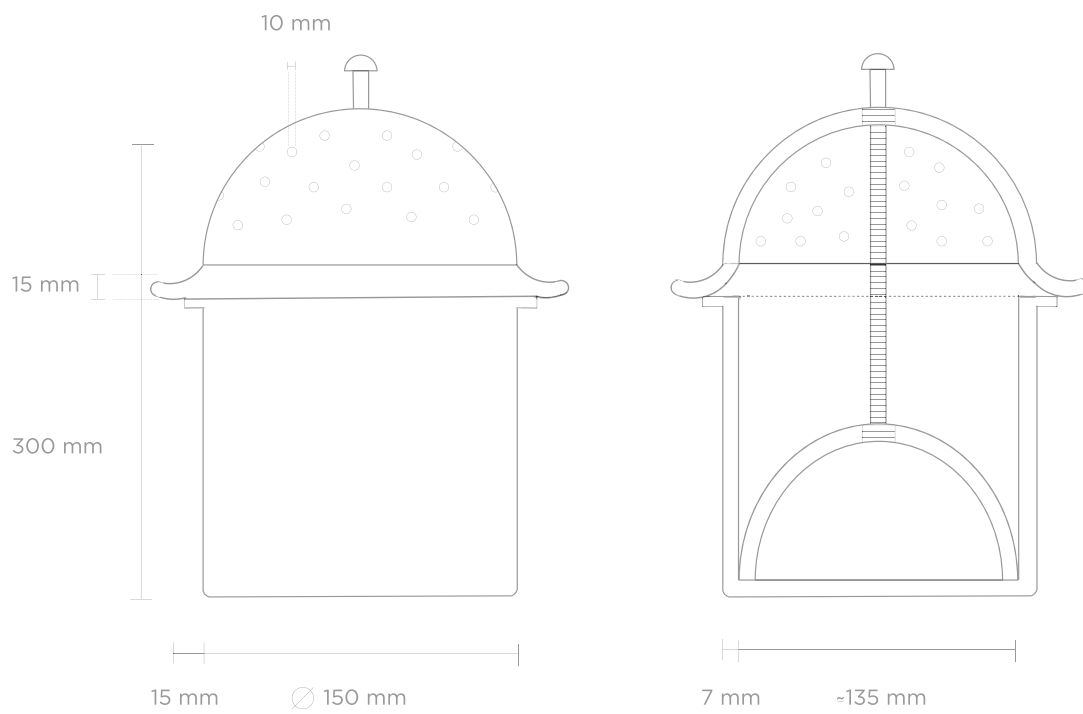


proposta de objeto para o programa do projeto II



pasta comestível a sair pelos orifícios do objeto





Desenho técnico do objeto proposto.

Após a apresentação do programa para o projeto II, os comentários e sugestões do grupo docente levantariam várias questões em torno do objeto modelo concebido e desenvolvido. A orientação do professor Francisco Providência questionava a viabilidade e significado deste objeto, atendendo a que a sua forma (distribuidor mecânico) parecia não convergir com as intenções do projeto anterior (centrado na ideia de partilha). Questionava-se igualmente o princípio de uma divisão equitativa em vez de proporcional (um adulto deverá receber uma porção de comida semelhante a uma criança?).

Enquanto que no primeiro projeto os utilizadores teriam a “liberdade” de retirar da tigela a quantidade de comida que desejassem, neste segundo projeto isso já não acontece. Agora cada pessoa só teria “direito” a uma determinada porção de pasta comestível que, demasiado fragmentada, transmite uma ideia muito rígida que, nas palavras do professor Rui Costa caracteriza a “peça com uma presença visual ostensiva”. Concluímos que, apesar do programa do projeto II pertencer à mesma área do projeto I, tratavam-se de abordagens completamente distintas.

Redefinição do Projeto II Criação de um objeto que transmite a ideia de partilha através de porções.

Nesta modalidade de objeto conseguimos transmitir a ideia de partilha, através do recurso a contentor cilíndrico com pistão, que divide, por extrusão, a comida em porções semelhantes. Numa segunda fase quando “extrudida” a pasta comestível sobre a taça, estas porções “entrelaçam-se” umas com as outras e concentram-se num contentor que é comum a todos.

Deste modo quebrámos o pressuposto da divisão rigorosa que se adivinhava na forma do objeto modelado, apresentado na primeira fase do projeto II. Para isto, foi importante redefinir os requisitos do objeto.

REQUISITOS

QUANTO À FORMA ...

(desenho do objeto)

- 01** Apelativa e convidativa;
- 02** Desperta desejo de experimentar;
- 03** Comunica a intenção de partilha;
- 04** Sistema de extrusão de uma pasta comestível;
- 05** Objeto com peças desmontáveis para lavagem;
- 06** Manuseio intuitivo e simples.

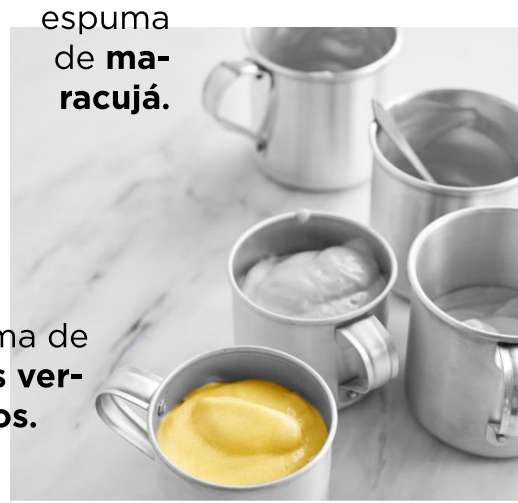
QUANTO AO CONTEÚDO ...

