

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE BELAS-ARTES



**JOALHARIA ARTÍSTICA CONTEMPORÂNEA E
PRÁTICAS CURATORIAS**

Joana Ferreira Seixas Pereira

Dissertação

Mestrado em Crítica, Curadoria e Teorias da Arte

Dissertação orientada pela Profa. Doutora Cristina de Sousa Azevedo Tavares

2022

Imagens 1



Autor: Otto Künzli
Título da peça: Gold Makes you Blind
Ano: 1980
Tipologia: pulseira
Material: borracha preta fosca e ouro
Dimensões: 8 × 8.5 × 1.2 cm

Fonte: Metropolitan Museum of Art, <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/495385>,
acedido a 4 de outubro de 2021

Imagens 2



Autor: Gijs Bakker
Título da peça: Shadow Jewelry / Schaduwsieraad
Ano: 1974
Tipologia: pulseira
Material: ouro amarelo 585
Dimensões: 60.1 x 60.2cm
Fotografia: Mathilde Jurrissen

Fonte: Gijs Bakker, <https://www.gijsbakker.com/project/shadow-jewelry-schaduwsieraad-113>,
acedido a 4 de outubro de 2021

Imagens 3 e 4



Vista da instalação da exposição “Modern Handmade Jewelry” Inaugurado a 17 de setembro de 1946 até 17 de novembro de 1946, fotografia de Soichi Sunami.

Fonte: Museum of Modern Art (MoMA) Archives, <https://www.moma.org/calendar/exhibitions/3195>,
acedido a 09 de junho 06 de 2021

Imagens 5



Autor: Stefano Marchetti
Título da peça: sem título
Ano: 2014
Tipologia: alfinete
Material: ouro e prata Shibuchi (liga histórica usada no Japão)
Dimensões: 60x65x17mm

Fonte: Galerie Marzee, <https://www.marzee.nl/stefano-marchetti/>, acessido a 29 de junho de 2021

Imagens 6



Autor: Stefano Marchetti
Título da peça: sem título
Ano: 2016
Tipologia: colar
Material: aço e Shibuchi (liga histórica usada no Japão)
Dimensões: 300x200x50mm

Fonte: Galerie Marzee, <https://www.marzee.nl/wp-content/uploads/2020/06/marc-s74.jpg>, acessido a 29 de junho de 2021

Imagens 7



Cartaz da exposição, “# 000000”, Munich Jewellery Week 2019

Fonte: Current Obsession, <https://www.current-obsession.com/munich-jewellery-week-2019/>, acessido a 05 de julho de 2021

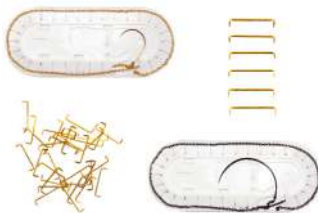
Imagens 8



Autor: Olga Noronha
Título da peça: sem título
Tipologia: Colar Cervical de Filigrana
Material: Filigrana de Ouro

Fonte: PIN, <https://www.pin.pt/index.php/arquivo/noticias/noticias-2014/2907-museu-da-joia-de-vicenza-expoe-colar-cervical-de-filigrana-de-ouro-de-olga-noronha>, acessado a 16 de julho de 2021

Imagens 9 e 10



Autor: Olga Noronha

Título da peça: Medically Prescribed Jewellery, Part 3

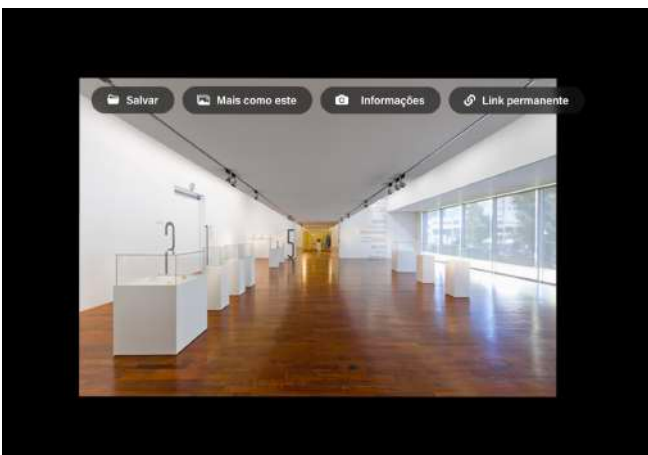
Ano: 2013

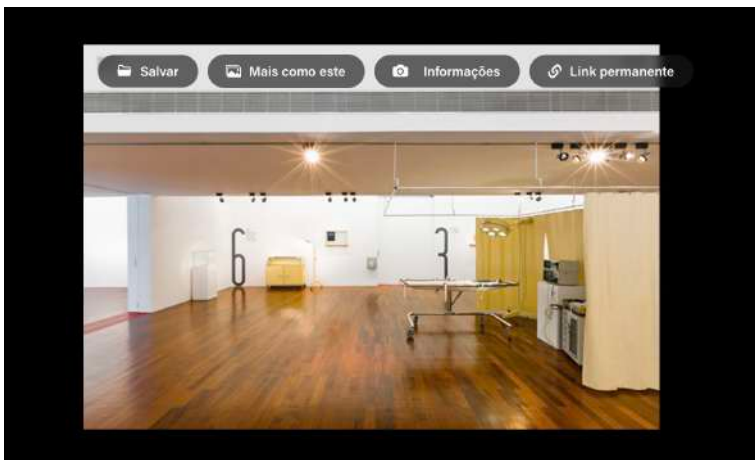
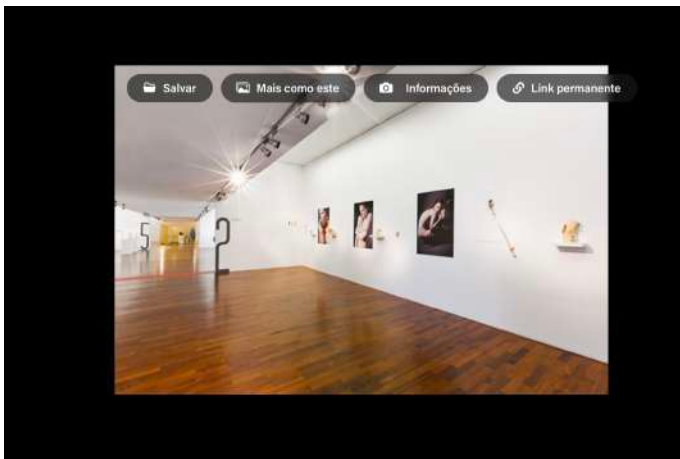
Material: Sub-Dermal and Exo-Dermal, grampos cirúrgicos em metais nobres, fios de sutura e correntes

Dimensões: 300x200x50mm

Fonte: Digital Meets Handmade, https://re.public.polimi.it/retrieve/handle/11311/1104211/418075/Jewelry%20interactions_from%20analog%20to%20digital.pdf, acessado a 16 de julho de 2021

Imagens 11, 12 e 13





Exposição *Medically Prescribed Jewellery*, Galeria Municipal, C.M.Matosinhos

Fonte: Olga Nogueira, Benhace, <https://www.behance.net/gallery/11860351/Olga-Noronha-Exhibition>, acessado a 12 de setembro de 2022

Imagens 14



Autor: Barbara Paganin
Título da peça: sem título
Ano: 2016
Tipologia: alfinete
Material: prata, acrílico e quartzo fumado
Dimensões: 170 x 97 x 37 mm

Fonte: Galeria Marzee, <https://www.marzee.nl/product/barbara-paganin-impronte-romanesche-2016/>, acessado a 22 de novembro de 2021

Imagens 15, 16 e 17



Outdoors móveis, utilizados na publicidade da exposição “The Modern Jewel In time and the mind of others”

Fonte: Atelier Ted Noten, <https://www.tednoten.com/portfolio-items/art-rehab/>, acessido a 22 de novembro de 2021

