



Instituto Politécnico
de Viana do Castelo

Rita Ribeiro Freitas

*O Espírito do Lugar no Design de Joalheria portuguesa:
a Eleuterio Jewels como caso de estudo*

Nome do Curso de Mestrado em

Design Integrado

Trabalho efetuado sob a orientação de

Professora Doutora Liliana Soares

e coorientação de

Professor Doutor Ermanno Aparo

Novembro de 2017

Presidente: João Carlos Monteiro Martins

Professor Adjunto do IPVC-ESTG

Coordenador do curso

Vogal: Lígia Maria Pinto Lopes

Professora Auxiliar Convidada da Escola de Arquitetura

da Universidade do Minho

Arguente

Vogal: Liliana C. Marques Soares e Aparó

Professora Adjunta do IPVC-ESTG

Orientadora

AGRADECIMENTOS

Esta é talvez a parte mais difícil de escrever numa dissertação. É tempo de rever e recordar cada momento, cada processo, cada dificuldade e lembrar quem esteve lá para ajudar e apaziguar os momentos de stress e nervosismo.

É tempo de lembrar aqueles que permitiram ser possível, de lhes deixar uma palavra de eterna gratidão. É isso que sinto, uma eterna gratidão para com todos aqueles que me fizeram chegar aqui hoje. Surge o medo de esquecer alguém, mas a verdade é que quem me conhece sabe o quanto agradeço e digo o que sinto presencialmente, pelo que já tive oportunidade de o fazer a todos sem exceção antes de escrever estas palavras.

Mas, como não podia deixar de ser, fica aqui registado um beijinho e um abraço apertado os meus pais, Lígia e José. Todos, em conjunto, com o seu contributo tornaram esta tese possível, mas sem eles jamais alguém teria feito o que quer que fosse, o meu grande e especial obrigada a eles.

Igualmente de salientar é o apoio, paciência, persistência e acima de tudo, tudo quanto me ensinaram os meus orientador e coorientador. Aos professores Liliana Soares e Ermanno Aparo o meu obrigada especial. Que se façam mais professores assim é o que desejo, o mundo precisa de seres humanos que se entreguem desta forma.

Um agradecimento essencial é aquele que quero fazer a toda a equipa Eleuterio, do Luís e da Rosa Antunes, ao senhor Manuel, à Ana, ao João, um enorme obrigada. Esta tese, este tema, este projeto deve-se à forma como me acolheram, a todas as ferramentas que puseram à minha disposição, a tudo o que me ensinaram e à oportunidade que me deram de integrar o mundo da filigrana, da joalheria, da ELEUTERIO JEWELS.

Ao meu amigo e namorado, Dinis Pires é difícil agradecer de uma forma justa. Pela paciência, dedicação, pelo apoio psicológico, pela ajuda prática na fase projetual, por todo o tempo que lhe foi roubado, o meu grande e eterno obrigada. De mencionar também é a mãe do Dinis, Benilde Carneiro, a maravilhosa senhora sem a qual teria sido muito difícil uma fase de experimentação tão rica de técnica e conhecimentos de costura.

E claro, a todos aqueles, familiares, amigos, colegas, conhecidos, aqueles que tive o prazer de conhecer ao longo deste período, que perderam tempo comigo, com palavras de apoio, de ânimo, de força, ou que de alguma forma deram o seu contributo, não serão esquecidos. Esta vitória também é vossa.

RESUMO

Com esta dissertação pretende-se desenvolver uma linha de joalheria capaz de unir o espírito de um lugar e seus valores culturais com o Design e a técnica de joalheria portuguesa da filigrana num cruzamento com o contexto africano, pensado para o âmbito da joalheria de luxo.

Trata-se de um projeto com o objetivo de criar um sistema de produto “*mestiço*”, capaz de fundir as culturas portuguesa e angolana, a portuguesa através da técnica da filigrana e a angolana através dos típicos panos coloridos africanos.

Uma parceria com a Eleuterio Jewels, empresa sediada no Norte de Portugal, na Póvoa Lanhoso, que se dedica desde há muito tempo à preservação, valorização e inovação da filigrana, permitiu a criação de um conjunto de pulseiras capazes de representar o espírito do lugar português e angolano.

Portugal e Angola mantêm desde sempre uma forte relação, pelo que se torna possível com este projeto valorizar esta ligação, contribuir para a identidade cultural de ambos os países, e por meio do design de joalheria manter vivos símbolos fortes das suas culturas, tradições, hábitos, costumes.

A Eleuterio Jewels, é uma marca de joias cujo design acompanha as tendências atuais, que opera num mercado de luxo com altos padrões de qualidade e acabamentos, trabalha o ouro em sintonia com os diamantes e acima de tudo aplica e preserva a filigrana em todas as peças que produz pelas mãos dos seus artesãos que delicadamente trabalham finos fios de ouro desde há gerações.

Estas pulseiras, igualmente produzidas manualmente na sua totalidade contam com a presença dos panos angolanos e a simbologia neles estampada, interpretada por meio do design através dos pendentos em filigrana nelas pendurados.

Palavras-chave: Design, Joalheria, Espírito do Lugar, Filigrana, Luxo, Sustentabilidade

ABSTRACT

With this dissertation we intend to develop a line of jewelery capable of uniting the spirit of a place and its cultural values with the Design and technique of Portuguese jewelery of the filigree in a crossroads with the African context, designed for the scope of luxury jewelery.

It is a project with the objective of creating a "mestizo" product system, capable of merging the Portuguese and Angolan cultures, the Portuguese through the filigree technique and the Angolan through the typical African colored cloths.

A partnership with Eleuterio Jewels, a company based in the North of Portugal, in Póvoa Lanhoso, which has been dedicated for a long time to the preservation, valorization and innovation of the filigree, allowed the creation of a set of bracelets capable of representing the spirit of the Portuguese place and Angolan.

Portugal and Angola have always maintained a strong relationship, so it is possible with this project to value this connection, to contribute to the cultural identity of both countries, and through the design of jewelery to keep alive strong symbols of their cultures, traditions, habits, mores.

Eleuterio Jewels is a jewelry brand whose design keeps pace with current trends, operates in a luxury market with high quality standards and finishes, works gold in tune with diamonds and above all applies and preserves watermark in all pieces he produces by the hands of his artisans who have delicately worked fine threads of gold for generations.

These bracelets, also produced by hand in their entirety, have the presence of the Angolan cloths and the symbology stamped on them, interpreted through the design with the filigree pendants hung on them.

Keywords: Design, Jewelery, Spirit of the Place, Filigree, Luxury, Sustainability

ÍNDICE GERAL

AGRADECIMENTOS	3
RESUMO	4
ABSTRACT	5
ÍNDICE GERAL	6
ÍNDICE DE IMAGENS	11
1. Introdução	15
1.1. Objeto de estudo	15
1.2. Questões de investigação	16
1.3. Hipótese de investigação	16
1.4. Motivações de interesse.....	16
1.5. Objetivos	17
1.6. Metodologia.....	18
2. O espírito do lugar no design de joalheria	21
2.1. O conceito de genius loci no design de joalheria.....	21
2.1.1. O conceito de genius loci no design de joalheria: o projeto de mestrado da designer kika alvarenga, ex-aluna da central saint martins da university of the arts de londres.....	23
2.1.2. O conceito de genius loci no design de joalheria: o projeto de mestrado da designer suzana alves, ex-aluna do mestrado em design integrado do instituto politécnico de viana do castelo.....	24

2.2. A técnica da filigrana como cultura do fazer portadora do espírito do lugar angolano	26
3. A eleuterio jewels	28
3.1. Breve história da eleuterio jewels	28
3.2. O espírito do lugar no design de joias da eleuterio jewels.....	31
3.2.1. A coleção heritage: a técnica portuguesa da filigrana como cultura do fazer portadora do espírito do lugar nacional	31
3.2.2. A coleção charm: as técnicas da joalheria portuguesa como mediadora do espírito do lugar estrangeiro	32
4. A filigrana portuguesa e o espírito do lugar angolano como referência para a conotar um sistema de joias eleuterio jewels	34
4.1. O espírito do lugar angolano	34
4.2. O conceito de mestiçagem no design de joalheria	38
4.2.1. O conceito de mestiçagem e o projeto de joalheria do designer myung urso	40
4.2.2. O conceito de mestiçagem e o projeto de joalheria die vier (2017)	41
5. Trabalho de campo.....	43
5.1. Análise das entrevistas realizadas a quatro profissionais distintos, ligados à empresa eleuterio jewels.....	44
5.1.1. Questões colocadas aos entrevistados no âmbito da eleuterio jewels a rosa antunes, manuel duarte, ana abrantas e joão pires.....	45
5.1.2. Análise das respostas à questão “quando começou o seu interesse pela joalheria?”.....	49
5.1.3. Análise das respostas à questão “o que é para si, a joalheria?”.....	50
5.1.4. Análise das respostas à questão “que relação o designer de joias deve	

estabelecer com o ourives e o gestor de marketing?	51
5.1.5. Análise das respostas à questão “considera importante manter vivas as tradições e cultura portuguesas? E na criação de uma joia, é importante ter em conta as características do lugar?”	52
5.1.6. Análise das respostas à questão “as pessoas valorizam quando percebem que as peças eleuterio são em filigrana e produzidas manualmente?”	53
5.1.7. Que futuro prevê para a tradicional técnica da filigrana? Como se pode garantir a sua sobrevivência no mercado global?	54
5.2. Análise das entrevistas realizadas a quatro profissionais angolanos distintos, ligados ao mundo da joalheria e à cultura angolana	55
5.2.1. Questões colocadas aos entrevistados no âmbito da ligação ao mundo da joalheria e à cultura angolana	56
5.2.2. Análise das respostas à questão “quando começou o seu interesse pela cultura angolana?”	59
5.2.3. Análise das respostas à questão “considera o povo angolano um povo que valoriza a cultura, as tradições, os seus costumes?”	60
5.2.4. Análise das respostas à questão “acha importante manter vivas essas tradições e costumes? Porquê?”	61
5.2.5. Análise das respostas à questão “que elementos, histórias, objetos, símbolos, artes, considera serem mais marcantes e importantes na cultura angolana? O que mais tem significado para si?”	62
5.2.6. Análise das respostas à questão “acha possível, interessante e importante cruzar as tradições com o design, modernizá-las e reinventá-las? Porquê?”	64
5.2.7. Análise das respostas à questão “considera os angolanos um povo consumista?”	65
5.2.8. Análise das respostas à questão “qual é a recetividade do mercado angolano a um produto de joalheria de luxo?”	66

5.3. Conclusões para aplicação projetual	68
6. Experimentação.....	71
6.1 experiência 1	71
6.2 experiência 2	73
6.3 experiência 3	74
6.4 experiência 4	75
6.5 experiência 5	78
6.6 experiência 6	80
6.7 experiência 7	82
6.8 experiência 8	84
6.9. Experiência 9.....	86
6.10. Reflexões para o projeto final	88
7. Projeto	89
8. Conclusões	90
9. Referências bibliográficas.....	98
10. Apêndices	100
10.1 Entrevista com Rosa Antunes - filha do fundador da empresa eleuterio, que a chefia atualmente	100
10.2 Entrevista com Manuel Duarte, chefe da secção de produção da empresa, filigraneiro de profissão	101
10.3 Entrevista com Ana Abrantes, responsável de marketing da empresa Eleuterio Jewels	107

10.4 Entrevista com João Pires, responsável da empresa pires joalheiros	108
10.5 Entrevista com Analtino Santos – sociólogo e jornalista cultural	113
10.6 Entrevista com Álvaro George – licenciado em história	114
10.7 Entrevista com Kélia Martins, responsável de loja de joalheria	116
10.8 Entrevista com Elsa Vieira Dias, RP do Ministro das Finanças de Angola.	122
10.9 Esquiços.....	123
10.10 Visita à fábrica Eleuterio Jewels	130
10.11 Registo diário de estágio	133
10.12 Processo fotográfico - modelos de estudo	136
11. Anexos	140
11.1 Anexo 1 – VI INTERNATIONAL CONFERENCE ON DESIGN RESEARCH – designa 2016 erro(r)	140
11.1.1 E-mail de aceitação	140
11.1.2 Documento submetido.....	141
11.2 Anexo 2 – E-mail de Álvaro George	142

ÍNDICE DE IMAGENS

Figura 1 – Joias desenvolvidas por Kika Alvarenga, no âmbito do Mestrado em Joalheria da Central Saint Martins, da University of the Arts London	24
Figura 2 – Da esquerda para a direita: Mapa antigo da cidade de Braga; Projeto Aurea Braga, de Suzana Alves.....	25
Figura 3 – Da esquerda para a direita: Pendente coração em filigrana, símbolo da cultura portuguesa. Crianças de uma tribo angolana com elementos culturais	27
Figura 4 – Da esquerda para a direita: Eleuterio Antunes, fundador da empresa. Irmãos Rosa e Luís Antunes, netos do fundador. Fonte: Eleuterio Jewels.....	30
Figura 5 - Da esquerda para a direita: Colar, brincos e anel da coleção “Heritage” da Eleuterio Jewels, inspirada na guitarra portuguesa.	32
Figura 6 – Da esquerda para a direita: anel e brincos da coleção Charm, produzidos em parceria com o BFA	33
Figura 7 – Da esquerda para a direita: Danças tradicionais angolanas. Artesanato angolano produzido em madeira.....	37
Figura 8 – Da esquerda para a direita: Broche Scene, Colar Aquarius, Broche Brood; Myung Urso, 2017	41
Figura 9 – Da esquerda para a direita: Broche Intocável. Colar N°6. Colar Boobies – Projeto Die Vier.....	42
Figura 10 – Da esquerda para a direita: padrão do tecido utilizado na primeira experiência; feltro, material utilizado no enchimento da primeira experiência. Fonte: Rita FREITAS. ..	72
Figura 11 – Da esquerda para a direita: Processo de costura da experiência 1; modelo de estudo 1. Fonte: Rita FREITAS.....	72
Figura 12 – Da esquerda para a direita: espuma prensada utilizada no enchimento da experiência 2; modelo de estudo correspondente à experiência 2. Fonte: Rita FREITAS.	73
Figura 13 – Da esquerda para a direita: cabo de plástico utilizado no enchimento da experiência 3; introdução do cabo no tecido já costurado. Fonte: Rita FREITAS	74
Figura 14 – Modelo de estudo respetivo à experiência 3. Fonte: Rita FREITAS.....	75
Figura 15 – Padrões utilizados nos modelos de estudo resultantes da experiência 4. Fonte: Rita FREITAS	76
Figura 16 – Da esquerda para a direita: material utilizado na experiência 4 para simulação de couro; vista interior da sobreposição das três camadas da pulseira e três materiais utilizados. Fonte: Rita FREITAS.....	76

Figura 17 – Da esquerda para a direita: corte do excesso de tecido do modelo de estudo 1 da experiência 4; costura do modelo de estudo 2 da experiência 4. Fonte: Rita FREITAS.	76
Figura 18 – Vista da frente dos modelos de estudo 11 e 2 da experiência 4. Fonte: Rita FREITAS	77
Figura 19 – Vista de trás dos modelos de estudo 1 e 2 da experiência 4. Fonte: Rita FREITAS	77
Figura 20 – Da esquerda para a direita: espuma prensada utilizada no enchimento da experiência 5; pele verdadeira, utilizada na parte inferior do modelo de estudo da experiência 5. Fonte: Rita FREITAS	78
Figura 21 – Da esquerda para a direita: tecido utilizado na experiência 5; produção do modelo de estudo da experiência 5. Fonte: Rita FREITAS	78
Figura 22 – Frente e verso do modelo de estudo resultante da experiência 5. Fonte: Rita FREITAS	79
Figura 23 – Da esquerda para a direita: material utilizado no interior do modelo de estudo da experiência 6; processo de revestimento do enchimento com pele. Fonte: Rita FREITAS.	80
Figura 24 – Da esquerda para a direita: Costura do modelo da experiência 6; vista dos três materiais utilizados em camadas. Fonte: Rita FREITAS	80
Figura 25 – Frente e verso do modelo de estudo resultante da experiência 6. Fonte: Rita FREITAS	81
Figura 26 – Da esquerda para a direita: produção da tira da pulseira respectiva ao modelo de estudo da experiência 7; frente e verso da tira da pulseira da experiência 7. Fonte: Rita FREITAS	82
Figura 27 – Da cima para baixo: frente e verso do modelo de estudo da experiência 7; modelo de estudo da experiência 7 com fecho apertado. Fonte: Rita FREITAS	83
Figura 28 – Produção de “malha” na fábrica da Eleuterio; modelo de estudo com terminais em prata produzidos pelo ourives Manuel Duarte. Fonte: Rita FREITAS	84
Figura 29 - Modelo de estudo da experiência 8 com terminais e fecho em prata. Fonte: Rita FREITAS	85
Figura 30 – Processo de produção do modelo de estudo 1 da experiência 9. Fonte: Rita FREITAS	86
Figura 31 – Processo de produção do modelo de estudo 2 da experiência 9. Fonte: Rita FREITAS	87

Figura 32 – Da esquerda para a direita: modelo de estudo 1 da experiência 9; modelo de estudo 2 da experiência 9. Fonte: Rita FREITAS.....	87
Figura 33 – Esquícios da hipótese final a produzir	89
Figura 34 – Da esquerda para a direita: “Samakaka” pano mais tradicional angolano; produção do protótipo com o apoio de Benilde Carneiro. Fonte: Rita FREITAS.....	90
Figura 35 – Da esquerda para a direita: processo de enchimento em filigrana clássica; medalhas preenchidas e soldadas antes da fase de acabamento. Fonte: Rita FREITAS	91
Figura 36 – Da esquerda para a direita: tecido angolano utilizado no protótipo; processo de costura da pulseira. Fonte: Rita FREITAS.....	92
Figura 37 - Da esquerda para a direita: processo de enrolar o fio torcido para preenchimento da medalha; aplicação da medalha à pulseira	93
Figura 38 – Desenho das medalhas e respetivas medidas principais.....	93
Figura 39 – Medalhas com filigrana para aplicação nas pulseiras	94
Tabela 1 – Quadro síntese da informação básica dos entrevistados. Fonte: Rita FREITAS	44
Gráfico 1 – Análise da fase da vida em que os entrevistados demonstraram interesse na área da joalheria. Fonte: Rita FREITAS	50
Gráfico 2 - Comparação das respostas positivas/negativas dos entrevistados quando lhes questionado o seu interesse pela cultura e tradições portuguesas. Fonte: Rita FREITAS.	52
Gráfico 3 – Gráfico representativo das respostas dos entrevistados quando questionados se os clientes valorizam a produção em filigrana manual. Fonte: Rita FREITAS.....	53
Gráfico 4 – Gráfico que ilustra a opinião dos entrevistados relativamente ao futuro e formas de preservação da filigrana. Fonte: Rita FREITAS.....	55
Gráfico 5 - Análise da fase da vida em que os entrevistados demonstraram interesse pela cultura angolana. Fonte: Rita FREITAS	59
Gráfico 6 – Gráfico representativo das respostas positivas/negativas dos entrevistados angolanos quando lhes questionado se valorizam as tradições e cultura do seu país. Fonte: Rita FREITAS	61

Gráfico 7 – Gráfico representativo do número de entrevistados que mencionou cada um dos elementos culturais descritos. Fonte: Rita FREITAS	63
Gráfico 8 – Gráfico ilustrativo das respostas positivas/negativas dos entrevistados quanto ao interesse, possibilidade e importância de cruzar as tradições com o design. Fonte: Rita FREITAS	64
Gráfico 9 – Gráfico que ilustra a opinião e quantidade de respostas dos entrevistados quanto ao consumismo do povo angolano. Fonte: Rita FREITAS.....	66
Gráfico 10 – Gráfico representativo das respostas dos inquiridos relativamente à receptividade mercado angolano a um produto de joalheria de luxo. Fonte: Rita FREITAS.	67

1. Introdução

1.1. Objeto de Estudo

Esta investigação em design desenvolve-se tendo por base uma parceria com a empresa Eleuterio Jewels. Esta marca portuguesa, sediada na Póvoa de Lanhoso no Norte de Portugal, está ligada à tradição de trabalhar o ouro manualmente e conta com artífices especializados na técnica da filigrana - técnica milenar de trabalhar finos fios de ouro - desde há gerações.

Neste estudo, a escolha do âmbito da joalheria orienta-se para o mercado de luxo, fundamentado quer na escolha da empresa parceira com vasta experiência no sector e neste tipo de mercado, quer no desenvolvimento económico crescente do sector de luxo na economia nacional e internacional.

Em termos de orientação esta investigação ambiciona reconhecer que um sistema de joia de luxo, portador do espírito do lugar, pode ser um fator estratégico de criatividade e de criatividade, potenciando a inovação. Por um lado, este estudo pode despontar a criatividade, no sentido que polinizará outros agentes locais a colaborarem, criando uma rede de empresas. Por outro lado, esta investigação pode converter-se num projeto sustentável, considerando que se criarão vínculos com empresas da região. Em específico, o estudo a desenvolver terá como objetivo analisar, trabalhar e reinventar a joalheria portuguesa, cruzando a tradicional técnica da filigrana com o universo da cultura africana, nomeadamente, a cultura angolana, cujo mercado interessa à empresa Eleuterio Jewels. Em análise, junto da empresa, foi possível verificar que a entrada no mercado angolano é determinante para o crescimento e a evolução da empresa, pelo que a criação de um sistema de produto que estimule este mercado pode transformar-se numa vantagem para a Eleuterio Jewels.

1.2. Questões de Investigação

No seguimento das considerações expostas, ponderaram-se as seguintes questões de investigação:

- Em que medida o espírito do lugar qualifica o design de joalheria?
- Qual o contributo metodológico da ligação entre o design, os materiais e a técnica da filigrana na definição de um sistema de joia de luxo?
- Pode o design contribuir para o desenvolvimento, quer das empresas portuguesas que operam no sector da joalheria de luxo, quer da região?

1.3. Hipótese de Investigação

A criação de um sistema de joia de luxo portador do espírito do lugar pode ser uma vantagem, quer para a expansão da empresa no mercado angolano, quer para a criação de premissas noutros mercados, que lhe concede um papel sustentável nos âmbitos académicos e empresarial.

1.4. Motivações de Interesse

A nível pessoal, esta investigação representa o cumprir de um objetivo. Trata-se de uma área do Design de particular interesse e curiosidade, porém, nunca antes havia surgido uma oportunidade de a explorar. Uma vez, ter frequentado uma licenciatura de Design de Produto, o Design de Joalheria é naturalmente um tema abordado tendo por vezes surgido propostas de projeto sobre o mesmo. Ainda assim, por mero acaso, neste caso particular não foi possível antes estabelecer contacto com esta área, pelo que finalmente, num projeto ambicioso, surge o Design de Joalheria.

Do ponto de vista do Mestrado em Design Integrado e da instituição, pretende-se estabelecer uma parceria com uma empresa notável no âmbito do Design, área de ensino e interesse do IPVC em particular da ESTG. Desta forma, é possível criar uma ligação entre duas identidades com interesses comuns, que poderão atual e futuramente desenvolver parcerias vantajosas para ambas.

No que diz respeito ao Design, esta investigação pretende legitimar o papel do design como catalisador cultural no design de joalharia portuguesa, bem como o desenvolvimento de uma linha de joalharia pensada para o âmbito de um sistema de produto de luxo, que por sua vez se revela atualmente um sector em ascensão.

Pretende-se igualmente contribuir para o sector do design de joalharia, nomeadamente na parceria com a ELEUTERIO JEWELS, permitindo que a empresa crie novas tipologias de produto, se insira facilmente num mercado que pretende e dessa forma evolua e desenvolva a sua área de negócios e departamento de Design.

Igualmente importante nesta investigação, é o papel da cultura e preservação e evolução da mesma, na medida em que se pretende dignificar e reavivar a tradição da filigrana, bem como reinventá-la e enriquecer o seu património.

1.5. Objetivos

- Com esta dissertação pretende-se desenvolver uma linha de joalharia capaz de unir o espírito de um lugar e seus valores culturais com o Design e a técnica de joalharia portuguesa da filigrana, num cruzamento com o contexto africano, pensado para o âmbito da joalharia de luxo.
- Investigar a história e processos de produção da filigrana portuguesa, focando a Póvoa de Lanhoso, zona fortemente reconhecida pela sua ligação à tradição da joalharia.
- Desenvolver um produto capaz de favorecer a empresa ELEUTERIO JEWELS a vários níveis. Pretende-se que uma linha de joalharia inovadora seja capaz de determinar a abertura da empresa a um novo mercado.
- Por se tratar de um produto que a empresa de momento não desenvolve, este, pode possibilitar o desenvolvimento de novos tipos e tipologias de produtos, e por isso participar ativamente no desenvolvimento da empresa.
- Cruzar o Design, a inovação e a criatividade com um universo de costumes e tradições quase esquecidos.

- Criar uma parceria com uma empresa conotada nacional e internacionalmente. Esta investigação pretende desenvolver um produto capaz de favorecer a empresa ELEUTERIO JEWELS a vários níveis. Pretende-se que uma linha de joalharia inovadora seja capaz de determinar a abertura da empresa a um novo mercado.
- Desenvolver um sistema de produto portador de cultura, capaz de recuperar tradições e aliar o espírito de dois lugares distintos.
- Desenvolver aptidões pessoais através de experiências práticas, relativas às técnicas usadas na produção das joias.
- Adquirir conhecimentos na área da joalharia;
- Analisar e investigar a cultura angolana, para entender o mercado no qual a empresa se tem iniciado e pretende avançar.
- Proporcionar interesse para o desenvolvimento de outros projetos de investigação ligados ao design de joalharia.
- Desenvolver uma nova tipologia de produto e contribuir para o desenvolvimento da empresa parceira.
- Criar uma ligação entre o Mestrado em design Integrado, o IPVC e outras cidades e entidades que possam revelar-se vantajosas em futuras parcerias.
- Construir um protótipo.

1.6. Metodologia

Em termos metodológicos, torna-se essencial nesta dissertação recorrer a uma metodologia cruzada assente no cruzamento de ferramentas que se complementem como entrevistas, trabalho de campo, estatísticas, entre outras, que permitam determinar o âmbito da investigação.

Este estudo baseia-se em revisão bibliográfica, análise de casos de estudo, em trabalho de campo e em trabalho de laboratório nas oficinas da empresa e nas oficinas dos ourives parceiros da empresa.

A investigação será organizada em fases que explicam o processo da investigação:

Na primeira fase ter-se-á recolhido e analisado informação relacionada com a história da Eleuterio Jewels, com a joalheria em Portugal, a técnica da filigrana e a cultura, tradições e costumes africanos. Analisaram-se estudos de caso, processos e conceitos. Estudaram-se as ligações entre Portugal e Angola bem como as tradições materiais e imateriais de ambos. Trabalhou-se o conceito de “*mestiçagem*”, e verificou-se a aplicação do mesmo em projetos anteriores.

Na segunda fase, na qual o trabalho de campo se destaca, surge a necessidade de cruzar a informação recolhida a cerca das duas realidades a trabalhar, a portuguesa e a angolana; selecionar elementos, filtrar a informação, desenvolver entrevistas a membros ligados quer à Eleuterio Jewels, quer à joalheria e à cultura angolana; visitar a fábrica da Eleuterio Jewels e entrar em contacto físico com a técnica da filigrana. Analisar as entrevistas, cruzar as respostas, interpretar os gráficos e criar reflexões para aplicação projetual.

A terceira fase é marcada pela experimentação. Foi nesta fase que se testaram materiais, formas, processos produtivos, padrões e técnicas a adotar. Com a parceria da D. Benilde Carneiro, desenvolveram-se testes de tiras para pulseiras no seu atelier de costura, que posteriormente terão sido terminadas na fábrica da Eleuterio Jewels com o apoio do artesão Manuel Duarte. Com Benilde Carneiro testaram-se padrões, formas, materiais de enchimento, técnicas de costura e acabamento. Com Manuel Duarte testaram-se cores de ouro, formas de pendants, o tipo de enchimento em filigrana, os terminais de fecho das pulseiras e respetivo processo de produção.

Na quarta e última fase, eliminaram-se hipóteses projetais e selecionou-se a hipótese final tendo em conta a aproximação e ligação ao conceito pretendido, o processo de produção, uma boa funcionalidade ergonómica e boa resistência. Desta forma deu-se início à produção do protótipo final, produzido em couro, espuma prensada, tecidos angolanos e ouro, novamente em parceria com Benilde Carneiro na parte de costura e Manuel Duarte na parte de ourivesaria.

O desenvolvimento da investigação divide-se nas seguintes fases:

1ª Fase: Fase de pesquisa, de recolha, de análise, seleção e de avaliação de dados

- Pesquisa e revisão bibliográfica;
- Recolha de dados;
- Análise de estudos estatísticos;
- Avaliação e seleção de dados;
- Recolha e análise de estudos de caso;
- Estudo de conceitos e sua aplicação;
- Estudo de processos.
-

2ª Fase: Trabalho de campo

- Contacto com a entidade empresarial: Eleuterio Jewels, localizada em Braga
- Visita às instalações de produção da Eleuterio Jewels
- Contacto com processo de produção da técnica da filigrana
- Realização de Entrevistas
- Recolha e tratamento de dados
- Reflexões para aplicação projetual
-

3ª Fase: Criação de hipóteses satisfatórias

- Experimentação: atelier de costura
- Experimentação: fábrica Eleuterio Jewels
- Testes e avaliação de materiais e processos utilizados

4ª Fase: Projecto

- Exclusão de hipóteses e seleção da hipótese final
- Desenvolvimento do protótipo final

2. O espírito do lugar no Design de Joalheria

2.1. O conceito de *genius loci* no Design de Joalheria

O vazio e o desprendimento que caracterizam a realidade atual desafiam as pessoas a procurarem experiências portadoras de identidade. Esta constatação obriga a uma reflexão em permanência, designadamente, responsabilizando o design a agir como uma disciplina portadora de cultura, de identidade e do espírito do lugar. *“O design torna-se um instrumento que, operando em sinergia com a cultura de um lugar, consegue alcançar a abertura de cenários vantajosos, seja para os produtos, seja para os contextos territoriais a que fazem referência.”* (APARO E SOARES, 2012: 43). Neste sentido, o design pode ser visto como uma disciplina que estabelece ligações com as pessoas e o designer como o responsável por projetar objetos, ideias, serviços, conceitos. Assim, torna-se indispensável para o design o conhecimento da cultura, pois esta pode revelar-se um fator fundamental no projeto de artefactos portadores de significados e de emoções. Segundo Ermanno Aparo, *“(...) o design pode ser encarado como uma disciplina capaz de criar um processo conectivo entre as necessidades do horizonte cultural e social e as exigências produtivas, levando as competências do projecto para o âmbito cultural e social”*. (APARO, 2010: 126).

Quando aliado ao espírito do lugar, é possível afirmar que o design torna-se capaz de interpretar e de retratar a cultura de determinada realidade, identificando valores, rituais, memórias que lhe são intrínsecos e, logicamente, impossíveis de serem copiados, como refere o Professor Ampelio Bucci (BUCCI cit in APARO, SOARES, 2012:44). Trata-se da escolha de procurar referências capazes de provocarem emoções, de causarem emoções nas pessoas e, dessa forma fazer, valorizarem o produto. Assim, *“torna-se fundamental recuperar o *genius loci* de uma cultura, ou seja, o conjunto de características peculiares e de valores que distinguem uma determinada cultura de outra.”* (APARO, 2010:128).

No design de joalheria, a exploração e a interpretação do conceito de *genius loci* poderá ser uma ocasião para acrescentar valor ao lugar e à economia local. Desde há milhares de anos que a joalheria faz parte da história do homem, sendo

parte integrante de costumes, oscilações de mercados e de modas, influências e rituais, na vida e na morte.

Deste modo, por um lado, a joia converte-se num veiculador cultural, como “(...) um artefacto que permite seguir a evolução de uma sociedade, das origens religiosas, das influências culturais de um povo. O seu aspeto resulta num forte simbolismo que remete para significados, muitas vezes, ancestrais e ainda hoje reconhecidos”. (APARO e SOARES, 2012: 43). Por outro lado, a joia assume-se como um artefacto cujo valor simbólico permanece na joalheria até aos dias de hoje, como ornamento ou como elemento de proteção, destacando o papel do homem na sociedade. Neste sentido, e como refere Ermanno Aparo, “(...) podemos definir a joia como um produto da cultura material cuja presença da decoração a torna num objeto semântico, capaz de distinguir não só o objeto em si mas também quem o usa.” (APARO, 2010: 119).