(confeção da pasta comestível)

- 01** Cor apelativa (que estimule os sentidos);
- 02** Elemento agregador dos ingredientes
(grão, feijão, farinha, batata ou outro);
- 03** Garantir a consistência da pasta;
- 04** Entradas ou sobremesas (pasta, mousse, patê, etc).



espuma de **frutos vermelhos.**



espuma de **maracujá.**



húmus de **trevoço.**



patê de **beterraba.**

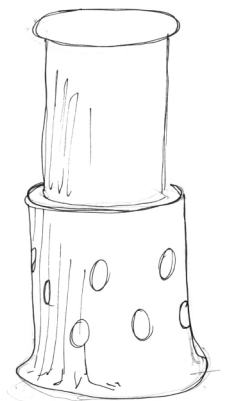
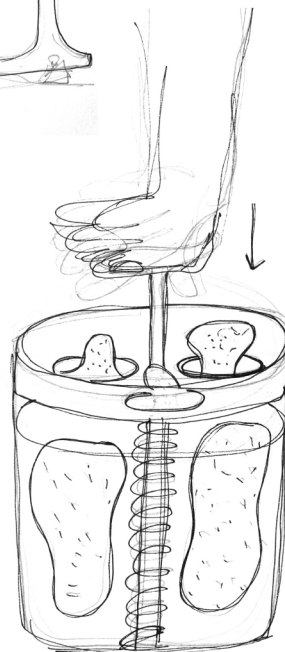
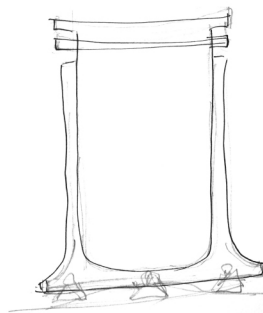
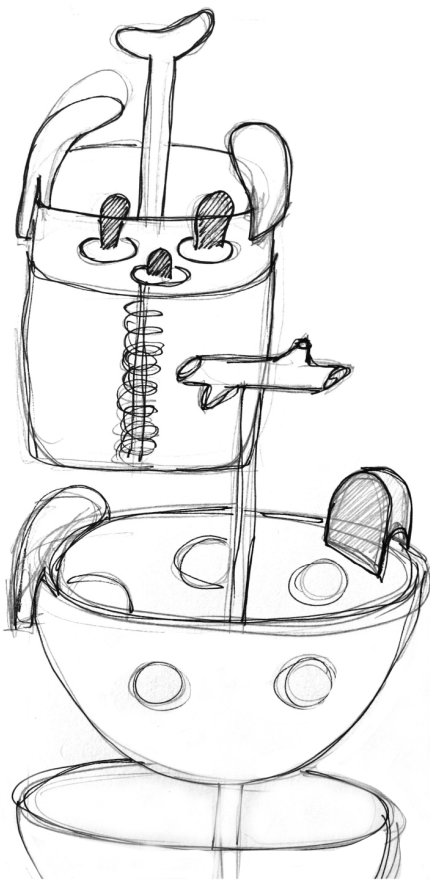
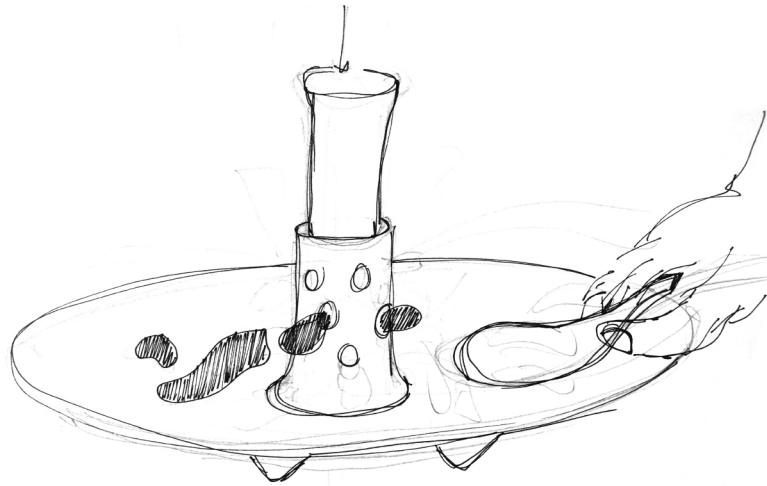
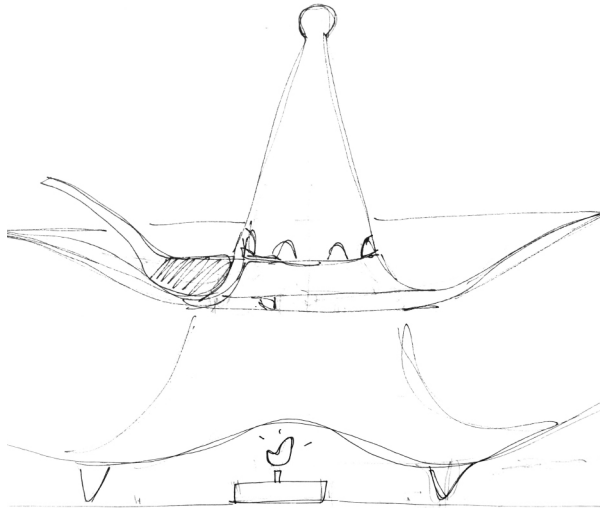


mousse de **abacate.**



pasta de **sapateira.**

Possibilidades de pasta comestível.