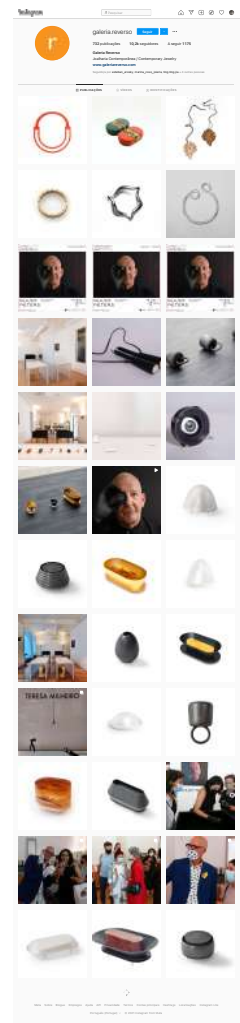
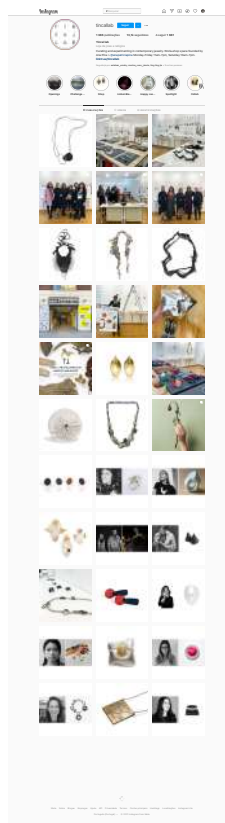
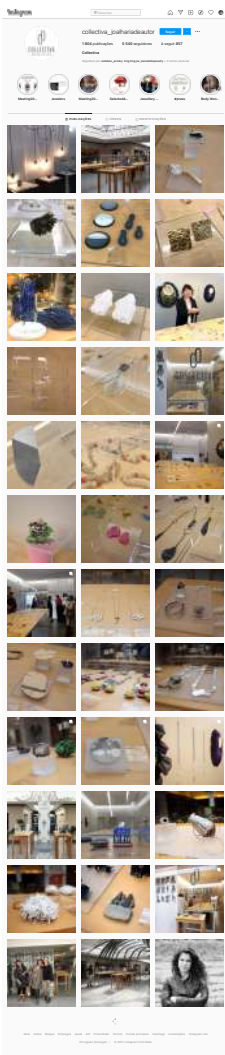
Imagem 18



Exemplo de um moodboard

Fonte: Composição realizada por Joana Pereira, as fotografias foram retiradas no site Pinterest

Imagem 19, 20 e 21



Feed das galerias Portuguesas - @collectiva_joalhariaautor, @tincallab e @galeria.reverso

Fonte: As fotografia screenshot (captura de tela) foram retiradas nos próprias redes sociais das galerias: Collectiva, Galeria Reverso e Tincal lab

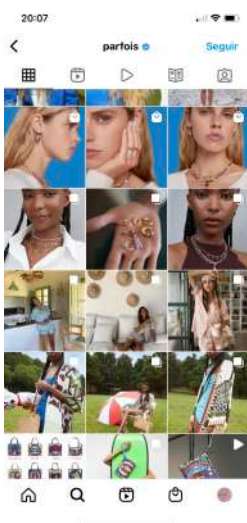
Imagem 22, 23 e 24



Feed das galeria Portuguesa @tincallab



Feed das galeria aPortuguesa @galeria.reverso



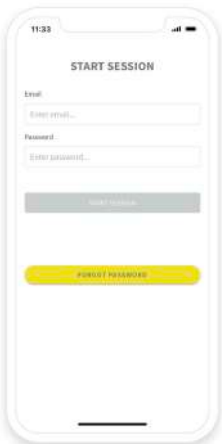
Feed das loja Portuguesa de acessórios femininos @Parfois

Fonte: As fotografia screenshot (captura de tela) foram retiradas nos próprias redes sociais das galerias: Galeria Reverso, Tincal lab e da loja Parfois

Imagem 25, 26 e 27



Screenshots 1 — Captura de tela da tela de boas-vindas do aplicativo C. A. J. (Jóias Artísticas Contemporâneas)



Screenshots 2 — Screenshot da tela de login do aplicativo C. A. J. (Contemporary Artistic Jewelry)



Screenshots 3 — Captura de tela da tela de registro do aplicativo C. A. J. (Joalheria Artística Contemporânea)

- Questões dos inquéritos

Português: Galerias/Projetos/Joalheiros (vendedor)

Caro senhor(a), obrigada pela dedicação do seu tempo ao realizar o seguinte inquérito, referente a uma dissertação de mestrado em Crítica, curadoria e teorias da arte pela Faculdade de Belas Artes de Lisboa. Os dados coletados são apenas destinados a trabalho académico.

1 - Sexo :

- Feminino
- Masculino

2 - Situação Atual:

- Solteiro
- Casado
- Outro

3 - Idade :

- Menos de 18 anos
- 18 - 24 anos
- 25 - 30 anos
- 31 - 40 anos
- 41- 50 anos
- 51 - 60 anos
- 61 ou mais

4 - Distrito de morada: _____

5 - Como galerias/projetos/joalheiros, quais foram suas maiores dificuldades ao ingressar no mercado de joalheria?

6 - O que acredita que os consumidores procuram na hora de comprar uma jóia/peça de autor?

7 - O mercado da joalheria artística contemporânea, cresce cada vez mais, tendo um grande número de concorrentes dos mais variados níveis. Qual a sua distinção nesse mercado?

8 - Porque acredita que os consumidores efetuam uma nova aquisição?

9 - Qual acredita ser o processo do consumidor na hora de concluir a compra?

10 - E quais ações que considera importantes no mercado para maximizar as vendas?

11 - O que considera ser indispensáveis para a decisão de compra da peça de joalheria em loja ou em loja on-line?

12- Quais são as principais ações que usa para atingir os seus clientes?

13 - Na sua opinião, quais são os principais fatores para o sucesso de uma empresa?

14 - Existe da sua parte, alguma forma de contato com os seus consumidores depois da venda ter sido concluída? Se sim, quais?

15 - Fora uma mais-valia ter feito a transição para o e-commerce (comércio digital) nas redes sociais? De que forma? Quais foram as diferenças que sentiu entre as diversas plataformas?

16 - Elabora novas estratégias perante o cliente em loja e o cliente on-line?)

Consumidor

Caro senhor(a), obrigada pela dedicação do seu tempo ao realizar o seguinte inquérito, referente a uma dissertação de mestrado em Crítica, curadoria e teorias da arte pela Faculdade de Belas Artes de Lisboa. O público-alvo deste inquérito são os seus consumidores no mercado da Joalheria Artística Contemporânea. (Na pesquisa não temos como objetivo analisar o mercado da ourivesaria e da relojoaria). **Os dados coletados são apenas destinados a trabalho académico.**

1 - Sexo :

- Feminino
- Masculino

2 - Situação Atual:

- Solteiro
- Casado
- Outro

3 - Idade :

- Menos de 18 anos
- 18 - 24 anos
- 25 - 30 anos
- 31 - 40 anos
- 41 - 50 anos
- 51 - 60 anos
- 61 ou mais

4 - Distrito de morada: _____

5 - Com que finalidade costuma comprar peças de joalheria?

- Para uso próprio
- Para presentear
- Para revender
- Para coleção particular
- Não costumo comprar peças de joalheria
- Outra: _____

6 - O que o/a leva a adquirir uma peça de joalheria numa loja? (Marque quantas opções achar adequadas)?

- Experiência de luxo (ex: Cartier, Bulgari, Louis Vuitton, Hermès, etc...)
- Compras por impulso
- Variedade das coleções
- Variedade de formas de pagamento
- Outros _____

7 - Já realizou uma compra de uma peça de joalheria on-line?

- Sim
- Não

Não costumo comprar peças de joalheria

8 - Se, a sua resposta foi sim, com que frequência compra peças de joalheria?

- Pelo menos uma vez por semana
- Uma vez por mês
- Uma vez a cada dois meses
- Uma vez a cada quatro meses
- Uma vez a cada seis meses
- Uma vez a cada oito meses
- Uma vez a cada 10 meses
- No mínimo uma vez por ano
- Não costumo comprar jóias

9 - Vê primeiro o produto e as suas informações on-line e só depois se dirigir à loja para concluir a compra?

- Sim
- Não costumo comprar peças de joalheria
- Não faço compras on-line

10 - Selecione quais das seguintes preferências, na sua opinião considere fulcral na hora de comprar uma peça de joalheria.

Preferências	Excelente	Impressionante	Satisfatória	Neutra	Frustrante	Desagradável
Experiência On-line						
Experiência de fast fashion (ex: Zara, Parfois, H&M, etc...)						
Experiência de compra de um Designer						
Experiência de luxo (ex: Cartier, Bulgari, Louis Vuitton, Hermès, etc...)						
Reconhecimento da marca						
Reconhecimento do joalheria de autor						
Preço (valor monetário expresso numericamente associado a uma mercadoria)						
Qualidade do produto						
Atendimento em local determinado pelo consumidor						
Exclusividade dos produtos						
Proximidade com o vendedor						

11 - Selecione quais das seguintes afirmações, lhe definem a sua atitude na compra de uma peça de joalheria:

Afirmações	Concordo plenamente	Concordo em parte	Nem concordo e nem discordo	Discordo em parte	Discordo plenamente
Quando desejo uma jóia já tenho em mente onde comprá-la?					
Quando querem comprar uma jóia, compara a oferta entre das várias galerias/ourivesarias?					
Costumo comprar jóias por impulso?					
Compro jóias como investimento?					
Só gosto de comprar joalheria em grandes redes?					
Prefere comprar joalheria de autor?					
Para presentear, prefiro comprar em grandes redes?					
Considera o atendimento essencial para conclusão uma compra de joalheria?					
Sente-se mais confortável para comprar num estabelecimento comercial?					
Prefere realizar as suas compras numa cadeia de produção fast fashion (ex: Zara, Parfois,H&M, etc...)?					

