

OFICINA CRIATIVA DE Design territorial

mediação: Alexandra dos Santos

Após a Conferência

A Arte da Guerra

no tempo dos descobrimentos
António Conduto Oliveira e Roger Lee de Jesus

PPQ
JEC
TO

MAGALANES ICC

INICIATIVAS
CULTURAS
E
CRIATIVAS

Um projecto



Direção Regional de
Cultura do Algarve

Co-financiado por



Apoio

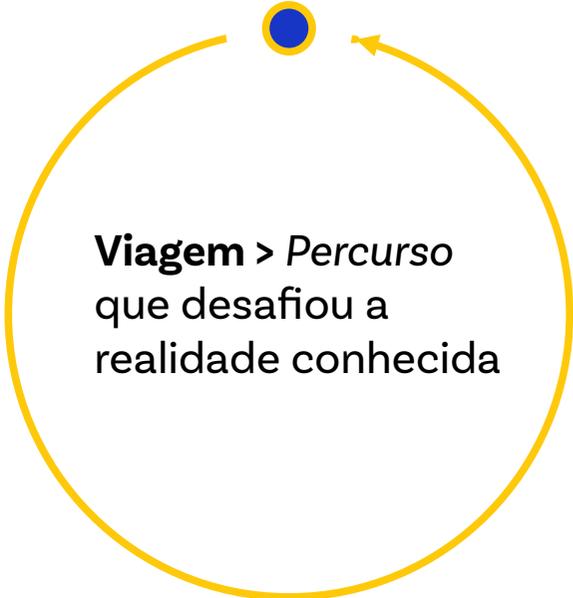




Efígie de Fernão de Magalhães
no Padrão dos Descobrimentos, em Lisboa, Portugal
Leopoldo de Almeida (autor da estatuária) / Cottinelli Telmo arquiteto-chefe
Foto christopher_brown - <https://www.flickr.com/photos/christopherbrown/16016893756/>

Fernão de Magalhães

Patrono deste projeto



Viagem > Percurso
que desafiou a
realidade conhecida

PRO
JEC
TO

MAGALLANES ICC

INDÚSTRIAS
CULTURAIS
E
CRIATIVAS

Um projecto



Co-financiada por



pro-du-to

(latim *productus*, -a, -um, alongado, estendido, longo, participio passado de produco, -ere, fazer avançar, levar, conduzir, alongar, estender)
nome masculino

1. Efeito de produzir.
2. Aquilo que foi produzido.
3. Rendimento, benefício.
4. Obra.
5. [Álgebra] Resultado da multiplicação.

Fonte: "produto", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2021, <https://dicionario.priberam.org/produto> [consultado em 20-10-2022].

SETOR CULTURAL E CRIATIVO

Domínio	Sector
Atividades Culturais Nucleares	Artes Performativas
	Artes Visuais e Criação Literária
	Património Histórico e Cultural
Indústrias Culturais	Cinema e Vídeo
	Edição
	Música
	Rádio e Televisão
	Bens de equipamento
	Distribuição / Comércio
	Turismo Cultural
Atividades Criativas	Arquitetura
	Design
	Publicidade
	Serviços de Software
	Componentes Criativas em outras atividades

Fonte: Mateus, 2010: 81

Fonte : PALMA, Patrícia de Jesus (2022) - Indústrias Culturais e Criativas: conceitos, desafios e oportunidades. 16 diapositivos. Apresentação realizada em Monchique, 4 de julho.

Produção cultural é um conjunto de práticas que...
tem por objetivo transformar uma ideia num bem cultural
conhecido do seu público-alvo.

abrange, mas não se limita a: elaboração de projetos culturais, captação de recursos financeiros, planejamento, execução, coordenação, divulgação, prestação de contas e supervisão dos resultados.