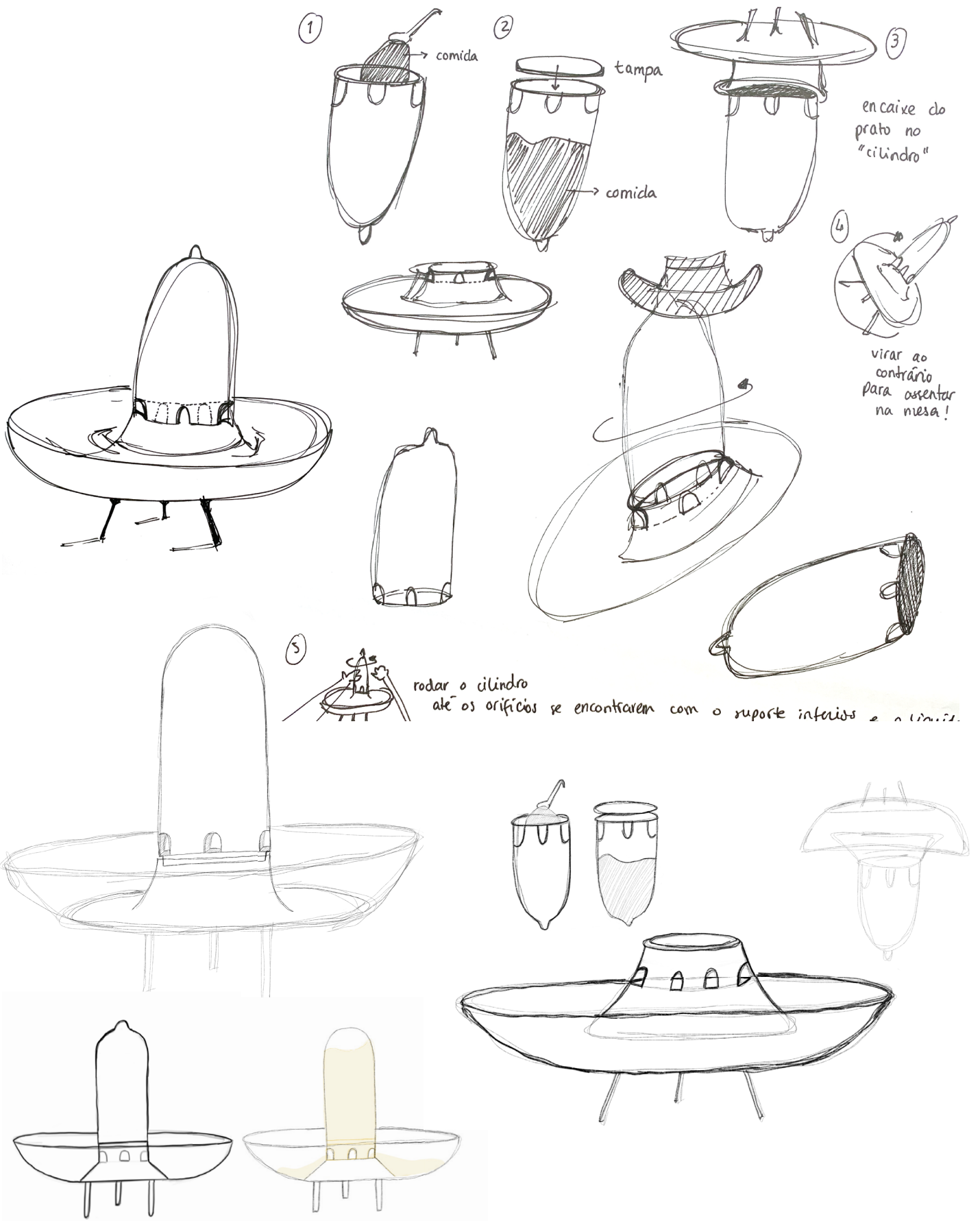


Esboços





Uma vez que o objeto apresentado na página anterior não cumpria os requisitos necessários para outro tipo de comida a não ser pastas com uma determinada consistência, projetámos um segundo objeto para a contenção e distribuição de líquidos (sopas, sobremesas tipo mousse, etc.).



①

comida

②

tampa

comida

③

encaixe do
prato no
"cilindro"


④


virar ao
contrário
para osentar
na mesa!

⑤

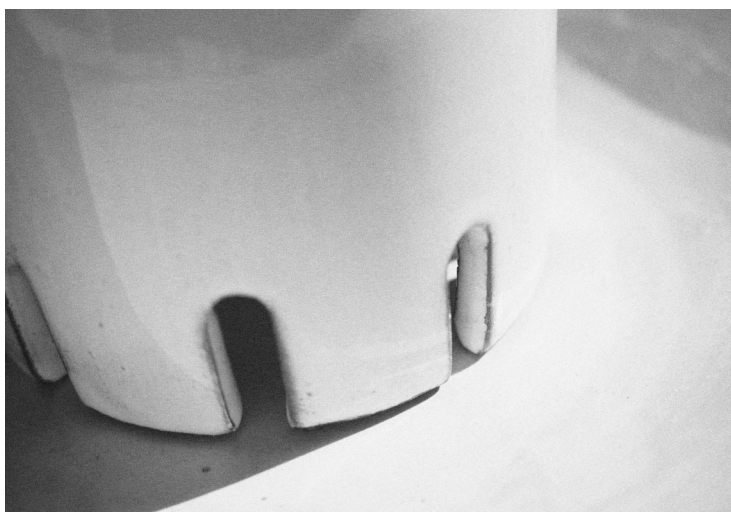
rodar o cilindro
até os orifícios se encontrarem com o suporte inferior e a lâmina.



 Peça inferior em bambu.

 Cerâmica (porcelana).

Modelação tridimensional do objeto (SolidWorks).