12 - Quais são os motivos que o/a levam a comprar novamente na mesma joalheria?

- Proximidade com o vendedor
- Disponibilidade para resolver eventuais problemas
- Promoções
- Contato pós-venda
- Outros _____

13 - Quais são os principais factores que o/a cativam numa marca de luxo na joalheria?

GALLERY (salesperson)

Dear candidate, thank you for taking the time to complete the following questionnaire regarding a master's thesis in the course of criticism, curation and theories of art by the Faculty of Fine Arts of Lisbon. The collected data is for academic analysis purposes only.

1 - Gender:

Female

Male

2 - Current situation:

Single

Married

Other

3 - Age:

Under 18

18 - 24

25 - 30

31 - 40

41 - 50

51 - 60

61 ou more

4 - Country: _____

5 - What were your biggest difficulties when entering the jewellery market?

6 - What do you think consumers are looking for when buying an author's piece?

7 - The market for contemporary artistic jewellery grows more and more, with a large number of competitors of the most varied sizes. What do you believe to be your differential in this market? What competitive advantage does it actually have?

8 - Why do you believe consumers make a new purchase?

9 - What do you think the decision process is when it comes to completing the consumer purchase?

10 - And what actions do you consider important in this market to maximize sales?

11 - Which attributes do you believe are indispensable for the decision to buy the jewellery in a physical store and online store?

12 - What are the main actions to reach your customers?

13 - What are the main factors you attribute to a company's success?

14 - Is there any kind of contact with your consumers after the sale has been completed?

15 - What is the greatest value to have made a transition to e-commerce/digital commerce on social networks? In what way? What were the differences that you felt between the different platforms?

CONSUMER survey

Dear candidate, thank you for taking the time to complete the following questionnaire regarding a master's thesis in the course of criticism, curation and theories of art by the Faculty of Fine Arts of Lisbon. The collected data is for academic analysis purposes only.

1 - Gender:

- Female
- Male

2 - Current situation:

- Single
- Married
- Other

3 - Age:

- Under 18
- 18 - 24
- 25 - 30
- 31 - 40
- 41 - 50
- 51 - 60
- 61 ou more

4 - Country: _____

5 -What is the purpose for you when buying a piece of Jewellery?

- For personal use
- To gift
- To resell
- For private collection
- I don't usually buy jewellery
- Another: _____

6 - What makes you buy jewellery at a physical store? (select as many options as appropriate)

- Treatment experience
- Impulse purchases
- Variety of collections
- Variety of payment methods
- Another: _____

7 - Have you ever purchased jewellery online?

- Yes
- No
- I don't usually buy jewellery

8 - If so, how often do you buy jewellery?

- At least once a week
- Once a month
- Once every two months
- Once every four months
- Once every six months
- Once every eight months
- Once every 10 months
- At least once a year
- I don't usually buy jewellery

9 - Do you see the product and its information online first, and then go to the store to complete the purchase?

- Yes
- I don't usually buy jewellery
- I don't buy online

10 - Nowadays when it comes to buying jewellery we have to take multiple factors into account. Please in order of personal preference, organise the attributes below, 1 being the most important and 8 the least important.

Fast Fashion Experience

Preferences	Great	Amazing	Satisfactory	Neutral	Frustrating	Unpleasant
Online Experience						
Fast Fashion Experience (ex: Zara, Parfois, H&M, etc...)						
Shopping experience of a Designer						
Luxury Experience (ex: Cartier, Bulgari, Louis Vuitton, Hermès, etc...)						
Brand Recognition						
Recognition of the author jeweler						
Price (monetary value expressed numerically associated with a commodity)						
Quality						
Service at a location determined by the consumer.						
Product exclusivity						
Proximity to the seller						

11 - In the following statements, select the options that best define your true opinion when buying jewellery:

Affirmations	I fully agree	Partly agree	Neither agree nor disagree	Partly disagree	Strongly disagree
When I want a piece of jewelry I already have in mind where to buy it					
When I want to buy a jewel I compare the offer of several gallery / jewellerys					
I usually buy jewellery on impulse					
I buy jewelry as an investment					
I just like to buy jewellery in big chains					
I prefer to buy j jewellery with freelancers					
As a gift, I prefer to buy in large chains					
I consider the essential service when buying jewellery					
I feel more comfortable buying at a commercial establishment					
I prefer the personalized service					

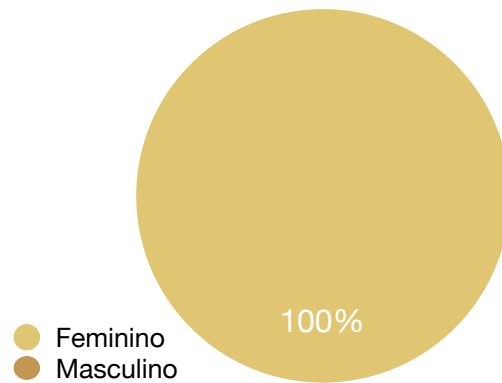
12 - What are the reasons that make you buy again, in a store where you have already bought?

- Proximity to the seller
- Willingness to solve any problems
- Sale
- After sales contact
- Another: _____

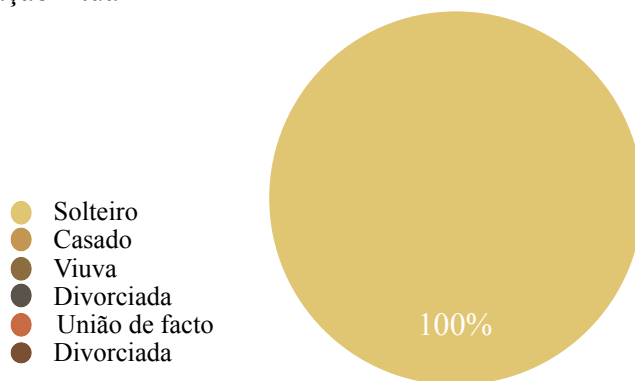
13 - What attracts you from the great luxury brand in jewellery?

- Respostas aos inquéritos

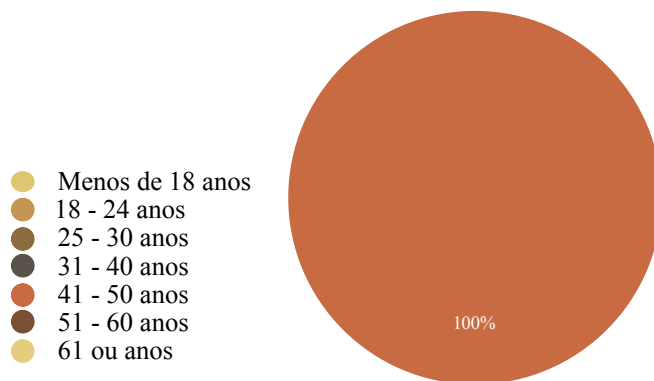
1. Sexo



2. Situação Atual



3. Idade



4. Distrito de morada - Porto

5. Como galerias/projetos/joalheiros, quais foram suas maiores dificuldades ao ingressar no mercado de joalheria?

Encontrar pontos de venda, chegar ao público-alvo.

6. O que acredita que os consumidores procuram na hora de comprar uma jóia/peça de autor?

Elemento diferenciador, trabalho manual, peça única/artística.

7. O mercado da joalheria artística contemporânea, cresce cada vez mais, tendo um grande número de concorrentes dos mais variados níveis. Qual a sua distinção nesse mercado?
O facto de trabalhar como joalheira e galerista, combinando as duas vertentes no mesmo espaço (oficina e galeria).

8. Porque acredita que os consumidores efetuam uma nova aquisição?
Porque se identificam com a imagem da marca.

9. Qual acredita ser o processo do consumidor na hora de concluir a compra?
Após uma pesquisa, a escolha com base no impulso/gosto ou preço.

10. E quais ações que considera importantes no mercado para maximizar as vendas?
Investimento na imagem (fotografia, site, etc) e divulgação (publicidade, parcerias, publicações, etc).

11. O que considera ser indispensáveis para a decisão de compra da peça de joalheria em loja ou em loja on-line?
Boa apresentação do produto, variedade do tipo de produtos e gama de preços.

12. Quais são as principais ações que usa para atingir os seus clientes?
Promoção em redes sociais, lançamento de exposições, colaborações.

13. Na sua opinião, quais são os principais fatores para o sucesso de uma empresa?
Consistência, qualidade, postura dinâmica, boa divulgação.

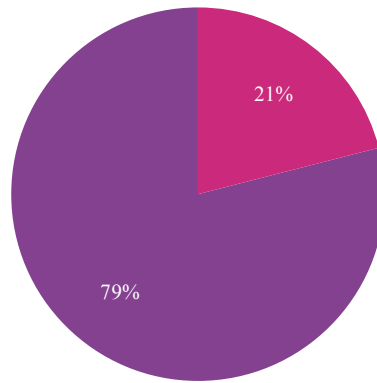
14. Existe da sua parte, alguma forma de contato com os seus consumidores depois da venda ter sido concluída? Se sim, quais?
Newsletter, no caso de vendas online.