A joalheria pode, portanto, ser considerada uma área em que é fundamental a presença da competência da semiótica, por meio de signos e de significações, na medida em que a cada peça é atribuído valor simbólico, significado, conteúdo, história e, eventualmente, a narração da cultura de um povo.

2.1.1. O conceito de *genius loci* no Design de Joalheria: o projeto de mestrado da designer Kika Alvarenga, ex-aluna da Central Saint Martins da University of the Arts de Londres

O projeto de mestrado da designer Kika Alvarenga, ex-aluna da Central Saint Martins da University of the Arts de Londres, é um perfeito exemplo da união entre o Design e o espírito do lugar, proporcionados num contexto que alia a Academia com o âmbito empresarial.

Kika Alvarenga desenvolveu um conjunto de joias inspiradas na cultura da sua terra natal, investigando e identificando referências culturais, materiais e tradições não antes explorados ou esquecidos e muito pouco valorizados. Segundo a designer, *“o país tem muito minério, pedras e rochas, mas não falamos disso como construção cultural. Acredito que precisamos de assumir todas as nossas referências e aceitá-las. Só assim construiremos o Brasil com a força que ele tem.”*¹ Neste sentido, a designer brasileira desenvolveu toda uma coleção em turmalina² preta, e por isso joias pretas, que diz ser uma característica presente em vários contextos brasileiros. *“(...) eu dizia, isso também é Brasil. E tive que trazer um monte de elementos para mostrar esse lado: a Serra Pelada, as favelas, o catador de papel, toda a violência do país e sustentar esse argumento nas apresentações visuais, ao lado de imagens do nosso carnaval.”*³ Kika Alvarenga, desafiou o âmbito de luxo da Joalheria a cruzar-se com um universo de materiais tradicionais brasileiros desvalorizados, usufruindo do conceito “contraste”, na medida em que se tratam de joias negras de um país tão colorido. Estas peças representam por isso o lado negro brasileiro, esquecido e pouco lembrado, que Kika Alvarenga fez questão de resgatar, conseguindo desenvolver peças enormes, mas muito leves.

¹ ALVARENGA K, *Jornal Estado de Minas, Revista FEMININO&MASCULINO*, Joalheria Cultural, 11/11/2009 (acedido a 01/03/2017) disponível em <<http://www.kikaalvarenga.com/v3/midia/press/jdminas.pdf>>

² “A *turmalina* é uma das mais lindas gemas semipreciosas. A cor das pedras varia, com os tons principais sendo preto, verde azeitona, rosa a avermelhado e azul. A turmalina vem de turamali, nome dado às primeiras gemas do Ceilão.” KLEIN C., HURLBUT C., (2003)

³ ALVARENGA K, *Jornal Estado de Minas, Revista FEMININO&MASCULINO*, Joalheria Cultural, 11/11/2009 (acedido a 01/03/2017) disponível em <<http://www.kikaalvarenga.com/v3/midia/press/jdminas.pdf>>

Em termos de divulgação do projeto, a designer Kika Alvarenga contou com o apoio do Museu Tate Britain, em Londres no qual é possível comprar e ver expostas as suas joias, bem como na loja Feathers, também na capital inglesa.



Figura 1 – Joias desenvolvidas por Kika Alvarenga, no âmbito do Mestrado em Joalheria da Central Saint Martins, da University of the Arts London⁴.

2.1.2. O conceito de *genius loci* no Design de Joalheria: o projeto de mestrado da designer Suzana Alves, ex-aluna do Mestrado em Design Integrado do Instituto Politécnico de Viana do Castelo

Um exemplo que fundamenta a utilização do conceito de *genius loci* no Design de Joalheria num projeto entre a Academia e o contexto empresarial é o projeto *Aurea Braga*, desenvolvido por Suzana Alves no âmbito do desenvolvimento da sua Tese de Mestrado, no Instituto Politécnico de Viana do Castelo em parceria com o Ourives Manuel Amândio Vieira da Póvoa de Lanhoso.

Esta peça foi trabalhada em prata e produzida em filigrana e com inspiração na antiga planta da cidade de Braga, difundida por D. Diogo de Sousa, que terá ordenado abrir oito portas na cidade amuralhada. Assim, a planta terá sido comparada a uma aranha, forma que em muito inspirou esta peça. Como refere Suzana Alves, “a jóia representa então uma aranha, não uma aranha artrópode, mas uma que simbolize a cidade da altura. Esta aranha, em particular, é formada por um corpo elíptico no qual a sua extremidade representa a muralha. A sua forma será côncava, representando também a volumetria da cidade e o crescimento que

⁴ FONTE: <<http://www.kikaalvarenga.com/v3/pt/work/tourmalinas>>, acedido a 01/03/2017.

esta sofreu.” (ALVES, 2012: 80). Cada pata da aranha simboliza cada uma das portas da cidade, sendo ainda hoje possível identificar esta forma na topografia atual da cidade. “Esta joia representa uma cidade que foi vivida noutros tempos, mas que afinal ainda existe.” (ALVES, 2012: 81). Trata-se, por isso, de uma peça que transporta toda a história de uma cidade marcada pelo tempo e que pretende que o consumidor tome consciência da simbologia e do significado da peça *Aurea Braga*, recordando o passado e a cultura do lugar. Como indica Suzana Alves “pretende-se que o consumidor da peça consiga através dela imaginar o local anexado a cada joia, percebendo ou até despertando o interesse para saber a história do local ou da cidade. A joia, acima de tudo, tem um cariz educativo que como foi anteriormente referido, carrega o peso da história da cidade mais antiga do país.” (ALVES, 2012: 81).

É possível afirmar que estamos perante um projeto de como a joalheria pode ser capaz de transportar valor simbólico e representar o *genius loci* de um povo e lugar. Em termos de divulgação, Suzana Alves legitimou a sua investigação na Conferência Internacional de Investigação em Design, DESIGNA 2012 com o tema “O Design de joias e a cultura do lugar”.

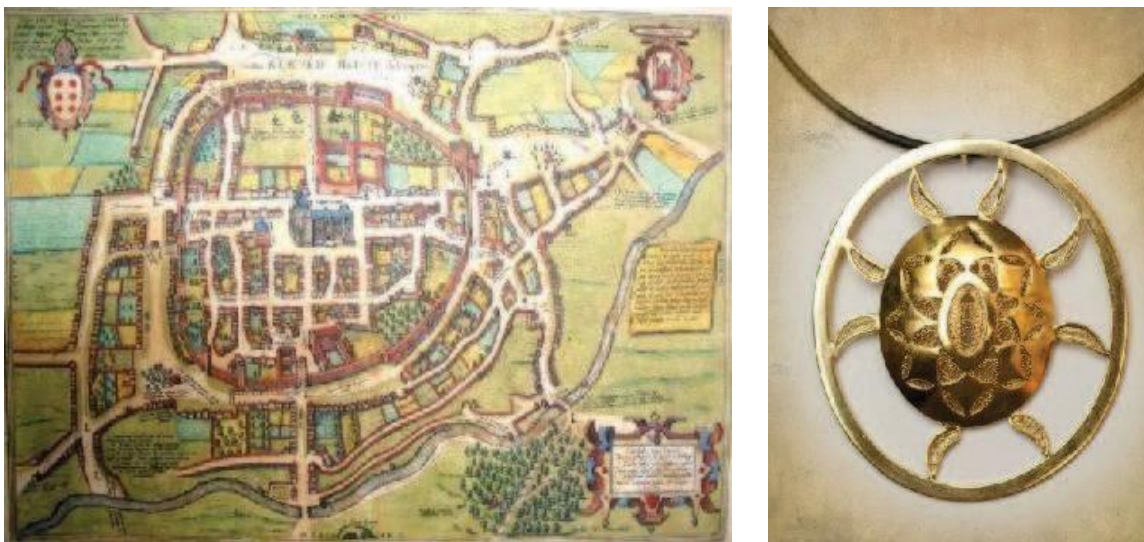


Figura 2 – Da esquerda para a direita: Mapa antigo da cidade de Braga; Projeto Aurea Braga, de Suzana Alves.⁵

⁵ ALVES, Suzana. , 2012, *Áurea braga: o design de uma joia como veículo cultural de um lugar*, Tese de Mestrado, Design Integrado, Instituto Politécnico de Viana do Castelo

2.2. A técnica da filigrana como Cultura do Fazer portadora do Espírito do lugar Angolano

A técnica da filigrana portuguesa é considerada um “*processo milenar de trabalhar o ouro*”⁶ e um dos mais significantes mais singulares da cultura portuguesa. Como refere Leite de Vasconcelos “o oleiro, o ourives na filigrana, o feitor de jugos principalmente, para citar só os três, revelam-se os mais seguros e fiéis adeptos da arte nacional. Eles nos conservam o alfabeto de formas decorativas mais rico, mais variado, mais puro, mais genuíno que uma nação pode apresentar.” (VASCONCELOS cit in APARO, 2010: 159). Neste sentido, neste estudo interessa estudar e referenciar a técnica portuguesa da filigrana, enquanto símbolo da cultura do fazer local.

O design, produto e expressão de uma cultura, realiza uma forte relação com os outros setores, refletindo os lugares, o tempo e os indivíduos que a caracterizam. Com a sua capacidade interpretativa, o design deve saber representar e divulgar estes valores permitindo, em simultâneo, qualificar os produtos e consolidar a cultura a que faz referência.

A criação de um projeto que saiba ligar a Cultura do Fazer da técnica da filigrana ao Design pode determinar a criação de um conceito que permita concretizar um sistema de joias capaz de entrar num mercado específico, como o mercado africano. Para isso, é necessário identificar significantes do povo e da cultura angolana que possam cruzar-se com o sistema da empresa Eleuterio Jewels, criando um produto capaz de se inserir no mercado angolano.

África, particularmente Angola, é um lugar estreitamente ligado a Portugal desde há séculos. Sendo Angola um mercado em expansão, para a empresa Eleuterio Jewels torna-se pertinente incumbir ao Design a capacidade de recuperar tradições angolanas e saber cruzá-las com a filigrana portuguesa. Desta forma, é possível dignificar e valorizar a tradicional técnica de joalheria portuguesa, bem como simultaneamente transformá-la num portador da identidade angolana.

⁶ Eleuterio Jewels, 22/02/2015, (acedido a 26/04/2016) disponível em <<http://www.eleuteriojewels.com/index.php?codNode=37>>

Nos últimos anos, a arte da filigrana tem sofrido uma tentativa de recuperação como reflexo da necessidade das pessoas possuírem objetos portadores de cultura e identidade. O novo interesse do público na aquisição de peças tradicionais em filigrana como os “corações de viana”, os “brincos de rainha”, “as contas minhotas”, entre outros, deu origem a uma nova aposta das empresas nestas peças veiculadoras do espírito do lugar, que, em pouco tempo se multiplicaram. Segundo conta Sílvia Santos ao Jornal de Notícias, “ (...) as pessoas querem recuperar a tradição. Este ano os brincos de Viana de todos os tamanhos voltaram a estar na moda, toda a gente quer ter uns (...)” (SANTOS. Sílvia, 2009.)⁷ De repente, a grande maioria das ourivesarias passou a vender este tipo de artigo e algumas apostaram ainda na inovação, recorrendo a designers que criam peças diferentes, novas e modernas produzidas porém, segundo as técnicas da filigrana e o saber dos ourives portugueses.



Figura 2 – Da esquerda para a direita: Pendente coração em filigrana, símbolo da cultura portuguesa. Crianças de uma tribo angolana com elementos culturais⁸

⁷ SANTOS, Sílvia, A nós o que é nosso, mas reinventado, 15/02/2009, (acedido a 26/04/2016), disponível em <http://www.jn.pt/sociedade/interior/a-nos-o-que-e-nosso-mas-reinventado_1145489.html?id=1145489>

⁸ FONTE:< <http://clinicaauto-estima.blogspot.pt/2012/12/eleuterio-joalharia-portuguesa-que.html>>; <<http://iseu-tribos.blogspot.pt/2011/05/tribos-angolanas.html>>

3. A Eleuterio Jewels

3.1. Breve História da ELEUTERIO JEWELS

A ELEUTERIO JEWELS é uma das empresas que mais tem contribuído para dignificar a técnica da filigrana, trabalhando esta técnica há gerações com fábrica na Póvoa de Lanhoso e sede em Braga. A empresa é reconhecida, nacional e internacionalmente, pelas suas tradições manuais e pelo saber fazer no âmbito da joalheria.

A empresa foi fundada em 1925, pela mão de Eleuterio Antunes - o avô dos atuais gerentes da ELEUTERIO JEWELS, Rosa e Luís Antunes - trabalhador de banca que explora com mestria a técnica da filigrana. Eleutério Antunes cria a empresa em Travassos, no Norte de Portugal, numa região com fortes tradições artesanais na ourivesaria e, desde sempre, distinguida pela arte da filigrana.

Atualmente, os netos do fundador, fiéis à tradição familiar, continuam a manter vivo o trabalho dos seus artesãos. Segundo conta Luís Antunes, *“a filigrana, enquanto técnica artesanal entrou em crise há alguns anos, tendo sido destronada por formas de produção em série que permitem custos de fabrico muito mais baixos. Foi nessa altura que criei uma nova empresa com uma irmã, onde pudesse colocar em prática o meu sonho. A palavra-chave era Inovação.”*⁹

Deste modo, as joias ganharam uma identidade reinventada com novas combinações de ouro e diamantes e um alto padrão de qualidade e acabamento. À arte ancestral de trabalhar os finos fios de ouro, a ELEUTERIO JEWELS acrescenta um design contemporâneo diferente e alternativo ao tradicional, sendo pioneira no uso de diamantes e outras pedras preciosas, em joias com filigrana.

A ELEUTERIO JEWELS é hoje uma marca internacional destinada a públicos que procuram luxo, elegância e qualidade. *“Num salão internacional na Alemanha, cruzei-me com um português, que também andava com um sonho semelhante ao meu (...) Era alguém que trabalhou com várias marcas internacionais de joalheria e que sonhava em desenvolver uma marca de raiz*

⁹ANTUNES, Luís, Gerir e Liderar, 13/01/2016, (acedido a 12/05/2016), disponível em <<http://gerireliderar.com/1000-dias-na-vida-de-luis-antunes/>>

portuguesa. Eu tinha todo o conhecimento de produção de joias; ele tinha uma vida de conhecimento de construção de marca de Luxo e contactos internacionais.”¹⁰

Na última década a empresa sofreu uma evolução, tendo-se dedicado à produção de joias de luxo e sua respetiva exportação, participando ativamente em novos mercados, como o mercado Africano (nomeadamente o Angolano), o mercado Russo, Suiço, Polaco, Alemão, e recentemente, o mercado Japonês. As joias ganharam uma nova identidade, fruto do saber fazer, mas também da criatividade, nomeadamente, introduzindo novas combinações de ouro e diamantes e um alto padrão de qualidade e acabamento. Como refere Luís Antunes, “*a personalidade da Eleuterio é construída na fusão de habilidades técnicas e manuais dos artesãos com a paixão criativa dos designers. Inspirado nos melhores cânones clássicos, mas desenhada para o estilo de vida contemporâneo, todas as nossas peças são produzidas à mão, combinando cultura e tradição com a habilidade dos artesãos.*”¹¹

As joias apresentam um alto padrão de qualidade e acabamento e são produzidas nas instalações da empresa por artesãos com décadas de experiência na arte manual, sendo este um fator determinante e distintivo em relação a outras marcas.

¹⁰ ANTUNES, Luís, Gerir e Liderar, 13/01/2016, (acedido a 12/05/2016), disponível em <<http://gerireliderar.com/1000-dias-na-vida-de-luis-antunes/>>

¹¹ ANTUNES, Luís; em conversa com Luís Antunes, representante da empresa, ao longo da preparação do presente documento.



Figura 4 – Da esquerda para a direita: Eleuterio Antunes, fundador da empresa. Irmãos Rosa e Luís Antunes, netos do fundador. Fonte: Eleuterio Jewels

É possível afirmar que hoje, a ELEUTERIO JEWELS é uma marca internacional destinada a públicos modernos, cosmopolitas e exigentes. Todas as joias são produzidas manualmente pelos artesãos da marca que têm por base a técnica milenar da filigrana associada a um design contemporâneo, pensado para um sector de mercado de luxo.¹²

Criadas a pensar na mulher cidadina, elegante e sofisticada, a marca juntou com mestria o design e a filigrana, obtendo peças únicas, combinando a tradição desta arte com a demanda moderna da atualidade.

¹² Reflexões desenvolvidas em conversa com Luís Antunes, representante da empresa, ao longo da preparação do presente documento.

3.2. O *Espírito do Lugar* no design de joias da ELEUTERIO JEWELS

3.2.1. A Coleção HERITAGE: a técnica portuguesa da filigrana como Cultura do Fazer portadora do *Espírito do Lugar* nacional

HERITAGE, “a coleção mais portuguesa da marca”¹³ ELEUTERIO JEWELS, terá surgido com uma forte inspiração na forma da tradicional guitarra portuguesa. A guitarra representa nesta coleção um marco da cultura portuguesa, da música portuguesa, do fado. Símbolo marcante da cultura deste país, o fado expressa um património riquíssimo para os portugueses. Desde sempre muito ouvido e respeitado quer pelo povo português, quer por povos de outros países, o fado atingiu mesmo o título de património imaterial da humanidade. “O Comité Internacional da UNESCO, constituído por 24 países, anunciou, em Bali, na Indonésia, o Fado como Património Imaterial da Humanidade.”¹⁴ Neste sentido, a ELEUTERIO JEWELS ter-se-á inspirado neste tema para desenhar e produzir a coleção HERITAGE.

A coleção HERITAGE é constituída por 16 peças com diferentes tamanhos e variações tipológicas e é comercializada em ouro amarelo e ouro branco com aplicações de diamantes e com preenchimento com filigrana. Numa análise à coleção é visível a forma semelhante à da guitarra portuguesa, instrumento obrigatório quando se canta fado.

¹³ <http://eleuteriojewels.com/?codNode=57>

¹⁴ Jornal de Notícias, Fado já património da Humanidade, 27/11/2011 (acedido a 19/06/2017) <<http://www.jn.pt/artes/dossiers/fado-patrimonio-imaterial-da-humanidade/interior/fado-ja-e-patrimonio-da-humanidade-2151770.html>>



Figura 5 - Da esquerda para a direita: Colar, brincos e anel da coleção "Heritage" da Eleuterio Jewels, inspirada na guitarra portuguesa.¹⁵

3.2.2. A Coleção CHARM: as técnicas da joalheria portuguesa como mediadora do *Espírito do Lugar* estrangeiro

A coleção CHARM, demonstra a abertura que a marca ELEUTERIO JEWELS tem em relação à vontade de criar ligações entre diferentes culturas.

Esta coleção foi pensada para o mercado Angolano, numa parceria com o BFA – Banco de Fomento Angola, e trata-se de um projeto que a ELEUTERIO JEWELS abraçou em 2014. Por intermédio da Gesnor, “sociedade de direito angolano representante em Angola das empresas portuguesas Pedro Rosas, Lda (Ouro Joias) e R. L. Antunes (Eleuterio Joias), ambas com larga tradição familiar no sector da ourivesaria”¹⁶, a ELEUTERIO JEWELS desenvolveu uma linha de joias, que surge com inspiração em símbolos tradicionais africanos e a pensar no mercado de luxo africano.

Neste sentido, a coleção CHARM apresenta diferentes combinações, utilizando materiais como o ouro e os diamantes, cruzadas com técnicas de ourivesaria portuguesa.

¹⁵ <http://eleuteriojewels.com/?codNode=57>

¹⁶ ANTUNES, Luís, reflexões desenvolvidas em conversa com Luís Antunes, diretor geral da empresa Eleuterio Jewels.

Por um lado, pretendia-se que a coleção CHARM refletisse um universo de formas típicas africanas com significado para estes povos. Por outro lado, pretendia-se promover o mercado de luxo, bem como manter viva a tradição e cultura de dois lugares por meio da sua fusão e interpretação.



Figura 6 – Da esquerda para a direita: anel e brincos da coleção Charm, produzidos em parceria com o BFA.

4. A filigrana Portuguesa e o Espírito do Lugar Angolano como referência para a conotar um sistema de joias ELEUTERIO JEWELS

Nesta investigação pretende-se analisar e investigar a cultura angolana como referência e como mercado no qual a empresa ELEUTERIO JEWELS se tem iniciado. Trata-se de um país com uma relação com Portugal muito forte, tendo-se tornado nos últimos anos um grande consumidor de bens de luxo em Portugal.

4.1. O Espírito do lugar Angolano

Angola, como a grande maioria dos países independentes da África, é um estado multi e transcultural, ou seja, abriga em seu território diversas culturas, com línguas, costumes e origens diferentes.¹⁷

São inúmeros os elementos culturais que vincam o espírito do lugar angolano. Do norte ao sul de Angola é possível identificar histórias, costumes, tradições, povos e formas de estar que em muito marcam a história e modo de vida da população do país. É inclusive, ainda hoje, notória a presença de povos tribais que em algumas regiões mantêm a forma de vida dos seus ancestrais. “A riqueza cultural de Angola manifesta-se em diferentes áreas. No artesanato, destaca-se a variedade de materiais utilizados. Através de estatuetas em madeira, instrumentos musicais, máscaras para danças rituais, objetos de uso comum, ricamente ornamentados, pinturas a óleo e areia, é comprovada a qualidade artística angolana, patente em museus, galerias de arte e feiras. Associado às festas tradicionais promovidas por etnias locais está também um grande valor cultural.”¹⁸

A madeira por exemplo, é um dos materiais muito usado no artesanato angolano uma vez que é notória a presença deste material no país. Angola é um dos países que mais exporta madeira no mundo, sendo que “são, no total, 53 milhões de hectares de floresta natural e 148 mil hectares de florestas plantadas,

¹⁷ Disponível em <<http://www.embangola.at/dados.php?ref=cultura>>, acedido a 26.03.2017

¹⁸ Disponível em <<http://www.embangola.at/dados.php?ref=cultura>>, acedido a 26.03.2017

com eucalipto e pinheiros localizados nas províncias de Benguela, Huambo, Bié e parte do Moxico.”¹⁹

Também a música é geralmente falada quando o assunto em questão são os hábitos angolanos, uma vez que depois de vários séculos de colonização portuguesa, “Angola acabou por sofrer misturas com outras culturas e a música anuncia a riqueza artística de Angola, com os ritmos do kizomba, semba, rebita, cabetula, kilapanga e os novos estilos, como o zouk e kuduro, a animar as noites africanas. As danças tradicionais assumem, paralelamente, a sua relevância, a par da gastronomia rica e variada.”²⁰

Um outro elemento forte que caracteriza o espírito do lugar angolano é a culinária e a gastronomia. “Dentre os ingredientes mais presentes na culinária do país estão cereais como sorgo, milho e painço. O país conta com uma variedade rica de frutas dentre as quais se destaca a melancia e os frutos da árvore conhecida como tamarindo. Diversas receitas angolanas têm como base o uso de azeite de dendê que também é chamado de óleo de palma”²¹, como a muamba de galinha, o calulu e o funge de angola.

Angola é um país onde existe uma variedade de hábitos e costumes culturais oriundos de povos de varias etnias, desde as danças, a música, a língua, gastronomia e vestimentas. “A presença constante da dança no quotidiano é produto de um contexto cultural apelativo para a interiorização de estruturas rítmicas desde cedo. Iniciando-se pelo estreito contacto da criança com os movimentos da mãe (às costas da qual é transportada), esta ligação é fortalecida através da participação dos jovens nas diferentes celebrações sociais, onde a dança se revela determinante enquanto factor de integração e preservação da identidade e do sentimento comunitário.”²²

Quanto ao clima, “Angola tem duas estações: a Estação das Chuvas, período mais quente que ocorre entre os meses de Outubro a Abril, e a Estação Seca (Cacimbo),

19 SILVA C., 2016, Exploração de madeira na criação da riqueza, Jornal de Angola, acedido a 11.07.2017, disponível em <http://jornaldeangola.sapo.ao/reportagem/exploracao_de_madeira_na_criacao_da_riqueza>

20 Disponível em, <http://www.embangola.at/dados.php?ref=cultura>, acedido a 14.07.2017.

21 Disponível em, <<http://culinaria.culturamix.com/comida/comida-angolana>>, acedido a 16.07.2017.

22 Disponível em <<http://www.embangola.at/dados.php?ref=cultura>>, acedido a 26.03.2017

que corresponde ao período de Maio a Setembro. O país possui uma situação geográfica peculiar, por estar na zona inter-tropical e sub-tropical do hemisfério Sul, ser próximo ao mar e pelas especificidades do seu relevo, que se divide em duas regiões climáticas distintas, a Região Litoral e a Região do Interior.”²³

Segundo GASPAR J, 2008, a esmagadora maioria dos angolanos (perto de 90%) é de origem bantu²⁴. O principal grupo étnico bantu é o dos ovimbundos²⁵, que se concentra no centro e no sul de Angola e se expressa tradicionalmente em umbundo, a língua nacional com maior número de falantes em Angola. O segundo grupo étnico bantu é o dos ambundos – que falam Kimbundu, a segunda língua nacional com mais falantes – e que se estabeleceram, maioritariamente, na zona centro-norte, no eixo Luanda-Malanje e no Kwanza-Sul. O Kimbundo é uma língua com grande relevância, quer por ser a língua tradicional da capital e do antigo reino dos N'gola²⁶, quer porque transmitiu muitas palavras à língua portuguesa, importando desta, também, muitos vocábulos.

No Norte (Uíge e Zaire) concentram-se os bacongos de língua kikongo que têm diversos dialectos. Era a língua do antigo Reino do Congo. Ainda nesta região, na província de Cabinda, fala-se o fiote. Os kiocos ocupam o Leste, desde a Lunda Norte ao Moxico, e expressam-se tradicionalmente em tchokwe, língua que se tem vindo a sobrepor a outras da zona leste do país. Além do português, língua oficial do estado, Angola possui outros 42 idiomas regionais. Na religião, a santeria cubana e a macumba brasileira são em boa parte baseados nas crenças tradicionais religiosas de povos angolanos.²⁷

²³ Disponível em, <<http://www.embangola.at/dados.php?ref=dados-geograficos>>, acedido a 10.07.2017

²⁴ Os **bantus** constituem um grupo etnolinguístico localizado principalmente na África subsariana e que engloba cerca de 400 subgrupos étnicos diferentes.

²⁵ Os **ovimbundos** são uma etnia bantu de Angola.

²⁶ O reino do Ndongo ou reino do **Ngola** é o nome de um estado pré-colonial africano da Angola atual, criado por subgrupos dos Ambundu.

²⁷ GASPAR J., 2008, Disponível em <http://gasparjoao.skyrock.com/2155465935-CULTURA-E-COSTUMES-EM-ANGOLA.html> e <<http://www.infoescola.com/cultura/cultura-angolana/>>, acedido a 28.03.2017



Figura 7 – Da esquerda para a direita: Danças tradicionais angolanas. Artesanato angolano produzido em madeira²⁸.

Angola sofreu ao longo dos anos influências culturais portuguesas, adquirindo por isso uma identidade mestiça cruzada assente na forte presença de Portugal durante séculos. É conhecida historicamente a presença portuguesa em Angola e noutros países africanos, pelo que é ainda hoje notório este cruzamento em várias vertentes culturais do país e deste povo. Exemplo disso é a gastronomia tradicional angolana na qual se fazem sentir “duas influências culinárias muito fortes (...) as culinárias portuguesa e moçambicana.”²⁹

Também a língua portuguesa, língua oficial em Angola, e talvez o exemplo mais forte da influencia portuguesa no país, é um demonstrador da identidade mestiça que Angola assume. “O Português foi uma língua imposta pelo colonialismo português, que desvalorizou as línguas originais dos diferentes povos ou tribos bem organizadas que ocupavam o actual território angolano.”³⁰

Por este motivo, Angola é considerado um país de culturas mestiças, misturadas, cruzadas com vincadas características da cultura portuguesa que permanecem no estilo de vida deste povo até à atualidade. Neste sentido, esta

²⁸ FONTE:

https://www.google.pt/search?q=cultura+angolana&espv=2&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj1iZ6RpvrSAhVMbhQKHQ3UB6cQ_AUIBigB&biw=1517&bih=708#tbm=isch&q=cultura+angolana+dan%C3%A7a&*imgrc=Gi03P9X6fQaE7M:

https://www.google.pt/search?q=cultura+angolana&espv=2&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj1iZ6RpvrSAhVMbhQKHQ3UB6cQ_AUIBigB&biw=1517&bih=708#tbm=isch&q=simbolos+da+cultura+angolana&*imgrc=P6BeqSBsHLtc3M

²⁹ <http://culinaria.culturamix.com/comida/comida-angolana>

³⁰ Cultura, Jornal Angolano de Artes e Letras, 2015, A língua Portuguesa e as línguas Regionais de Angola, disponível em [http://jornalcultura.sapo.ao/letras/a-lingua-portuguesa-e-as-linguas-regionais-de-angola/fotos>](http://jornalcultura.sapo.ao/letras/a-lingua-portuguesa-e-as-linguas-regionais-de-angola/fotos>,), acedido a 14.07.2017

análise ao espírito do lugar Angolano orienta esta investigação para a hipótese de construir um projeto cuja identidade reflita a cultura portuguesa e a cultura angolana, ou seja, um produto que cruza a cultura portuguesa com a cultura angolana, para oferecer um produto que representa duas identidades que sobrevivem num produto.

4.2. O conceito de Mestiçagem no Design de Joalheria

O projeto a desenvolver terá como objetivo analisar, trabalhar e reinventar a joalheria portuguesa, cruzando a tradicional técnica da filigrana com um universo de materiais e costumes angolanos.

Nesta perspetiva, torna-se pertinente considerar o conceito de “mestiço”, que significa mistura na medida em que se pretende desenvolver um produto fruto de uma fusão de culturas. “Se a palavra, a partir do *mixtus* (do latim) significa “misturado” aparece pela primeira vez no contexto da colonização, e no campo da biologia para designar cruzamentos genéticos e produção de fenótipos. Porém mestiçagem não é meramente biológico e apresenta extrema relevância em diversos campos.” (LAPLANTINE, NOUSS, 1997 :4). Neste caso, conseguir um objeto mestiço, fruto de inspiração no cruzamento da cultura portuguesa e da cultura angola, permite abranger o conceito de mestiço ao design, em particular ao design de joalheria.

Uma joia capaz de transportar valores intrinsecamente associados aos povos angolanos e aos seus costumes, numa ligação à tradição do trabalho da filigrana portuguesa, permite criar um sistema de produto único e novo na medida em que resulta do casamento de duas realidades opostas capazes de dar origem a uma verdade completamente nova, complexa e oposta, portadora de características das duas realidades. Esta joia resulta por isso de um “pensamento mestiço” (LAPLANTINE, NOUSS, 1997), capaz de recuperar dois âmbitos culturais distintos, fundi-los num só e criar um objeto de valor simbólico enorme, que carrega consigo o melhor de dois mundos.

Nesta investigação interessa, igualmente, abordar o conceito de Transferência Cultural por meio do Design, uma vez que cada peça que se pretende

criar será um vínculo entre a cultura e o Design. Cabe ao Design ser capaz de interpretar elementos culturais e representá-los em formas e objetos sob a inspiração nos costumes, tradições e lugares de um povo, bem como recuperar o seu esquecimento, reavivá-los e reinventá-los.

“Entre Design e cultura existe uma relação direta. O Design, produto e expressão de uma cultura, realiza uma forte relação com os outros setores, refletindo os lugares, o tempo e os indivíduos que a caracterizam. Com a sua capacidade interpretativa, o Design deve saber representar e divulgar estes valores, permitindo em simultâneo, qualificar os produtos e consolidar a cultura a que faz referência.”
(APARO, SOARES, 2012: 44).

É através do trabalho de designer que se pretende recuperar, dar a conhecer e manter vivo o espírito do lugar do povo angolano e português, porém de uma forma nova, diferente e cativadora. O design deve ter a capacidade de narrar e ilustrar a cultura dos povos, em objetos que orientem o homem para a atualidade, objetos carregados de valor semântico e capazes de provocar no utilizador a consciência da importância da cultura, e de manter viva a identidade da sociedade.