Fonte : (adpatado) <https://temporacriativa.com/o-que-e-producao-cultural/>

Objetivos deste Projeto Magallanes Icc

Produto Cultural

Indústria Cultural e Criativa (ICC)

1. Impacto do empreendimento dos Descobrimentos (sécs. XV/ XVI) na atualidade e no nosso entendimento do território local e global.

3. Como podemos valorizar este território com produtos do sector cultural e criativo, ligados ao conhecimento histórico deste período.

2. Importância do território algarvio neste empreendimento e seu impacto nos chamados Lugares de Globalização: Lagos, Vila do Bispo, Monchique, Aljezur e Silves.

4. Sugestões de produtos culturais e criativos que se podem desenvolver e implementar.

A ARTE EM
GUERRA NO
TEMPO DOS
DESCOBRIMENTOS

John Gerard, The Herball 1597



Um projecto

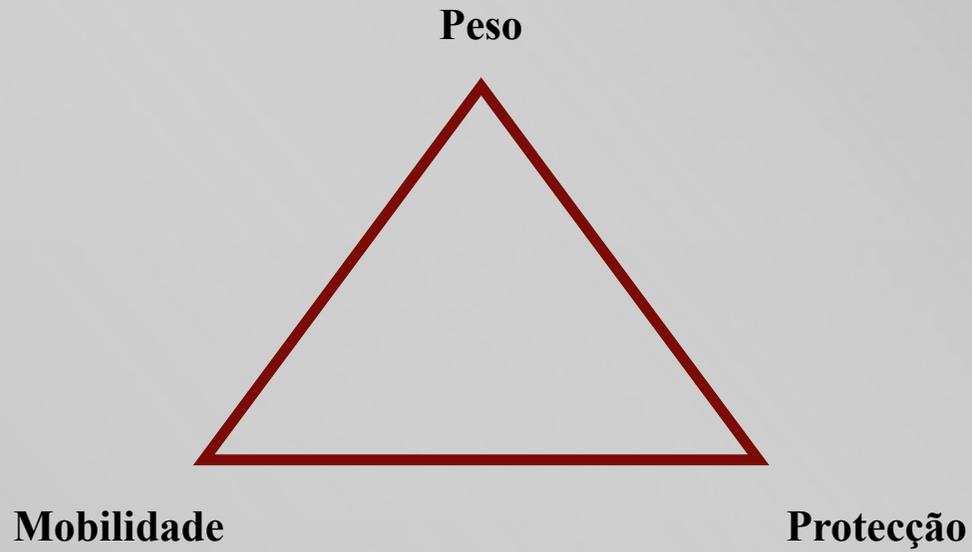


Co-financiado por



Opções

Condicionantes do armamento defensivo



Progresso



OFICINA CRIATIVA DE

Design

territorial

Produtos ou
Serviços
Culturais
com inspiração
no **território**

O que são ?

O que não são ?

Projetar para o território significa promover o reconhecimento e a preservação das identidades e da cultura local.

“Produto local” é tudo o que possui uma estreita ligação com o território e com a comunidade que o originou e, neste sentido, os produtos locais abrangem também os eventos culturais. (...)

A identidade local transforma-se, então, no ponto de partida para qualquer hipótese de projeto do território.

fonte: Ono, Maristela, **Design, Cultura e Identidade, no contexto da globalização**.
Revista Design em Foco [Internet]. 2004;1(1):53-66. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66110107>

Design

Esbater a percepção e a distância entre produtor e consumidor

PROJETO > PLANEAMENTO

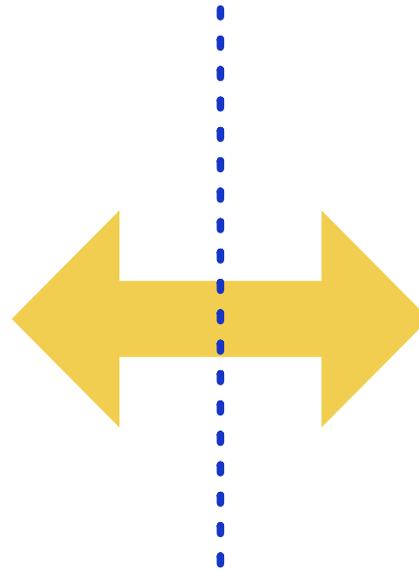
PRODUTO

PRODUTOR

CRIA

Valor potencial

Produtos
Serviços
Informação



CONSUMIDOR

Utiliza

Valor real

Benefícios
Qualidades

fonte: Krucken, L. (2009). *Design e território : uma abordagem integrada para valorizar idenčdades e produtos*. Studio Nobel. São Paulo.