15. Fora uma mais-valia ter feito a transição para o e-commerce (comércio digital) nas redes sociais? De que forma? Quais foram as diferenças que sentiu?
Sim, aumento de seguidores e de vendas online.

16. Elabora novas estratégias perante o cliente em loja e o cliente on-line?
Sim, por ex, em loja: atendimento personalizado; online: boa fotografia, divulgação regular nas redes sociais.

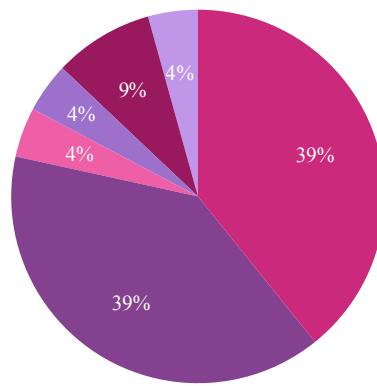
1. Sexo

- Feminino
- Maio



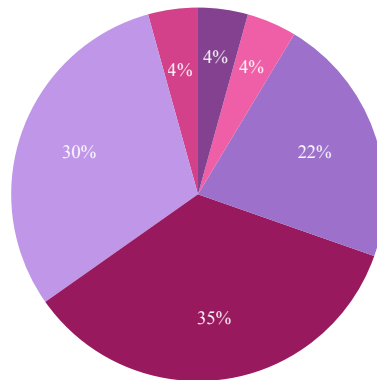
2. Situação Atual

- Solteiro
- Casado
- Viuva
- Divorciada
- União de facto
- Divorciada

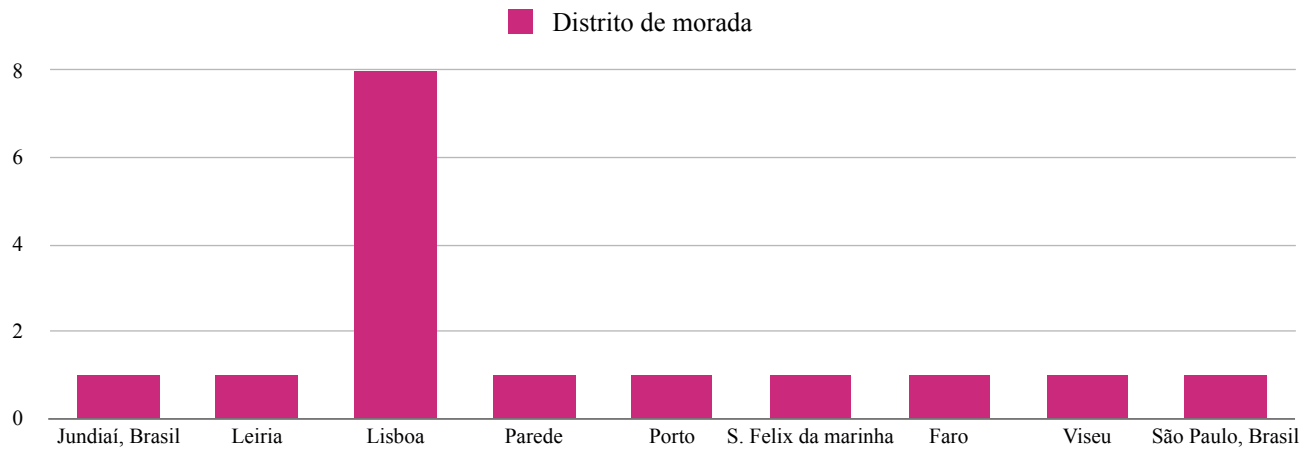


3. Idade

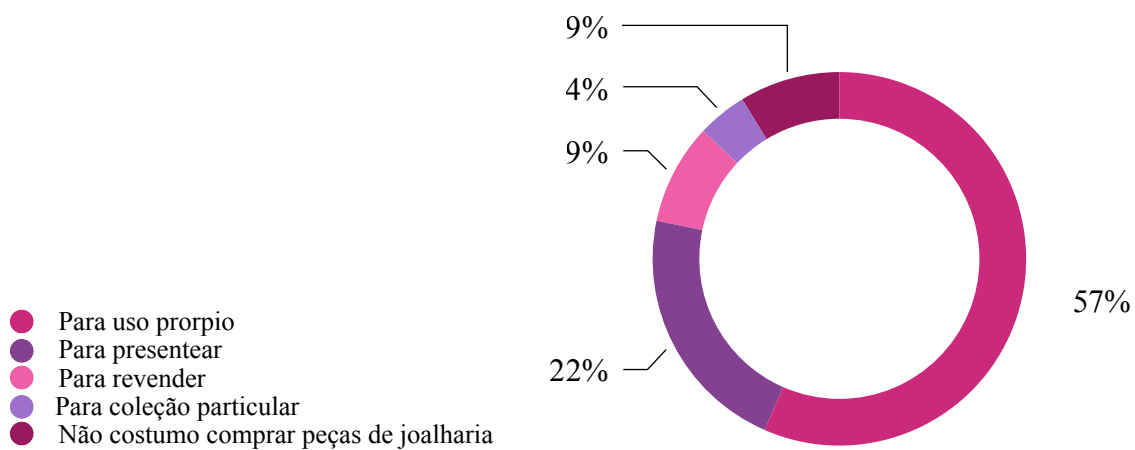
- Menos de 18 anos
- 18 - 24 anos
- 25 - 30 anos
- 31 - 40 anos
- 41 - 50 anos
- 51 - 60 anos
- 61 ou anos



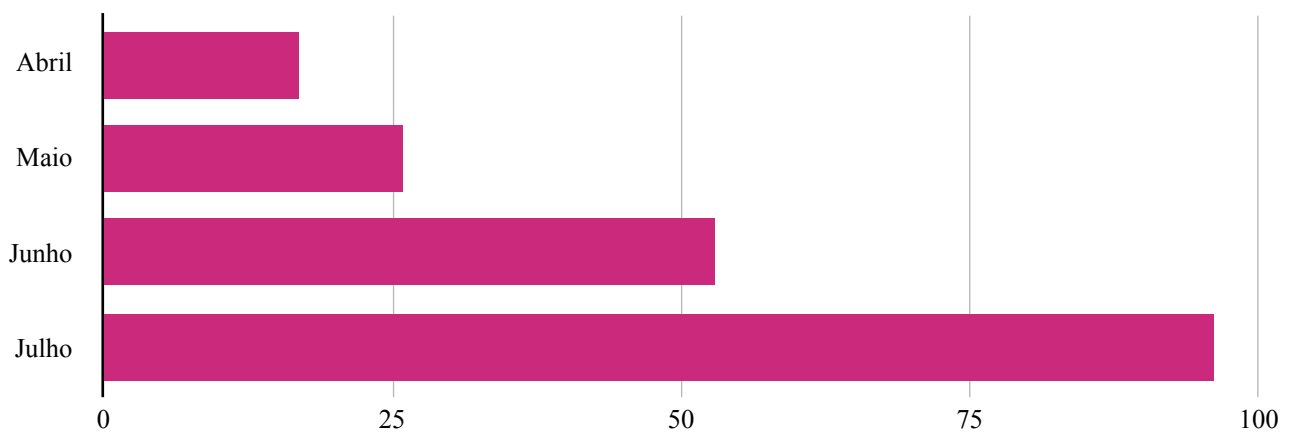
4. Distrito de Morada



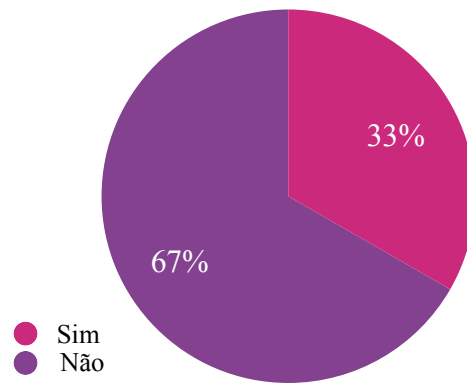
5. Com que finalidade costumamos comprar peças de joalharia?



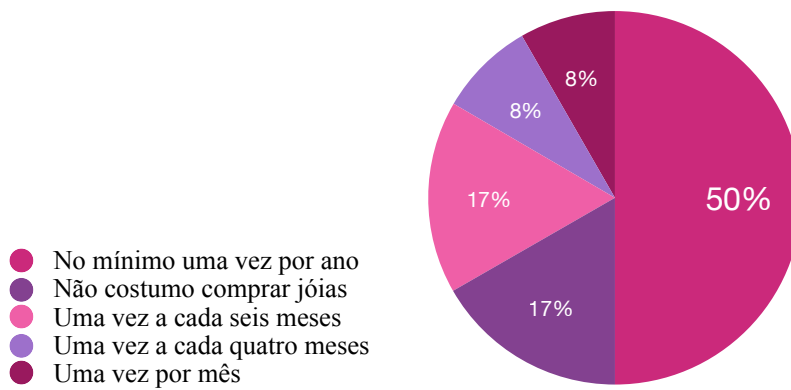
6. O que o/a leva a adquirir uma peça de joalharia numa loja? (Marque quantas opções achar adequadas)?