Neste sentido, pretende-se cruzar a cultura portuguesa e a cultura angolana, interpretando os seus valores e interligando-os para criar uma linha de joalheria criativa, inovadora e contemporânea. A estes recursos materiais junta-se uma infinidade de técnicas e aplicações que, quando cruzadas com a técnica da filigrana podem originar uma nova forma de trabalhar o ouro e a joalheria portuguesa, proporcionando criatividade e, conseqüentemente, inovação no sector.

4.2.1. O conceito de Mestiçagem e o projeto de joalheria do designer Myung Urso

Myung Urso é um designer e joalheiro cujo trabalho passa pela utilização de diversos materiais simples e básicos, aparentemente pouco valorizados na joalheria. Apesar de utilizar igualmente prata, pérolas e outros materiais mais tradicionais nas joias, trabalha essencialmente com papel, madeira e tecidos, sendo por isso consideradas as suas peças altamente irreverentes e alternativas. “As matérias-primas humildes são veneradas por suas qualidades texturais, estruturais e visuais. Costurado, esculpido, esticado para unir elementos aparentemente incongruentes em formas de jóias inseparáveis. Myung Urso tem uma extraordinária habilidade não só para interpretar os materiais do dia-a-dia de maneiras inteiramente novas, mas para elevá-los em seu trabalho à estatura normalmente reservada para pedras preciosas e metais.”³¹

O joalheiro transmite nas suas peças a fusão de culturas que viveu, experienciou e adquiriu ao longo dos anos, transformando-as assim em joias mestiças. Viveu na Coreia do Sul e nos Estados Unidos, onde adquiriu hábitos, rotinas, formas de estar e pensar que se fundiram em si e se refletem no seu trabalho, sendo por isso também ele considerado um indivíduo mestiço. “Myung Urso usou a jóia como um meio de expressão artística nos últimos dez anos. Uma década é também quanto tempo ela viveu nos Estados Unidos. Seu trabalho reflete as influências culturais e artísticas abundantes de sua vida anterior em Coreia sul, assim como os desafios e as recompensas de navegar a paisagem cultural americana.”³²

Myung Urso é um exemplo de um indivíduo que ao longo da vida absorveu culturas diferentes, se fundiram numa só, a sua, única e mestiça, característica que transporta para as suas joias, igualmente provenientes da mistura de ideais, pensamentos, costumes, valores.

³¹ <https://klimt02.net/events/exhibitions/trans-form-myung-urso-velvet-da-vinci>

³² <https://klimt02.net/events/exhibitions/trans-form-myung-urso-velvet-da-vinci>



Figura 8 – Da esquerda par a direita: Broche Scene, Colar Aquarius, Broche Brood; Myung Urso, 2017.³³

4.2.2. O conceito de Mestiçagem e o projeto de joalheria Die Vier (2017)

Die Vier é o projeto de Design de Joalheria de quatro designers de diferentes nacionalidades, em exposição na Semana da Joalheria de Munique - Schmuck 2017. As designers Catalina Brenes (nascida na Costa Rica), Denise Ebert (nascida na Alemanha), Pia Groh (nascida na Áustria) e Julia Obermaier (nascida na Alemanha), acreditam que a vantagem do seu trabalho está no cruzamento dos ideais culturais de cada uma. Oriundas de diferentes países, cruzam as suas ideias, opiniões e vontades num projeto que se revela único e diferente, precisamente, pelo “pensamento mestiço” de Laplantine e Alain Nouss (1997).

As quatro designers pretendem, através de um projeto mestiço, resgatar tradições que resultam numa linha de joias que tiveram lugar numa das exposições de joalheria mais conceituadas. “Quatro mulheres com uma linguagem forte, expressa através de jóias têm o objetivo de reviver as tradições de escultura em pedra e orfebreria com uma abordagem contemporânea. Idar-Oberstein é o ponto de encontro de todos os membros do grupo, provenientes da Costa Rica, Áustria e Alemanha.”³⁴

³³ Fonte: <https://klimt02.net/events/exhibitions/trans-form-myung-urso-velvet-da-vinci>

³⁴ Disponível em: <<https://klimt02.net/events/exhibitions/die-vier-ihm-internationale-handwerkmesse-munich>> acedido a 26.03.2017

Apesar de cada uma ter a sua própria maneira especial de se expressar, elas acreditam que a apresentação das suas obras em conjunto se torna ainda mais forte. Como referem as designers, "nossas diferenças desaparecem quando o principal motor da nossa criatividade se junta. Somos quatro mulheres, quatro designers, quatro estéticas com um idioma: JOALHERIA. "³⁵

O trabalho destas designers e a vontade que mostram em expressar a fusão das suas culturas resulta num interessantíssimo projeto mestiço e rico em conteúdo, uma vez que nele é possível testemunhar a forma de pensar e todo o património cultural de duas Alemãs, uma Austríaca e um Costa Riquenha.



Figura 9 – Da esquerda para a direita: Broche Intocável. Colar N°6. Colar Boobies – Projeto Die Vier³⁶.

³⁵ Disponível em: <<https://klimt02.net/events/exhibitions/die-vier-ihm-internationale-handwerkmesse-munich>> acedido a 26.03.2017

³⁶ FONTE: <https://klimt02.net/events/exhibitions/die-vier-ihm-internationale-handwerkmesse-munich>

5. Trabalho de Campo

A fim de obter-se informação, devidamente fundamentada e fidedigna, relativa aos temas abordados anteriormente na criação de um projeto design de joalheria com a empresa ELEUTERIO JEWELS, optou-se por desenvolver um conjunto de entrevistas a indivíduos, previamente, pensados e estipulados.

Inicialmente, na tentativa de entender a história e o funcionamento da empresa em estudo, optou-se por entrevistar os fundadores e os diretores da empresa. Com o objetivo de adquirir informação mais detalhada acerca da técnica da Filigrana e da produção das joias ELEUTERIO JEWELS, entrevistou-se, igualmente, um ourives artesão de empresa. Numa perspetiva de se entender quer a reação e a aceitação do público relativamente à marca, quer a opinião de alguém que trabalha com a empresa há já muito tempo, entrevistou-se, ainda, um responsável por um ponto de venda de referência da marca ELEUTERIO JEWELS.

Numa segunda fase, pareceu igualmente importante, conseguir o testemunho de indivíduos que fundamentassem a escolha do mercado Angolano. Nomeadamente, adquirindo informação relativa à cultura do país, hábitos e costumes do seu povo, bem como entender o potencial e aceitação do público angolano a um produto mestiço que saiba cruzar a tradição portuguesa com a angolana pensado para um mercado de luxo.

Assim, foram entrevistadas 8 pessoas, 4 Angolanas e 4 Portuguesas, com idades compreendidas entre os 28 e os 53 anos, com de diferentes formações académicas e profissões.

De modo a tornar eficaz este ponto, a apresentação dos inquiridos é tratada num quadro, as repostas dos inquiridos estão tratadas ao longo do capítulo e o texto completo incluído como anexo desta investigação.

5.1. Análise das entrevistas realizadas a quatro profissionais distintos, ligados à empresa ELEUTERIO JEWELS

Os entrevistados foram escolhidos em função da sua ligação às várias áreas da empresa, de forma a obter-se um conhecimento geral, abrangente e específico de todo o processo profissional de ELEUTERIO JEWELS.

Neste sentido, realizaram-se entrevistas a quatro profissionais distintos ligados, direta ou indiretamente, à empresa ELEUTERIO JEWELS. A primeira entrevista foi realizada a Rosa Antunes que com Luís Antunes, chefia a empresa no momento. A segunda entrevista foi realizada ao responsável pela produção, Manuel Duarte. A terceira entrevista foi concretizada à responsável pela área de marketing da ELEUTERIO JEWELS, Ana Abrantes. Finalmente, a última entrevista foi realizada ao responsável pelo posto de venda de Braga da ELEUTERIO JEWELS, João Pires.

NOME	IDADE	NACIONALIDADE	PROFISSÃO	LOCAL DA ENTREVISTA
Rosa Antunes	46	Portuguesa	CEO Eleuterio	Escritório Eleuterio, Braga
Manuel Duarte	53	Portuguesa	Ourives Eleuterio	Fábrica Eleuterio, Póvoa de Lanhoso
Ana Abrantes	30	Portuguesa	Designer/Marketer	Escritório Eleuterio, Braga
João Pires	28	Portuguesa	CEO Pires Joalheiros	Loja Pires Joalheiros, Braga
Analtino Santos	45	Angolana	Jornalista Cultural	Palácio do Ferro, Luanda
Álvaro Jorge	48	Angolana	Diretor MNAL	MNAL, Luanda
Kélia Martins	29	Angolana	Gerente de Loja	Hotel Epic Sana, Luanda
Elsa Vieira Dias	42	Angolana	RP do Ministro das Finanças	Hotel Epic Sana, Luanda

Tabela 1 – Quadro síntese da informação básica dos entrevistados. Fonte: Rita FREITAS.

5.1.1. Questões colocadas aos entrevistados no âmbito da ELEUTERIO JEWELS a Rosa Antunes, Manuel Duarte, Ana Abrantes e João Pires

Tema: Estudo geral sobre a empresa ELEUTERIO JEWELS

Objetivos: recolher informação sobre a história da empresa, processos de produção, informação mais detalhada sobre as peças e perceber a opinião relativa ao futuro da filigrana e da empresa quer dos fundadores, dos ourives e dos comerciantes que por sua vez transmitem a opinião e adesão do público.

5.1.1.1. As questões colocadas a Rosa Antunes foram as seguintes:

1. Idade. Formação académica. Formação Profissional?
2. Quando começou o seu interesse pela joalheria?
3. O que é para si, a joalheria?
4. Para se ser desenhador de joias que formação se deve ter? Especifique os conhecimentos essenciais para se poder exercer esta profissão?
5. Que relação o ourives deve estabelecer o designer de joias e o gestor de marketing?
6. Quando deve começar essa relação? No início, durante, no final? Porquê?
7. Como nasceu a Eleuterio? O que é para si a Eleuterio?
8. Considera importante manter vivas as tradições e cultura portuguesas? E na criação de uma joia, é importante ter em conta as características do lugar?
9. Há quantos anos trabalha em joalheria? E na Eleuterio?
10. Porque é importante que as vossas peças tenham a técnica da filigrana?
11. Quem desenha as peças?
12. Quantos trabalhadores tem a empresa e que tipo de profissões?
13. Qual é a peça mais vendida?
14. Quanto custa em média uma peça ou qual o intervalo de variação de preços?
15. As pessoas valorizam quando percebem que as peças Eleuterio são em filigrana e produzidas manualmente?

16. Quais são os vossos postos de venda?
17. Em que mercados operam?
18. Quem são os vossos principais concorrentes?
19. Perspetivas futuras e objetivos a cumprir para a Eleuterio?
20. Que futuro prevê para a tradicional técnica da filigrana? Como se pode garantir a sua sobrevivência no mercado global?

5.1.1.2. As questões colocadas a Manuel Duarte foram as seguintes:

1. Idade. Formação académica. Formação Profissional.
2. Quando começou o seu interesse pela joalheria?
3. O que é para si, a joalheria?
4. Para se ser desenhador de joias que formação se deve ter? Especifique os conhecimentos essenciais para se poder exercer esta profissão?
5. Que relação o ourives deve estabelecer com o designer de joias?
6. Quando deve começar essa relação? No início, durante, no final? Porquê?
7. Como nasceu a Eleuterio? O que é para si a Eleuterio?
8. Considera importante manter vivas as tradições e cultura portuguesas? E na criação de uma joia, é importante ter em conta as características do lugar?
9. Há quantos anos trabalha em joalheria? E na Eleuterio?
10. Porque é importante que as vossas peças tenham a técnica da filigrana?
11. Quem desenha as peças?
12. Pode fazer uma breve descrição do processo de produção da filigrana na Eleuterio?
13. Quanto tempo demora a produzir uma peça?
14. Quantas peças produzem por dia?
15. Perspetivas futuras e objetivos a cumprir para a Eleuterio?
16. Que futuro prevê para a tradicional técnica da filigrana? Como se pode garantir a sua sobrevivência no mercado global?

5.1.1.3. As questões colocadas a Ana Abrantes foram as seguintes:

1. Idade. Formação académica. Formação Profissional.
2. Quando começou o seu interesse pela joalheria?
3. O que é para si, a joalheria?
4. Para se ser desenhar joias que formação se deve ter? Especifique os conhecimentos essenciais para se poder exercer esta profissão?
5. Que relação o designer de joias deve estabelecer com o ourives e o gestor de marketing?
6. Quando deve começar essa relação? No início, durante, no final? Porquê?
7. Como nasceu a Eleuterio? O que é para si a Eleuterio?
8. Considera importante manter vivas as tradições e cultura portuguesas? E na criação de uma joia, é importante ter em conta as características do lugar?
9. Há quantos anos trabalha em joalheria? E na Eleuterio?
10. Porque é importante que as vossas peças tenham a técnica da filigrana?
11. Quem desenha as peças?
12. Quantos trabalhadores tem a empresa e que tipo de profissões?
13. Qual é a peça mais vendida? Que peças são mais procuradas?
14. Quanto custa em média uma peça ou qual o intervalo de variação de preços?
15. Quais são os vossos postos de venda?
16. Em que mercados operam?
17. Quem são os vossos principais concorrentes?
18. Há quanto tempo vende produtos Eleuterio?
19. Que outras marcas concorrentes da Eleuterio vendem?
20. Qual a aderência do público aos produtos Eleuterio?
21. Que tipo de público compra Eleuterio?
22. As pessoas valorizam quando percebem que as peças Eleuterio são em filigrana e produzidas manualmente?

23. Acha que o design pode ser uma mais valia para a empresa?
24. Perspetivas futuras e objetivos a cumprir para a Eleuterio?
25. Que futuro prevê para a tradicional técnica da filigrana? Como se pode garantir a sua sobrevivência no mercado global?

5.1.1.4. As questões colocadas a João Pires foram as seguintes:

1. Idade. Formação académica. Formação Profissional.
2. Quando começou o seu interesse pela joalheria?
3. O que é para si, a joalheria?
4. Para se ser desenhar joias que formação se deve ter? Especifique os conhecimentos essenciais para se poder exercer esta profissão?
5. Que relação o designer de joias deve estabelecer com o ourives e o gestor de marketing?
6. Quando deve começar essa relação? No início, durante, no final? Porquê?
7. Como nasceu a Eleuterio? O que é para si a Eleuterio?
8. Considera importante manter vivas as tradições e cultura portuguesas? E na criação de uma joia, é importante ter em conta as características do lugar?
9. Há quantos anos trabalha em joalheria?
10. Que peças são mais procuradas?
11. Quais são os vossos postos de venda?
12. Quem são os vossos principais concorrentes?
13. Há quanto tempo vende produtos Eleuterio?
14. Qual a aderência do público aos produtos Eleuterio?
15. Que tipo de público compra Eleuterio?
16. As pessoas valorizam quando percebem que as peças Eleuterio são em filigrana e produzidas manualmente?
17. Acha que o design pode ser uma mais valia para a empresa?
18. Perspetivas futuras e objetivos a cumprir para a Eleuterio?

19. Que futuro prevê para a tradicional técnica da filigrana? Como se pode garantir a sua sobrevivência no mercado global?

5.1.2. Análise das respostas à questão “Quando começou o seu interesse pela joalheria?”

Com esta pergunta pretendia-se descobrir quando o interesse pela joalheria despontou na vida dos entrevistados. As respostas foram, naturalmente, muito diferentes.

Rosa Antunes e Manuel Duarte admitem quase não terem desenvolvido um interesse natural nesta área, mas sim por imposição familiar, desde muito jovens. No caso de Rosa Antunes, sempre se viu envolvida na área pela ligação da sua família ao negócio desde há várias gerações. *“Desde criança que estou envolvida no mundo da joalheria, cresci no meio de ourives, andava pela oficina por isso desde sempre, mas efetivamente profissionalmente e com mais responsabilidade desde há 25 anos, quando comecei a trabalhar com o meu pai.”*³⁷ Já no caso de Manuel Duarte, não lhe restou alternativa interessar-se pela joalheria, uma vez que desde muito cedo, por necessidade, lhe foi imposto pelos pais que trabalhasse como ourives na oficina da ELEUTERIO JEWELS. *“Isto era o que havia aqui na zona, e quando tinha 12 anos os meus pais puseram-me a trabalhar como ourives, a mim e aos meus irmãos. Ia-se pedir aos vizinhos joalheiros se não arranjavam lá trabalho para os filhos e pronto começávamos a trabalhar e lá íamos contrariados (...) mas ao fim de tanto tempo nisto, uma pessoa acaba por se habituar e ter gosto por isto”.*³⁸

No caso de Ana Abrantes, uma entrevistada mais jovem, o interesse pela joalheria surgiu por vontade própria, já mais tarde, no âmbito de uma campanha publicitária sobre o tema que terá desenvolvido enquanto frequentava o Mestrado em Design Gráfico.

³⁷ ANTUNES R., 2017, Entrevista a Rosa Antunes, 05-09-2017, Braga.

³⁸ DUARTE M., 2017, Entrevista a Manuel Duarte, 26-06-2017, Póvoa de Lanhoso.

João Pires, é talvez o entrevistado cuja resposta se divide entre ambas as situações anteriores. Proveniente de uma família, igualmente, ligada ao ramo, desenvolveu por isso uma ligação inata à joalheria, mas foi na adolescência que mostrou interesse por dar seguimento a esta área no seu futuro.



Gráfico 1 – Análise da fase da vida em que os entrevistados demonstraram interesse na área da joalheria. Fonte: Rita FREITAS.

5.1.3. Análise das respostas à questão “O que é para si, a joalheria?”

A pergunta tão subjetiva como a acima descrita, e tendo em conta as diferenças etárias e estatuto social dos entrevistados, naturalmente, surgiram respostas muito pessoais e divergentes. Todos concordam que se trata de uma arte, mas todos a adaptam ao seu mundo.

Rosa Antunes, acredita que a joalheria é *“uma arte que enrique o dia a dia das mulheres”*³⁹, já Manuel Duarte diz tratar-se de *“uma arte muito antiga que dá muito trabalho.”*⁴⁰ Ana Abrantes, por outro lado defende que a joalheria *“é essencialmente a transformação de metais nobres em obras de arte e adornos pessoais”*⁴¹ e João Pires diz ser *“uma arte, uma forma de expressão, não só para quem a faz, mas também para quem a usa”*⁴²

³⁹ ANTUNES R., 2017, Entrevista a Rosa Antunes, 05-09-2017, Braga.

⁴⁰ DUARTE M., 2017, Entrevista a Manuel Duarte, 26-06-2017, Póvoa de Lanhoso.

⁴¹ ABRANTES A., 2017, Entrevista a Ana Abrantes, 10-04-2017, Braga.

⁴² PIRES J., 2017, Entrevista a João Pires, 05-10-2017, Braga.

5.1.4. Análise das respostas à questão “Que relação o designer de joias deve estabelecer com o ourives e o gestor de marketing?”

Quanto à relação que o designer deve estabelecer com o ourives e o gestor de marketing, as opiniões são unânimes. Os quatro entrevistados defendem que é uma relação importantíssima e que para o bom funcionamento das empresas ou projetos, deve acontecer precisamente logo desde início pela partilha de conhecimentos das várias áreas, trabalho em equipa e por isso aperfeiçoamento das joias.

Rosa Antunes não podia ser mais apologista desta união, defendendo que esta relação deve acontecer *“no início claro, o designer tem de ter conhecimentos da produção, se não desenha coisas que se calhar o ourives não consegue fazer e o marketeer tem de entender a alma e o conceito da peça, para com o seu trabalho poder provocar no cliente o desejo de comprar e passar a mensagem pretendida.”*⁴³

Da mesma forma pensa o artesão Manuel Duarte que diz que: ***“às vezes quero fazer de uma maneira, mas não sei se ela quer que eu faça assim por causa da estética da peça, e ela às vezes desenha coisas que eu não consigo fazer (...) por isso é que eu digo que devíamos falar desde o início e discutir as ideias para se saber se é possível fazer assim ou não e arranjar uma solução em conjunto.”***⁴⁴

É possível concluir que quando reunidos conhecimentos das três áreas e trabalhados em conjunto, naturalmente o produto final será melhor, mais rico e mais fiável.

⁴³ ANTUNES R., 2017, Entrevista a Rosa Antunes, 05-09-2017, Braga.

⁴⁴ DUARTE M., 2017, Entrevista a Manuel Duarte, 26-06-2017, Póvoa de Lanhoso.

5.1.5. Análise das respostas à questão “Considera importante manter vivas as tradições e cultura portuguesas? E na criação de uma joia, é importante ter em conta as características do lugar?”

Também na questão da importância da cultura e tradições e aplicação desse conceito na joalheria, existe unanimidade. A diretora geral da empresa, o artesão, a designer/marketeer e o cliente revendedor da marca, concordam que cabe a cada um de nós preservar as tradições e que a joalheria pode ser um ótimo método para isso. Ana Abrantes, revela que *“nas joias as características e o espírito do lugar podem ser muitíssimo inspiradores”*.⁴⁵

Quando analisamos o interesse dos entrevistados portugueses pela preservação das suas tradições e características do lugar, nomeadamente na joalheria é possível verificar quatro respostas positivas e zero respostas negativas, conforme se verifica no gráfico 2.

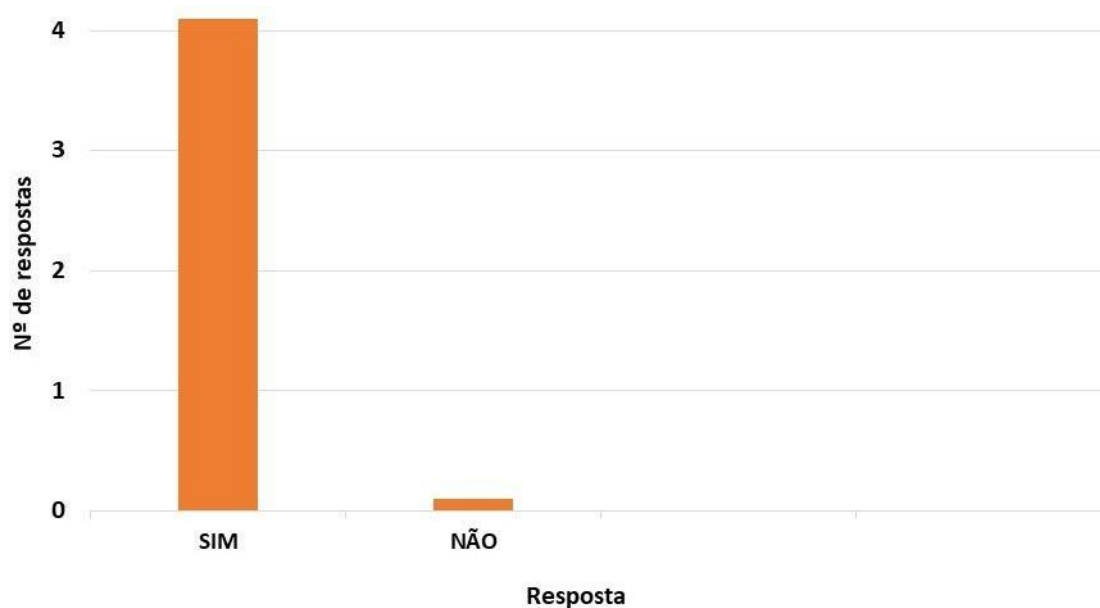


Gráfico 2 - Comparação das respostas positivas/negativas dos entrevistados quando lhes questionado o seu interesse pela cultura e tradições portuguesas. Fonte: Rita FREITAS.

⁴⁵ ABRANTES A., 2017, Entrevista a Ana Abrantes, 10-04-2017, Braga.

5.1.6. Análise das respostas à questão “As pessoas valorizam quando percebem que as peças Eleuterio são em filigrana e produzidas manualmente?”

Esta questão apenas terá sido colocada a três dos entrevistados. Manuel Duarte não foi questionado sobre como reagem as pessoas quando percebem que as peças Eleuterio são produzidas manualmente, uma vez que não tem contacto direto com os clientes para que possa avaliar esta questão.

No entanto, os restantes entrevistados concordam que é uma agradável surpresa para os clientes quando percebem que há ainda empresas que se dedicam à produção de peças segundo a tradicional técnica da filigrana totalmente manual. Segundo Ana Abrantes, as pessoas valorizam *“muito, principalmente quando têm a oportunidade de visitar a fábrica e têm contacto direto com o trabalho minucioso”*.⁴⁶ João Pires, talvez o que mais se relaciona com os consumidores finais, diz que as peças da Eleuterio são sim valorizadas pelos consumidores, *“principalmente o público que entende esta arte. As pessoas dão valor quando veem a qualidade do produto e neste caso como incrivelmente são feitas à mão.”*⁴⁷

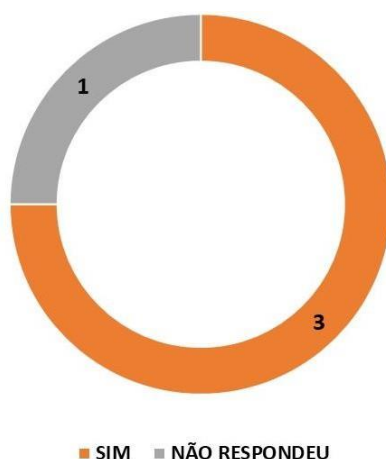


Gráfico 3 – Gráfico representativo das respostas dos entrevistados quando questionados se os clientes valorizam a produção em filigrana manual. Fonte: Rita FREITAS.

⁴⁶ ABRANTES A., 2017, Entrevista a Ana Abrantes, 10-04-2017, Braga.

⁴⁷ PIRES J., 2017, Entrevista a João Pires, 05-10-2017, Braga.

5.1.7. Que futuro prevê para a tradicional técnica da filigrana? Como se pode garantir a sua sobrevivência no mercado global?

Quanto ao futuro e sobrevivência da filigrana, os quatro entrevistados acreditam num futuro positivo, porém defendem só ser possível quando aliada ao design e à inovação. Dizem ser necessário cativar os jovens para esta área e evoluir na forma de desenho, produção e venda.

Segundo Ana Abrantes *“só através do reinventar e inovar através do design, das formas, da estrutura e desprendermo-nos dos corações de viana e dos brincos rainha.”*⁴⁸ O ourives Manuel Duarte diz que *“tem de se por os jovens a conhecer isto e a saber fazer porque são os jovens o futuro e se não vos dermos a conhecer este mundo isto morre, mas eu acredito que ainda se pode vir a fazer muita coisa”.*⁴⁹

Rosa Antunes, alguém que dedicou a sua vida inteira á filigrana, defende que *“desde que se alie com o design, se criem coisas bonitas, diferentes, que vão de encontro com o gosto das pessoas o futuro é promissor. Tem de ser diferente, inovador, e atenção inovar não só na criação, mas também na forma de promoção e venda.”*⁵⁰

João Pires acredita *“perfeitamente que só um trabalho como o da Eleutério pode manter esta arte viva. Não na perspetiva de eles terem aliado a filigrana à joalheria, mas na perspetiva do acompanhamento das tendências sem nunca esquecerem os valores que lhes foram transmitidos.”*⁵¹

⁴⁸ ABRANTES A., 2017, Entrevista a Ana Abrantes, 10-04-2017, Braga

⁴⁹ DUARTE M., 2017, Entrevista a Manuel Duarte, 26-06-2017, Póvoa de Lanhoso.

⁵⁰ ANTUNES R., 2017, Entrevista a Rosa Antunes, 05-09-2017, Braga.

⁵¹ PIRES J., 2017, Entrevista a João Pires, 05-10-2017, Braga.

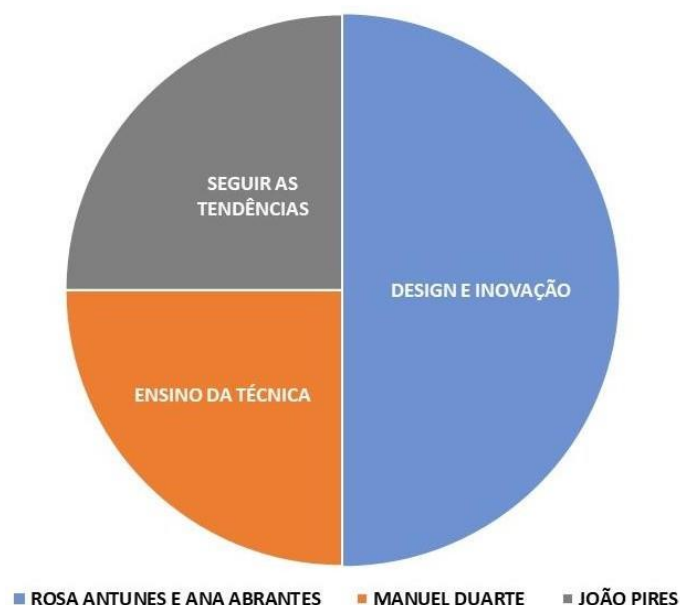


Gráfico 4 – Gráfico que ilustra a opinião dos entrevistados relativamente ao futuro e formas de preservação da filigrana. Fonte: Rita FREITAS.

5.2. Análise das entrevistas realizadas a quatro profissionais angolanos distintos, ligados ao mundo da joalheria e à cultura angolana

Os entrevistados foram escolhidos em função da sua ligação à cultura e tradições angolanas bem como ao mercado da joalheria e do luxo em geral em Angola. Neste sentido, realizaram-se entrevistas a quatro profissionais distintos da cultura angolana. A primeira entrevista foi concretizada a um Sociólogo e Jornalista Cultural que há muitos anos se dedica a estudar a cultura do país. A segunda entrevista foi realizada ao diretor do Museu Nacional de Antropologia de Luanda. A terceira entrevista foi realizada à gerente de uma loja de joalheria de luxo angolana e finalmente, a quarta entrevista foi concretizada a uma senhora cliente e assiduamente compradora de bens de luxo em Angola.

Tendo em conta que se tratam de indivíduos angolanos, residentes em Luanda, as entrevistas foram realizadas nos locais a baixo mencionados por Lúcia Ribeiro, Diretora da empresa VALORGES, Desenvolvimento de Negócios, uma empresa que aposta na área da consultoria e formação em Angola.

5.2.1. Questões colocadas aos entrevistados no âmbito da ligação ao mundo da joalheria e à cultura angolana

Tema: Estudo da cultura e mercado de luxo em Angola

Objetivos: recolher informação fidedigna e autêntica relativa à identidade do povo angolano, seus elementos culturais, hábitos, tradições, costumes, bem como conhecer a realidade do mercado de luxo em Angola, nomeadamente da joalheria e aceitação e consumo do povo angolano por este tipo de bens.

5.2.1.1. As questões colocadas a Analtino Santos foram as seguintes:

1. Nome. Idade. Formação académica. Formação Profissional.
2. Quando começou o seu interesse pela cultura angolana?
3. Há quanto tempo está ligado à cultura deste país?
4. Considera o povo angolano um povo que valoriza a cultura, as tradições, os seus costumes?
5. Acha importante manter vivas essas tradições e costumes? Porquê?
6. Se sim, o que fazem ou o que pode fazer-se para as preservar?
7. Que elementos, histórias, objetos, símbolos, artes, considera serem mais marcantes e importantes na cultura angolana? O que mais tem significado para si?
8. Quais são os elementos que destaca na cultura material angolana?
9. O que pensa dos panos africanos? O que significam? Como surgiram?
10. Que perspetivas futuras e objetivos a cumprir prevê para a cultura angolana?

11. Acha possível interessante e importante cruzar as tradições com o design, modernizá-las e reinventá-las? Porquê?
12. Qual é a receptividade do mercado angolano a um produto de joalheria de luxo?
13. Acha que as características da cultura angolana podem diferenciar o produto também quando ele se insere no mercado europeu?
Nomeadamente, no mercado português?