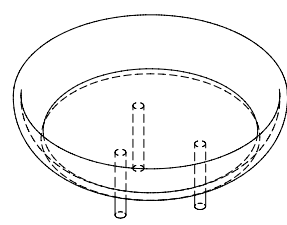
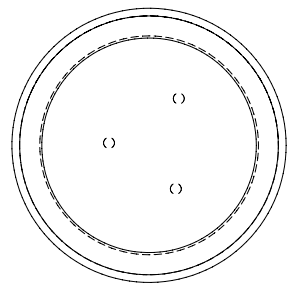
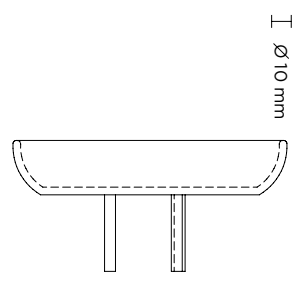
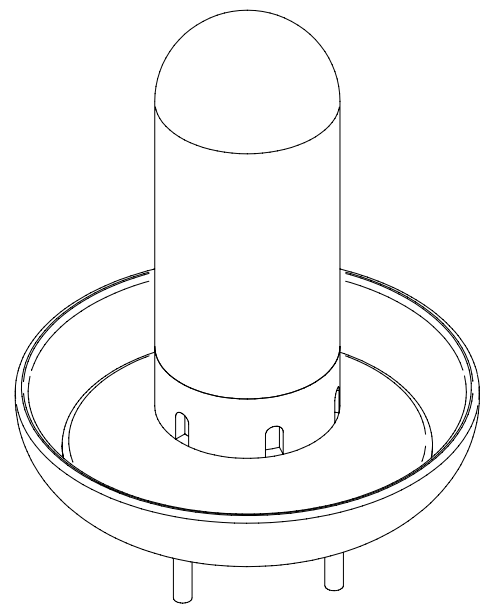
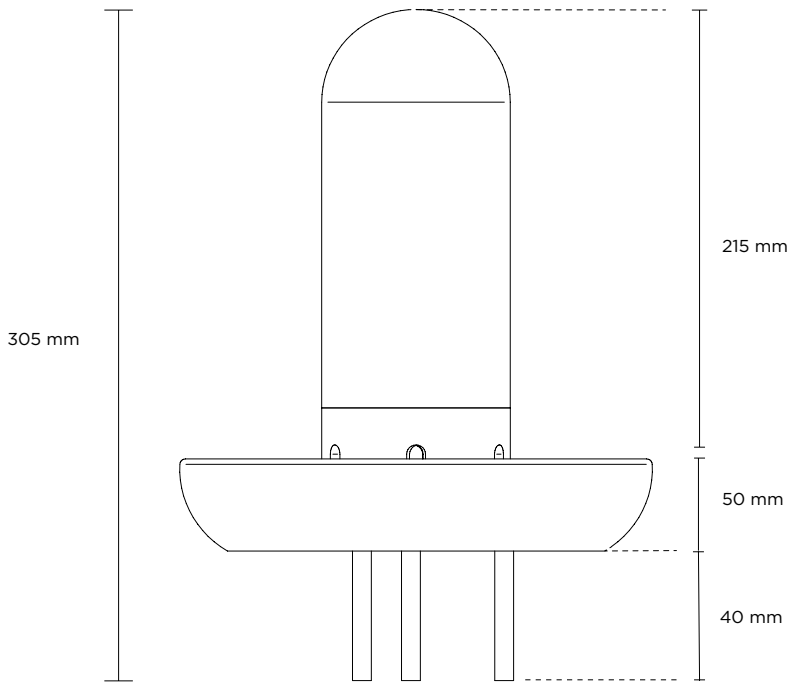


Modo de utilização: introduzir o conteúdo (comida) com a peça virada ao contrário e fechar com a tampa. De seguida, encaixar o prato ao suporte inferior juntamente com a primeira peça. Virar 180º graus e assentar na mesa.

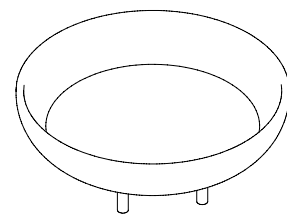
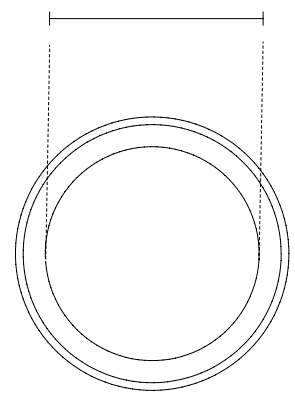
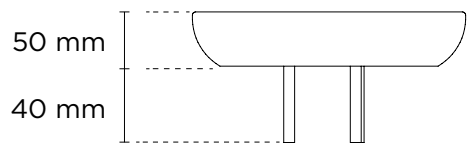


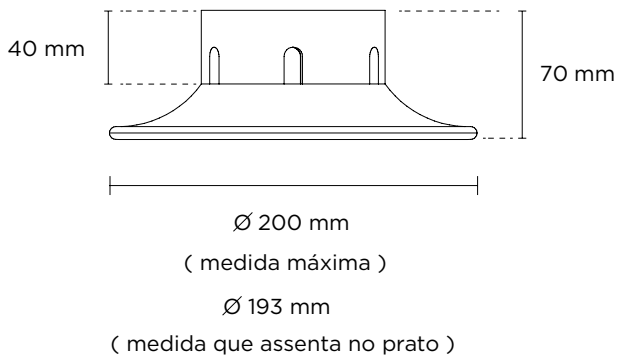
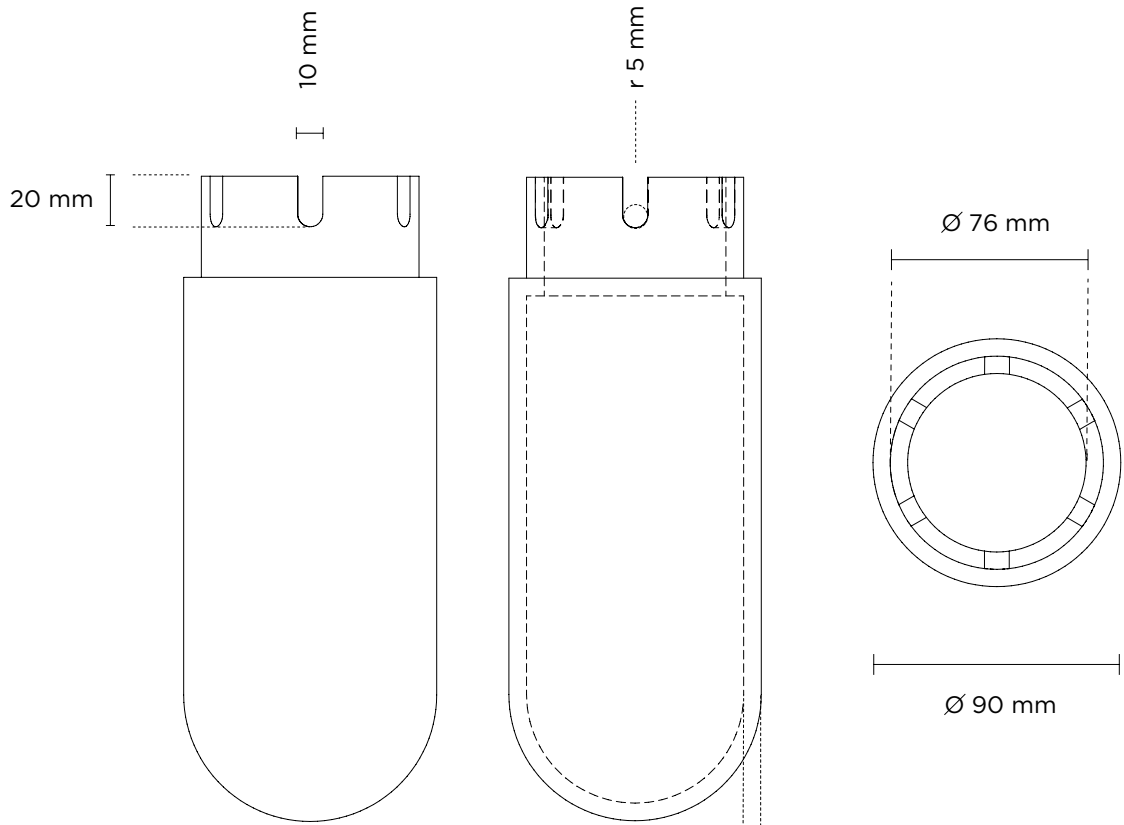
Ao rodar a peça cilíndrica (superior) os orifícios vão encontrar-se com os orifícios do suporte inferior e (neste caso) a sopa começa a sair para o prato.