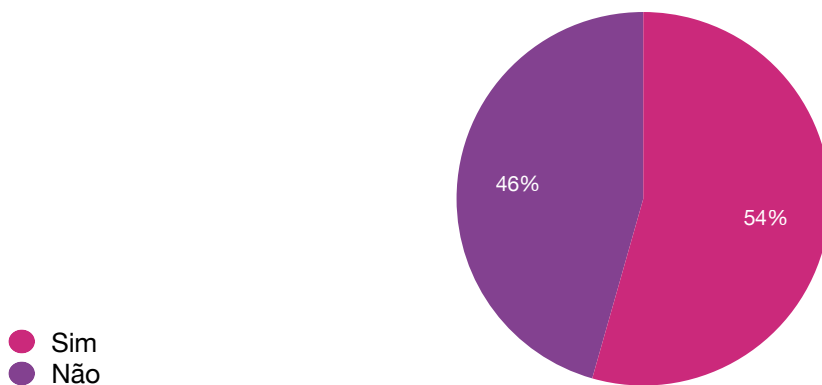
7. Já realizou uma compra de uma peça de joalheria on-line?



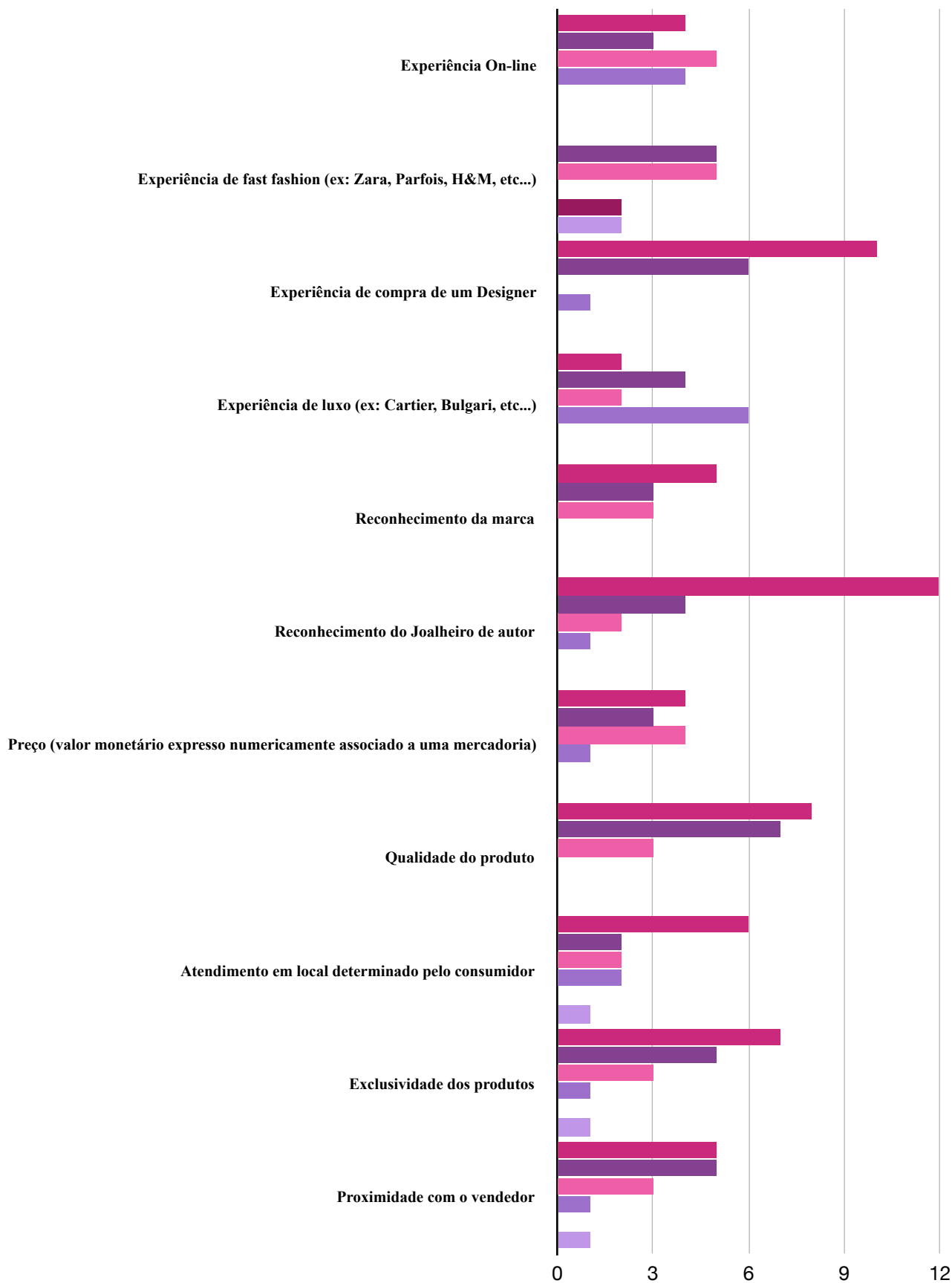
8. Se, a sua resposta foi sim, com que frequência compra peças de joalheria?



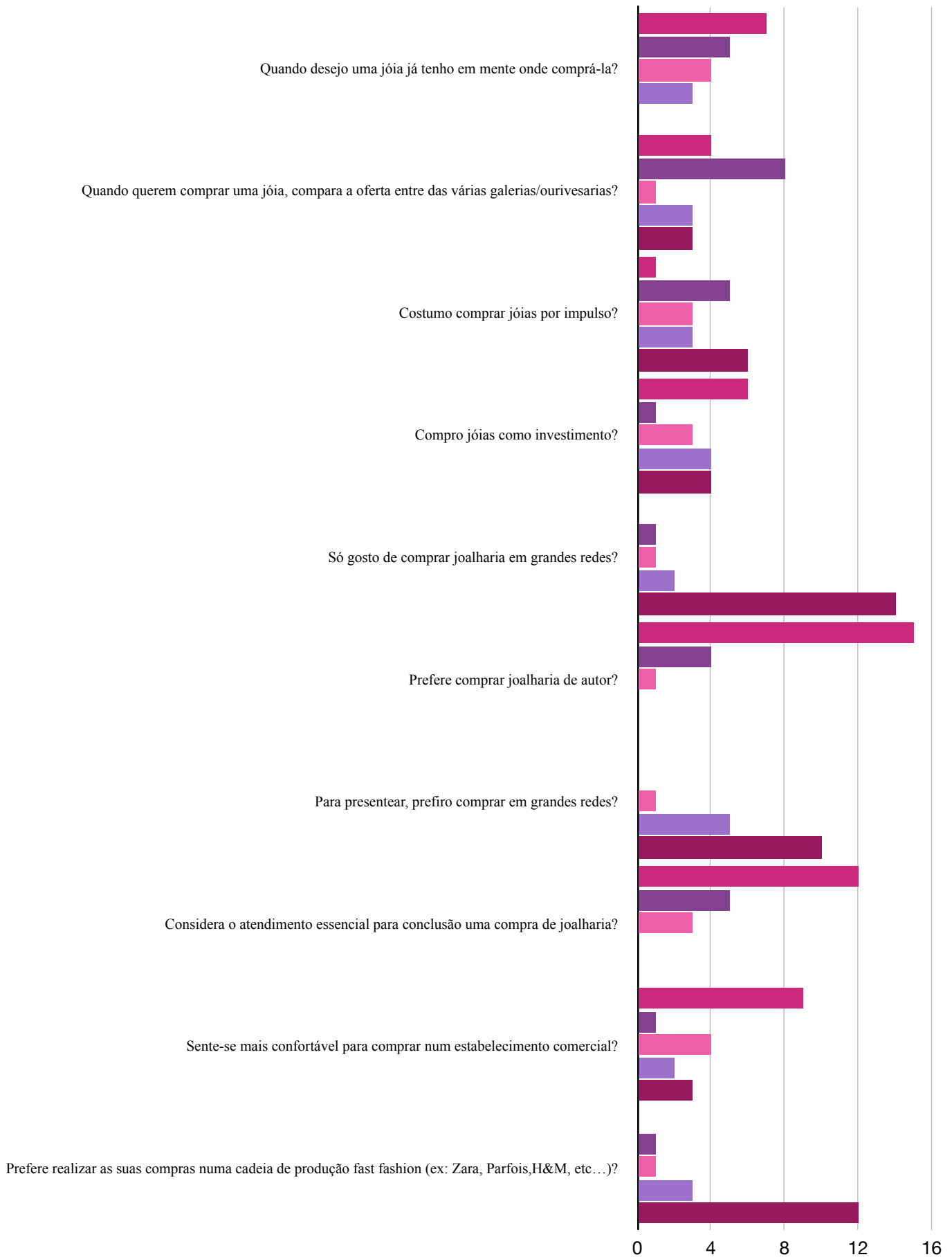
9. Vê primeiro o produto e as suas informações on-line e só depois se dirigir à loja para concluir a compra?