5.2.1.2. As questões colocadas a Álvaro Jorge foram as seguintes:

1. Nome. Idade. Formação académica. Formação Profissional.
2. Quando começou o seu interesse pela cultura angolana?
3. Considera o povo angolano um povo que valoriza a cultura, as tradições, os seus costumes?
4. Acha importante manter vivas essas tradições e costumes? Porquê?
5. Se sim, o que fazem ou o que pode fazer-se para as preservar?
6. Que elementos, histórias, objetos, símbolos, artes, considera serem mais marcantes e importantes na cultura angolana? O que mais tem significado para si?
7. O que pensa dos panos africanos? O que significam? Como surgiram?
8. Conte-me quais são os mais importantes, o nome, o que simbolizam?
9. Onde se comercializam os panos?
10. Como são produzidos?
11. Que tecido é utilizado?
12. Que utilidades têm?
13. Que perspetivas futuras e objetivos a cumprir prevê para a cultura angolana?
14. Acha possível interessante e importante cruzar as tradições, neste caso os panos, com o design, modernizá-los e reinventá-los? Porquê?

5.2.1.3. As questões colocadas a Kélia Martins foram as seguintes:

1. Nome. Idade. Formação académica. Formação Profissional.
2. Em que área trabalha?
3. Quando começou a trabalhar nesta área?
4. Considera os angolanos um povo consumista?
5. Que tipo de artigos mais compram os angolanos?
6. Quais os pontos de venda deste tipo de artigo em Angola?
7. O mercado de luxo tem futuro em Angola?
8. Os angolanos valorizam a cultura e as tradições?
9. Acha importante manter vivas essas tradições e costumes? Porquê?
10. Acha interessante associar a tradição e a cultura ao luxo?
11. Acha possível e interessante o design aliar-se à tradição, reinventá-la e modernizá-la?
12. Como entende que seria a aceitação do público por um produto que alie a tradição e o luxo?
13. Que futuro e objetivos prevê para o mercado de luxo em Angola?

5.2.1.4. As questões colocadas a Elsa Vieira Dias foram as seguintes:

1. Nome. Idade. Formação académica. Formação Profissional.
2. Em que área trabalha e há quanto tempo?
3. Considera os angolanos um povo consumista?
4. Que tipo de artigos mais compram os angolanos?
5. Que tipo de joias procuram os angolanos?
6. Quais os pontos de venda deste tipo de artigo em Angola?
7. O mercado de luxo tem futuro em Angola?
8. Os angolanos valorizam a cultura e as tradições?
9. Acha importante manter vivas essas tradições e costumes? Porquê?
10. Acha interessante associar a tradição e a cultura ao luxo?
11. Acha possível e interessante o design aliar-se à tradição, reinventá-la e modernizá-la?

12. Como entende que seria a aceitação do público por um produto que alie a tradição e o luxo?
13. Que futuro e objetivos prevê para o mercado da joalheria de luxo em Angola?

5.2.2. Análise das respostas à questão “Quando começou o seu interesse pela cultura angolana?”

A questão antes mencionada terá sido colocada a dois dos entrevistados, Álvaro Jorge e Analtino Santos. Ambos revelam interesse e ligação à cultura Angolana desde há muito tempo. Com idades semelhantes, Álvaro Jorge desde os seus 21 anos que desenvolveu um gosto enorme pela cultura deste país na aldeia onde nasceu, tal como Analtino Santos que desde os seus 18 anos se dedica a estudar e aprofundar a cultura angolana, nomeadamente a música.

Quanto a Kélia Martins e Elsa Dias, as restantes entrevistadas, ambas angolanas, consideram o povo angolano preocupado e interessado na sua cultura, assumindo-se por isso elas próprias defensoras e de uma forma inata interessadas na cultura do seu país desde sempre.



Gráfico 5 - Análise da fase da vida em que os entrevistados demonstraram interesse pela cultura angolana. Fonte: Rita FREITAS.

5.2.3. Análise das respostas à questão “Considera o povo angolano um povo que valoriza a cultura, as tradições, os seus costumes?”

A análise à pergunta que questiona o interesse e dedicação dos angolanos perante a sua cultura, as respostas são unânimes. Os quatro entrevistados defendem que se trata de um povo que cada vez mais valoriza as suas tradições e se esforça por preservá-las.

Kélia Martins, afirma até que *“valorizam cada vez mais e respeitam as tradições. Há coisas que nos identificam, como a comida, o artesanato, os panos africanos.”* e que *“Há cada vez mais quem os utilize nas roupas, no cabelo e mesmo pessoas com poder de compra (...).”*⁵² Tal como Elsa Dias que diz sempre lhe ter sido inculcado o respeito pelas suas raízes e que *“apesar de ter uma vida desafogada financeiramente, não esqueço a origem do meu sítio, é aqui que eu pertenço e é esta a nossa identidade, a nossa história.”*⁵³ Analtino e Álvaro, consideram sim que os angolanos respeitam e se interessam pela sua cultura, mas que é cada vez mais visível uma influencia do exterior devido às viagens que muitos fazem.

Quando analisamos o interesse do povo Angolano pela sua cultura e tradições é possível verificar quatro respostas positivas e zero respostas negativas, conforme se verifica no gráfico a baixo.

⁵² MARTINS K., 2017, Entrevista a Kélia Martins, 07-07-2017, Luanda.

⁵³ DIAS E., 2017, Entrevista a Elsa Dias, 07-07-2017, Luanda.

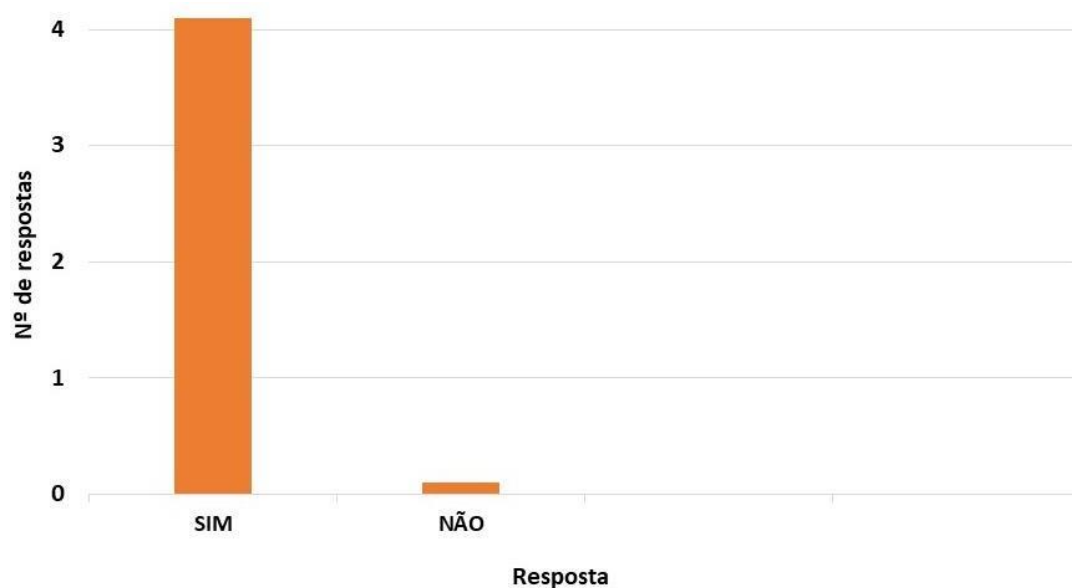


Gráfico 6 – Gráfico representativo das respostas positivas/negativas dos entrevistados angolanos quando lhes questionado se valorizam as tradições e cultura do seu país. Fonte: Rita FREITAS.

5.2.4. Análise das respostas à questão “Acha importante manter vivas essas tradições e costumes? Porquê?”

Mais uma vez, existe concordância entre os entrevistados. Todos se mostram recetivos á importância de preservar e manter vivas as suas tradições e costumes, pois assumem que as mesmas *“expressam grande parte dos fundamentos culturais da sociedade angolana”*⁵⁴ e que fazem parte da sua história, do que os distingue e caracteriza.

⁵⁴ JORGE A., 2017, Entrevista a Álvaro Jorge, 07-07-2017, Luanda.

5.2.5. Análise das respostas à questão “Que elementos, histórias, objetos, símbolos, artes, considera serem mais marcantes e importantes na cultura angolana? O que mais tem significado para si?”

Na questão na qual se pretende que os entrevistados salientem alguns dos elementos mais vinculados na cultura angola, as respostas diferem e todos enumeram o que para si representa melhor o povo angolano, ou a seu ver é mais importante.

Álvaro Jorge, salienta “a dança e música, a arte e medicina tradicionais (...) uma riqueza ancestral à qual recorre ainda hoje a maioria da população (...)” diz que *“todos os elementos se complementam para a riqueza cultural (...) pelo que não há elementos ou objetos mais importantes nem menos importantes.”* Diz ainda que *“falar dos panos africanos é fazer uma autentica viagem no tempo. (...) os panos africanos (...) fazem parte do nosso quotidiano. Os povos africanos vestem-nos com elegância, mulheres de todas as idades e de todos os grupos sociais, (...) são transversais a toda a sociedade.”*⁵⁵

Analtino Santos fala do *“Boi da Huila, símbolo da riqueza”* e do *“Pensador, de origem Tchokwe (...) símbolo da cultura nacional”*, também dos ritmos como a quizomba, o merengue, a semba ou a maringa. E ainda as *“Bessanganas, senhoras luandesas, muito vaidosas”*, também das várias línguas, as diferentes crenças entre regiões, a gastronomia na qual salienta *“a kisaka”, “o calulu de peixe” e o “mufete”*, bem como das bebidas como a aguardente e o hidromel. Sem esquecer *“os rituais, por exemplo na Huila, a passagem da puberdade tem um ritual, o Fiku.”*⁵⁶

Elsa Dias, também defensora da cultura do seu país, faz relevância aos *“panos africanos coloridos, que faço questão de utilizar, quer em adereços de moda, quer na decoração em casa”* tal como as esculturas de madeira como a do Pensador que afirma ser uma *“figura obrigatória em casa de qualquer angolano”*.⁵⁷

⁵⁵ JORGE A., 2017, Entrevista a Álvaro Jorge, 07-07-2017, Luanda.

⁵⁶ SANTOS A., 2017, Entrevista a Analtino Santos, 06-07-2017, Luanda.

⁵⁷ DIAS E., 2017, Entrevista a Elsa Dias, 07-07-2017, Luanda.

Quando analisamos os elementos culturais que os entrevistados destacaram, é fácil entender que deram especial relevância aos panos africanos, uma vez que os 4 entrevistados os mencionaram. Três mencionaram a gastronomia, 3 mencionaram o “Pensador”, 2 mencionaram a música e dança, e apenas 1 mencionou quer a medicina tradicional, o cabelo natural, os rituais, as línguas e o artesanato, conforme se verifica no gráfico resumo a baixo.

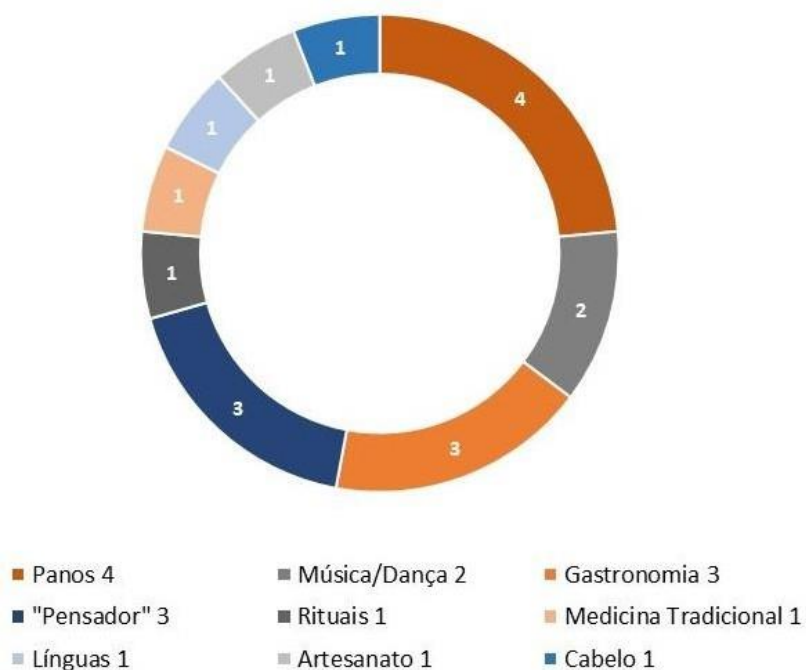


Gráfico 7 – Gráfico representativo do número de entrevistados que mencionou cada um dos elementos culturais descritos. Fonte: Rita FREITAS.

5.2.6. Análise das respostas à questão “Acha possível, interessante e importante cruzar as tradições com o design, modernizá-las e reinventá-las? Porquê?”

A questão que visa entender a opinião dos angolanos sobre o cruzamento da tradição com o design e promover a sua modernização, foi igualmente colocada aos quatro entrevistados. Todos consideram positiva esta aliança inovação/tradição na medida em que permitirá enriquecer, valorizar a cultura angolana, expandi-la e “*levá-la além-fronteiras*” como defende ser necessário Analtino Santos.

Álvaro Jorge considera que as tradições podem até servir de “*inspiração para a cultura moderna, para novas criações artísticas*” e Kélia Martins defende ser um bom método para “*cativar mais pessoas*”. À semelhança dos entrevistados antes mencionados, Elsa Dias mostra-se também receptiva a esta situação e diz até que “*gostava de ter mais coisas que representassem a minha cultura, mas que fossem esteticamente agradáveis, que fossem bonitas e as pessoas quisessem usar*”.⁵⁸

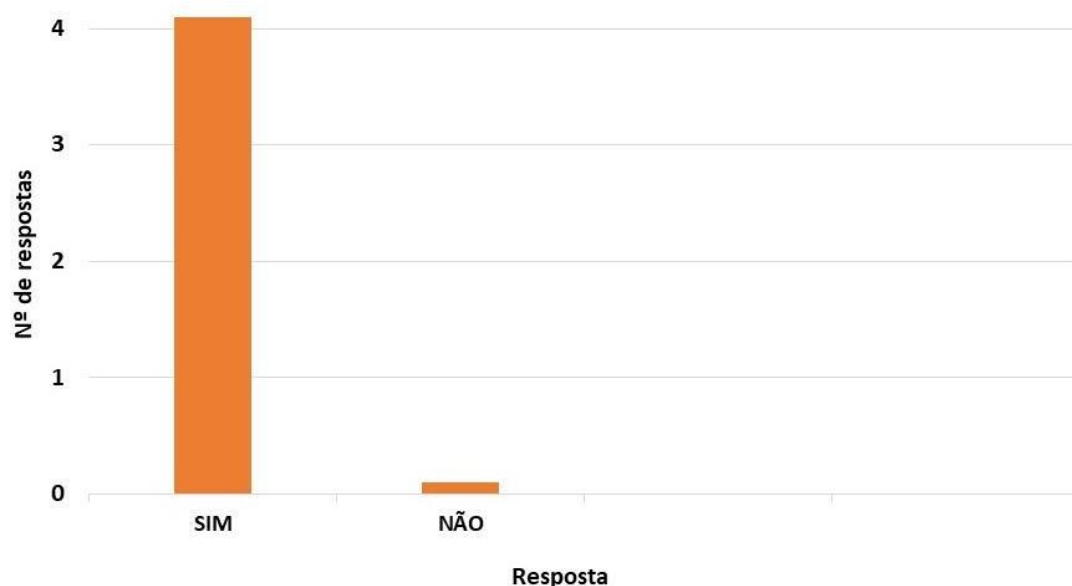


Gráfico 8 – Gráfico ilustrativo das respostas positivas/negativas dos entrevistados quanto ao interesse, possibilidade e importância de cruzar as tradições com o design. Fonte: Rita FREITAS.

⁵⁸ DIAS E., 2017, Entrevista a Elsa Dias, 07-07-2017, Luanda.

5.2.7. Análise das respostas à questão “Considera os angolanos um povo consumista?”

A pergunta na qual se pretende perceber se os angolanos são um povo consumista, foi colocada às entrevistadas mais diretamente ligadas ao mundo do luxo e do consumismo em Angola.

Ambas confessam que se trata de um povo deslumbrado pelo mundo dos bens de luxo, aqueles cujo estatuto social permite evidentemente. Segundo Kélia Martins *“Sim, os angolanos são mesmo muito consumistas, homens e mulheres. Compram muito vestuário, calçado, perfumes, maquilhagem, bolsas e telemóveis de última geração, gostam muito de marcas”*.⁵⁹

Apesar dos poucos locais onde é possível adquirir este tipo de bens em Angola, apenas em *“hotéis e poucas lojas em zonas mais seguras”*⁶⁰, as entrevistadas concordam que regra geral, os angolanos gostam de comprar com regularidade e não são poupados nas suas compras.

Elsa Dias confessa que viaja muito para *“comprar fora de Angola, nomeadamente em Lisboa, Madrid e Paris. Cá temos pouca oferta de marcas e não é seguro passear na rua aqui. Também compro cá, mas só nos hotéis. Quando viajo posso passear à vontade enquanto vejo as montras e o que quero comprar sem medo”*.⁶¹

⁵⁹ MARTINS K., 2017, Entrevista a Kélia Martins, 07-07-2017, Luanda.

⁶⁰ MARTINS K., 2017, Entrevista a Kélia Martins, 07-07-2017, Luanda.

⁶¹ DIAS E., 2017, Entrevista a Elsa Dias, 07-07-2017, Luanda.

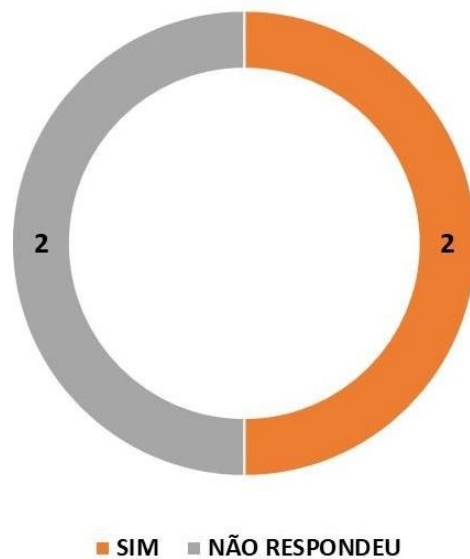


Gráfico 9 – Gráfico que ilustra a opinião e quantidade de respostas dos entrevistados quanto ao consumismo do povo angolano. Fonte: Rita FREITAS.

5.2.8. Análise das respostas à questão “Qual é a recetividade do mercado angolano a um produto de joalheria de luxo?”

A resposta à pergunta sobre o que pensam sobre a recetividade do povo angolano a um produto de joalheria de luxo, é óbvia para os quatro entrevistados. Nenhum mostra qualquer dúvida da boa aceitação do público angolano a um produto deste tipo, mais ainda se conseguir aliar a modernidade, o luxo e as tradições africanas como antes foi sugerido.

Analtino Santos diz que “o povo angolano com poder de compra é muito consumista, gosta muito de comprar, sobretudo marcas. Produtos de luxo que incorporem cultura serão seguramente bem aceites. Será motivo de orgulho”.

Segundo Álvaro Jorge, *“todo o produto de joalheria de luxo tem, geralmente, uma boa recetividade no mercado angolano. Nós os angolanos, às vezes o nosso mal reside na ilusão de pensar que tudo que vem de fora é, necessariamente, mais importante, mais fino que os nossos objetos.”*

Para Kélia Martins, na loja de joalheria onde trabalha, a maior parte dos seus clientes são angolanos *“mais senhoras, que compram brincos e colares. Mas os homens também compram bastante para oferecer, preferem o mais caro e com pedras”*.

Elsa Dias assume-se uma compradora assídua de joias e diz que *“todas as mulheres gostam de joias e nós angolanas, acho que mais do que o normal, eu não resisto”*.⁶²

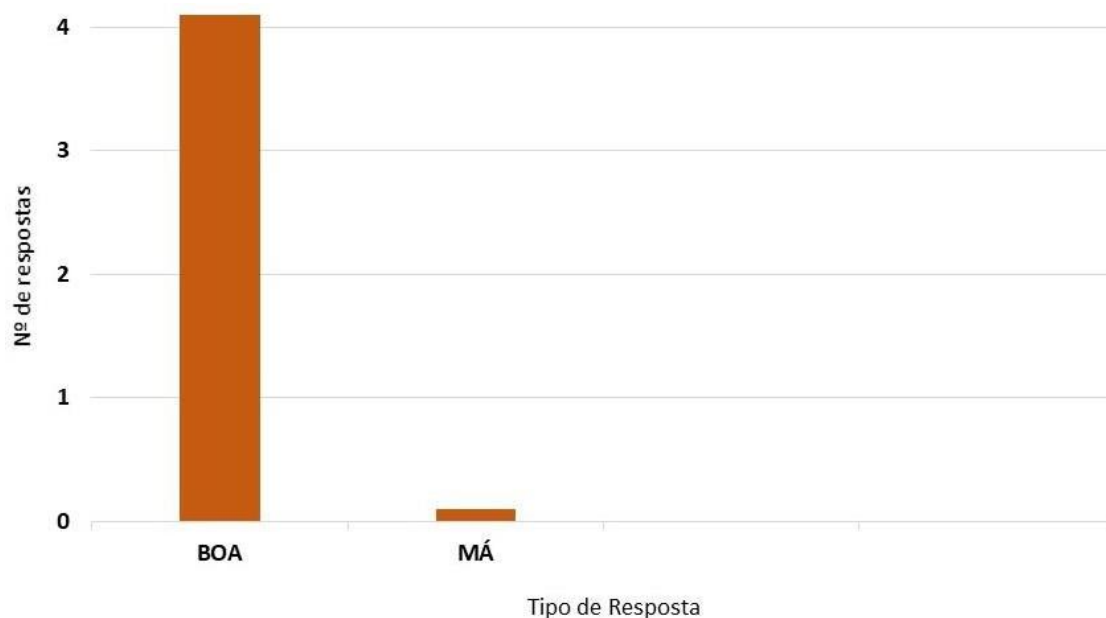


Gráfico 10 – Gráfico representativo das respostas dos inquiridos relativamente à recetividade mercado angolano a um produto de joalheria de luxo. Fonte: Rita FREITAS.

⁶² DIAS E., 2017, Entrevista a Elsa Dias, 07-07-2017, Luanda.

5.3. Conclusões para aplicação projetual

Após análise das respostas dos entrevistados conclui-se que:

- Um interesse crescente em **recuperar tradições**, manter hábitos e culturas e até reinventá-las e recriá-las.
- Os **entrevistados portugueses**, uma vez ligados a uma empresa de joalheria que tem como objetivo manter viva a tradicional técnica da filigrana, assumem que é este o seu ponto de partida, o seu ADN, e que só faz sentido inovar nesta área, espalhar e dinamizar a **técnica da filigrana**, enriquecendo-a e valorizando-a.
- Os **entrevistados angolanos** revelam-se um povo que valoriza imenso a sua **cultura**, que tem muito orgulho nas suas raízes e se mostra preocupado com a preservação das mesmas. Acreditam que precisam evoluir, reinventar as suas tradições com criatividade e originalidade, divulgá-las e não só as preservarem no seio do seu povo, como dá-las a conhecer ao mundo, **pensando local e agindo global**. Não querem deixar morrer a sua identidade e raízes, querem cativar outros públicos através da sua cultura, expandi-la e dá-la a conhecer, mas acreditam ser mais fácil por meio de objetos reinventados, que unam o melhor da cultura e do design e provoquem interesse e desejo no público.
- **Cruzar as tradições com o design**, modernizá-las e reinventá-las é muito importante e acima de tudo *“uma forma de tornar visível a nossa cultura, levá-la além-fronteiras, valorizá-la e enriquecê-la”*.⁶³ Os entrevistados angolanos apreciam a ideia de aliar o design com a cultura uma vez que dizem ser do seu interesse poder transformar os seus elementos culturais em objetos mais atrativos, mais bonitos e mais modernos, *“de forma geral, as tradições podem servir de fonte de inspiração para a cultura moderna, para novas criações artísticas. Por exemplo na questão dos tecidos, pode-se aproveitar vários elementos da*

⁶³ SANTOS A., 2017, Entrevista a Analtino Santos, 06-07-2017, Luanda.

*cultura material, reinventá-los ou trabalhá-los para estampas e outras decorações.*⁶⁴

- Relativamente a elementos culturais da **cultura imaterial** salienta-se a Música, a Dança, e os Rituais. Enquanto elementos da **cultura material** destaca-se a Gastronomia, a escultura do “Pensador”, o Artesanato e os Panos africanos como os elementos materiais mais marcantes da cultura angolana.
- Especificamente, os quatro entrevistados angolanos dão, sem dúvida, bastante destaque aos **coloridos panos africanos**, talvez por serem muito utilizados no dia-a-dia da sociedade angolana em geral. Segundo Álvaro Jorge *“os panos africanos são antes de mais, símbolos de História e de Cultura, eles fazem parte do nosso quotidiano. Os povos africanos vestem-nos com elegância, mulheres de todas as idades e de todos os grupos sociais, ou seja, os panos africanos são transversais a toda a sociedade.”*⁶⁵ Quer Analtino Santos, quer Álvaro Jorge contam um pouco da história e origem destes tecidos e dizem ser muito versáteis uma vez que *“em Angola são utilizados para vestir no trabalho ou numa festa, para embrulhar as crianças e amarrá-las às costas, como toalha de mesa ou cortina em casa, ou para carregar as imbambas⁶⁶ numa viagem”*⁶⁷
- Projetar produtos conjugando a com tradição e o **espírito do lugar com o luxo**. Kélia Martins, diz que *“se conseguirmos ter produtos modernos e com design, mas que mostrem a cultura angolana podemos cativar mais pessoas” e acredita que o mercado de luxo é um bom transmissor desta ideia uma vez que “os angolanos são mesmo muito consumistas (...) devíamos conseguir pôr as pessoas a usar as nossas coisas tradicionais e torná-las luxuosas e mais bonitas”.*⁶⁸ Quanto à aceitação e receptividade do público angolano a um produto de joalheria de luxo capaz de assumir uma vertente cultural, entendem que não será de todo um problema, bem

⁶⁴ JORGE A., 2017, Entrevista a Álvaro Jorge, 07-07-2017, Luanda.

⁶⁵ JORGE A., 2017, Entrevista a Álvaro Jorge, 07-07-2017, Luanda.

⁶⁶ *Imbambas* – termo angolano que designa bagagem.

⁶⁷ JORGE A., 2017, Entrevista a Álvaro Jorge, 07-07-2017, Luanda.

⁶⁸ MARTINS K., 2017, Entrevista a Kélia Martins, 07-07-2017, Luanda.

pelo contrário. Como afirma Analtino Santos “produtos de luxo que incorporem elementos da cultura angolana serão seguramente bem aceites. Será motivo de orgulho”. Elsa Dias diz ainda que “o problema é não haver mais produtos assim, que sejam luxuosos, elegantes, mas ao mesmo tempo sejam muito “nossos”, gostava de poder usar por exemplo os panos que têm estampados lindíssimos, mas num vestido com um modelo bonito ou em acessórios.”⁶⁹

- Ou seja, quer angolanos, quer portugueses, manifestam vantagens na criação de um **produto mestiço** e que saiba ligar o design com as culturas portuguesa e angolana. Ambos entendem que um produto que seja capaz de aliar o melhor das tradições destes dois mundos, que na verdade em muito se relacionam, com o design e inovação, pode revelar-se positivo para os dois países. Analtino Santos, acredita que as características da cultura angolana podem diferenciar um produto também quando ele se insere no mercado europeu e nomeadamente no português até porque “desde sempre Portugal e Angola mantiveram uma ligação, só é bom para as duas culturas”.⁷⁰ Desta forma é possível concluir que um produto mestiço, que como nos diz LAPLANTINE e NOUSS, (1997) é aquela que é “misturado”, pode significar um avanço e evolução cultural que em muito contribuirá para a divulgação e dinamização, neste caso das culturas portuguesa e angolana. Os portugueses têm interesse em manter vivas as suas tradições, recriá-las e melhorá-las, como faz a Eleuterio com a filigrana. Angolanos, querem manter as suas tradições, enriquecê-las e dá-las a conhecer, pelo que a criação de um produto que saiba misturar as duas culturas, o design e o luxo, em tudo agradará a ambos.

⁶⁹ DIAS E., 2017, Entrevista a Elsa Dias, 07-07-2017, Luanda.

⁷⁰ SANTOS A., 2017, Entrevista a Analtino Santos, 06-07-2017, Luanda.

6. Experimentação

Na fase de experimentação desenvolveram-se várias ideias, conceitos e modelos de estudo a abordar na fase projetual. Foram desenvolvidos esboços, testes e experiências de materiais, formas, cores e conceitos a trabalhar.

Num projeto que pretende aliar a cultura angolana com a cultura portuguesa, recorreu-se à utilização de panos africanos, pela forma intensa como foram mencionados pelos inquiridos conforme visto no capítulo anterior.

Na tentativa de criar um sistema de joia capaz de unir estas duas culturas desenvolveram-se modelos de pulseiras que cruzem a utilização dos panos africanos, com a filigrana e peças em ouro produzidas na empresa parceira, ELEUTERIO JEWELS, que naturalmente através do seu trabalho representa a cultura portuguesa.

6.1 Experiência 1

Numa fase inicial do processo de experimentação, surgiu a necessidade de testar a espessura, largura, enchimento e técnica de costura das pulseiras.

A fim de conferir alguma resistência, estrutura e consistência às pulseiras tornou-se essencial procurar e analisar um material que pudesse constar no interior dos objetos, mas que facilmente ficasse camuflado envolto em tecido.

Num primeiro modelo de estudo foi utilizado um tecido africano de padrão aleatório no revestimento da pulseira, com a experiência do enchimento em feltro, um material igualmente utilizado no mundo da costura, e, portanto, fácil de trabalhar neste âmbito, mas que conferisse alguma rigidez ao objeto.



Figura 10 – Da esquerda para a direita: padrão do tecido utilizado na primeira experiência; feltro, material utilizado no enchimento da primeira experiência. Fonte: Rita FREITAS.

Após corte de uma tira de feltro de 1.5cm por 18cm, recortou-se tecido numa quantidade suficiente para a revestir, inclusive com margem para respetivas dobras de costura. Depois, revestiu-se o feltro com o tecido de origem angolana e com a máquina de costura fez-se passar uma costura central na tira para a pulseira. Não se efetuaram acabamentos laterais, uma vez que o objetivo era analisar a rigidez que o enchimento de feltro conferia à pulseira.

Finalmente, verificou-se que o feltro permite tornar a pulseira mais resistente, mas talvez seja demasiado flexível.



Figura 11 – Da esquerda para a direita: Processo de costura da experiência 1; modelo de estudo 1. Fonte: Rita FREITAS.

6.2 Experiência 2

Na experiência 2 optou-se por testar um material de enchimento diferente daquele utilizado na experiência anterior. Neste caso foi usada uma placa de espuma prensada, na tentativa de obter-se uma pulseira resistente, com alguma flexibilidade, mas mais rigidez que na experiência anterior.

Foi novamente utilizado como revestimento um tecido de origem angolana, porém com um padrão diferente, a fim de se experimentar uma paleta de padrões variada e avaliar também o aspeto estético do objeto.

O processo de construção deste modelo foi semelhante ao anterior, cortou-se uma tira de espuma da mesma dimensão, 1.5x18cm, revestiu-se a tira com tecido, mas desta vez fizeram passar-se duas costuras laterais ao invés de uma central, na tentativa de avaliar as duas situações esteticamente.

Foi possível verificar que, tal como se pretendia este modelo se revelou mais assertivo do ponto de vista da rigidez da tira, e simultaneamente esteticamente mais agradável com as duas costuras.



Figura 12 – Da esquerda para a direita: espuma prensada utilizada no enchimento da experiência 2; modelo de estudo correspondente à experiência 2. Fonte: Rita FREITAS.

6.3 Experiência 3

Na experiência 3 pretendia-se testar uma pulseira com espessura e forma diferentes. Trata-se de uma pulseira cilíndrica com cerca de 6mm de espessura, para a qual se contou com um cabo de plástico que simula couro para o seu enchimento. Tal como nas anteriores experiências, ter-se-á cortado uma tira de 18cm, porém desta vez neste material alternativo.

Também este terá sido revestido com tecido angolano, porem segundo um processo diferente, pela forma diferente de costura necessária para o revestimento de um objeto cilíndrico.