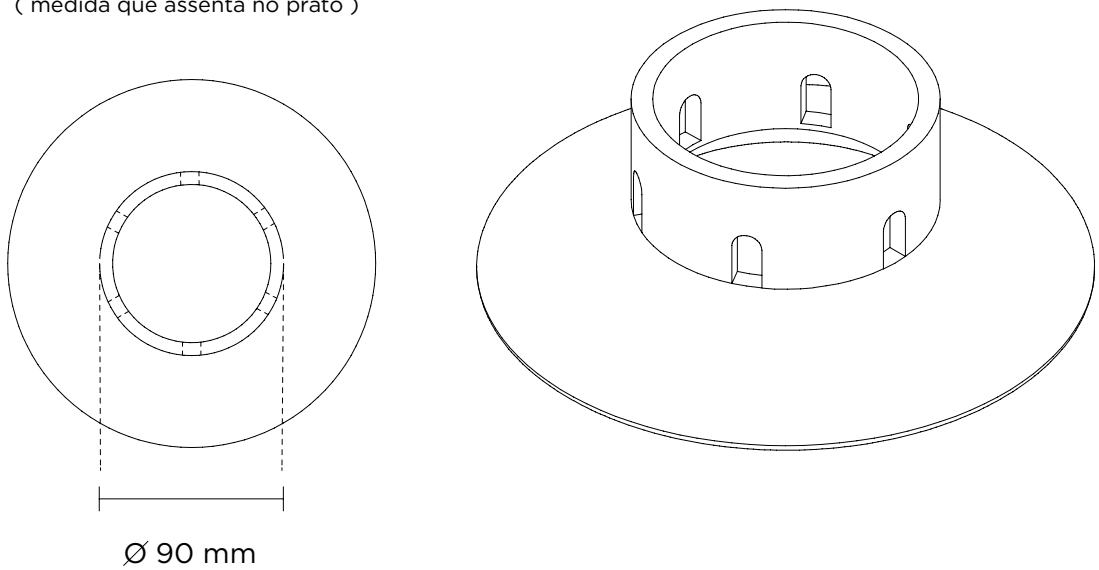
∅ 200 mm



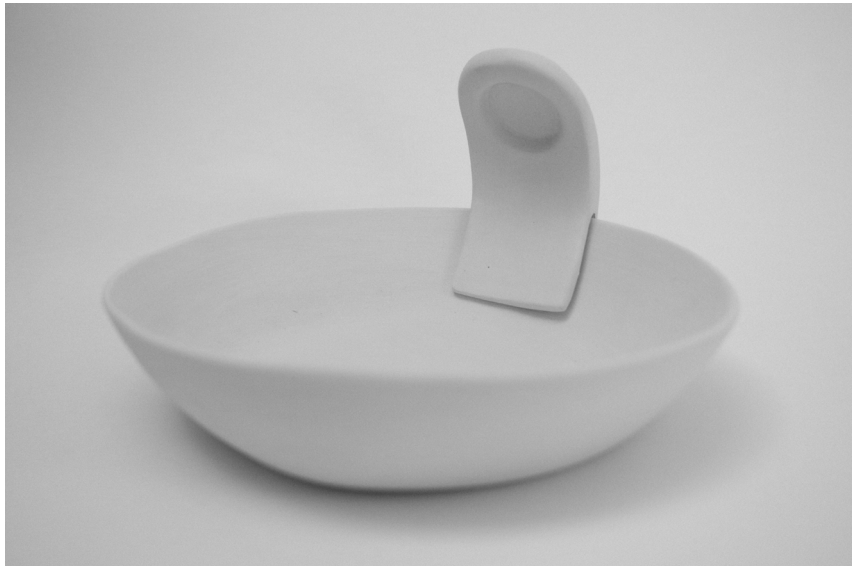


7 mm (espessura)

Desenho Técnico.

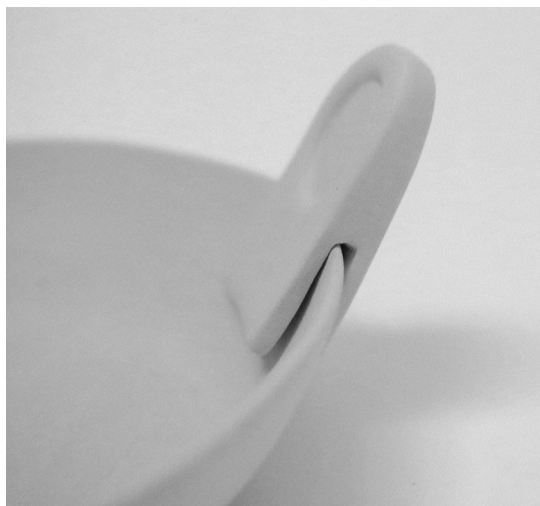
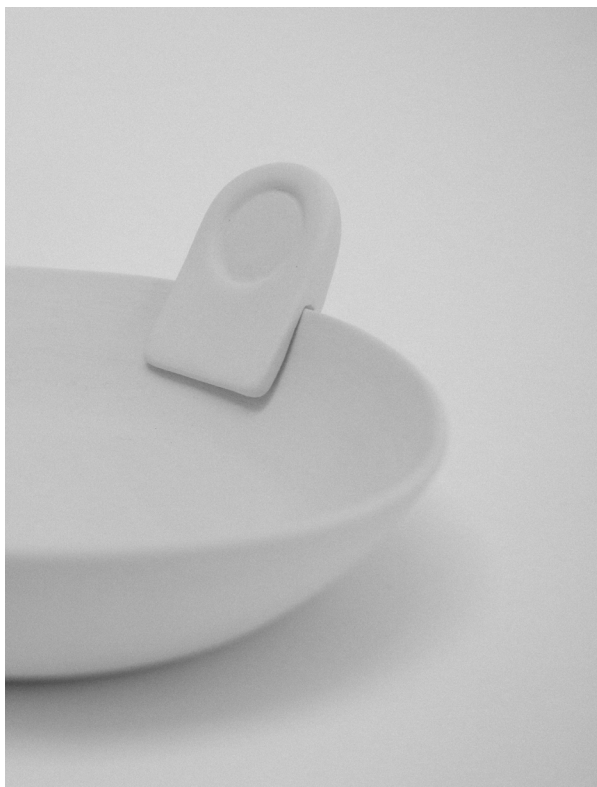