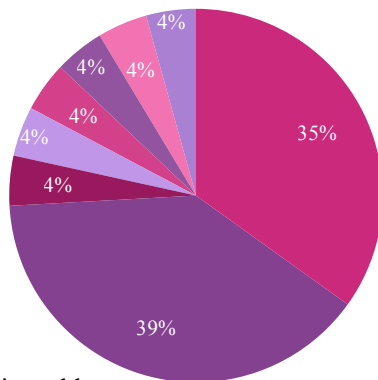
10. Selecione quais das seguintes preferências, na sua opinião considere fulcral na hora de comprar uma peça de joalheria.



11. Selecione quais das seguintes afirmações, lhe definem a sua atitude na compra de uma peça de joalheria:



12. Quais são os motivos que o/a levam a comprar novamente na mesma joalheria?



- Proximidade com o vendedor
- Disponibilidade para resolver eventuais problemas
- Promoções
- Contato pós-venda
- Bom atendimento
- Conhecer o designer
- Coleções disponíveis
- Gama de produtos criativos
- Qualidade e design
- Sou técnico lapidador de diamantes 30 anos formador de LAPIDAÇÃO de DIAMANTES e joalheiro com joalheria loja aberta

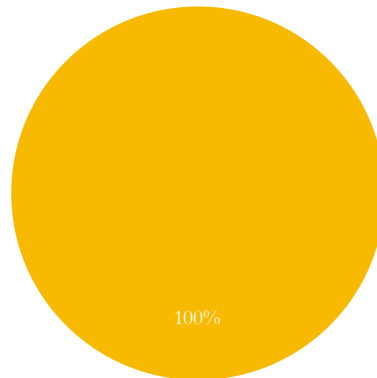
13. Quais são os principais factores que o/a cativam numa marca de luxo na joalheria?

- Nenhuma, ou gostar muito da peça.
- Exclusividade, qualidade, materiais.
- Design, peças diferenciadas
- O requinte
- Criação e exclusividade
- Design e pedras preciosas
- A garantia de qualidade e o design.
- Marcas de Luxo não me cativam. Marcas de autor, sim. A autenticidade da comunicação da peça e o cunho do artista.
- A sua exclusividade
- Durabilidade | Qualidade
- O momento não é propício
- Garantia de nobreza dos metais
- Design
- Qualidade de acabamento elevado sentido de detalhe
- Qualidade e design da peça
- Duram uma vida inteira sem dúvida é nunca sai de moda
- Originalidade
- Diferença no design, qualidade e políticas de respeito pelo meio ambiente
- Qualidade e design
- Não compro marcas de luxo

Inquéritos Fora de Portugal

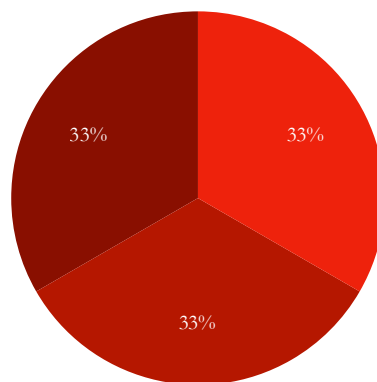
1. Gender (**Género**)

- Female
- Male



2. Age (**Idade**)

- Under 18
- 18 - 24
- 25 - 30
- 31 - 40
- 41 - 50
- 51 - 60
- 61 or more

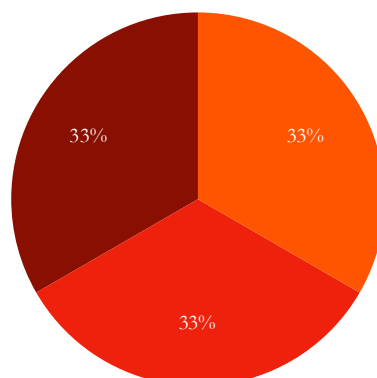


3. Country (**País**)

- Italy (Italia)
- Greece (Grécia)
- Korea (Coreia do Sul)

4. For you what is the purpose of buying Jewelry? (**Para você qual é o propósito de comprar joias?**)

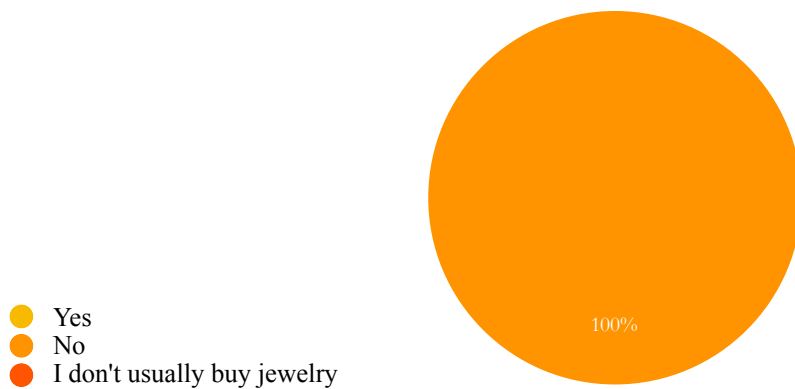
- For personal use
- To gift
- To resell
- For private collection
- I don't usually buy jewelry
- and for resell as I am a gallerist



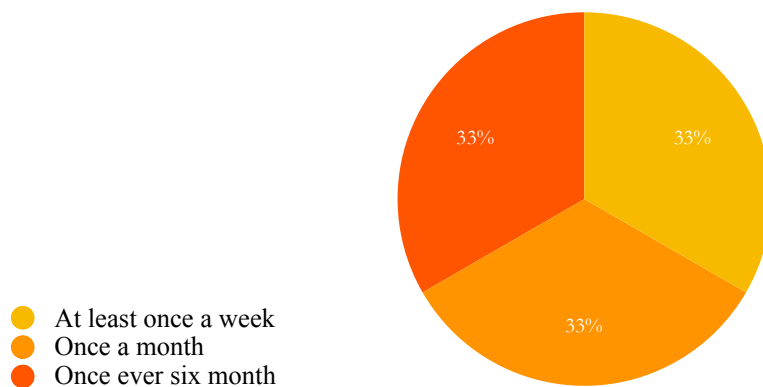
5. What makes you buy jewelry at a physical store? (select as many options as appropriate) **O que faz você comprar joias em uma loja física? (selecione quantas opções forem adequadas)**

- Treatment experience (**Experiência de tratamento**)
- 2 x Variety of collections (**Variedade de coleções**)

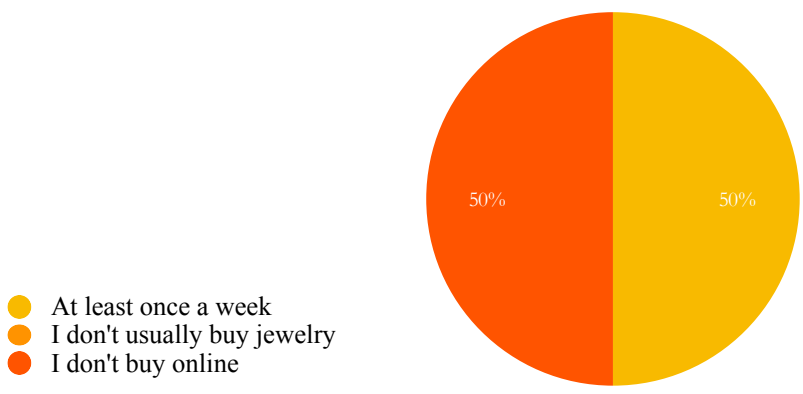
6. Have you ever purchased jewelry online? **Você já comprou joias online?**