Ter-se-á cortado o tecido necessário, mas desta vez cozido com uma só costura, sem o enchimento, e do lado contrário do tecido que ficará visível.

Após costurada, a tira de tecido, terá sido voltada do lado inverso com o auxílio de uma agulha. Desta forma encontra-se pronto o revestimento da tira de plástico que só nesta fase foi introduzida no interior do tecido.



Figura 13 – Da esquerda para a direita: cabo de plástico utilizado no enchimento da experiência 3; introdução do cabo no tecido já costurado. Fonte: Rita FREITAS.

Este método, permite que do lado exterior a costura e acabamentos fiquem o menos visível possível. Trata-se de um processo mais complexo, que permite, no entanto, a criação de pulseiras diferentes e igualmente resistentes e flexíveis, que possa inclusive misturar-se com as da forma antes testada.



Figura 14 – Modelo de estudo respetivo à experiência 3. Fonte: Rita FREITAS.

6.4 Experiência 4

Numa quarta experiência, surge a necessidade de criar uma pulseira composta por três materiais:

- o enchimento;

- o tecido angolano na parte superior - ou seja a que fica visível exteriormente;

- e na parte inferior acrescentar um material semelhante ao couro ou à pele, na tentativa de criar um objeto mais luxuoso, de maior qualidade e valor acrescentado, tendo em conta o mercado a que se destina.

Esta hipótese permite também que em contacto com a pele do utilizador não esteja tecido, mas sim couro e por isso não se desgaste o tecido e padrão com a utilização.

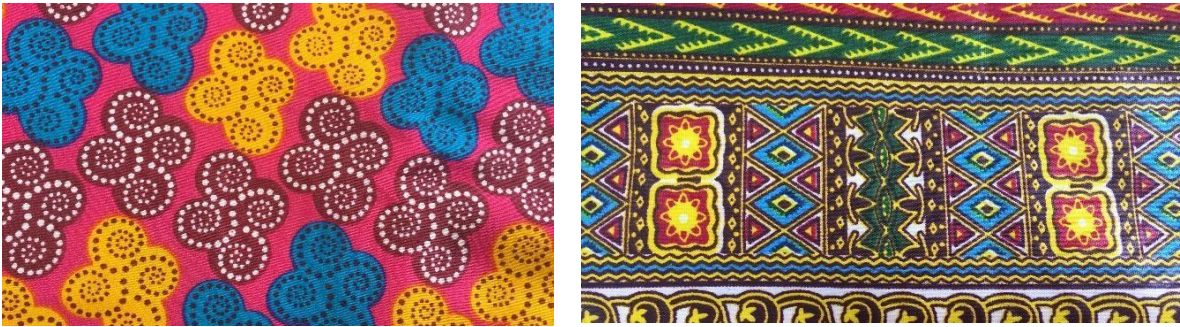


Figura 15 – Padrões utilizados nos modelos de estudo resultantes da experiência 4. Fonte: Rita FREITAS.

Com o objetivo de ir ao encontro deste conceito, nesta experiência foi utilizado um material de valor reduzido capaz de simular o couro e que de permitisse avaliar a competência semântica, a qualidade do material e a capacidade ergonômica a acrescentar às pulseiras.



Figura 16 – Da esquerda para a direita: material utilizado na experiência 4 para simulação de couro; vista interior da sobreposição das três camadas da pulseira e três materiais utilizados. Fonte: Rita FREITAS.

Assim, foram desenvolvidos dois modelos de estudo, ambos com a presença deste material, com enchimento em espuma prensada, mas com técnicas de costura diferente.



Figura 17 – Da esquerda para a direita: corte do excesso de tecido do modelo de estudo 1 da experiência 4; costura do modelo de estudo 2 da experiência 4. Fonte: Rita FREITAS.

Num primeiro modelo, após corte da espuma, do tecido e do “couro”, os três componentes foram sobrepostos, sendo o tecido dobrado nas extremidades da parte inferior sobre o “couro”. Num segundo modelo, o processo é semelhante, porém, o tecido não sobrepõe o “couro”.



Figura 18 – Vista da frente dos modelos de estudo 11 e 2 da experiência 4. Fonte: Rita FREITAS.



Figura 19 – Vista de trás dos modelos de estudo 1 e 2 da experiência 4. Fonte: Rita FREITAS.

6.5 Experiência 5

Ainda no seguimento do conceito da experiência 4 com a aplicação de três materiais, surge a experiência 5. Desta vez com pele verdadeira e mais fina que o material substituto utilizado anteriormente, facilitando por isso o processo de costura. Também o material de enchimento foi alterado na tentativa de se aperfeiçoar este detalhe. Desta vez, recorreu-se a uma espuma prensada semelhante à utilizada na experiência 2, porém mais espessa e com um acabamento mais resistente.



Figura 20 – Da esquerda para a direita: espuma prensada utilizada no enchimento da experiência 5; pele verdadeira, utilizada na parte inferior do modelo de estudo da experiência 5. Fonte: Rita FREITAS.

Neste modelo de estudo foi utilizado como revestimento o tecido denominado de “Samakaka”, o pano mais tradicional angolano, sendo que quanto ao processo de produção recorreu-se a um método muito semelhante aos anteriores. Inicialmente recortaram-se os materiais, o couro, a espuma e o tecido, foram sobrepostos e costurados com duas costuras laterais.



Figura 21 – Da esquerda para a direita: tecido utilizado na experiência 5; produção do modelo de estudo da experiência 5. Fonte: Rita FREITAS.

Nesta experiência foi possível perceber que a utilização de pele verdadeira resulta num modelo bastante mais agradável quando em contacto com a pele, e com um aspeto mais sofisticado.

O contrário acontece com a espuma utilizada no enchimento que confere ao objeto uma espessura exagerada e demasiada flexibilidade, o que inclusive dificulta o processo de costura.



Figura 22 – Frente e verso do modelo de estudo resultante da experiência 5. Fonte: Rita FREITAS.

6.6 Experiência 6

Ainda na tentativa de testar o melhor material a utilizar no enchimento das pulseiras, desenvolveu-se a experiência 6. Recorreu-se à utilização de um plástico maleável transparente fino a fim de se conseguir maior resistência e mais consistência, mas com uma espessura menor que na experiência anterior.

À semelhança do modelo anterior a tira foi revestida com o tecido “Samakaka” na parte superior e pele na inferior.

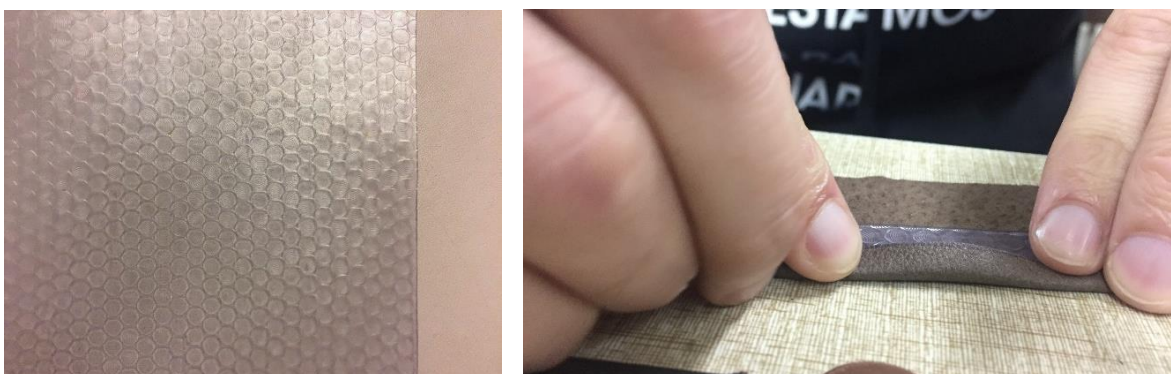


Figura 23 – Da esquerda para a direita: material utilizado no interior do modelo de estudo da experiência 6; processo de revestimento do enchimento com pele. Fonte: Rita FREITAS.

O processo produtivo aplicado nesta experiência é muito semelhante ao da experiência anterior. Cortaram-se os três materiais, revestiu-se o enchimento com pele, dobraram-se as extremidades do tecido sobre a pele e fizeram passar-se duas costuras laterais com a máquina de costura.

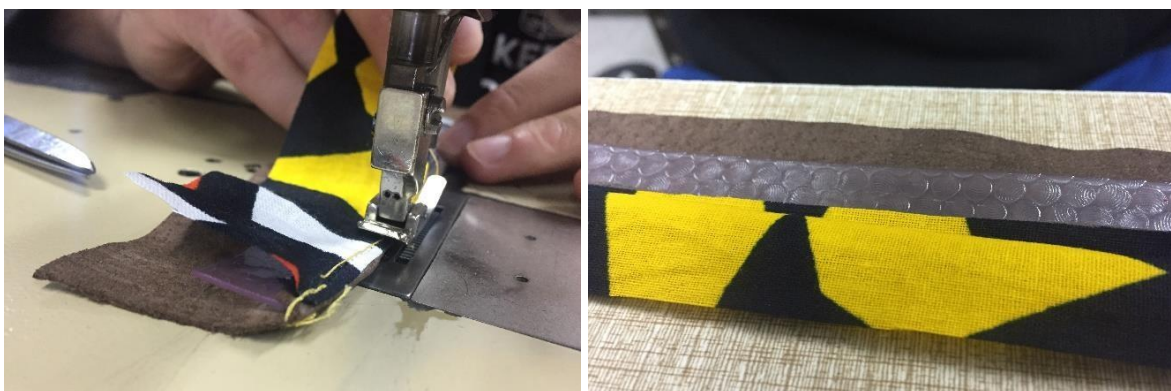


Figura 24 – Da esquerda para a direita: Costura do modelo da experiência 6; vista dos três materiais utilizados em camadas. Fonte: Rita FREITAS.

Nesta experiência foi possível verificar que o material escolhido para o enchimento resulta muito bem do ponto de vista visual e ergonômico. É confortável, resistente e flexível o necessário, porém, do ponto de vista produtivo causou algumas dificuldades uma vez que é difícil de ser trabalhado na máquina de costura precisamente pela sua consistência e resistência. É um material mais fino que o da experiência anterior, mas mais duro, dificultando a perfeição da costura conforme se pode verificar a baixo na imagem do verso do modelo.



Figura 25 – Frente e verso do modelo de estudo resultante da experiência 6. Fonte: Rita FREITAS.

6.7 Experiência 7

Após testes e avaliação das experiências anteriores, onde se pretendia encontrar um material adequado ao enchimento das pulseiras, bem como o processo de costura a adotar e a adição de materiais como a pele, surge a necessidade de testar o acabamento e fecho das pulseiras.

Assim, desenvolveu-se uma pulseira cujo enchimento foi feito com o da experiência 2 (aquele que aparentemente confere melhor relação resistência/flexibilidade), porém com aplicação de pele na camada inferior, que antes não havia ainda sido feito.

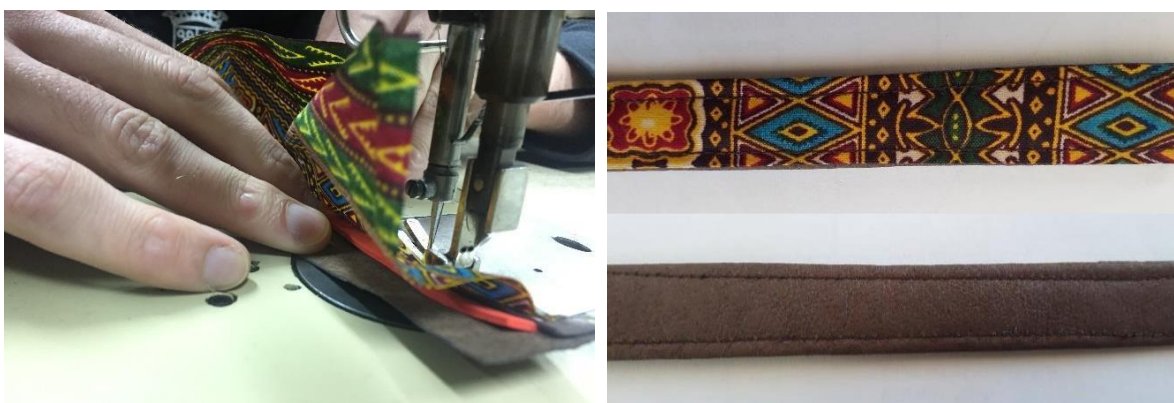


Figura 26 – Da esquerda para a direita: produção da tira da pulseira respetiva ao modelo de estudo da experiência 7; frente e verso da tira da pulseira da experiência 7. Fonte: Rita FREITAS.

Tendo em conta os custos elevados que acarreta a utilização de ouro, nesta fase experimental recorreu-se ao uso de prata para criação dos terminais de fecho da pulseira. Optou-se por testar um sistema de fecho por mosquetão, com aplicação de “malha” para ajuste do tamanho da pulseira ao pulso.

A “malha” foi desenvolvida manualmente pelo artesão Manuel Duarte na fábrica da Eleuterio, e o mosquetão produzido por enchimento. Quanto aos terminais que cobrem as extremidades da pulseira são colados com cola forte como habitual em joias produzidas com este sistema.



Figura 27 – Da cima para baixo: frente e verso do modelo de estudo da experiência 7; modelo de estudo da experiência 7 com fecho apertado. Fonte: Rita FREITAS.

6.8 Experiência 8

Ainda numa fase de teste dos terminais e fecho das pulseiras, surge a experiência 8. Desta vez, optou-se por aplicar os terminais, igualmente em prata e com “malha” de fecho em mosquetão, no modelo de estudo desenvolvido na experiência 3 por tratar-se de uma forma diferente de pulseira, para que seja possível analisar diferentes modelos e sua combinação.

Neste caso, não foi necessário produzir uma nova tira, sendo que se aplicaram os terminais nas extremidades da tira previamente produzida, também na fábrica da Eleuterio, segundo o mesmo processo da experiência anterior. Pela sua forma cilíndrica, naturalmente o terminal em prata colado nas extremidades da pulseira apresenta uma forma diferente do modelo achatado.



Figura 28 – Produção de “malha” na fábrica da Eleuterio; modelo de estudo com terminais em prata produzidos pelo ourives Manuel Duarte. Fonte: Rita FREITAS.

Foi possível verificar que o sistema de fecho com mosquetão em malha é bastante adequado, na medida em que a sua produção é fácil para os artesãos da Eleuterio, e permite que o utilizador ajuste as pulseiras ao tamanho do seu pulso, sem a necessidade se criarem várias medidas. Ou seja, com uma só medida de pulseira, é possível ajustá-la à medida mais conveniente. Este sistema permite ainda acrescentar valor ao objeto pela presença de um metal nobre, bem como a criação de um espaço (o da malha) onde é possível prender pequenas medalhas.



Figura 29 - Modelo de estudo da experiência 8 com terminais e fecho em prata. Fonte: Rita FREITAS.

6.9. Experiência 9

A experiência 9 pretende criar uma pulseira com um conceito mais versátil que as anteriores. Pretende-se a criação de um objeto que possa ser uma pulseira e por isso um adereço, mas simultaneamente um elástico de cabelo, ou seja, com duas funções. Este sistema permitiria utilizar-se a pulseira, que seria igualmente produzida com panos angolanos e à qual seriam acrescentados elementos em ouro com filigrana, mas com uma vertente elástica, para que quando necessário pudesse ser utilizada como elástico de cabelo. Esta pulseira podia inclusive misturar-se com as outras e obter-se no pulso uma paleta de formas e cores não só conseguida através dos coloridos e estampados panos angolanos, mas também através das diferentes formas físicas das pulseiras.

Foram criados dois modelos de estudo que tornariam esta hipótese possível, porém produzidos segundo processos diferentes.

O primeiro modelo consiste no revestimento de um elástico de 1.5cm de largura por 18cm de comprimento com um pano angolano, fazendo-se passar uma costura no centro da tira, seguindo-se uma costura de união das extremidades.



Figura 30 – Processo de produção do modelo de estudo 1 da experiência 9. Fonte: Rita FREITAS.

O segundo modelo passa por costurar uma tira de 40cm de comprimento por 8cm de largura de tecido, fazendo-se passar no interior um elástico de 15cm de comprimento.



Figura 31 – Processo de produção do modelo de estudo 2 da experiência 9. Fonte: Rita FREITAS.

Foi possível verificar que a segunda função (elástico de cabelo) deste objeto, seria eficazmente cumprida. Porém do ponto de vista visual e estético, quando comparado com as experiências anteriores verifica-se uma desvalorização neste tipo de objeto. Quando colocados junto dos outros modelos de estudo é notória a sensação de valor acrescentado nos restantes modelos, ao contrário dos modelos de pulseira elástica.



Figura 32 – Da esquerda para a direita: modelo de estudo 1 da experiência 9; modelo de estudo 2 da experiência 9. Fonte: Rita FREITAS.

6.10. Reflexões para o projeto final

- Quando avaliado o material a utilizar no enchimento das pulseiras, verifica-se que a espuma prensada fina é a que resulta melhor do ponto de vista ergonómico, de resistência e estético;
 - A espuma prensada alta verificou-se demasiado flexível e grossa, dificultando a produção e desfavorecendo o aspeto estético;
 - A tira de plástico transparente verificou-se muito favorável relativamente à resistência e flexibilidade, mas muito difícil de trabalhar na máquina de costura;
 - O feltro revelou-se excessivamente flexível e frágil.
- O couro enquanto revestimento inferior revelou-se bastante favorável por atribuir ao objeto um aspeto luxuoso e mais requintado, da mesma forma que permite que quando em contacto com a pele, o tecido da pulseira não se desgaste;
- Do ponto de vista técnico a pulseira cilíndrica revelou-se bastante mais complexa que as restantes, mas muito agradável esteticamente, nomeadamente quando misturada com as tiras mais largas e espalmadas;
- As pulseiras elásticas, apresentam uma solução versátil, funcional e muito prática no dia-a-dia, no entanto, visualmente revelaram-se desfavoráveis quando comparadas com as restantes, transmitem um aspeto menos luxuoso, mais vulgar e desvalorizam o conjunto;
- Os terminais em “malha” de prata com fecho em “mosquetão” apresentam uma boa solução, prática e funcional, visualmente agradável por ser simples e leve, de fácil produção, e boa resistência;
- Os tecidos africanos aplicados no topo das pulseiras ou no seu revestimento completo verificaram-se muito favoráveis do ponto de vista técnico por serem fáceis de trabalhar e visualmente provocam um efeito muito divertido, alegre e agradável conforme se pretende

7. Projeto

Após a fase de experimentação, reflexão e seleção de hipóteses, deu-se início à produção do protótipo final.

Optou-se por se produzir dois modelos de pulseiras, com dois padrões de panos angolanos e quatro elementos em filigrana. Pretende-se lançar estes dois modelos como hipótese projetual, mas também como uma sugestão e desafio para a Eleuterio Jewels, inclusive numa perspetiva de produzir-se futuramente com outros padrões, outros elementos ou até outras dimensões.

Tratam-se de objetos versáteis, que poderão ser utilizados em conjunto ou separadamente, com um ou vários elementos em filigrana e das mais variadas formas.

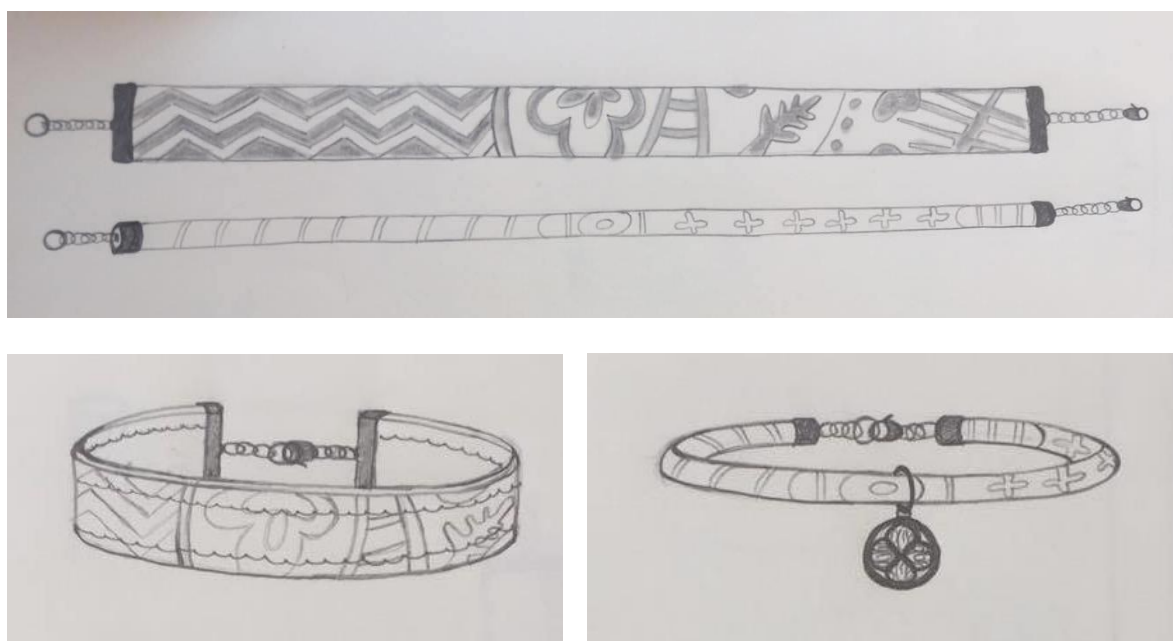


Figura 33 – Esquiços da hipótese final a produzir.

Produziu-se uma pulseira cilíndrica, com um cabo de 15cm de comprimento, revestimento em tecido angolano e os terminais em “malha” e sistema de fecho em mosquetão, à semelhança da experiência 8.

Porém, desta vez com os terminais em ouro, e um padrão de tecido diferente. Recorreu-se à utilização do mais tradicional pano angolano, o “Samakaka” na perspectiva de bem representar a cultura angolana.



Figura 34 – Da esquerda para a direita: “Samakaka” pano mais tradicional angolano; produção do protótipo com o apoio de Benilde Carneiro. Fonte: Rita FREITAS

Como referido anteriormente, os panos angolanos representam símbolos e significados através dos seus estampados. No caso do *Samakaka*, no qual predominam as cores branco, preto, vermelho e amarelo em formas geométricas, é possível identificar através destas cores diferentes significados.

São estas as cores que representam Angola, são as cores da bandeira nacional e como tal este transformou-se no mais tradicional pano angolano. “O preto simboliza o território africano, o vermelho significa o sangue e as lutas pela independência, e o amarelo que está presente na bandeira, na catana e na roldana, representa a indústria e a agricultura.”⁷¹

Assim, na tentativa de interpretar estes significados e criar uma ligação entre o tecido da pulseira e as medalhas ou pendentos nela pendurados, desenvolveram-se três tipos de medalhas em filigrana de aproximadamente 11mm de diâmetro, nas quais foi possível aplicar três tipos de preenchimento.

A forma destas medalhas simboliza cada um dos significados do pano Samakaka, mas representam também o recuperar e reinventar da filigrana portuguesa uma vez que são inspiradas em antigos modelos da Eleuterio Jewels

⁷¹ GEORGE, A. – E-mail de Álvaro George. Ver anexo 2

enquanto empresa produtora da tradicional filigrana. Foram reinterpretadas e alteradas de forma a estabelecerem uma ligação ao tecido e cumprirem a missão de manter viva a tradicional técnica da filigrana.

Adotaram-se portanto três formas diferentes de medalhas. Uma em forma de gota, preenchida com a clássica filigrana muito fina e detalhada, que pela sua forma representará o sangue presente no *Samakaka* pela cor vermelha.

Na tentativa de criar uma ligação com o preto, cor que simboliza o território angolano, criou-se uma medalha em forma de quadrado preenchida com pormenores em fio torcido e por isso mais grosso que o utilizado na medalha anterior. A terceira medalha estabelece uma ligação com a agricultura representada no tecido a amarelo, preenchida com uma mistura das duas técnicas anteriores e simula a forma da roldana da bandeira com fio torcido na parte exterior e a forma de pequenas sementes preenchidas com o fio fino no interior.



Figura 35 – Da esquerda para a direita: processo de enchimento em filigrana clássica; medalhas preenchidas e soldadas antes da fase de acabamento. Fonte: Rita FREITAS

Relativamente ao encaixe das medalhas na pulseira, produziram-se pequenas argolas de ouro no diâmetro da pulseira com um sistema de abertura para que possa ser possível colocar e retirar facilmente as medalhas conforme a vontade do utilizador.

Relativamente ao protótipo da pulseira espalmada, produziu-se uma tira de 15cm e 1.5cm de largura, com espuma prensada no enchimento, pele na parte inferior e tecido angolano na superior. Tal como na fase de experimentação, sobrepuseram-se as três camadas de materiais, efetuaram-se as dobras necessárias, primeiro a pele sobre a espuma e depois as extremidades do tecido, e fizeram-se passar duas costuras laterais na tira.

Os terminais foram produzidos com malha e mosquetão de ouro, com um sistema de fecho semelhante ao da experiência 7.

Foi utilizado um tecido muito colorido, rico em formas e símbolos que representam a música, os rituais, a cultura desta sociedade, *“a alegria do povo angolano, as suas danças, e vestem-nos quando estão em festa.”*⁷²

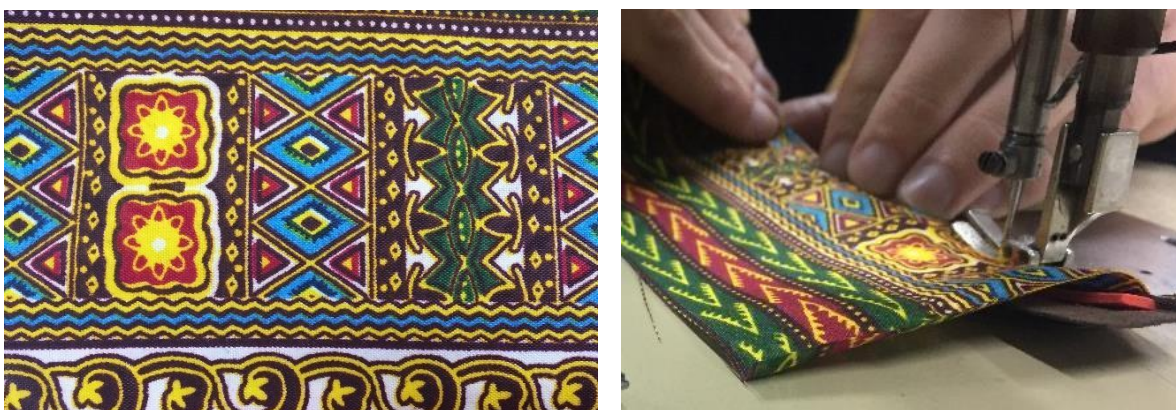


Figura 36 – Da esquerda para a direita: tecido angolano utilizado no protótipo; processo de costura da pulseira.
Fonte: Rita FREITAS

Neste sentido, produziu-se uma medalha para aplicação na malha da pulseira, um sistema de aplicação diferente da pulseira cilíndrica, precisamente para criar um efeito visual preenchido, irregular, e criar hipóteses alternativas de utilização do objeto.

⁷² GEORGE, A. – E-mail de Álvaro George. Ver anexo 2

Trata-se de uma medalha redonda, com 17mm de diâmetro, preenchida em fio torcido com motivos de variadas formas na tentativa de recriar a enérgica junção de formas do tecido que representam, alegria, festa, e por isso confusão, ajuntamento, concentração, mistura.

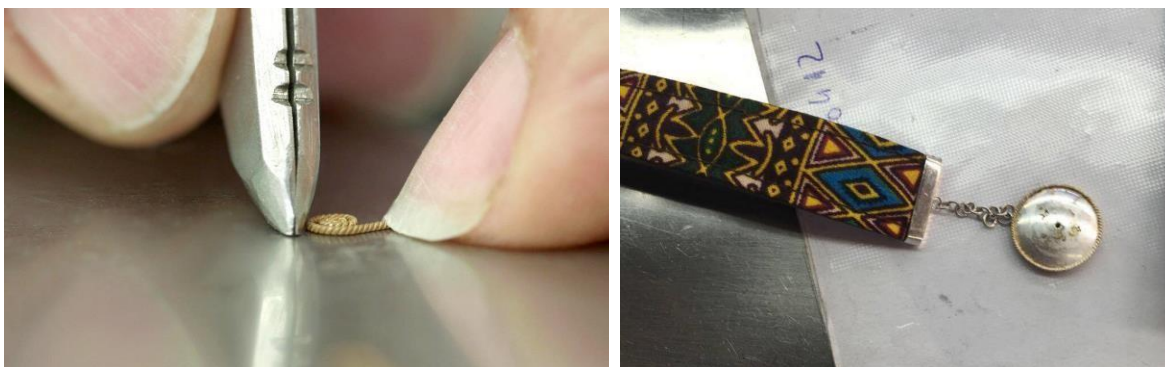


Figura 37 - Da esquerda para a direita: processo de enrolar o fio torcido para preenchimento da medalha; aplicação da medalha à pulseira.

Igualmente produzida com o apoio do artesão Manuel Duarte, apenas será aplicada uma medalha nesta pulseira, tendo em conta que se trata de uma medalha maior, aplicada segundo um sistema de mosquetão na malha, e a presença de elementos bastante minuciosos e concentrados no tecido.

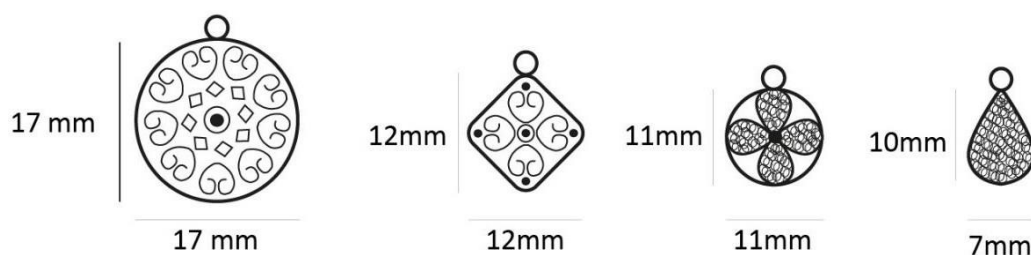


Figura 38 – Desenho das medalhas e respetivas medidas principais.

Desta forma, foi possível criar um sistema de produto versátil, “mestiço”, capaz de juntar o melhor de dois mundos, por meio do design de joalheria, numa parceria com a chefe de confeção têxtil Benilde Carneiro e o artesão Manuel Duarte.



Figura 39 – Medalhas com filigrana para aplicação nas pulseiras.

Apenas se produziram dois exemplares, mas trata-se de um conceito que poderá aplicar-se a diferentes tamanhos e espessuras de pulseiras, nos mais variados padrões e com as formas de medalhas que se pretender. Poderá ainda alargar-se a tipologia de produto para colares ou brincos, quem sabe, o caminho para uma coleção mestiça da Eleuterio Jewels, que lhe permitirá expandir o seu trabalho no mercado angolano.

Fica ainda a sugestão de se produzirem pulseiras com este conceito apenas com desperdícios de tecidos criando uma parceria com uma empresa têxtil que possa facilmente fornecer este material. Este aproveitamento permitiria à empresa desenvolver uma linha de joalharia de baixo custo, mantendo os padrões de qualidade, pelo que se tornaria possível a criação de um projeto solidário, em que parte do valor da venda de cada peça reverteria a favor de instituições sociais angolanas, nomeadamente algumas com as quais a Eleuterio Jewels já desenvolveu parcerias em projetos anteriores.

Este projeto permitira apoiar instituições angolanas, preservar, reinventar e expandir as culturas portuguesa e angolana, bem como a criação de um sistema de joia inovador, criativo e luxuoso.

8. Conclusões

Vivemos numa sociedade caracterizada pela abundância e excesso. Abundância de informação, de tecnologia, de criação, de conhecimento, de criatividade, de tudo. Hoje em dia, de uma forma ou de outra, todos temos acesso a tudo, ao que se passa do outro lado do mundo no exato momento. Foi este pensamento que deu origem à ambição de valorizar o que havia sido esquecido, posto de parte, excluído. De redescobrir o que já foi descoberto, de reinterpretar, de reinventar, de atualizar, de recuperar.