Ações essenciais para promover Produtos Serviços ou **Territórios**

fonte: Krucken, L. (2009). *Design e território : uma abordagem integrada para valorizar idençdades e produtos*. Studio Nobel. São Paulo.

Produtos ou
Serviços
Culturais
com inspiração
no **território**

Ações essenciais para promover Produtos Serviços ou **Territórios**

ATIVAR

CONSOLIDAR

RECONHECER

PROTEGER

DESENVOLVER

COMUNICAR

PROMOVER

APOIAR

fonte: Krucken, L. (2009). *Design e território : uma abordagem integrada para valorizar idenčdades e produtos*. Studio Nobel. São Paulo.

Produtos ou Serviços Culturais com inspiração no território

Ações essenciais para promover Produtos Serviços ou **Territórios**

ATIVAR

as competências do território

RECONHECER

as qualidades do(s) produto(s) do território

DESENVOLVER

o produto e o território

PROMOVER

sistemas de produção e de consumo sustentáveis

CONSOLIDAR

redes no território

PROTEGER

a identidade local e o património (material e imaterial)

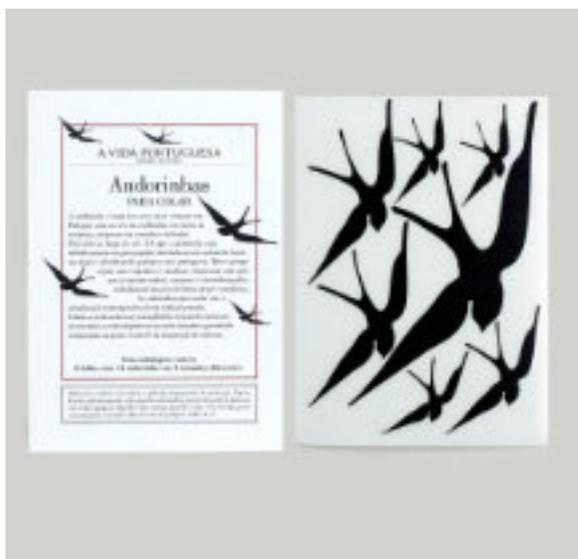
COMUNICAR

o produto e o território

APOIAR

a produção local

fonte: Krucken, L. (2009). *Design e território : uma abordagem integrada para valorizar identidades e produtos*. Studio Nobel. São Paulo.

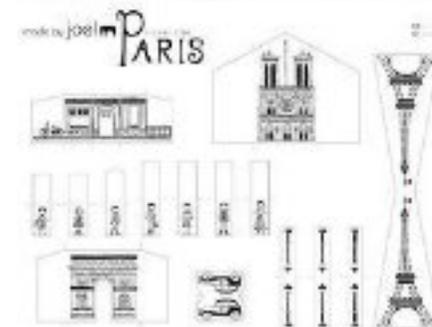


Andorinhas para Colar A Vida Portuguesa



Scented candles inspired by the patterns and colours of Morocco, designed by @madebytak

https://www.youtube.com/watch?v=0e2La6q3aNQ&ab_channel=StudioVanessaBarrag%C3%A3o