colher com ranhura concâva
Ø 230 mm
(zona concâva)



3 mm (ranhura interna)
6 mm (ranhura externa)
27 mm (altura da ranhura)

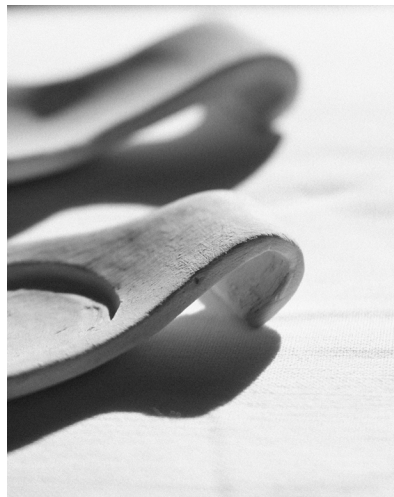
colher com ranhura vertical
Ø 210 mm
(zona concâva)



3 mm (ranhura interna)
6 mm (ranhura externa)
20 mm (altura da ranhura)



colher-garfo pendurado
Ø 240 mm / 370 mm
(zona concáva)



56 mm / 72 mm (largura)
3 mm / 4 mm (espessura)

estudo de formas | modelos de peças para recolher a comida (colheres/ garfos)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A validação do projeto foi feita por duas vias: junto dos pares (um público que domina a área do projeto, neste caso a área do Design); junto dos consumidores (público que não domina a área de Design). Para que a experiência fosse o mais natural possível, a única instrução dada aos participantes foi que manuseassem o artefacto da forma que entendessem, no entanto, com a condicionante de utilizarem todos os objetos disponibilizados sobre a mesa.

O resultado foi positivo e correspondeu ao expectável, uma vez que todas as peças que constituíam o artefacto foram usadas da forma para a qual foram projetadas. No final desta experiência, foi distribuída uma folha de papel e caneta para que cada participante pudesse expressar, por escrito, a sua experiência e avaliação, apontando de forma crítica qualquer disfunção ou melhoramento a integrar. Assim, foram colocadas questões abertas, dando máxima liberdade aos participantes para prestarem a sua opinião, não se limitando a um inquérito pré-redigido evitando a manipulação dos convidados.

Ao longo das duas validações (pares e consumidores) foi visível a ideia de descoberta, mais do que isso, a entreaajuda dos participantes para o bom funcionamento do artefacto. Depois da pasta comestível e da sopa servida pelos respetivos contentores, foi perceptível a sensação de surpresa, admiração e curiosidade dos utentes na descoberta de funcionamento de toda a estrutura seguida da expressão manifestada de desejo de repetir a experiência. Observámos com interesse a “disputa amigável” com que os participantes experimentavam o artefacto.

Da leitura dos relatórios, verificámos que três dos participantes fizeram referência às colheres entre aspas, o que nos leva a concluir que para estas pessoas o artefacto adquiriu novos significados, tendo-se verificado uma ideia de estranheza face ao tradicional.

Desta experiência podemos retirar três conclusões que confirmam os objetivos do projeto desenvolvido:

1. Os artefactos desenvolvidos estimularam comportamentos de partilha, durante a refeição;
2. Os objetos comuns poderão, através do seu redesenho, adquirir novos desempenhos e, sobretudo, novos significados;
3. Os hábitos mais comuns como o das refeições à mesa, poderão ser manipulados pelo recurso a novos objetos e formas, instigando o incremento *slow* da sua duração.

desejo de experimentar o objeto !





partilha de olhares
e sorrisos !



Validação por pares (com alunos da área do Design):

VALIDAÇÃO POR
CONSUMIDORES



Validação com um público que não domina a área do Design.

CONCLUSÃO

Enquanto designer procurei neste projeto contrariar o movimento "fast" (*fast food, fast news, etc.*) em que quase tudo é demasiado rápido e, por isso, impossível assimilar metade do que se passa à nossa volta e criando-nos a sensação de que nunca estamos suficientemente informados e satisfeitos.

Esta velocidade exacerbada na qual vivemos, gera ansiedade, falta de controlo e um ritmo muito instável. Os objetos também podem induzir esta aceleração pouco saudável e de consequências nefastas em vários planos — como o da saúde, do ambiente ou das relações interpessoais. São consequência disso as paradigmáticas embalagens descartáveis em materiais plásticos, que apelam a um consumo rápido, inconsciente e totalmente solipsista.

A nossa perspetiva parte do pressuposto de que a partilha, e os sentimentos que gera, fortalecem as relações e ao fortalecê-las aumentam a resiliência, potenciando o desenvolvimento de emoções positivas, construtivas e interligadas com as nossas memórias individuais e coletivas. Os objetos aqui apresentados convidam-nos a que demorem mais com eles, durante o tempo da refeição, ou fora dela, criando valores, emoções e sentimentos mais sólidos. Para além do Design sentir necessidade de antecipar a evolução da sociedade (dos pontos de vista estético, funcional, ergonómico e ético), deverá contribuir para re-significar práticas e tradições. Um trabalho que não se esgota na criação de objetos, deve ser constante e, a nosso ver, o foco do projeto e dos designers. Também nesta dissertação se chama a atenção para a importância de preservar valores humanos básicos assim constituindo a sua principal motivação.