Caminhamos para um mundo onde tudo é de todos e todos são todos. Um mundo com tanta facilidade e acessibilidade onde já nada terá o devido valor. É neste sentido que surge a necessidade de se criarem projetos como o que esta tese defende, e foi este pensamento que permitiu a solução da hipótese e questões de investigação a que esta dissertação se propõe.

Um projeto que luta pela reinvenção do que já foi inventado, usado, desusado, e quase ou completamente esquecido. Quando pensamos no que temos hoje, devemos tentar entender o caminho e processo que sucedeu até ter obtido a forma, o aspeto ou o cheiro, que tem hoje. Certamente sofreu um processo de evolução, de acompanhamento da sociedade.

Se recuarmos ao início, vamos deparar-nos com pessoas, histórias, formas, cores, significados, que ditaram a evolução das coisas e pouco ou nada são valorizadas. Pelo contrário, são esquecidas, consideradas desatualizadas e inúteis, sem nos darmos conta de que sem elas jamais seríamos o que somos hoje.

É nesta perspetiva que os irmãos Antunes, fundadores da Eleuterio Jewels, há uns anos atrás, em vez de fecharem portas como os seus antigos concorrentes, que pela evolução do mercado e desuso dos seus produtos caíram na falência, fizeram exatamente o contrário. Analisaram todo o trabalho que haviam feito durante décadas, agarraram-se à técnica que tao bem trabalhavam, e ganharam a ambição de a elevar, de a respeitar e de lhe dar o devido valor.

Acompanharam as tendências da sociedade atual e a sua inevitável evolução, criaram novas formas, definiram trabalhar para o mercado de luxo e à filigrana juntaram os diamantes, os acabamentos de qualidade e um design atual e apetecível.

Também o projeto desta tese tem esse propósito. Recuar ao tempo da tradicional filigrana, estudar a forma como se produz, reinterpretá-la e mais que isso, fundi-la com outro elemento igualmente marcante na cultura de um povo e juntos, darem origem a um novo produto. Um produto reinventado a partir de coisas há muito inventadas.

Como a filigrana, são inúmeros os símbolos culturais que ao longo dos anos estagnaram e se desvalorizaram, em Portugal e em todos os países do mundo.

Nesta tese, selecionaram-se apenas dois de muitos, a filigrana portuguesa e os panos angolanos. Surgiu a missão de fundir estes dois elementos e através do design criar um sistema de joia capaz de contribuir para a sobrevivência destas duas culturas, ao mesmo tempo que se dedica a um mercado de luxo, a um público exigente, que aprecia as tendências atuais e jamais pagaria por algo desatualizado e arcaico.

Assim, surgiram as pulseiras a que se propõe esta tese. Um conjunto de pulseiras, coloridas, que transmitem alegria, energia, diversão e por isso chamativas e apelativas. Conseguem incluir a filigrana nas medalhinhas facilmente aplicáveis consoante a vontade do utilizador, que pode optar por usar uma pulseira, várias, iguais ou diferentes, com o número, disposição e formas de medalhas que entender. Conseguem ainda transformar um material de baixo custo, o tecido, num material de valor acrescentado ao misturar-se com ouro e pele, revelando-se uma boa forma de atribuir valor a este material tão tradicional em Angola e desvalorizado económica e culturalmente.

Do ponto de vista estratégico empresarial, trata-se de um produto que apresentará baixos custos de produção, uma vez que necessita de pouca quantidade de metal, e a quantidade necessária quer de pele, quer de tecido pode ser facilmente conseguida através de desperdícios.

O luxo inerente ao ouro e à manual filigrana está igualmente presente, com o acrescentar de uma valência bicultural, que apelará ao sentimento do comprador.

Porque afinal, como referido anteriormente, vivemos num mundo onde tudo é adquirido muito facilmente, e somente aquilo que tocar no coração das pessoas, que lhes trouxer memórias, aquilo que identificarem como verdadeiramente seu, será ambicionado.

Por este motivo, estas pulseiras encaixarão positivamente no universo do mercado de luxo, onde passará a ser possível comprar com qualidade e significado em simultâneo. Se uma peça de qualidade e bonita já é apelativa, uma que para além disso represente a identidade não de um povo, mas de dois, será certamente motivo sucesso.

Para o mercado angolano pode revelar-se um produto bastante vantajoso na medida em que é escassa a oferta de produtos de luxo em Angola, mas muita a procura, mais ainda quando o produto representa aquela cultura. Como comprovado anteriormente, os angolanos são um povo bastante consumista, que se desloca do país para poder adquirir produtos aos quais lá não tem acesso. Esta escassez é ainda mais forte no que se refere a produtos que transpareçam a cultura angolana, que como afirmado anteriormente na análise de entrevistas, é algo que este povo gostava ser possível combater. Se lhes conseguirmos oferecer um produto de luxo combinado com a sua identidade cultural e a presença portuguesa, país para onde se deslocam para as suas compras, estaremos a contribuir para a evolução do mercado, bem como para a empresa produtora, neste caso a Eleuterio Jewels, com interesse neste mercado desde há imenso tempo.

Do ponto de vista académico, esta tese tornou possível a inserção de um aluno no mercado de trabalho, a investigação de áreas pertinentes na atualidade, como a técnica filigrana e a cultura angolana bem como permitiu a abertura para duas parcerias com o IPVC, a confeção têxtil de Benilde Carneiro e a Eleuterio Jewels. De salientar ainda é a abrangência de interesse deste tema, que se insere na área de investigadores e estudantes de design de joalheria, de moda, de produto.

9. Referências Bibliográficas

ALVES, Suzana (2012) *Áurea braga: O design de uma jóia como veículo cultural de um lugar*, Tese de Mestrado, Instituto Politécnico de Viana do Castelo, Escola Superior de Tecnologia e Gestão

APARO, Ermanno (2010) *A Cultura Cerâmica no Design da Joalheria Portuguesa*, Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro, Departamento de Comunicação e Arte.

APARO E SOARES (2012) *Sei progetti in cerca d'autore/Seis projetos à procura de autor*; Firenze: Alinea Editrice, 43-44

CASTALDO PARIS, Lluís (1996) *Necesidad e importância de la cerâmica como manifestación humana*, Cadernos do seminário de Sargadelos, N.º 72. A Coruña: Edicions do Castro.

CUNHA, Andreia (2015) *O genius loci das lagoas de bertíandos e de S. Pedro D'arcos no design de biojóias*, Tese de Mestrado, Instituto Politécnico de Viana do Castelo, Escola Superior de Tecnologia e Gestão

FERREIRA, Wilson (2016) *A história das relações entre Angola e Portugal*, Tese de Mestrado, Universidade Lusófona, Faculdade de Ciências Sociais, Educação e Administração.

KLEIN C., HURLBUT C., (2003) *Manual de Mineralogía*, 21º edição, Editorial Reverté, 525

LA PIETRA, Ugo (1997) «Didattica, progettualità e cultura artigianale» in MOROZZI, Cristina (coord.) *Disegnare l'artigianato*. Torino: Lindau, 23 – 29.

LAPLANTINE F. e NOUSS A., (1997) *Le Métissage, Téraàdre*, 5 – 16

OLIVEIRA, Tiago (2015) Design para superfícies sensíveis: Desenvolvimento de superfícies para uma caldeira industrial, Tese de Mestrado, Instituto Politécnico de Viana do Castelo, Escola Superior de Tecnologia e Gestão

PAULINO, Ana (2016) Centro Cultural Chicala : A celebração da cultura angolana pela arquitetura, Tese de Mestrado, Faculdade de Arquitetura, Universidade de Lisboa

SOUSA, Osvaldo Macedo; BOTELHO, João d'Alpuim (1998) "LUIZ FILIPE, Um Pioneiro do Modernismo", 54 - 101

VIEIRA, Joana (2014) Eyewear: um projeto entre design e materiais para uma visão dilatada dos processos, Tese de Mestrado, Instituto Politécnico de Viana do Castelo, Escola Superior de Tecnologia e Gestão

10. Apêndices

10.1 Entrevista com Rosa Antunes - Filha do fundador da empresa Eleuterio, que a chefia atualmente.

07-09-2017 - Entrevista realizada no dia 5 de Setembro 2017, no escritório da empresa Eleuterio, Braga.



Entrevista com Rosa Antunes

1. Idade. Formação académica. Formação Profissional.

"46 anos, Bacharelato em Administração e Gestão de Empresas, Diretora Executiva da Eleuterio"

2. Quando começou o seu interesse pela joalheria?

"Desde criança que estou envolvida no mundo da joalheria, cresci no meio de ourives, andava pela oficina por isso desde sempre, mas efetivamente profissionalmente e com mais responsabilidade desde há 25 anos, quando comecei a trabalhar com o meu pai. "

3. O que é para si, a joalheria?

"Para a mim a joalheria é o acrescentar valor no dia a dia de uma mulher, é um património, é um acrescento. Hoje evidentemente nuns padrões diferentes. Antes as pessoas adquiriam peças como sendo um investimento, e não se preocupavam com a estética, queriam peças pesadas e de valor como garantia de um bem seguro. Hoje não deixa de ser um objeto de valor acrescentado, mas compram para usar, para se sentir melhor, mais bonitas, ou até para afirmar a sua posição financeira e estatuto social. Mas é acima de tudo uma arte que enriquece o dia a dia das mulheres maioritariamente."

4. Para se ser desenhar joias que formação se deve ter? Especifique os conhecimentos essenciais para se poder exercer esta profissão?

"Eu acho que acima de tudo é preciso conhecer o mundo da joalheria, não necessariamente ter formação académica, porque a experiência conta muito. Evidente que a formação académica na área reforça muita coisa. E é preciso ter o dom, saber desenhar, ou ter formação numa área que permita adquirir competências de desenho. Mas há algo que eu entendo ser muito importante, viajar, conhecer o mundo, observar, fazer contactos, ler e pesquisar muito, e claro ter o sentido de estética e do que é visualmente agradável."

5. Que relação o ourives deve estabelecer o designer de joias e o gestor de marketing?

"Devem ser uma equipa, trabalhar em sintonia, hoje em dia nada funciona se as várias áreas não se apoiarem umas às outras, tem de ser como um puzzle e trabalharem juntos para o mesmo e respeitarem o trabalho de cada um."



6. Quando deve começar essa relação? No início, durante, no final? Porquê?

"No início claro, o designer tem de ter conhecimentos da produção, se não desenha coisas que se calhar o ourives não consegue fazer e o marketer tem de entender a alma e o conceito da peça, para com o seu trabalho poder provocar no cliente o desejo de comprar e passar a mensagem pretendida."

7. Como nasceu a Eleuterio? O que é para sai a Eleuterio?

"A Eleuterio nasceu como tu já sabes, teve origem familiar, com o meu bisavô, depois passou para o meu avô, depois para o meu pai e agora continua comigo e com o meu irmão. Foi registada em 1925, e é acima de tudo uma empresa com um ADN muito forte, com história, que quer ser responsável por preservar a arte da filigrana, os artesãos e a produção manual. Não criar peças injetadas, manter as características originais da filigrana, a arte no seu melhor, mas evidentemente projetada aos padrões de uma marca atual, com inovação, design e adaptada aos gostos da sociedade atual. "

8. Considera importante manter vivas as tradições e cultura portuguesas? E na criação de uma joia, é importante ter em conta as características do lugar?

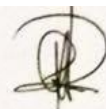
"Há que manter vivas as tradições claro, isso sim sem dúvida, e nós Eleuterio somos o exemplo da preocupação com isso. Quanto às joias depende de onde estamos, onde queremos vender, se na nossa região, se para o mundo. O nosso objetivo foi focar as nossas raízes, a nossa arte e aliá-la ao design transportando o nosso trabalho para o mundo e eu acho sim isso importante porque resulta e não só em Portugal, lá fora há uma boa aceitação por estes produtos apesar de terem uma marca cultural forte nossa."

9. Há quantos anos trabalha em joalheria? E na Eleuterio?

"Sempre trabalhei em joalheria, na empresa que era do meu pai à 25 anos, depois à cerca de 10 juntei-me ao meu irmão, e neste novo conceito de marca que mudou e evoluiu imenso desde o início da familiar Eleuterio há cerca de 5 anos."

10. Porque é importante que as vossas peças tenham a técnica da filigrana?

"Porque é o nosso saber, é o que fazemos melhor, é nosso, conta a nossa história, o nosso "know how", conhecem-nos assim, não podemos fugir das nossas raízes."



11. Quem desenha as peças?

"Depende, já passaram pela Eleuterio diversos criadores que têm pareceria com a marca."

12. Quantos trabalhadores tem a empresa e que tipo de profissões?

"12 trabalham diretamente na marca como os artesãos, eu, o meu irmão, e indiretamente há parecerias com a empresa que envolvem cerca de 45 pessoas."

13. Qual é a peça mais vendida?

"Talvez os brincos BROB0001 e o colar do conjunto CLOB0195 da coleção Blossom, são o nosso *best seller*."

14. Quanto custa em média uma peça ou qual o intervalo de variação de preços?

"A nossa média de valores deve rondar os 1000€, mas temos peças num intervalo dos 350€ aos 15000€."

15. As pessoas valorizam quando percebem que as peças Eleuterio são em filigrana e produzidas manualmente?

"Sim eu acho que sim, sentem um certo orgulho quando percebem que afinal com as nossas tradições se podem fazer coisas muito bonitas. Mas nós também tentamos fazer por isso e passar essa imagem."

16. Quais são os vossos postos de venda?

"Por exemplo o El Corte Inglés, a Boutique dos Relógios, a Joalheria Pires, Machado Joalheiros, Ourivesaria Arneiro, as lojas dos aeroportos, Lojas Francas e Portfólio, a Marcolino Relojoeiro, entre outros."

17. Em que mercados operam?

"Em Portugal, na Suíça, na Bélgica, nos Estados Unidos, no Japão, Áustria, Rússia, Dinamarca, Polónia, Inglaterra, Estados Unidos, Angola, Luxemburgo, Alemanha e Holanda."

18. Quem são os vossos principais concorrentes?

"Diretamente não temos, mas no fundo todas as marcas de alta joalheria ou mesmo de moda e bens de alto valor acabam por concorrentes para nós."

19. Perspetivas futuras e objetivos a cumprir para a Eleuterio?

"Perspetivas de uma marca que cresça e evolua cada vez mais, que se dê a conhecer ao mundo e que consiga posicionamento no mercado."

20. Que futuro prevê para a tradicional técnica da filigrana? Como se pode garantir a sua sobrevivência no mercado global?

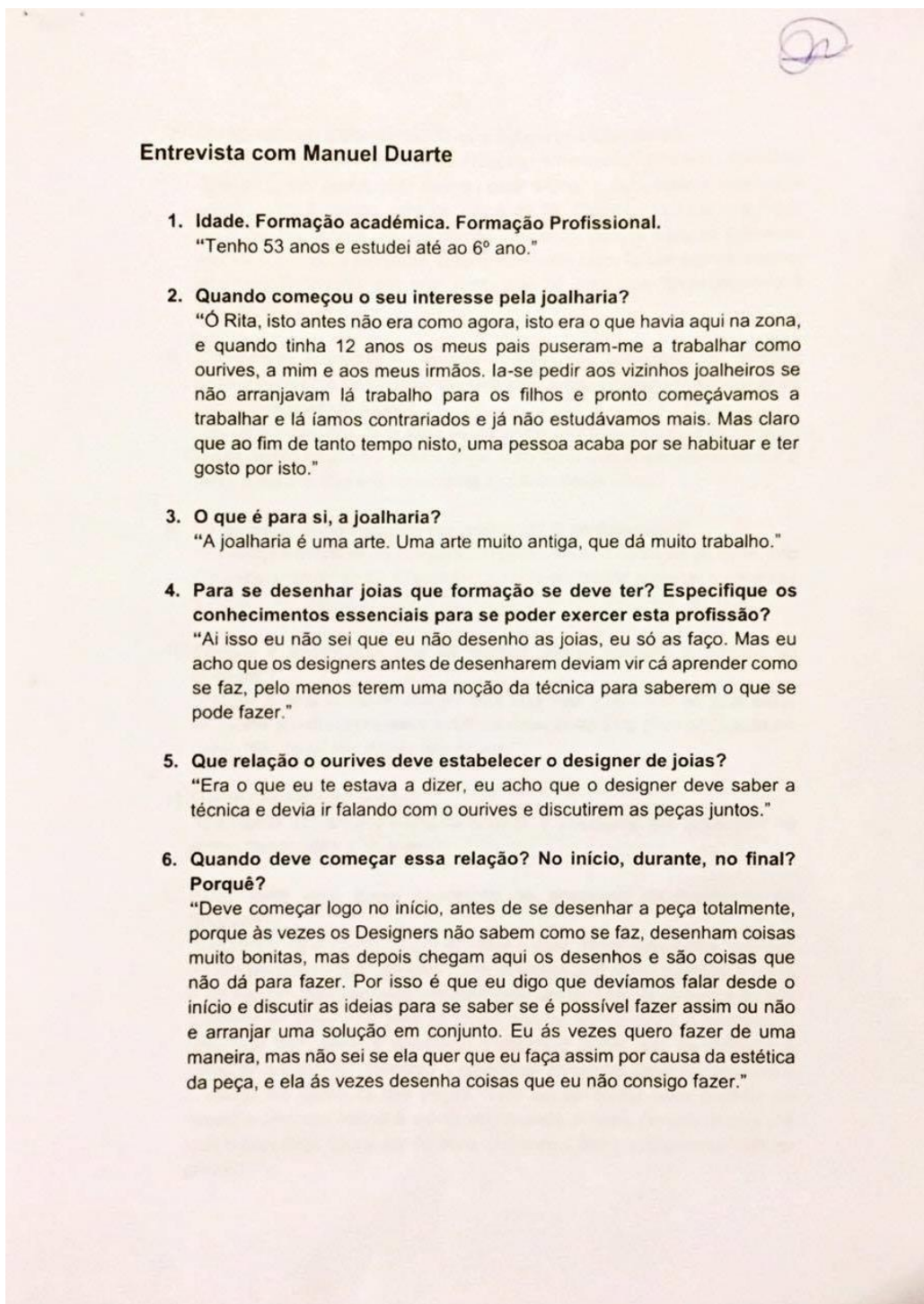
"Desde que se alie com o design, se criem coisas bonitas, diferentes, que vão de encontro com o gosto das pessoas o futuro é promissor. Tem de ser diferente, inovador, e atenção inovar não só na criação, mas também na forma de promoção e venda."

Rosa Cândida Teixeira Antunes.

13/10/2017

10.2 Entrevista com Manuel Duarte, chefe da secção de produção da empresa, filigraneiro de profissão.

27-06-2017 - Entrevista realizada no dia 26 de Junho de 2017, na fábrica da empresa, Travassos, Póvoa de Lanhoso.



23

7. Como nasceu a Eleuterio? O que é para si a Eleuterio?

"A Eleuterio já tem muitos anos. Nasceu com o senhor Eleuterio, Eleuterio José Antunes, que depois passou para o filho, o João Matos Antunes, e agora como tu sabes para os netos do Sr. Eleuterio, o Luís e a Rosa Antunes. Por isso é que se chama Eleuterio, porque sempre quiserem manter o nome do fundador. E eu acho muito bem, foi um grande senhor aqui em Travassos por isso acho que só podemos homenageá-lo e manter isto vivo."

8. Considera importante manter vivas as tradições e cultura portuguesas? E na criação de uma joia, é importante ter em conta as características do lugar?

"Eu acho que sim. Nós aqui só fazemos filigrana, que é uma tradição desta região desde há muitos anos, e eu acho que devemos continuar a fazer porque a filigrana representa a cultura deste povo."

9. Há quantos anos trabalha em joalheria? E na Eleuterio?

"Eu sempre trabalhei na Eleuterio, trabalho aqui há cerca de 30 anos, isto é, desde o tempo do Sr. Eleuterio. Quando era miúdo comecei a aprender e depois vim trabalhar para o Sr. Eleuterio e o Sr. Antunes, até hoje."

10. Porque é importante que as vossas peças tenham a técnica da filigrana?

"Porque é uma forma de manter esta arte viva, que como eu já te disse na minha opinião representa a cultura deste povo e do povo português no geral. Não podemos deixar isto morrer."

11. Quem desenha as peças?

"É a Fernanda Lamelas a grande maioria, é a designer que já trabalha há algum tempo para a empresa."

12. Pode fazer uma breve descrição do processo de produção da filigrana?

"Eleuterio? Olha começa por derreter o ouro, fazer uma barra com ele, depois puxa-se o ouro, passas numa maquina que ajuda a esticar a barra e vai ficando cada vez mais fino ate formar um fio. Depois de bem esticado dobra-se ao meio o fio para se poder enrolar um no outro, é espalmado para ficar bem preso e compacto e depois é cortar com as medidas e começar a trabalhar, começar a preencher as peças, fazer os caracóis e ir pondo na estrutura das peças. Tem de se soldar para prender os caracóis uns aos outros e vai-se construindo a peça. Depois lixa-se e é polido para ficar com a cor do ouro. E pronto é dar o acabamento que for preciso."

13. Quanto tempo demora a produzir uma peça?

"Ai isso depende muito da peça, pode demorar uma hora, duas, três ou um dia até. Depende do tamanho, do acabamento, se leva diamantes, depende de muita coisa."

14. Quantas peças produzem por dia?

"Mais uma vez depende, posso acabar várias se forem pequenas, como não acabar nenhuma num dia. Não há um número diário em média. Varia muito."

15. Perspetivas futuras e objetivos a cumprir para a Eleuterio?

"Eu acho e espero que isto cresça ainda mais. A Eleuterio tem peças muito bonitas, muito diferentes do que se fazia antigamente, eu acho que as pessoas gostam, por isso agora é produzir e vender para isto ser cada vez mais conhecido, a Eleuterio e a filigrana, se não um dia destes isto morre porque os jovens não querem pegar nisto."

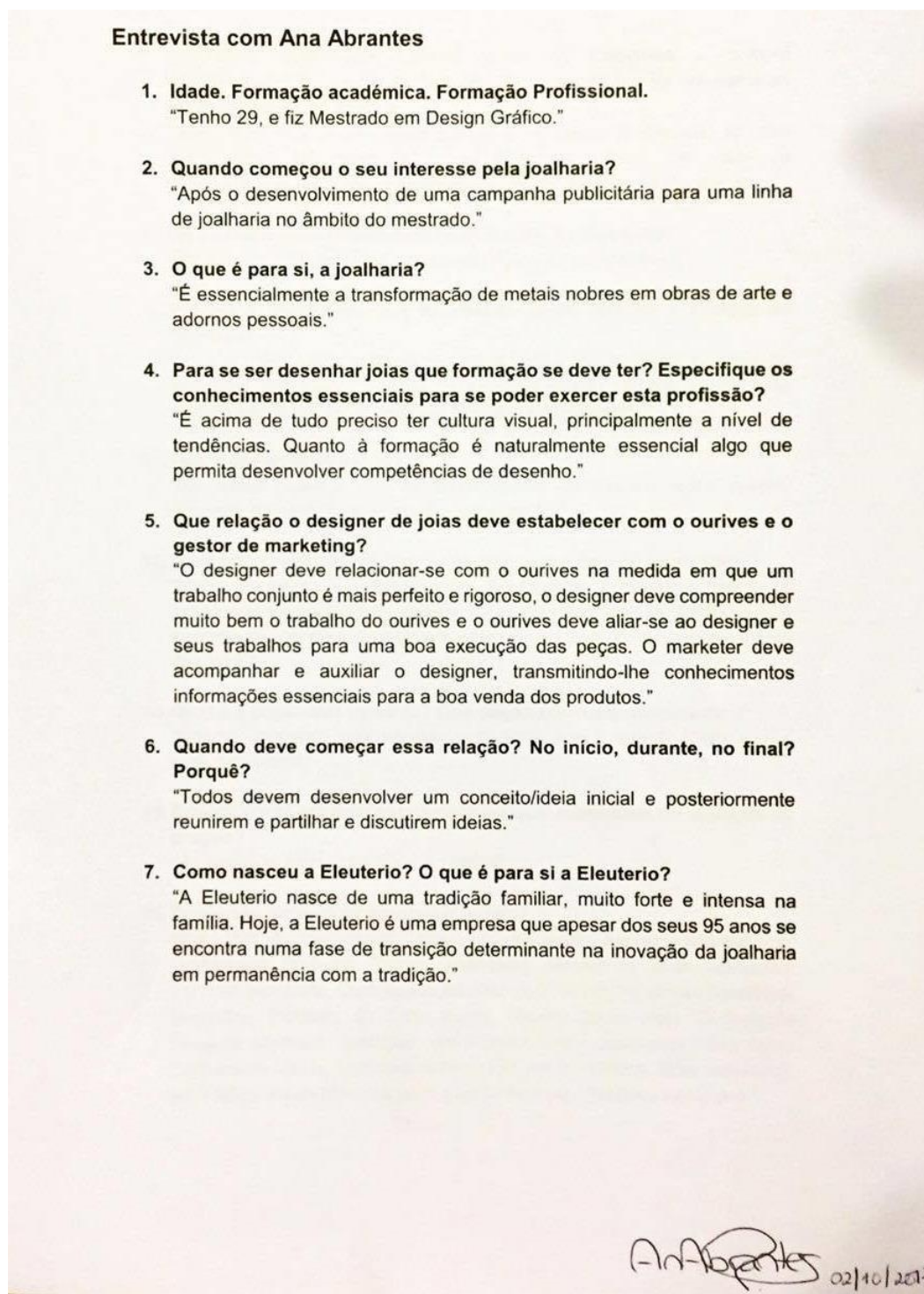
16. Que futuro prevê para a tradicional técnica da filigrana? Como se pode garantir a sua sobrevivência no mercado global?

"Olha isto pode sobreviver se a Eleuterio continuar a apostar na filigrana. Com a filigrana pode fazer-se muita coisa e se por exemplo outras marcas começarem a aproveitar isto talvez se consiga levar isto para a frente. Tem de se por os jovens a conhecer isto e a saber fazer porque são os jovens o futuro e se não vos dermos a conhecer este mundo isto morre, mas eu acredito que ainda se pode vir a fazer muita coisa."

Manuel Vieira Duarte
13/10/2017

10.3 Entrevista com Ana Abrantes, Responsável de Marketing da empresa Eleuterio Jewels

10-04-2017 - Entrevista realizada no dia 10 de Abril de 2017, no Escritório Eleuterio, Braga.



8. Considera importante manter vivas as tradições e cultura portuguesas? E na criação de uma joia, é importante ter em conta as características do lugar?

"Sim, sem dúvida, a nossa cultura é a nossa identidade, se não mantivermos isso ninguém o vai fazer por nós e nas joias as características e o espírito do lugar podem ser muitíssimo inspiradores."

9. Há quantos anos trabalha em joalheria? E na Eleuterio?

"Trabalho na Eleuterio à 4 anos e por isso à 4 com joalheria."

10. Porque é importante que as vossas peças tenham a técnica da filigrana?

"Porque a filigrana foi o ponto de partida para a criação desta empresa de gerações, representa o ADN da empresa desde sempre e não faria sentido agora morrer, a empresa perderia a identidade."

11. Quem desenha as peças?

"Há várias pessoas que esporadicamente contribuem neste aspeto, depende da parceria e do projeto em questão."

12. Quantos trabalhadores tem a empresa e que tipo de profissões?

"Neste momento a Eleuterio tem 7 artesãos, 2 diretores gerais, 1 marketer/designer gráfico, alguns elementos na equipa de distribuição, à exceção da empresa José Carlos e Filhas Lda, que apoia no acabamento das joias."

13. Qual é a peça mais vendida? Que peças são mais procuradas?

"Não há uma peça mais vendida por norma, mas a coleção Blossom é a mais procurada."

14. Quanto custa em média uma peça ou qual o intervalo de variação de preços?

"As peças variam entre 500€ e 15000€."

15. Quais são os vossos postos de venda?

"Em LISBOA, Joalheria do Carmo, El Corte Inglês, Boutique dos relógios, Ourivesaria Portugal, Torres Joalheiros, Master of Time aeroporto, Portfolio aeroporto, Ourivesaria Arneiro; no PORTO, Fundação Serralves, Marcolino, Portfolio, El Corte Inglês, Navios Douro Azul, Ourivesaria Tavares, Machado Joalheiro, em BRAGA, Pires Joalheiros, Nina Joias, Ourivesaria Matos, Ourivesaria Chavães, em COIMBRA, Góis Joalheiros, em FARO, Paulo Miranda joias e no FUNCHAL, Portfolio aeroporto."

Ambrantes 02/10/21

16. Em que mercados operam?

"Japão, USA, Suíça, França, Bélgica, Holanda, Alemanha, Áustria, Inglaterra, Luxemburgo, Dinamarca, Rússia, Angola e Polónia."

17. Quem são os vossos principais concorrentes?

"A nível nacional não temos concorrência direta, a nível internacional tentamos concorrer com Cartier, Bulgary, Tiffany & Co., Graff, Chopard, Messika, Van Cleef, Palmellato e semelhantes."

18. Há quanto tempo vende produtos Eleuterio?

"Na realidade eu não vendo produtos, trabalho para que outros o façam, há 4 anos." **Que outras marcas concorrentes da Eleuterio vendem?**
"Não vendemos, só vendemos peças Eleuterio."

19. Qual a aderência do público aos produtos Eleuterio?

"É muito boa a nível de turistas em comparação com os valores do mercado nacional."

20. Que tipo de público compra Eleuterio?

"Turistas, mulheres cosmopolitas, numa faixa etária para cima de 30 anos e uma consumidora muito atenta às tendências de joalharia e que por norma consome "marca"."

21. As pessoas valorizam quando percebem que as peças Eleuterio são em filigrana e produzidas manualmente?

"Sim, muito, principalmente quando têm a oportunidade de visitar a fábrica e têm contacto direto com o trabalho minucioso."

22. Acha que o design pode ser uma mais valia para a empresa?

"Sim, sem dúvida, é o que tem feito a empresa evoluir e diferenciar-se."

23. Perspetivas futuras e objetivos a cumprir para a Eleuterio?

"Marcar pela diferença a nível de joalharia e deixar o conceito de filigrana ser algo antigo e pesado, e ser capaz de refrescar a tradição e fazer as pessoas interessarem-se pela tradição."

24. Que futuro prevê para a tradicional técnica da filigrana? Como se pode garantir a sua sobrevivência no mercado global?

"Na minha perspetiva só através do reinventar e inovar através do design, das formas, da estrutura e desprendermo-nos dos corações de viana e dos brincos rainha."

AnAbrantes
02/10/2017

10.4 Entrevista com João Pires, Responsável da Empresa Pires Joalheiros

05-10-2017 - Entrevista realizada no dia 05 de Outubro de 2017, na Loja Pires Joalheiros, Braga.

Entrevista com João Pires

1. Idade. Formação académica. Formação Profissional.

"Tenho 28 anos, fiz a Licenciatura, e atualmente estou a gerir a empresa Pires Joalheiros."

2. Quando começou o seu interesse pela joalheria?

"Desde a adolescência. Aliás na altura em que se segue para o ensino secundário ponderei em ir para um curso profissional de Joalheria, contudo o meu fascínio era mais por pedras preciosas do que propriamente pela arte da ourivesaria, contudo, o convívio com a minha família é que me levou a apreciar Joalheria."

3. O que é para si, a joalheria?

"Joalheria é uma arte, uma forma de expressão, não só para quem a faz, mas também para quem a usa."

4. Para se ser desenhar joias que formação se deve ter? Especifique os conhecimentos essenciais para se poder exercer esta profissão?

"Uma joia vai mais além do que um simples desenho. Todos os pormenores fazem a diferença."

5. Que relação o designer de joias deve estabelecer com o ourives e o gestor de marketing?

6. Quando deve começar essa relação? No início, durante, no final? Porquê?

"A conceção de uma joia carece de vários passos e fatores. Para mim o contacto e interação entre o designer e o ourives é fundamental. Se idealizarmos que uma joia em questão terá como "objetivo" final ser usada por quem a compra, temos de entender que apesar de o desenho/ideia do designer ser bom este pode, ou não ser possível a sua consecução ou não ser pratico e confortável o seu uso.

No caso do gestor de Marketing a meu ver depende muito das estratégias empresárias."

7. Como nasceu a Eleuterio? O que é para si a Eleuterio?

"Conheço a Eleuterio como sendo uma empresa familiar, que representa uma das verdadeiras artes da ourivesaria, a Filigrana.