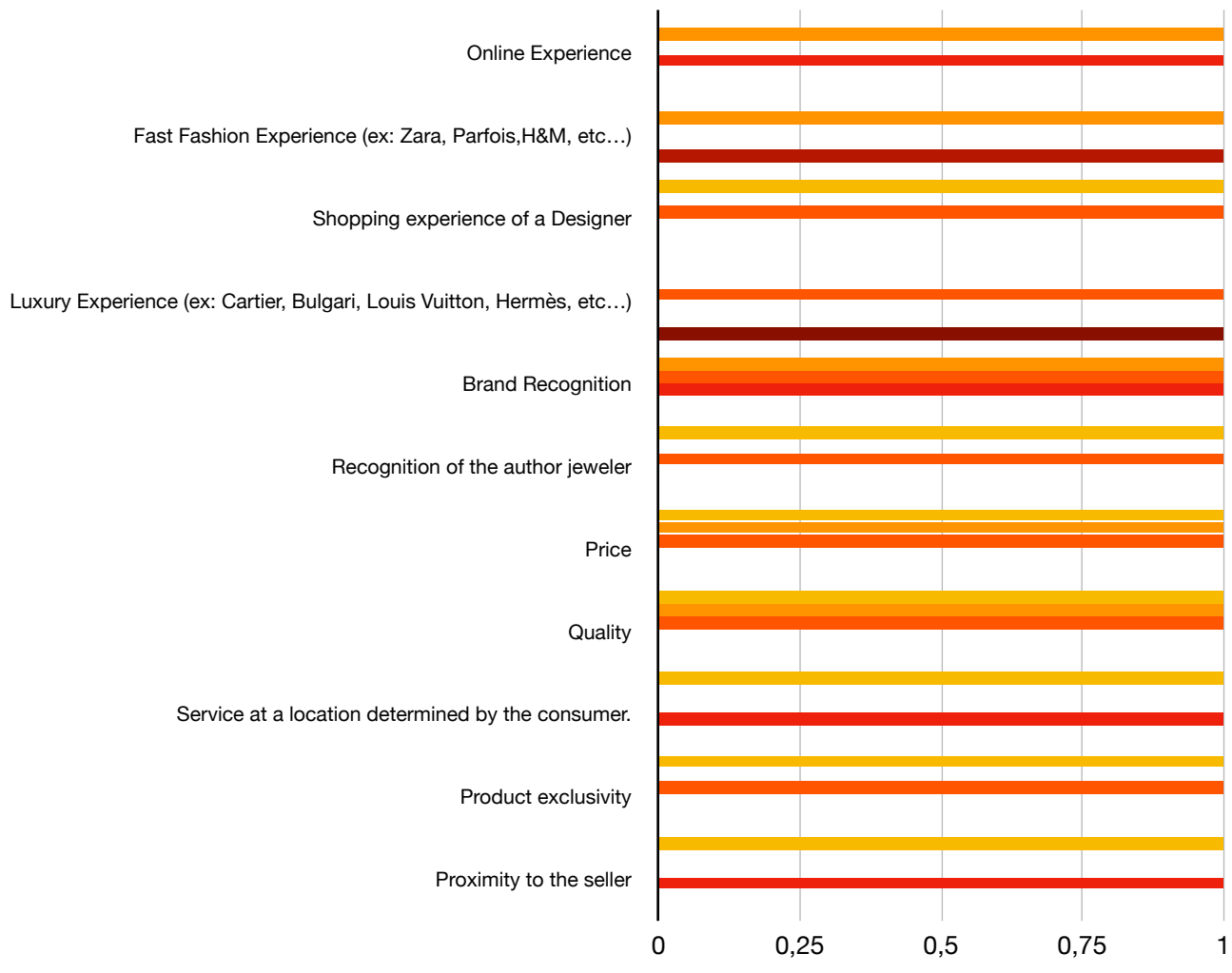
7. If so, how often do you buy jewelry? **Em caso afirmativo, com que frequência você compra joias?**



8. Do you see the product and its information online first, and then go to the store to complete the purchase? **Você vê o produto e suas informações on-line primeiro e, em seguida, vai até a loja para concluir a compra?**



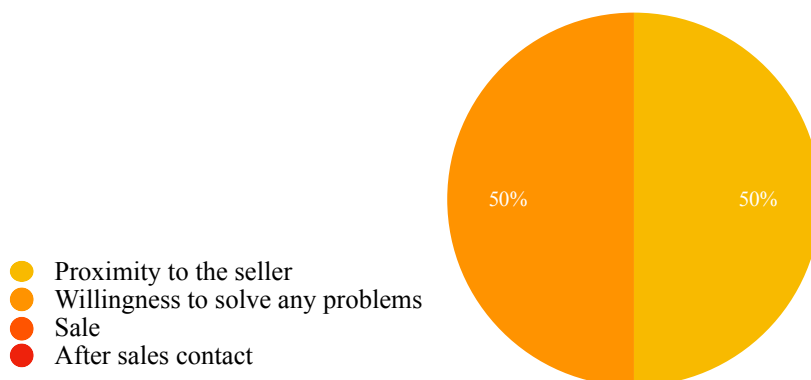
9. Select which of the following preferences, in your opinion, consider crucial when buying a piece of jewelry. **Selecione qual das seguintes preferências, em sua opinião, considera crucial ao comprar uma joia.**



10. In the following statements, select the options that best define your true opinion when buying jewelry: **Nas afirmações a seguir, selecione as opções que melhor definem sua opinião verdadeira na hora de comprar jóias:**



11. What are the reasons that make you buy again, in a store where you have already bought?
Quais são os motivos que o levam a voltar a comprar, numa loja onde já comprou?

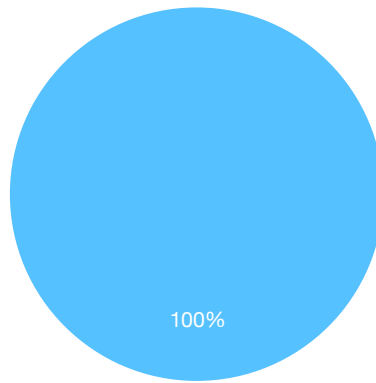


11. What attracts you to a great luxury brand in jewelry? **(O que o atrai em uma grande marca de luxo em jóias?)**

- Nothing (**Nada**)
- Not much (**Não muito**)

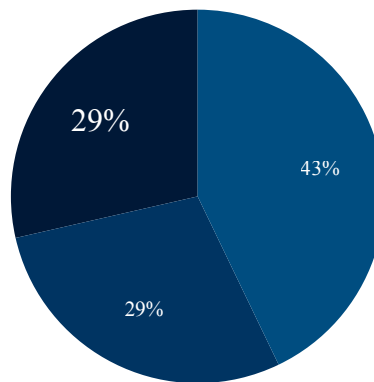
1. Gender (Género)

- Female
- Male



2. Age (Idade)

- Under 18
- 18 - 24
- 25 - 30
- 31 - 40
- 41 - 50
- 51-60
- 61 or more



4. Country (País)

- Sweden (Suécia)
- Greece (Grécia)
- Italy (Itália)
- Lithuania (Lituânia)
- Australia (Austrália)
- Korea (Coreia do Sul)

5. What were your biggest difficulties when entering the jewellery market?

Quais foram as suas maiores dificuldades ao entrar no mercado de joalheria?

- I think I needed experience that I didn't get in school. Both when it comes to technical things and when it comes to how the contemporary jewellery world works.

- Acho que precisava de uma experiência que não tive na escola. Tanto no que se refere a aspectos técnicos quanto no que diz respeito ao funcionamento do mundo da joalheria contemporânea.

- To create the appropriate audience.

- Para criar o público apropriado.

- Being known
- Ser conhecido

- To be seen. Jewellery market is the huge one. I think and I hope that in the near future there will be more separated exposure focused on emerging designers.

- Ser visto. O mercado de joias é o maior. Eu acho e espero que em um futuro próximo haverá mais exposição separada focada em designers emergentes.

- I didn't really experience any.
- Eu realmente não experimentei nenhum.

- Educating audience about Contemporary Jewelry
- Educando o público sobre jóias contemporâneas

6. What do you think consumers are looking for when buying an author's piece?

O que você acha que os consumidores procuram ao comprar uma obra de autor?

- Personality, technical finish, how it works on the body
- Personalidade, acabamento técnico, como funciona no corpo

- Identity, concept, new materials
- Identidade, conceito, novos materiais

- A story
- Uma história

- Unique pieces, handmade jewellery, stability not just a one season trend.
- Peças únicas, joias feitas à mão, estabilidade não é uma tendência de uma estação.

- It varies a lot, everyone is different. Some look for name, some price, but mostly it's a piece that speaks to them personally. You can't put your finger on it.

- Varia muito, todo mundo é diferente. Alguns procuram por nome, algum preço, mas principalmente é uma peça que fala com eles pessoalmente. Você não pode colocar o dedo nisso.

- Authentic, uniqueness of the work which fits into their body
- Autêntico, singularidade do trabalho que se encaixa em seu corpo

7. The market in contemporary artistic jewellery grows more and more, with a large number of competitors of the most varied sizes. What do you believe to be your differential in this market? What competitive advantage does it actually have?

(O mercado da joalheria artística contemporânea cresce cada vez mais, com um grande número de concorrentes dos mais variados portes. O que você acredita ser o seu diferencial nesse mercado? Que vantagem competitiva ela realmente possui?)

- I think we get customers because we show great pieces by fantastic artists.
- Acho que conquistamos clientes porque mostramos grandes obras de artistas fantásticos.

- I work with emerging and established artists that have not been presented before in my country.

- Trabalho com artistas emergentes e consagrados que não foram apresentados antes no meu país.

- We have a space where you can find established author together with unknown ones juxtaposed with design objects and fashion clothes

- Temos um espaço onde você pode encontrar autores consagrados e desconhecidos justapostos a objetos de design e roupas da moda.

- The point of view in a jewellery world and luxury essential. Misshapen is an open question about the significance of jewelry in modern life, irrational desire for luxury, pleasures and things that have no practical value. It is an idea that the beauty of a piece of jewelry should not reflect traditional aesthetic values.