<http://professorpoppins.blogspot.com/2013/04/20-free-paper-toys-for-kids.html>

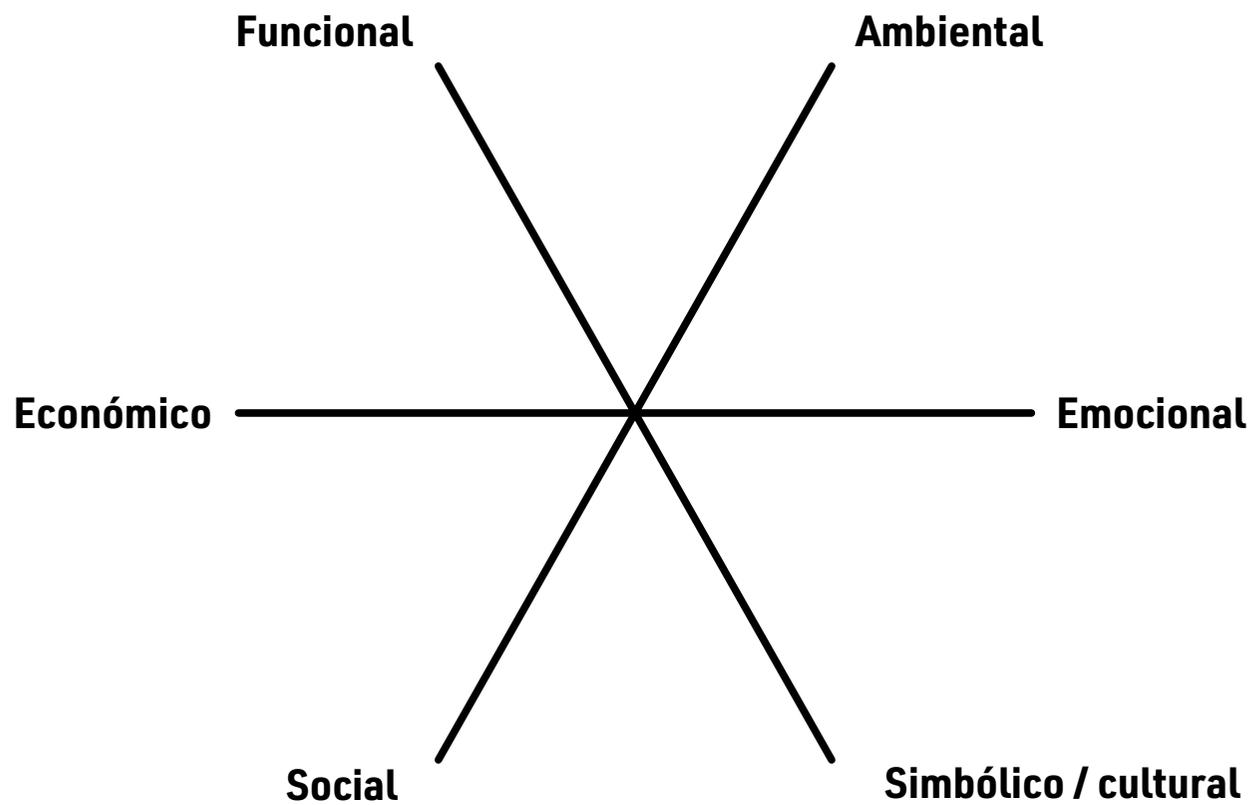


Candeeiro de cana e barro Projeto TASA



Atividade infanto-juvenil da Escrita do Sudoeste no WFA Ameixial - Qrer

Dimensões de valor de um produto ou serviço



fonte: Krucken, L. (2009). *Design e território : uma abordagem integrada para valorizar idenčdades e produtos*. Studio Nobel. São Paulo.

Produtos ou
Serviços
Culturais
com inspiração
no **território**

Ações essenciais para promover Produtos Serviços ou **Territórios**

ATIVAR

as competências do território

RECONHECER

as qualidades do(s) produto(s) do território

DESENVOLVER

o produto e o território

PROMOVER

sistemas de produção e de consumo sustentáveis

CONSOLIDAR

redes no território

PROTEGER

a identidade local e o património (material e imaterial)

COMUNICAR

o produto e o território

APOIAR

a produção local

fonte: Krucken, L. (2009). *Design e território : uma abordagem integrada para valorizar idenčdades e produtos*. Studio Nobel. São Paulo.