A Eleuterio, é hoje um pouco da história do nosso país, uma empresa que conseguiu através do Luís e da Rosa Antunes evoluir, ao mesmo tempo que conservam a arte da filigrana dão-lhe um verdadeiro toque de modernidade e elegância, o verdadeiro sentido da Joalheria."

João Pires
26/10
2017

8. Considera importante manter vivas as tradições e cultura portuguesas? E na criação de uma joia, é importante ter em conta as características do lugar?

"Os joalheiros tendem sempre inspirar-se em algo quando concessionam uma joia ou coleção. Se poderem ir buscar essa inspiração à região ou país que representam, bastante melhor."

9. Há quantos anos trabalha em joalheria?

"Trabalho em Joalheria desde 2015."

10. Que peças são mais procuradas?

"Um pouco de tudo. Somos todos diferentes e felizmente as marcas conseguem abranger um pouco de todos."

11. Quais são os vossos postos de venda?

"Só temos um posto de venda, que é em Braga, mesmo no coração da cidade. Aliás, estamos no mesmo local à 90 anos."

12. Quem são os vossos principais concorrentes?

"Geralmente trabalhamos em exclusivo e claro a concorrência é algo muito específico. Não posso comparar por exemplo uma marca com a Eleutério como outra que me venda Corações de Viana em ouro, mas que foi feito em moldes. É como por exemplo, a Rolex e a Swatch ambas vendem relógios, mas não são marcas concorrentes."

13. Há quanto tempo vende produtos Eleuterio?

"Já trabalhamos com Eleutério há muitos anos. Mas creio que fomos os primeiros a acreditar nesta nova aposta da família."

14. Qual a aderência do público aos produtos Eleuterio?

"A adesão é grande, contudo estamos a falar de metais e pedras preciosas aliadas a uma arte manual, que tudo junto acaba por direito a ter um custo que por vezes nem todas as pessoas querem ou estão dispostas a dar."

15. Que tipo de público compra Eleuterio?

16. As pessoas valorizam quando percebem que as peças Eleuterio são em filigrana e produzidas manualmente?

"Principalmente o público que entende esta arte. As pessoas dão valor quando veem a qualidade do produto e neste caso como incrivelmente são feitas à mão."

17. Acha que o design pode ser uma mais valia para a empresa?

"Acho."

Handwritten signature
26/10
2017

18. Perspetivas futuras e objetivos a cumprir para a Eleuterio?

"Perspetivar, perspetivo e tenho como objetivo continuar esta relação profissional e de amizade. Transmitindo assim os valores daquilo que de melhor se faz nosso país."

19. Que futuro prevê para a tradicional técnica da filigrana? Como se pode garantir a sua sobrevivência no mercado global?

"Acredito perfeitamente que só um trabalho como o da Eleutério pode manter esta arte viva. Não na perspetiva de eles terem aliado a filigrana à joalheria, mas na perspetiva do acompanhamento das tendências sem nunca esquecerem os valores que lhes foram transmitidos."

João
20/10
2017

10.5 Entrevista com Analtino Santos – Sociólogo e Jornalista Cultural

04-09-2017 - Entrevista realizada no dia 6 de Julho de 2017, no Palácio do Ferro, Luanda, Angola.

Entrevista com Analtino Santos

- 1. Nome. Idade. Formação académica. Formação Profissional.**
"Analtino Santos, 45 anos, Licenciado em Sociologia na Universidade Agostinho Neto, Jornalista Cultural".
- 2. Quando começou o seu interesse pela cultura angolana?**
"Sempre me interessou a cultura Angolana, sempre me dediquei a estudá-la e a aprofundar o assunto."
- 3. Há quanto tempo está ligado à cultura deste país?**
"Desde os meus 18 anos que me dedico à cultura angolana, sobretudo á música."
- 4. Considera o povo angolano um povo que valoriza a cultura, as tradições, os seus costumes?**
"De um modo geral sim, mas há muitos que pelas suas viagens e ligação a outras realidades já têm uma cultura híbrida."
- 5. Acha importante manter vivas essas tradições e costumes? Porquê?**
"Considero muito importante mantê-las vivas, mas também evoluirmos, aproveitar o que de melhor elas têm e representam e crescermos, inovarmos."
- 6. Se sim, o que fazem ou o que pode fazer-se para as preservar?**
"Devíamos inseri-las mais no sistema de ensino, divulgar através dos meios e das atividades culturais, organizadas pelas entidades ligadas ao ministério da cultura."
- 7. Que elementos, histórias, objetos, símbolos, artes, considera serem mais marcantes e importantes na cultura angolana? O que mais tem significado para si?**
"Há muitos elementos, variam de região para região, por exemplo o Boi da Huila, símbolo da riqueza; o Pensador, de origem "Tchokwe" é o símbolo da cultura nacional. Representa a figura de um ancião, pode ser mulher ou homem. Os mais velhos têm um estatuto privilegiado em Angola, representam a sabedoria e experiência. Nalingua Tchekwe é "Samanhonga". Para mim são os ritmos, ou não esteja eu ligado à música. Temos um grande historial musical, com ritmos variados: kizomba, merengue, semba, maringa, caduque, entre outros."

Também as “Bessanganas”, do Quimbundo, Besá (benção) + ngana (senhora), são senhoras luandesas, muito vaidosas, normalmente de idade, que continuam a usar os panos como vestuário tradicional. Bessangana significa “a sua bênção senhora”, era assim que eram saudadas à moda antiga.²

8. Quais são os elementos que destaca na cultura material angolana?

“A questão linguística, as várias línguas que existem é um fator de identidade; as crenças, diferentes de região para região, são várias nações dentro de uma nação; a gastronomia, que também varia nas regiões, no centro/sul por exemplo usa-se muito o milho, as folhas, os caldos de peixe, a kisaka (é um preparado à base de folhas de mandioca), o calulu de peixe ou carne, com quiabos (é uma planta), batata doce e óleo de palma; o mufete, típico da ilha de Luanda que é peixe grelhado, feijão com óleo de palma, mandioca, banana pão, batata doce e farinha musseque; a kikunga feita de mandioca, enrolada com folhas de banana; o funge ou pirão, é um acompanhamento à base de farinha de milho ou mandioca. As bebidas como a aguardente e o hidromel são muito usadas também. A música, a dança, que passam mensagens diferentes, consoante o momento e a atividade. Por exemplo as senhoras na lavra cantam umas certas músicas; os rituais, por exemplo na Huila, a passagem da puberdade tem um ritual, o Fiku, que é diferente para os rapazes e para as raparigas.”

9. O que pensa dos panos africanos? O que significam? Como surgiram?

“Tiveram origem na Indonésia, mas foram os holandeses que os trouxeram para Angola, usava-se a técnica artesanal de estampanaria, o Batik. Os panos africanos, coloridos, simbolizam a arte de viver. Sei que o seu estampado tem leituras, por exemplo a identidade social e religiosa de quem o usa. Em Angola o “samakaka” é o tradicional pano oriundo do povo Miula da província de Huila.”

10. Que perspectivas futuras e objetivos a cumprir prevê para a cultura angolana?

“Há muito trabalho a fazer para que se mantenham e preservem os elementos da cultura Angolana. Há que valorizar o que é nosso, elevar e preservar, podendo inovar e dar originalidade às coisas.”

11. Acha possível, interessante e importante cruzar as tradições com o design, modernizá-las e reinventá-las? Porquê?

“Sim muito importante, é uma forma de tornar mais visível a nossa cultura, levá-la além-fronteiras, valorizá-la e enriquecê-la.”

12. Qual é a receptividade do mercado angolano a um produto de joalheria de luxo?

"Entendo que deverá haver uma grande receptividade. O povo Angolano com poder de compra é muito consumista, gosta muito de comprar, sobretudo marcas. Produtos de luxo que incorporem elementos da cultura angolana serão seguramente bem aceites. Será motivo de orgulho."

13. Acha que as características da cultura angolana podem diferenciar o produto também quando ele se insere no mercado europeu? Nomeadamente, no mercado português?

"Penso que sim, desde sempre Portugal e Angola mantiveram uma ligação, só é bom para as duas culturas."


10/2017

10.6 Entrevista com Álvaro Jorge – Licenciado em História

04-09-2017 - Entrevista realizada no dia 7 de Julho de 2017, no Museu Nacional de Antropologia, Luanda, Angola.

Entrevista com Álvaro George



1. Nome. Idade. Formação académica. Formação Profissional.

"Álvaro George, 48 anos, licenciado em História."

2. Quando começou o seu interesse pela cultura angolana?

"Desde tenra idade, logo que comecei a raciocinar e a compreender as coisas da vida social e da natureza, na aldeia onde cresci. Estou ligado à cultura de Angola há 27 anos."

3. Considera o povo angolano um povo que valoriza a cultura, as tradições, os seus costumes?

"Sim, de uma forma geral, sobretudo nas províncias, municípios, comunas e aldeias, valorizam a cultura, as tradições e os seus costumes. Infelizmente, nas cidades vai se perdendo a essência das tradições e dos costumes angolanos. Ou seja, há muita influência de elementos estrangeiros. Apesar de a cultura ser dinâmica."

4. Acha importante manter vivas essas tradições e costumes? Porquê?

"Sim, acho importante manter vivas essas tradições e costumes porque expressam grande parte dos fundamentos culturais da sociedade angolana. Todavia, são muito vulneráveis por serem de transmissão oral e, mais recentemente, devido aos efeitos da globalização."

5. Se sim, o que fazem ou o que pode fazer-se para as preservar?

"Para as preservar é feita a transmissão verbal ou participativa da cultura tradicional às gerações mais novas, e a sua salvaguarda, de forma geral deve ser feita por via formal, integrando – se a cultura tradicional no plano escolar de formação artística no sentido de aprofundar o conhecimento das manifestações culturais locais através da sua inventariação completa, estudo, sistematização e divulgação."

6. Que elementos, histórias, objetos, símbolos, artes, considera serem mais marcantes e importantes na cultura angolana? O que mais tem significado para si?

"A proclamação da Independência a 11 de Novembro de 1975, a Conquista da paz formalizada a 4 de Abril de 2002, os usos e costumes, as dança e músicas, a arte e medicina tradicionais que constitui uma riqueza ancestral à qual recorre ainda hoje a maioria da população. Para mim, o mais significativo é a proclamação da independência nacional,

aos 7 anos eu senti a emoção e expectativa dos meus pais acerca de Angola. Mas, de uma maneira geral, todos elementos são relevantes porque representam a identidade cultural dos angolanos; todos os elementos se complementam para a diversidade da riqueza cultural do nosso país. Pelo que não há elementos ou objetos mais importantes nem menos importantes, ou seja, tudo depende da cultura ou da consideração de cada grupo ou subgrupo etnolinguístico. Eu destaco a gastronomia: a kizaca (folhas mais tenras de mandioqueira desfeitas no pilão), a Mufete, (peixe assado, acompanhada com a mandioca cozida, ou batata doce cozida ou assada) e outras; a escultura dos grupos etnolinguísticos Bakongo e Lunda- Cokwe, bem como os monumentos e sítios."

7. O que pensa dos panos africanos? O que significam? Como surgiram?

"Penso que, falar dos panos africanos é fazer uma autêntica viagem no tempo com importantes e obrigatórias paragens desde às peles surradas de animais, às cascas das Árvores trabalhadas, às fibras de palmeira ou bordão sobrepostas, até aos panos de fabrico industrial, entre os quais, os famosos panos multicoloridos do kongo,(cujos nomes variam ao longo do continente, tal como as suas estampas) que, viajam, sobretudo, da Holanda para África (Angola, África do Sul, Gana, Congo, Nigéria, Togo, Quênia Senegal, Moçambique, Tanzania etc) bem como das cópias fabricadas em África com preços bem mais baratos."

8. Conte-me quais são os mais importantes, o nome, o que simbolizam? Onde se comercializam os panos? Como são produzidos? Que tecido é utilizado? Que utilidades têm?

"Os panos africanos são antes de mais, símbolos de História e de Cultura, eles fazem parte do nosso quotidiano. Os povos africanos vestem-nos com elegância, mulheres de todas as idades e de todos os grupos sociais, ou seja, os panos africanos são transversais a toda a sociedade. Em Angola são utilizados para vestir no trabalho ou numa festa, para embrulhar as crianças e amarrá-las às costas, como toalha de mesa ou cortina em casa, ou para carregar as imbambas (bagagem) numa viagem.

Em Angola, como noutras partes de África, os panos surgiram da necessidade de se cobrir o corpo. Depois do uso da pele de animais como vestuário, um passo importante foi dado para a execução de novos tecidos a partir de fibras vegetais. Uma casca era retirada cuidadosamente da árvore e preparada com bigornas para se tirar a camada áspera externa.

As fibras da parte interna da camada serviam como tecidos com as quais se faziam as calças, camisas, sacos e outros utensílios. Com

aos 7 anos eu senti a emoção e expectativa dos meus pais acerca de Angola. Mas, de uma maneira geral, todos elementos são relevantes porque representam a identidade cultural dos angolanos; todos os elementos se complementam para a diversidade da riqueza cultural do nosso país. Pelo que não há elementos ou objetos mais importantes nem menos importantes, ou seja, tudo depende da cultura ou da consideração de cada grupo ou subgrupo etnolinguístico. Eu destaco a gastronomia: a kizaca (folhas mais tenras de mandioca desfeitas no pilão), a Mufete, (peixe assado, acompanhada com a mandioca cozida, ou batata doce cozida ou assada) e outras; a escultura dos grupos etnolinguísticos Bakongo e Lunda- Cokwe, bem como os monumentos e sítios."

22/10/2014

7. O que pensa dos panos africanos? O que significam? Como surgiram?

"Penso que, falar dos panos africanos é fazer uma autêntica viagem no tempo com importantes e obrigatórias paragens desde às peles surradas de animais, às cascas das Árvores trabalhadas, às fibras de palmeira ou bordão sobrepostas, até aos panos de fabrico industrial, entre os quais, os famosos panos multicoloridos do kongo,(cujos nomes variam ao longo do continente, tal como as suas estampas) que, viajam, sobretudo, da Holanda para África (Angola, África do Sul, Gana, Congo, Nigéria, Togo, Quênia Senegal, Moçambique, Tanzania etc) bem como das cópias fabricadas em África com preços bem mais baratos."

8. Conte-me quais são os mais importantes, o nome, o que simbolizam? Onde se comercializam os panos? Como são produzidos? Que tecido é utilizado? Que utilidades têm?

"Os panos africanos são antes de mais, símbolos de História e de Cultura, eles fazem parte do nosso quotidiano. Os povos africanos vestem-nos com elegância, mulheres de todas as idades e de todos os grupos sociais, ou seja, os panos africanos são transversais a toda a sociedade. Em Angola são utilizados para vestir no trabalho ou numa festa, para embrulhar as crianças e amarrá-las às costas, como toalha de mesa ou cortina em casa, ou para carregar as imbambas (bagagem) numa viagem.

Em Angola, como noutras partes de África, os panos surgiram da necessidade de se cobrir o corpo. Depois do uso da pele de animais como vestuário, um passo importante foi dado para a execução de novos tecidos a partir de fibras vegetais. Uma casca era retirada cuidadosamente da árvore e preparada com bigornas para se tirar a camada áspera externa.

As fibras da parte interna da camada serviam como tecidos com as quais se faziam as calças, camisas, sacos e outros utensílios. Com

andar do tempo, a técnica do tear começou a ser empregue, usando para o efeito a mabela ou tecidos de ráfia extraídos da palmeira. Os famosos veludos do antigo Reino do Kongo, decorados e pintados, ilustram quão avançado estava o tear.

No Sec. XIX, a Holanda produz tecidos que, ao longo do tempo, se tornaram um retrato cultural da África central e ocidental e conquistou o coração das suas populações."

9. Que perspetivas futuras e objetivos a cumprir prevê para a cultura angolana?

"O resgate da cultura angolana em todas as vertentes; sobretudo, na vertente linguística e de nomes Nacionais ou Africanos. O resgate das línguas nacionais deve ser uma prioridade, porque elas estão quase a morrer. Um dos objetivos que proponho é valorizar e promover a nossa gastronomia."

10. Qual é a receptividade do mercado angolano a um produto de joalheria de luxo?

"Todo produto de joalheria de luxo tem, geralmente, uma receptividade no mercado angolano. Nós angolanos, às vezes, o nosso mal reside na ilusão de pensar que tudo que vem de fora é, necessariamente, mais importante, mais fino que os nossos objectos. Contudo, a joalheria de luxo é interessante e tem receptividade no mercado angolano porque passa ser um elemento ou produto de diferenciação de cada componente de uma sociedade."

11. Acha possível interessante e importante cruzar as tradições, neste caso os panos, com o design, modernizá-los e reinventá-los? Porquê?

"Sim, porque de forma geral, as tradições podem servir de fonte de inspiração para a cultura moderna, para novas criações artísticas. Por exemplo, na questão de tecidos, pode-se aproveitar vários elementos da cultura material, reinventa-las ou trabalha-las para estampas e outras decorações. Também acho que há tradições que não devem ser reinventadas para não perder a sua essência."

12. Acha que as características da cultura angolana podem diferenciar o produto também quando ele se insere no mercado europeu? Nomeadamente, no mercado português?

"Sim, pelas diferenças existentes entre os dois países. Poderão haver semelhanças, mas, qualquer país europeu, cujo povo conhece bem Angola, poderá diferenciar um produto seu e o produto puramente angolano."


22/10/2017

10.7 Entrevista com Kélia Martins, Responsável de Loja de Joalheria

06-09-2017 - Entrevista realizada no dia 7 de Julho de 2017, no Hotel Epic Sana Luanda.

Entrevista com Kélia Martins

1. Nome. Idade. Formação académica. Formação Profissional.

"Kélia Martins, 29 anos, Curso de Recursos Humanos da Universidade Lusitana Angola, Gerente de Loja."

2. Quando começou a trabalhar em joalheria?

"Há 3 anos. Trabalho numa loja de joias num Hotel de 5 estrelas. A loja é de um Angolano, o Sr. Santos. O design e as peças são fabricadas em Portugal. As peças são de ouro e prata, com pedras preciosas: topázio, ruby, esmeraldas, diamantes."

3. Considera os angolanos um povo consumista?

"Sim, os angolanos são mesmo muito consumistas, homens e mulheres."

4. Que tipo de artigos mais compram os angolanos?

"Compram muito vestuário, calçado, perfumes, maquilhagem, bolsas e telemóveis de última geração, gostam muito de marcas."

5. Que tipo de joias procuram os angolanos?

"A maior parte dos clientes são angolanos, mais senhoras que compram brincos e colares. Mas os homens também compram bastante para oferecer, preferem o mais caro e com pedras."

6. Quais os pontos de venda deste tipo de artigo em Angola?

"Não há muitos postos de venda, hotéis e poucas lojas em zonas mais seguras."

7. O mercado de luxo tem futuro em Angola?

"Muito futuro, embora os angolanos gostem de comprar fora porque gostam muito de viajar."

8. Os angolanos valorizam a cultura e as tradições?

"Sim, valorizam cada vez mais, e respeitam as tradições. Há coisas que nos identificam, como a comida, o artesanato, os panos africanos. Há cada vez mais quem os utilize nas roupas, no cabelo, e mesmo pessoas com poder de compra, não só as "zungueiras", que são as mulheres que vendem nas ruas da cidade, que andam vestidas com os panos africanos, com bacias nas cabeças e os filhos às costas.

Outro elemento é o cabelo das mulheres, há cada vez mais quem o use natural, é o assumir das raízes africanas."

9. Acha importante manter vivas essas tradições e costumes? Porquê?

"Muito importante sabermos de onde vimos e para onde vamos. Faz parte da nossa história. Distingue-nos e caracteriza-nos."

10. Acha interessante associar a tradição e a cultura ao luxo?

"Muito interessante, temos elementos que bem aproveitados poderão dar muito bons produtos."

11. Acha possível e interessante o design aliar-se à tradição, reinventá-la e modernizá-la?

"Sim, se conseguirmos ter produtos modernos e com design mas que mostrem a cultura angolana podemos cativar mais as pessoas."

12. Como entende que seria a aceitação do público por um produto que alie a tradição e o luxo?

"A aceitação vai ser muito boa, não tenho dúvidas."

13. Que futuro e objetivos prevê para o mercado de luxo em Angola?

"Entendo que se devia dar mais valor ao que é nosso, optando pela originalidade. Devíamos conseguir pôr as pessoas a usar as nossas coisas tradicionais e torna-las luxuosas e mais bonitas."

Kelvin Martins

22.10.2017

10.8 Entrevista com Elsa Vieira Dias, RP do Ministro das Finanças de Angola.

06-09-2017 - Entrevista realizada no dia 07 de Julho de 2017, no Hotel Epic Sana, Luanda, Angola.

Entrevista com Elsa Vieira Dias

1. Nome. Idade. Formação académica. Formação Profissional.

Elsa Vieira Dias, 42 anos, Relações Públicas do Ministro das Finanças.

2. Em que área trabalha e há quanto tempo?

Eu sou da área de relações públicas e estou nesta área há 18 anos.

3. Considera os angolanos um povo consumista?

Sim, a verdade é que somos um bocadinho. Apesar do grande desequilíbrio e contraste económico da população, é verdade que quem tem poder económico em Angola gosta bastante de comprar.

4. Que tipo de artigos mais compram os angolanos?

Eu acho que isso depende de cada pessoa. Eu gosto muito de comprar roupa, sapatos, joias, relógios, malas, mas eu acho que todas as mulheres são um bocadinho assim.

5. Que tipo de joias procuram os angolanos?

Acho que de tudo um pouco, mas no meu caso são os anéis. Fazem-me perder a cabeça.

6. Quais os pontos de venda deste tipo de artigo em Angola?

Cá infelizmente há poucos sítios. Acabo por comprar muito fora de Angola, nomeadamente em Lisboa, Madrid e Paris. Cá temos pouca oferta de marcas e não é seguro passear na rua aqui. Também compro cá, mas só em hotéis. Quando viajo posso passear à vontade enquanto vejo as montras e o que quero comprar sem medo.

7. O mercado de luxo tem futuro em Angola?

Sim tem claro. Todas as mulheres gostam de joias, e nós angolanas, acho que mais do que o normal, eu não resisto.

8. Os angolanos valorizam a cultura e as tradições?

Sim, eu acho que sim e muito. Somos um país cheio de tradição e temos orgulho nisso. Às vezes a ideia que passa lá para fora é que nós "os ricos" não queremos saber destas coisas e só queremos o que vem de fora, mas não é verdade. Há muita gente que dá valor sim à nossa cultura.

Eu por exemplo adoro os panos africanos coloridos, que faço questão de utilizar quer em adereços de moda, quer na decoração em casa, já para não falar no "pensador" que é uma figura obrigatória em casa de qualquer angolano, rico ou pobre.

9. Acha importante manter vivas essas tradições e costumes? Porquê?

Acho, acho muito importante na realidade. Desde sempre tive muito respeito pelo meu povo. Os meus pais sempre me ensinaram a respeitar e a ter orgulho nas minhas raízes. Sempre me contaram muitas histórias do passado. Apesar de ter uma vida desafogada financeiramente, não esqueço a origem do meu sítio, é aqui que eu pertenço e é esta a nossa identidade, a nossa história.

10. Acha interessante associar a tradição e a cultura ao luxo?

Sim acho porque afinal de contas são dois mundos que nós gostamos bastante, o luxo e a cultura, pode ser muito interessante.

11. Acha possível e interessante o design aliar-se à tradição, reinventá-la e modernizá-la?

Acho claro, seria muito bom. Gostava de ter mais coisas que representassem a minha cultura sim, mas que fossem esteticamente agradáveis, modernas, que fossem mais bonitas e as pessoas quisessem usar. O problema é não haver mais produtos assim, que sejam luxuosos, elegantes, mas ao mesmo tempo sejam muito "nossos", gostava de poder usar por exemplo os panos que têm estampados lindíssimos, mas num vestido com um modelo bonito ou em acessórios.

12. Como entende que seria a aceitação do público por um produto que alie a tradição e o luxo?

Acho sinceramente que seria muito boa, nós não temos isso. Nós gostamos da nossa cultura e efetivamente somos muito compradores de bens de luxo, ter os dois num só seria ótimo.

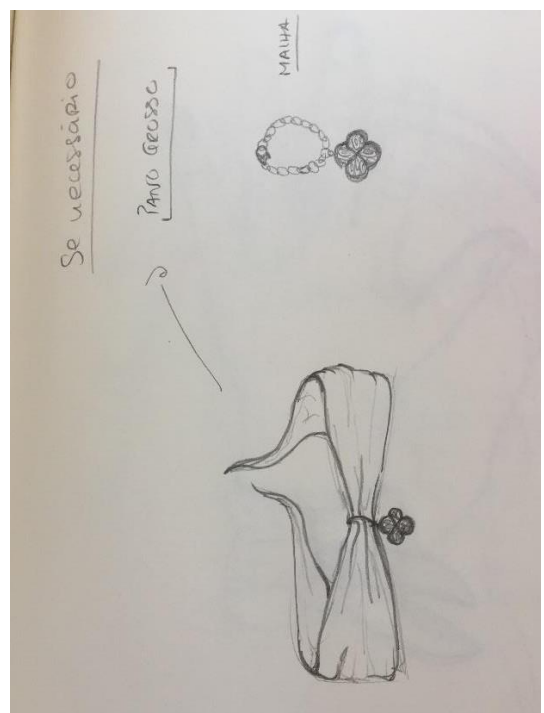
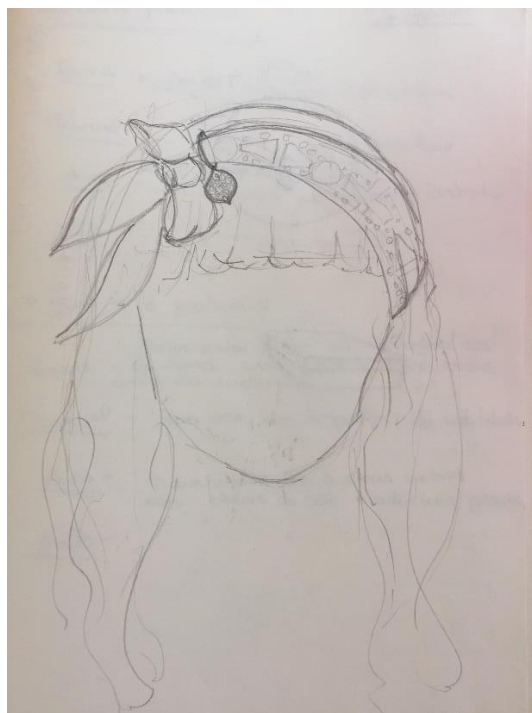
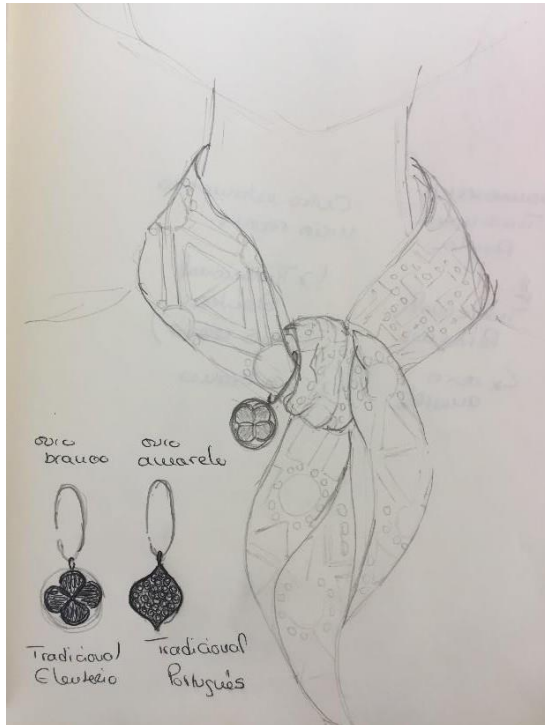
13. Que futuro e objetivos prevê para o mercado da joalheria de luxo em Angola?

Talvez deva passar por isso mesmo, por inovar, evoluir, aproveitar mais o que é nosso e expandir, abrir mais lojas, criar oferta.

Elisadefátima Virema Dias

Luanda, 22 de outubro de 2017

10.9 Esquços

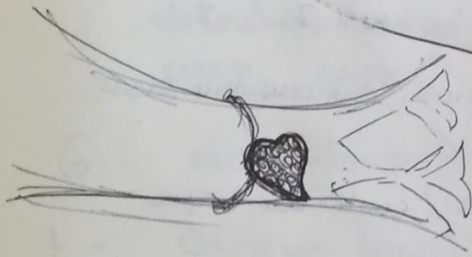


TESE



→ Pulseira / Colar / Lenço /
Lenço cabeça

Lenço colorido africano
vários padrões
vários lenços
várias medalhinhas



→ Peças / Medalhas em
filigrana ou formas
portuguesas

Dois taveaukos

→ Pulseira

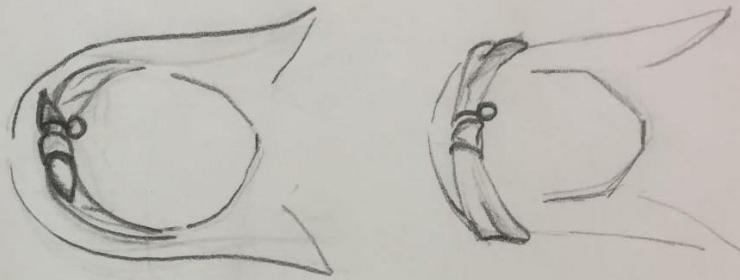
→ Colar / Lenço



1.