- O ponto de vista no mundo da joalheria e o luxo essencial. Deformada é uma questão em aberto sobre o significado das jóias na vida moderna, desejo irracional de luxo, prazeres e coisas que não têm valor prático. É uma ideia que a beleza de uma jóia não deve refletir os valores estéticos tradicionais.

- Hard to say - I think the name of the gallery is recognised as a very long-standing and high quality business. What I select and what I reject is important, the clients have to know they can trust your eye.

- Dificil dizer - Acho que o nome da galeria é reconhecido como um negócio de longa data e de alta qualidade. O que eu seleciono e o que rejeito é importante, os clientes precisam saber que podem confiar no seu olho.

- Quality of the collection! For art, it is all about the collection I believe. And rotation of the collection is important. Customers want to see new work when they come in.

- Qualidade da coleção! Para a arte, acredito que tudo se resume à coleção. E a rotação da coleção é importante. Os clientes querem ver novos trabalhos quando chegam.

8. Why do you believe consumers make a new purchase?

Por que você acredita que os consumidores fazem uma nova compra?

- Because they fall in love with a piece
- Porque eles se apaixonam por um pedaço

- They buy works that fit their collection, they want to invest in upcoming artists or they have found something that triggers them.

- Eles compram obras que se encaixam em sua coleção, querem investir em novos artistas ou encontraram algo que os estimula.

- Because we are nice and empathetic and our selection is a good one (we are a gallery).
- Porque somos simpáticos e empáticos e a nossa seleção é boa (somos uma galeria).

- Because we are human being and want to have new things, even if we don't need it. You have to have very strong personality to stand up for your desires for NEW and say stop to yourself. That's how the market works in my opinion.

- Porque somos seres humanos e queremos ter coisas novas, mesmo que não necessitemos. Você precisa ter uma personalidade muito forte para defender seus desejos pelo NOVO e dizer pare para si mesmo. É assim que o mercado funciona na minha opinião.

- Again, that varies in each case, the myriad of tiny motivations that go into any discretionary spend is something big brands spend a fortune researching! So I don't know, but in the end I guess they just want the piece. Desire wins.

- Novamente, isso varia em cada caso, a miríade de pequenas motivações que entram em qualquer gasto discricionário é algo que as grandes marcas gastam uma fortuna pesquisando! Então eu não sei, mas no final acho que eles só querem a peça. O desejo vence.

- Because of their positive experience with the work for instance, self-satisfaction, complement from others.

- Por causa de sua experiência positiva com o trabalho, por exemplo, auto-satisfação, complemento de outras pessoas.

9. What do you think the decision process is when it comes to completing the consumer purchase?

Qual você acha que é o processo de decisão quando se trata de concluir a compra do consumidor?

- Credibility to the gallery or the artist, attractive price

- Credibilidade para a galeria ou artista, preço atrativo

- The price and getting service/attention/respond before the interest fades.

- O preço e a obtenção de serviço/ atenção/ resposta antes que o interesse desapareça.

- See above. If I knew that, I'd be much more successful.

- Veja acima. Se eu soubesse disso, teria muito mais sucesso.

- Trust in the seller

- Confie no vendedor

- Gallerist's suggestion and confirmation assures their purchase.

- A sugestão dos galeristas e a confirmação dos galeristas garantem sua compra.

10. And what actions do you consider important in this market to maximize sales?

E quais ações você considera importantes neste mercado para maximizar as vendas?

- Broaden the audience and take every opportunity to create an interest in contemporary jewellery

- Amplie o público e aproveite todas as oportunidades para criar interesse em joias contemporâneas

- Communication with your audience, investing in the artists
- Comunicação com seu público, investindo nos artistas

- Step off the pedestal
- Saia do pedestal

- I really don't know
- Eu realmente não sei

- Telling a compelling story, be it in person or through social media, about the work, the artist and by extension, your business.

- Contar uma história envolvente, seja pessoalmente ou através das redes sociais, sobre a obra, o artista e, por extensão, o seu negócio.

- Update the collection, keep the gallery with fresh display ideas, personal true approach and more.

- Atualize a coleção, mantenha a galeria com novas ideias de exibição, abordagem pessoal verdadeira e muito mais.

11. Which attributes do you believe are indispensable for the decision to buy the jewellery in a physical store and online store?

Quais atributos você acredita serem indispensáveis para a decisão de comprar a joia em loja física e loja online?

- In a physical shop: trying on the works is important and explaining the concepts and materials. Talking with the customer and understanding their needs, is important to guide them to sale.

Online: you have to have a minimal eshop to navigate the customers, but also complete in order to have access to all the information needed. (concept/material). The works presented in models is also very important.

- Em uma loja física: experimentar as obras é importante e explicar os conceitos e materiais. Conversar com o cliente e entender suas necessidades é importante para orientá-lo para a venda.

Online: é necessário ter um eShop mínimo para navegar os clientes, mas também completo para ter acesso a todas as informações necessárias. (conceito / material). Os trabalhos apresentados em maquetes também são muito importantes.

- Be aware of wearability.
- Esteja ciente de vestibilidade (conforto de utilização)

- In physical store - excellent customer service. Engaging but not pushing. Online - good images, plenty of info about the piece.

- Em loja física - excelente atendimento. Envolvente, mas sem forçar. Online - boas imagens, muitas informações sobre a peça.

- Honest opinion (detailed explanation), simple transaction of payment process, artistic display.

- Opinião honesta (explicação detalhada), transação simples do processo de pagamento, exibição artística.

12. What are your main actions to reach your customers?

Quais são suas principais ações para atingir seus clientes?

- Online communication and physical meetings at the gallery.

- Comunicação online e reuniões presenciais na galeria.

- Newsletter, Instagram, Facebook.

- Online presence and private messages.

- Presença online e mensagens privadas.

- Social media, collaboration with another artists, magazines.

- Redes sociais, colaboração com outros artistas, revistas.

- Social media, newsletters, personal contact.

- Redes sociais, boletins informativos, contato pessoal.

- Instagram, personal message, phone invitation, birthday greetings...

- Instagram, mensagem pessoal, convite por telefone, cumprimentos de aniversário ...

13. What are the main factors you attribute to a company's success?

Quais são os principais fatores que você atribui ao sucesso de uma empresa?

- Building the right audience, targeting to people with common interests according to your product.

- Construir o público certo, visando pessoas com interesses comuns de acordo com o seu produto.

- The ability to recognize failures and success.

- Capacidade de reconhecer falhas e sucessos.

- A clear narrative about who you are and what you stand for, maintaining client relationships and not compromising with quality.

- Uma narrativa clara sobre quem você é e o que defende, mantendo o relacionamento com o cliente e não comprometendo a qualidade.

14. Is there any kind of contact with your consumers after the sale has been completed?

Existe algum tipo de contato com seus consumidores após a finalização da venda?

- Yes

- Sim

- Yes, with email

- Sim com email

- Of course, I'm a freelance designer, I do have time and interest for it. I like to get back to consumer and get an update about how they feels with MISSHAPEN.

- Claro, sou um designer freelance, tenho tempo e interesse nisso. Eu gosto de voltar ao consumidor e receber uma atualização sobre como eles se sentem com o MISSHAPEN.

- Not as a rule, mainly because I hate it when businesses try and ask me for feedback after a sale. It seems needy and disrespects my time. But most of my clients are repeat clients so I know I'll have contact with them again.

- Via de regra não, principalmente porque odeio quando as empresas tentam e me pedem feedback após uma venda. Parece carente e desrespeita meu tempo. Mas a maioria dos meus clientes são clientes habituais, então sei que terei contato com eles novamente.

- Not right after but remember to mention the last purchase on their next visit or greeting texts on their birthdays or new years.

- Não logo depois, mas lembre-se de mencionar a última compra na próxima visita ou os textos de saudação em seus aniversários ou ano novo.

15. In your opinion, what is the greatest value you took from making a transition to e-commerce/digital commerce on social networks?

Na sua opinião, qual foi o maior valor que você tirou da transição para o e-commerce / digital commerce nas redes sociais?

- We reach a much wider audience

- Alcançamos um público muito mais amplo

- Connecting with consumers from all over the world, people that wouldn't be able to visit my gallery.

- Conectando-se com consumidores de todo o mundo, pessoas que não poderiam visitar minha galeria.

- Visibility

- Visibilidade

- Convenience for buyers, easier communication. Sustaining the business for myself and my artists while being without a physical space for an extended period.

- Conveniência para compradores, comunicação mais fácil. Sustentar o negócio para mim e para meus artistas enquanto fico sem um espaço físico por um longo período.

- Sustaining the business for myself and my artists while being without a physical space for an extended period.

- Sustentar o negócio para mim e para meus artistas sem ter espaço físico por um longo período.

- I only post quality good art work but easier production work we also have.

- Publico apenas trabalhos de arte de boa qualidade, mas também temos trabalhos de produção mais fáceis.