1 - Escrever ou desenhar uma referência associada ao tópico

história

Narrativa(s)

SABOR

ABSORVER

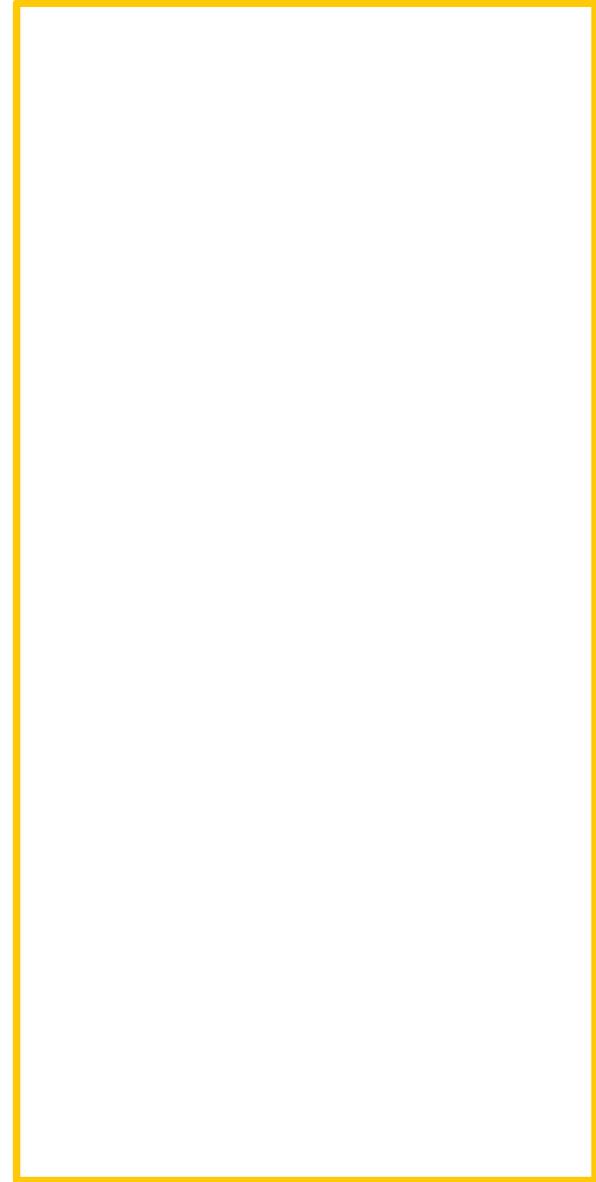
SOM

IMAGEM

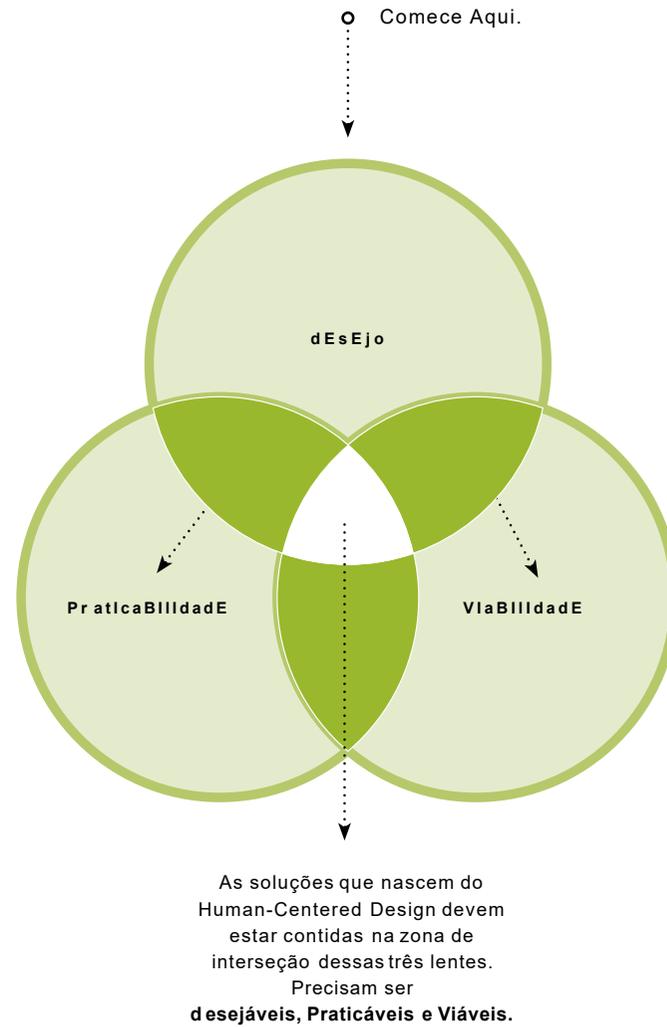
SENTIR

2 - Criar uma árvore de ideias / tópico

3 - ESBOÇAR (desenhadas ou escritas) ideias para produto (s) atuais sobre as VIAGENS que saíram do Algarve no séc. XV/XVI



4 - Avaliar uma ideia



fonte: Field Guide to Human-Centered Design_IDEO

4 - Avaliar uma ideia



Idea Generator



Optimist



Pessimist



Technical feasibility



User Advocate

Google incorporates a modified version of the Six Thinking Hats into its design-sprint method. (Image source: <https://designsprintkit.withgoogle.com/>)

Questões Chave

produto no território

Qual é o nível de consciência coletiva em relação à gestão dos recursos e dos produtos?
Existe orgulho "territorial" e / ou "sentimento de pertença"? Como é que pode(m) contribuir para o espírito do território?

Que recursos e produtos do território estão ou poderão estar fortemente associados à sua história, economia e cultura?
Quais são as características essenciais e *únicas* desses recursos e/ou produtos?

Questões Chave **Consumidor**

Qual é o perfil do consumidor do vosso produto?

Como o produto é percebido pelo consumidor?

Como é que o consumidor conhece o produto?