Enquanto ser humano, e numa perspetiva pessoal, o desejo de querer que as pessoas estabeleçam relações e partilhem coisas e momentos, poderá ter surgido durante a infância que partilhei com a minha prima (nascida treze dias antes de mim). Durante os primeiros quatro anos de vida, estas primas ficaram ao cuidado dos seus avós, ocupando o privilegiado estatuto de primeiras netas da família, por isso merecendo toda a atenção e cuidado. O momento da refeição sempre foi repartido pelas duas em simultâneo e de forma alternada. Tudo isto para concluir que a motivação pessoal para a realização deste projeto, poderá ter origem na memória de uma educação que se baseou na prática partilhada.

DESENVOLVIMENTOS
FUTUROS

No futuro prevejo dar continuidade a este projeto, aperfeiçoando o desenho dos objetos, repensando a escolha dos materiais assim como o modo da sua produção para que se torne mais viável. Neste contexto prevê-se construir um sistema de comunicação do produto através da criação de uma marca abrangente que acolherá, mais tarde, outros projetos relacionados com a área do *food design*, usando como canal de divulgação um website próprio, servindo de portfólio, meio de contacto para outros projetos/ parcerias e de venda dos próprios artefactos.

TESTEMUNHOS APÓS A VALIDAÇÃO
DO PROJETO

partilha apelativa

“Iria a um restaurante por causa de uma peça como esta. O desenho da peça é apelativo, mas talvez o material não seja o mais apropriado, ou talvez seja (para o conjunto), mas não para as colheres. Penso que porventura esse será o aspeto que funciona menos bem. Foi presente o sentimento de partilha e de estar com o outro na descoberta como a peça funciona e na própria prova da refeição, o que foi muito interessante. Faz-nos questionar a maneira como na hora da refeição nos viramos para o nosso prato apenas. Mesmo sem televisão, telemóveis ou livros, mesmo que se partilhe a dose ou que se prove do prato dos outros, o facto de existir um prato individual vira-nos para nós mesmos, para aquilo que é “meu” e não “nosso” (Leonor Flores, 2019).

utilização intuitiva

“A experiência do utilizar é, só por si muito interessante, a interação entre o utilizador e a peça é de fácil compreensão e bastante intuitiva” (Margarida Santos, 2019).

sistema prático

“A peça incentiva a partilha de experiências ao mesmo tempo que promove um momento divertido em que as pessoas exploram o funcionamento da peça. Outro ponto positivo é o facto da peça em si servir de suporte, não só à comida, mas também, às peças que servem de “colheres”, colocando repetidamente o foco na peça desenhada” (Inês Margarido, 2019).

visualmente bonito

“É bonito visualmente; as “colheres” podiam ser mais fundas e melhor envernizadas” (Miguel Sousa, 2019).

forma atraente e envolvimento colectivo

“A colher com que se come é agradável, sabe bem ser macia e com uma textura diferente à que estamos acostumados no dia-a-dia. Como todos acabam por comer do mesmo líquido, onde todos colocam as suas “colheres”, talvez fosse mais higiénico a taça central ter divisões. A sopa foi apreciada de outra forma. O facto de ser um recipiente diferente do habitual é atraente e permite que todos se envolvam ao mesmo tempo e, por consequência, comam ao mesmo tempo” (Isabel Vicente, 2019).

BIBLIOGRAFIA

- Afreixo, L. (2012). *Comer à mão: projeto de food design português para uma vida melhor* (Master's thesis, Universidade de Aveiro). Retrieved from <https://ria.ua.pt/handle/10773/10672>.
- Assmann, J. & Czaplicka, J. (1995). *Collective Memory and Cultural Identity*. *New German Critique*, No. 65, *Cultural History/ Cultural Studies* (Spring- Summer), 125-133. Retrieved from https://www.jstor.org/stable/488538?seq=1#metadata_info_tab_contents
- Barros, B. (2008, September 29). *Design, linguagem, retórica*. Universidade Católica, p. 14.
- Bauer, J. J., McAdams, D. P., & Pals, J. L. (2006). *Narrative identity and eudaimonic well-being*. *Journal of Happiness Studies*, 9(1), 81-104. doi:10.1007/s10902-006-9021-6
- Bono, E. (1970). *O pensamento criativo: como adquiri-lo e desenvolvê-lo* (V. Limitada, Ed.). Brasil.
- Bonsiepe, G., Bierut, M., Helfand, J., Heller, S., & Poynor, R. (2001). *Retórica Visual/ Verbal*. In Ediciones Infinito (Ed.), *Fundamentos del Diseño Gráfico* (1a ed., p. 209). Buenos Aires.
- Buchanan, R., & Margolin, V. (1989). *Declaration by Design: Argument, and Demonstration in Design Practice*. In London & Chicago: The University of Chicago Press (Ed.), *Design Discourse: History, Theory, Criticism* (1a edição).
- Buchanan, R. (2006). *Human-centered Design: Changing Perspectives on Design Education in the East and West*. 20(1), 30-39. <https://doi.org/https://doi.org/10.1162/074793604772933748>
- Chapman, J. (2009). *Design for (emotional) durability*. *Design Issues*, 25(4), 29-35. <https://doi.org/10.1162/desi.2009.25.4.29>
- Csikszentmihalyi, Mihaly & Rochberg-Halton, E. (1981). *The meaning of things: domestic symbols and the self* (Cambridge University Press, Ed.). United Kingdom: University of Cambridge.
- Csikszentmihalyi, M. (1999). *Implications of a systems perspective for the study of creativity*. In *Hanbook of Creativity*. <https://doi.org/10.4135/9781446213704.n1>

Damásio, A. (2011). *O Erro de Descartes: Emoção, Razão e Cérebro Humano*. (Setembro,; Temas e Debates, Ed.). Retrieved from <https://www.bertrand.pt/livro/o-erro-de-descartes-antonio-damasio/11236606>

Davidoff, L. L. (2001). *Introdução à Psicologia* (3rd ed.). São Paulo: McGraw-Hill.