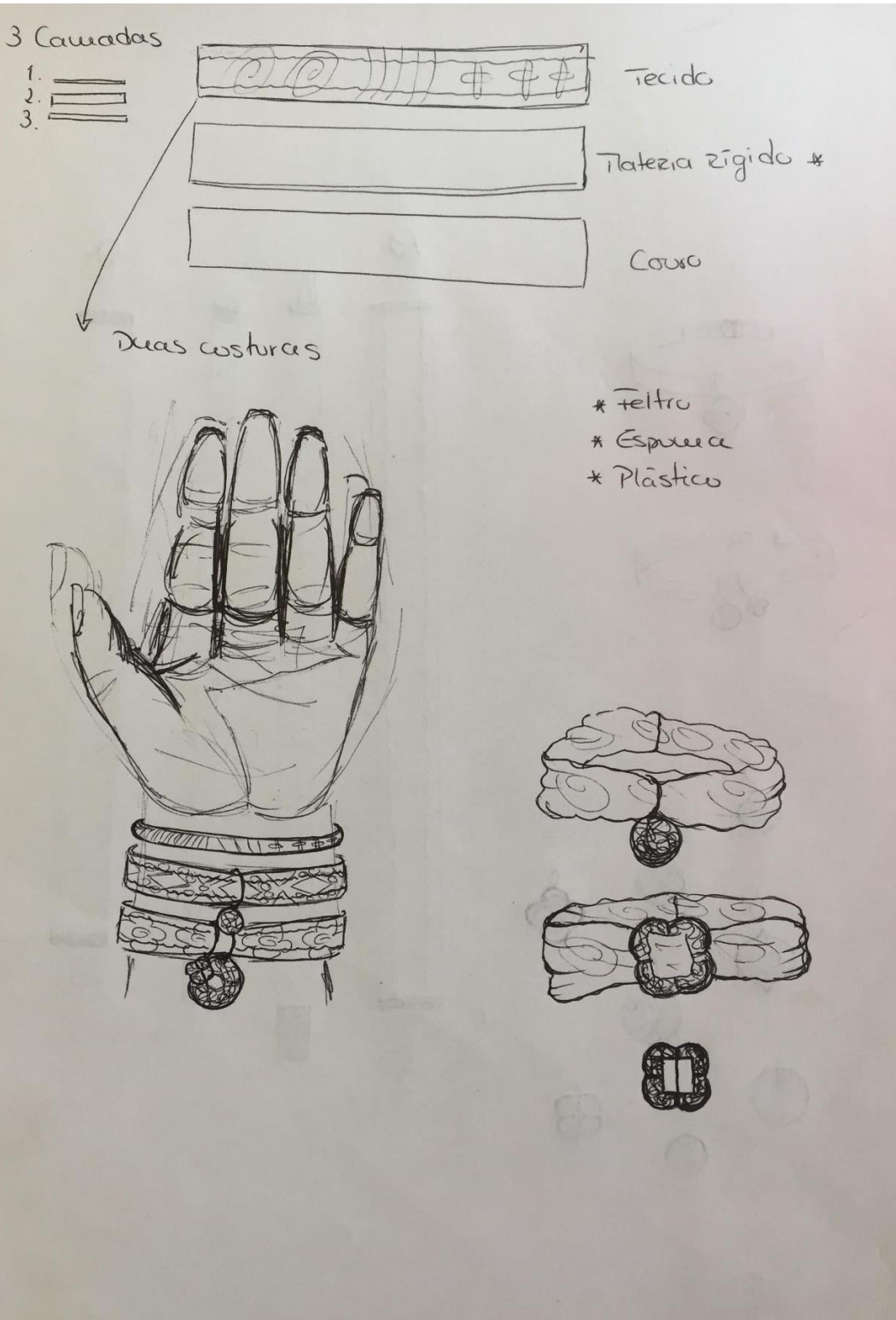


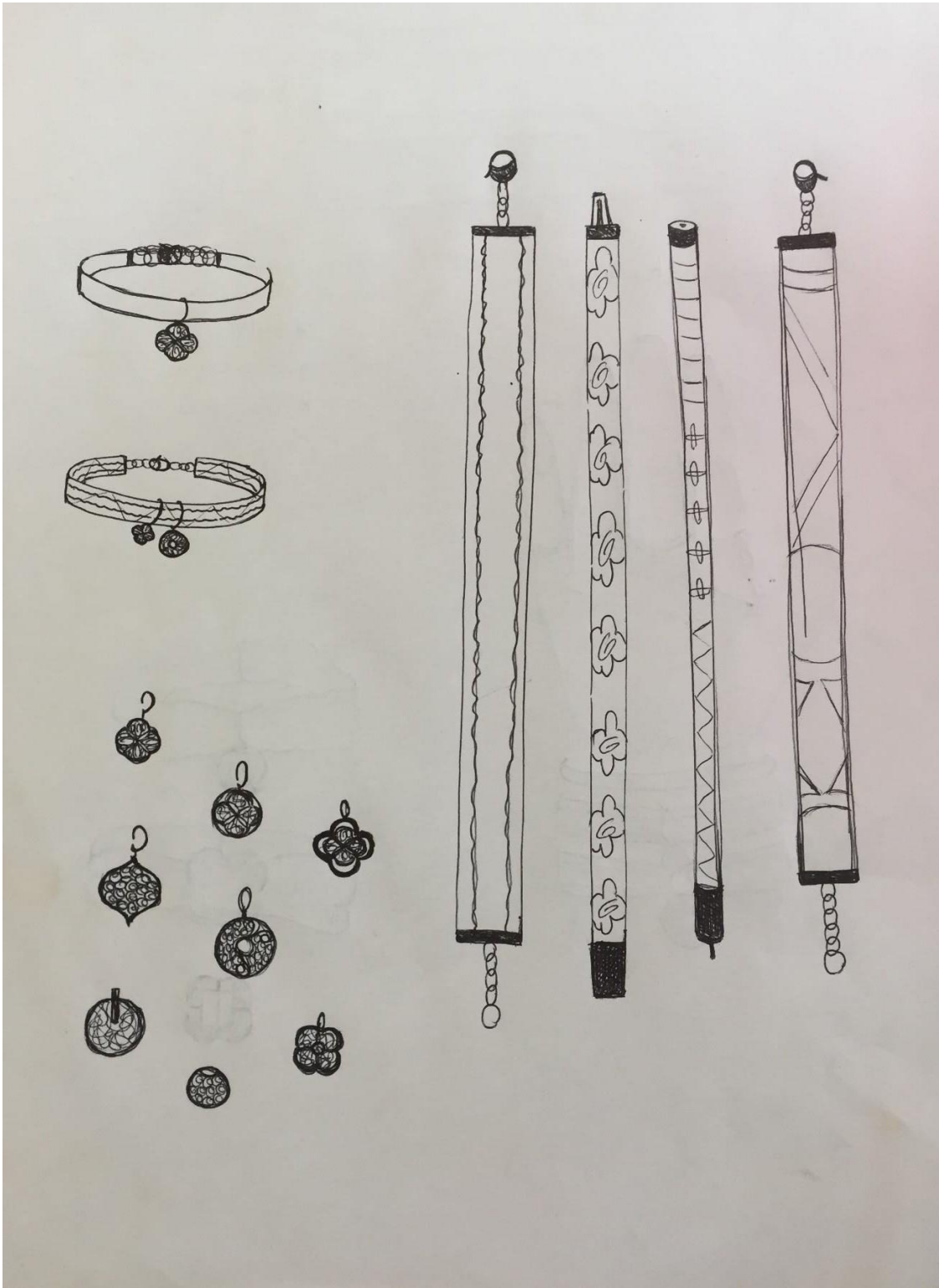
2.

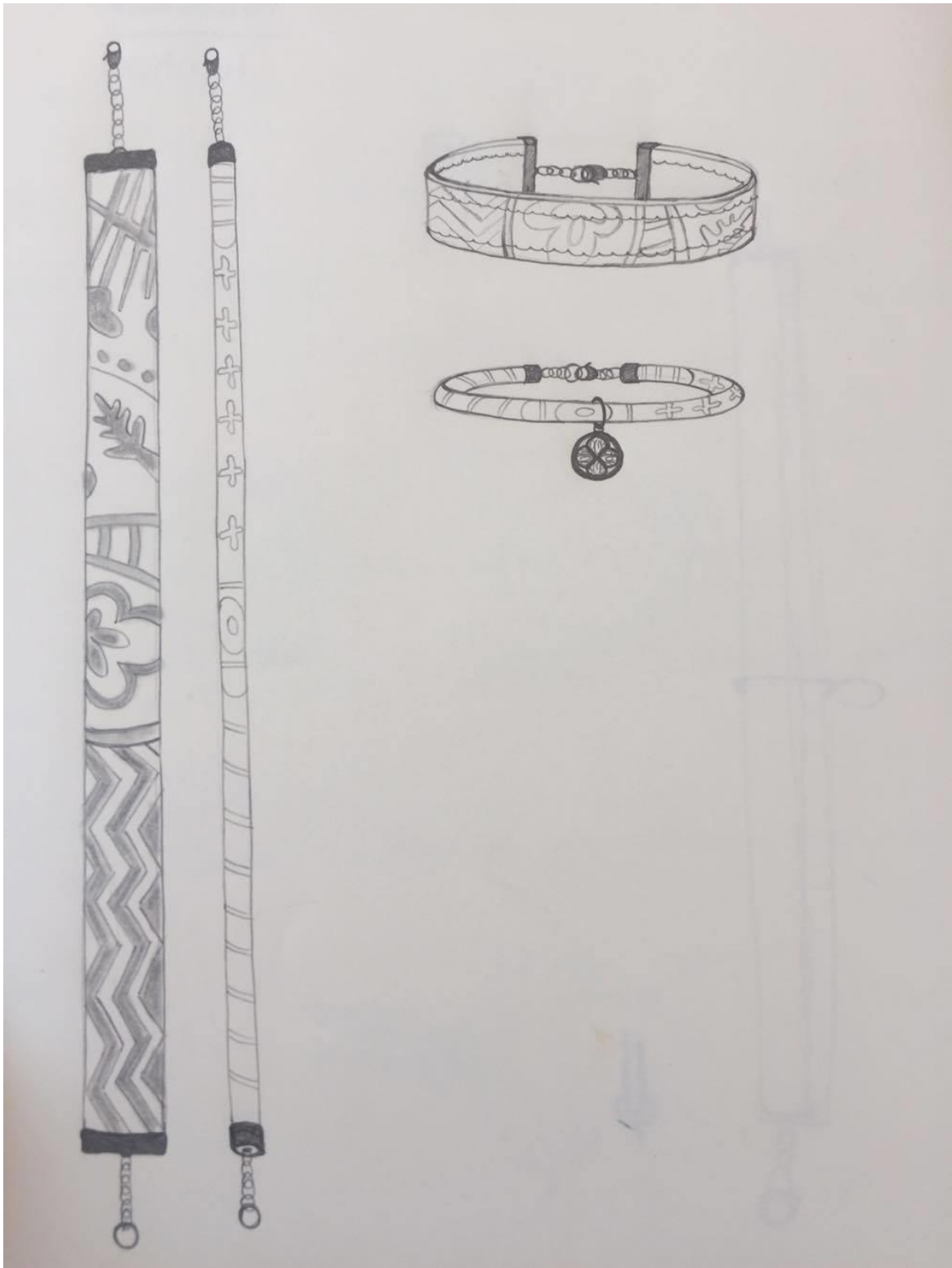


3.









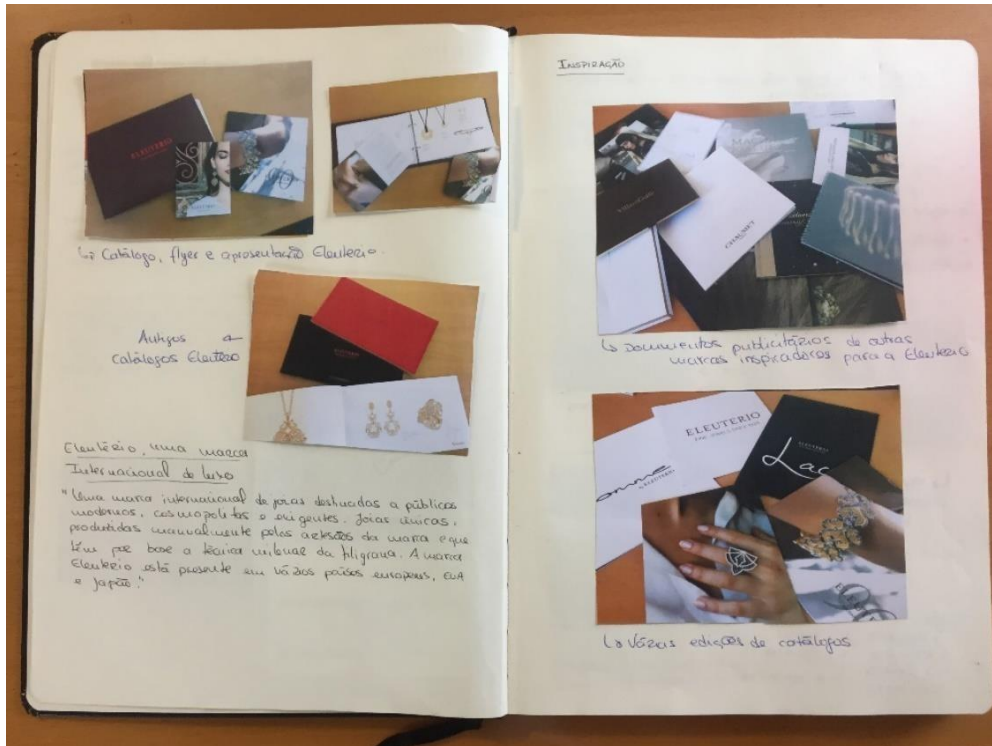
10.10 Visita à fábrica Eleuterio Jewels







10.11 Registo Diário de Estágio



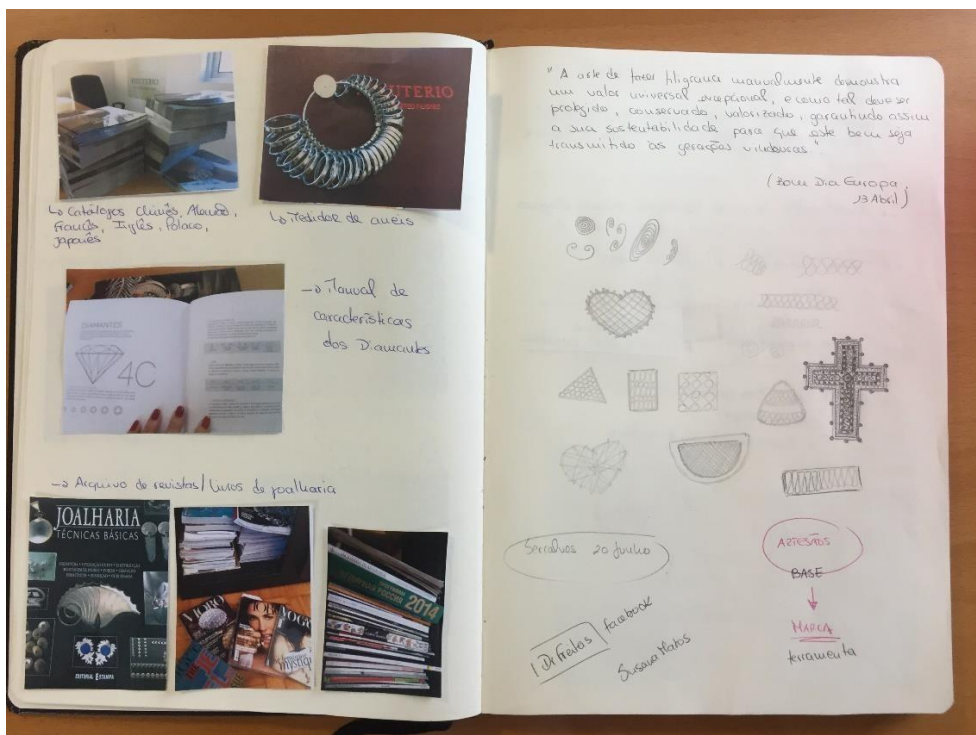
INSPIRAÇÃO

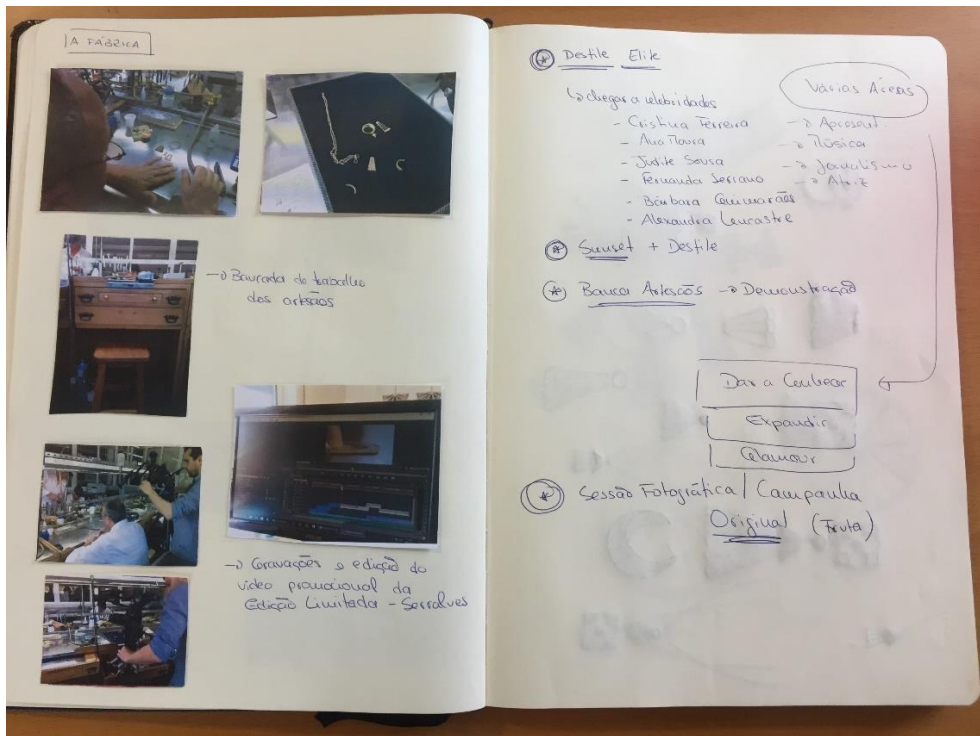
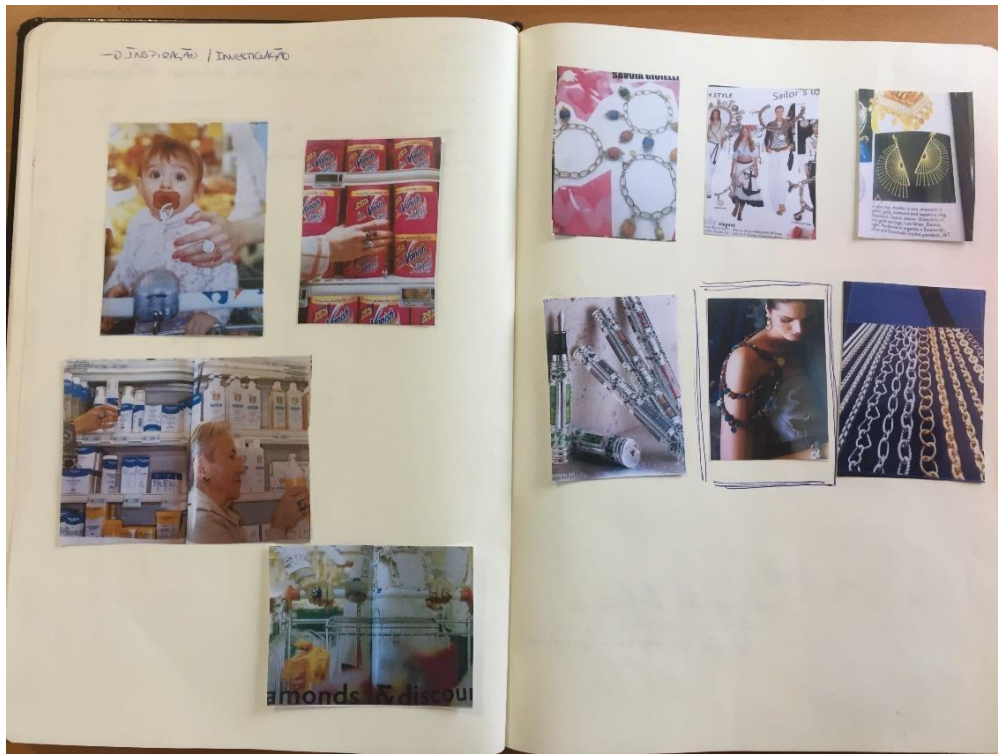


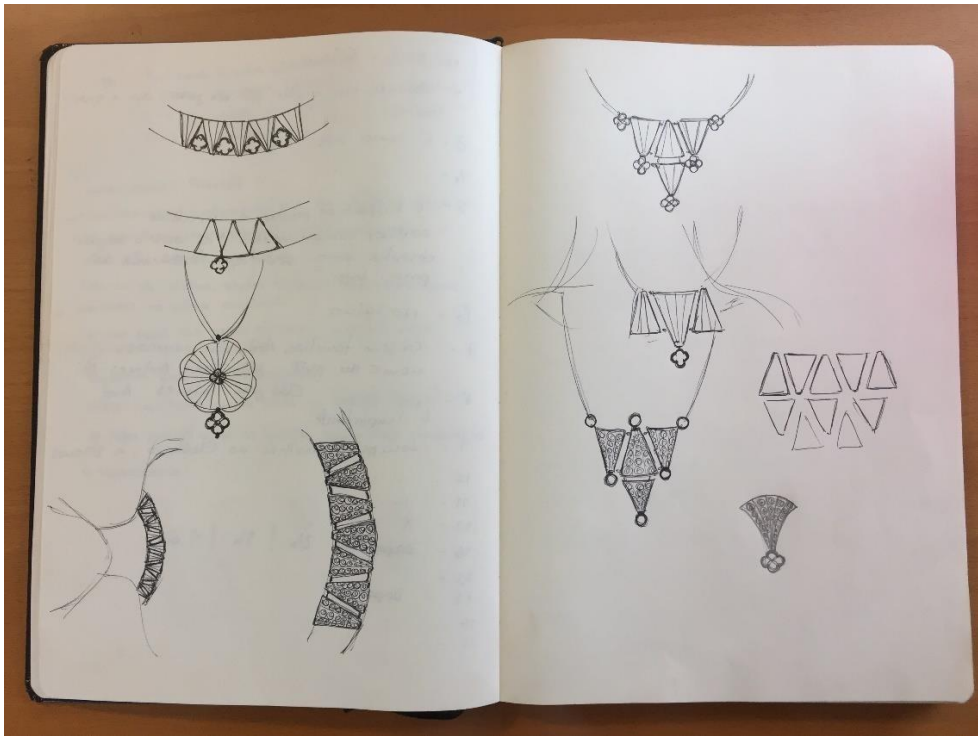
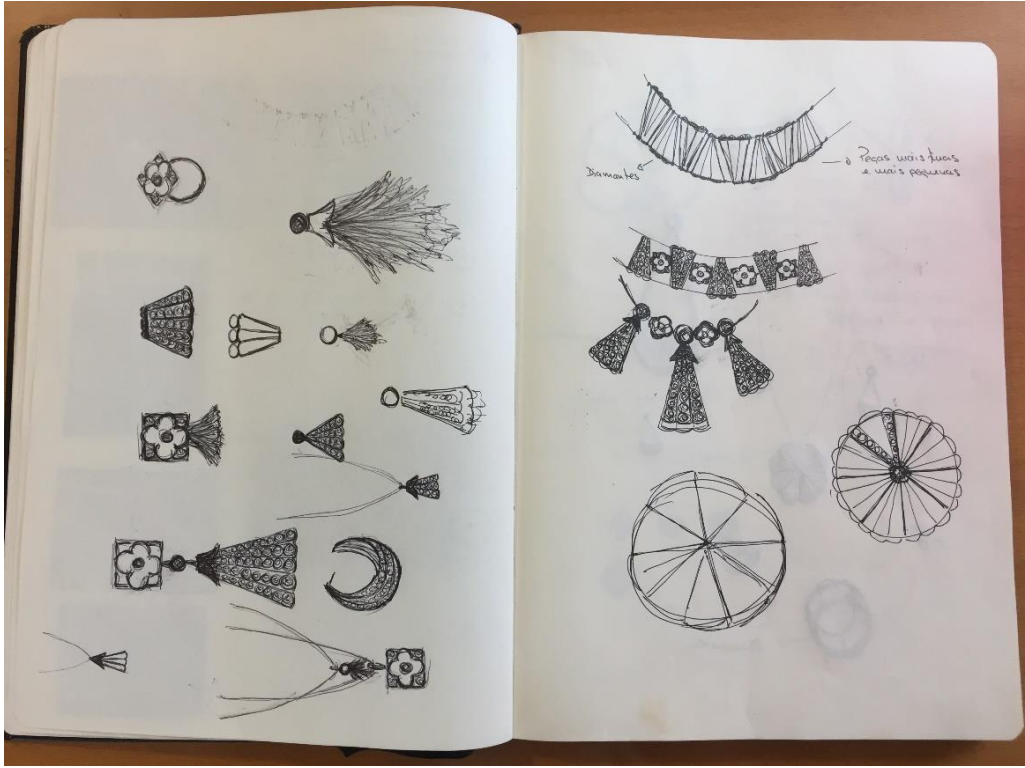
Os documentos publicitários de outras marcas inspiradoras para a Eleuterio



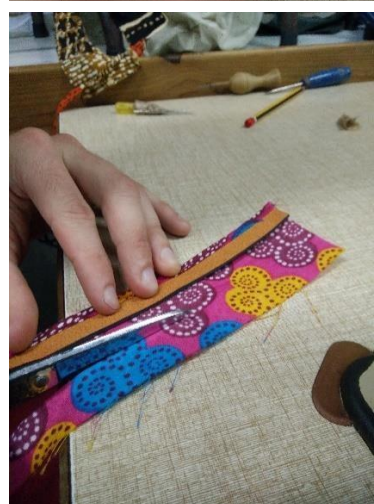
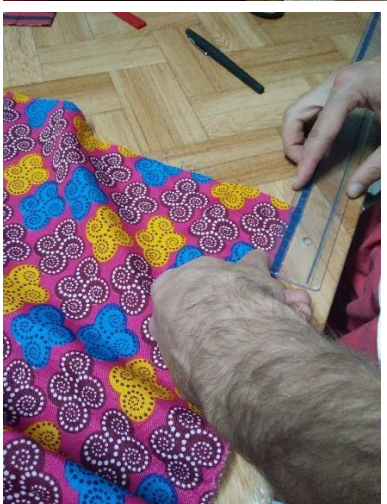
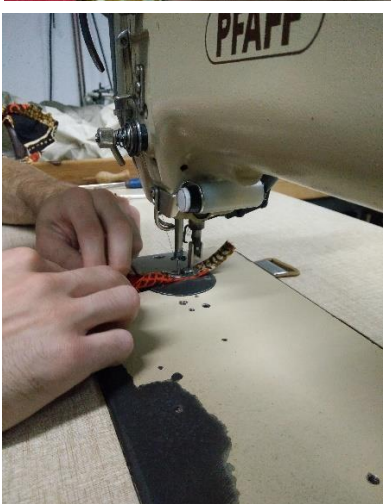
As várias edições de catálogos

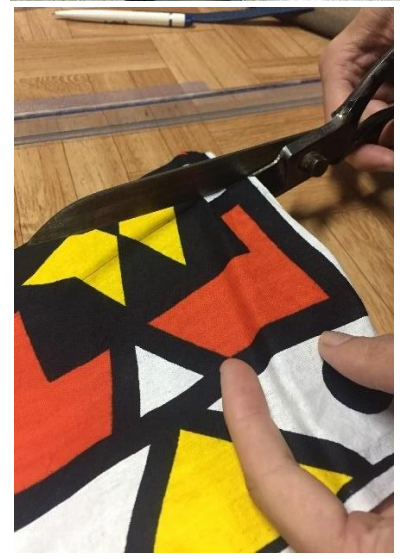


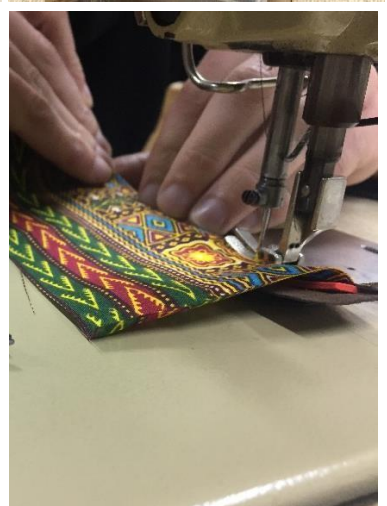
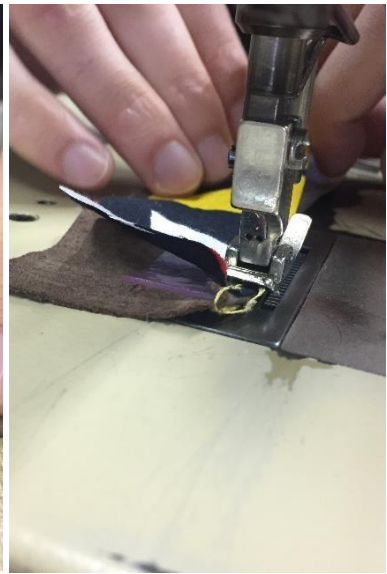


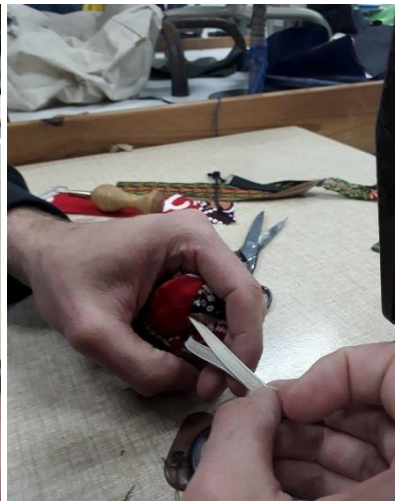


10.12 Processo Fotográfico - Modelos de Estudo










11. Anexos

11.1 Anexo 1 – VI International Conference on Design Research – DESIGNA 2016 ERRO(R)

11.1.1 E-mail de Aceitação

[DESIGNA2016] Your submission has been accepted!  Caixa de entrada x



DESIGNA2016 <noreply@labcom.ubi.pt>

para mim ▾

On behalf of the DESIGNA2016 ERRO(R) november 24-25,

I am pleased to inform you that your project, titled
ID374 - A cultura africana no design de joalheria portuguesa: o caso de estudo da empresa ELEUTERIO JEWELS
has been accepted to the DESIGNA's Program.

We have included any eventual remarks by the reviewers at the end of this message.

Please, see the registration and submission guidelines at the conference website <http://designa.ubi.pt>

Once again, thanks and congratulations.

DESIGNA2016 Program Committee,
Francisco Paiva - ftapaiva@gmail.com
<http://designa.ubi.pt>

Os objetivos e a estrutura do trabalho foram apresentados com clareza.

11.1.2 Documento Submetido

A cultura africana no design de joalheria portuguesa: o caso de estudo da empresa ELEUTERIO JEWELS

Design de Joalheria

Palavras-chave: Espírito do lugar, Design, Joalheria, Filigrana, Luxo.

Com este artigo pretende-se reinventar a joalheria portuguesa, cruzando a técnica da filigrana com o espírito do lugar da cultura africana, algo impossível de se copiar, algo associado à sua história e à sua cultura (Bucci, 2003) [1]

Por um lado, requalifica-se a filigrana portuguesa trabalhada pelos artesãos da Póvoa de Lanhoso e que, quase, caiu no esquecimento. Por outro lado, qualifica-se o âmbito da joalheria portuguesa com a cultura africana, quer por ser um significante da cultura lusófona, quer por se inserir num mercado de materiais novos. Neste sentido, espera-se desenvolver um sistema de produto de joalheria capaz de unir o espírito do lugar com a técnica da filigrana, num processo criativo pensado para o âmbito da joalheria de luxo.

Em termos de aplicação apresenta-se o caso de estudo da empresa portuguesa ELEUTERIO JEWELS. Metodologicamente, espera-se desenvolver uma primeira fase de pesquisa e trabalho de campo assente em entrevistas e inquéritos, seguida de uma fase de experimentação junto dos ourives da empresa de forma a surgirem *hipóteses satisfatórias* (Cross, 2007) [2] e, finalmente, a criação do protótipo.

Com este estudo os autores pretendem provar que a criação de um sistema de jóia de luxo portador do espírito do lugar pode ser uma vantagem, quer para a expansão da empresa no mercado angolano, quer para a criação de premissas noutros mercados, contribuindo para a sustentabilidade e a inovação. Desta forma torna-se possível resgatar os segredos, histórias e tradições de dois lugares em muito diferentes, e recuperar o que de melhor se fazia e quase se tem perdido.

Bibliografia

[1] BUCCI, Ampelio (2003) *L'impresa guidata dalle idee: Lezioni di Management Creativo dalla Moda e dal Design*. Milano: Arcipelago.

[2] CROSS, Nigel (2007) *Designerly ways of knowing*. London: Springer-Verlag AG.

11.2 Anexo 2 – E-mail de Álvaro George

De: Alvaro George [georgealvaro2@hotmail.com]
Enviada: 30 de outubro de 2017 13:04
Para: Rita Freitas
Assunto: Re: Entrevista

Prezada Rita
Boa tarde,

Como te disse na entrevista que tive muito gosto em responder, os panos africanos fazem parte da cultura africana, simbolizando as raízes do nosso povo, as suas vivências e costumes. Há inúmeros padrões, sendo cada vez mais difícil decifrar o seu significado. Antigamente os padrões eram desenhados e pintados à mão pelas próprias tribos e transmitiam os seus sentimentos e o que estavam a viver no momento. Hoje em dia é um processo mais industrial, havendo muitos tecidos aos quais não podemos atribuir significado, pelo menos para o povo angolano.

Relativamente aos panos que me enviaste, dois deles são bastante tradicionais. O Samakaka é o pano mais tradicional de Angola e as suas cores representam exatamente as cores do nosso país. São iguais às da nossa bandeira. O preto simboliza o território africano, o vermelho significa o sangue e as lutas pela independência, o branco simboliza a paz dos espíritos que morreram na guerra, e o amarelo que está presente na bandeira, na catana e na roldana, representa a indústria e a agricultura.

Pelo que sei o pano que ponho abaixo é um pano que existe com o fundo em várias cores, mas os motivos coloridos significam a alegria do povo angolano, as suas danças, e vestem-nos quando estão em festa.



Espero ter contribuído da melhor forma.

Cordialmente,
Álvaro.



Clique aqui para [Responder](#) ou [Encaminhar](#)