Os produtos são facilmente acessíveis aos consumidores?

Questões Chave **Recursos**

Qual a estratégia de comercialização e distribuição?

Caso a produção seja ampliada, existe capacidade de acompanhamento pessoal?
Os recursos utilizados continuarão a ser explorados de forma sustentável?

4 - Avaliar uma ideia

Planilha de Planejamento do mini-Piloto

nome da solução:	data de Chegada	data de Chegada	data de Chegada
membros da Equipe:			
<p>» contexto (quem, onde, quando) & tempo</p> <p>Qual seria a maneira de baixo custo e baixo investimento de tentar essa solução? O que você pode fazer em 2 semanas?</p>	» a Pr En dIz a d o c HaVE:	» a Pr En dIz a d o c HaVE:	» a Pr En dIz a d o c HaVE:
<p>» recursos:</p> <p>Que recursos (pessoas, fundos, permissões) você precisa para fazer o teste?</p>	» noVo s r Ec ur so s:	» noVo s r Ec ur so s:	» noVo s r Ec ur so s:
<p>» Perguntas a r EsPo nd Er :</p> <p>Que perguntas chave você tem sobre esse conceito e seus aspectos desejáveis para seus clientes?</p>	» noVa s qu Est õ Es:	» noVa s qu Est õ Es:	» noVa s qu Est õ Es:
<p>» como mEd Ir o suc Esso :</p> <p>Como você saberá se a sua solução foi bem sucedida? Bem sucedida para quem?</p>	» noVa s mEd IÇõ Es:	» noVa s mEd IÇõ Es:	» noVa s mEd IÇõ Es:

fonte: Field Guide to Human-Centered Design_IDEO

OBRIGADEI

Um projecto



Co-financiado por