Donald, A. Norman (2004). *Emotional Design: Why we love (or hate) everyday things*. Basic Books, New York. ISBN 0-465-05135-9

Donati, Pierpado (2005). *La Sociologia relazionale: una prospettiba sulla distinzione umano/ non umano nelle scienze sociali*, "Nuova umanità", n. 157, pp.97-122.

Ellwanger, C., Antunes da Rocha, R., & Pierre da Silva, R. (2015). *Design de Interação, Design Experiencial e Design Thinking: A Triangulação da Interação Humano-Computador* (IHC).

Frutuoso, R. (2016). *Fusão - Analogias entre cerâmica e culinária* (Master's thesis, Escola Superior de Artes e Design - ESAD.CR, Instituto Politécnico de Leiria). Retrieved from <https://iconline.ipleiria.pt/handle/10400.8/2474>

HOLL, S; PALLASMAA, J.; PEREZ-GOMEZ, A. (2007); *Questions of Perception: Phenomenology of Architecture*.; 2o Ed.; Willian K Stout Pub, 2007. 155 páginas.

Honoré, C. (2005). *In prise of slow : how a worldwide movement is challenging the cult of speed* (Orion Books, Ed.). London: Reino Unido.

Honoré, C. (2019). "Temos de cultivar o prazer de viver o momento. Não podemos acelerar o amor e a amizade." Retrieved from <https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2019-06-29-carl-honore-temos-de-cultivar-o-prazer-de-viver-o-momento-nao-podemos-acelerar-o-amor-e-a-amizade/>

Iteration Design Foundation. (n.d.). *Brainstorming*. Retrieved April 13, 2020, from <https://www.interaction-design.org/literature/topics/brainstorming>

Lopes, M. A. (2012). *Os alimentos nos rituais familiares portugueses (1850-1950)*. Universidade de Coimbra - Faculdade de Letras e Centro de História da Sociedade e da Cultura.

Luckmann, Thomas. *Remarks on Personal Identity—Inner, Social and Historical Time*. A. Jacobson-Widding ed. *Identity: Personal and Sociocultural*. A Symposium, Stockholm & Uppsala: Almqvist-Wiksell International, 1983. 67-91.

Lupton, E. (2013). *Intuição, Ação, Criação* (G. Gili, Ed.).

Marques, A. (2016). “Movimento *Slow*”: quando a ordem é abrandar. Retrieved from 19 de maio website: <https://observador.pt/2016/05/19/movimento-slow-quando-a-ordem-e-abrandar/>

Match, M. & Simons, G. (2000). *Emotions and eating in everyday life*. *Institute for Psychology, University of Wurzburg, Appetite* Volume 35, Issue 1, pp. 65-71. <https://doi.org/10.1006/appe.2000.0325>

McDonald's. (2020). *The McDonald's Story*. Retrieved from <https://corporate.mcdonalds.com/corpmcd/about-us/history.html>

Munari, B. (1981). *Das coisas nascem coisas* (Janeiro 20). Lisboa.

Nichols, Mark H., Cator, K. (2015). *Challenge Based Learning: A Classroom Guide*. In *Challenge based Learning* (Vol. 6). Retrieved from <https://www.challengebasedlearning.org>

Organização Mundial de Saúde, OMS. (2020). *No Title*. Retrieved from https://www.almg.gov.br/export/sites/default/acompanhe/eventos/hotsites/2016/encontro_internacional_saude/documentos/textos_referencia/00_palavra_dos_organizadores.pdf

Pallasmaa, J. (2012). *Pensamento em Forma: dez ensaios sobre arquitetura*. Centro Regional das Beiras da Universidade Católica Portuguesa. Retrieved from [https://books.google.pt/books?id=rPeAwAAQBAJ&pg=PA2&lpg=PA2&dq=PALLASMAA;+Juhani+\(2012\)source=bl&ots=JP2h02wJkS&sig=ACfU3U2925GMd6CpET__](https://books.google.pt/books?id=rPeAwAAQBAJ&pg=PA2&lpg=PA2&dq=PALLASMAA;+Juhani+(2012)source=bl&ots=JP2h02wJkS&sig=ACfU3U2925GMd6CpET__)

Pál, S. V., Katschthaler K., Donald E. M., Takács M. (2013). *Communicative and cultural memory. The theoretical foundations of Hungarian 'lieux de mémoire' Studies*, pp. 36-43.

Paolo E. Nava & Luca M. Arosio. (2013). *Binomio - A new food sharing experience*. Retrieved from <http://understandmag.com/binomio-new-food-sharing-experience/>

- Preto, F. (2016). *O design como mecanismo produtor de experiências*. Instituto Politécnico de Viana do Castelo.
- Ribeiro, B., Perrin, C., Correia, C., Pinto, E., Monteiro, I., Jardim, M., ... Maranhãs, T. (2002). *A Baixela de Sua Majestade Fidelíssima*. Lisboa.
- Ribeiro, M. (2020). *Bombardeados por conteúdo*. Retrieved March 9, 2020, from 6 Março website: <https://www.comunidadeculturaearte.com/bombardeados-por-conteudo/>
- Scott-Smith, T. (2016). *Humanitarian neophilia: the 'innovation turn' and its implications*. *Third World Quarterly*, 37(12), 24.
- Seligman, M. (2011). *Flourish: A Visionary New Understanding of Happiness and Well-Being*. New York: Free Press.
- Seymour, D. (1983). *The social functions of the meal*. *International Journal of Hospitality Management*, 2(1), 3-7. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0278-4319\(83\)90044-0](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0278-4319(83)90044-0)
- Trimarchi, M. (2018). *Out of Scale*. Retrieved from <http://mariotrimarchi.eu/out-of-scale/>
- Trimarchi, M. (2018). *Pergola by Alias*. Retrieved from https://www.archiproducts.com/en/products/alias/sculpture-pergola_339179
- Vogelzang, M. (2019). *Sharing Dinner*. Retrieved from https://marijevogelzang.nl/portfolio_page/sharing-dinner/