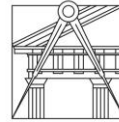




Instituto Politécnico  
de Castelo Branco  
Escola Superior  
de Artes Aplicadas



**FACULDADE DE ARQUITETURA**  
UNIVERSIDADE DE LISBOA

## **Design de Acessórios**

Estágio na marca Teresa Gameiro - Proposta de coleção para a marca.

Andreia Lisandra Lopes Nico

Mestrado em Design do Vestuário e Têxtil

### **Orientadora**

Professora Doutora Ana Margarida Pires Fernandes

Trabalho de projeto / Relatório de estágio apresentados á Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto politécnico de Castelo Branco e á Faculdade de arquitetura de Lisboa para cumprimento dos requisitos necessários á obtenção do grau de mestre em Design do Vestuário e Têxtil, realizada sob orientação científica da professora Doutora Ana Margarida Fernandes, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

**Mai de 2017**



## Composição do júri

Presidente do júri

Doutora, Alexandra Isabel Cruchinho Barreiros

Professor Adjunto, Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco

Vogais

Doutora, Ana Margarida Pires Fernandes

Professor Adjunto, Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco

Doutora, Manuela Cristina Paulo Carvalho Almeida Figueiredo

Professora Auxiliar, Universidade Técnica de Lisboa – Faculdade de Arquitetura

## **Dedicatória**

Dedico este trabalho aos meus pais, colegas, amigos e todos os que de alguma forma me ajudaram ao longo do percurso, e que acreditaram sempre em mim e apoiaram o meu trabalho.

Assim como queria agradecer á Professora Doutora Margarida Pires Fernandes por toda a ajuda dispensada e apoio, tornando possível a conclusão deste trabalho.

## Resumo

O presente relatório surge como uma apresentação do trabalho da mestranda inserido numa marca de acessórios de moda. O estágio curricular com início a 4 de Novembro de 2015 e conclusão a 31 de Maio de 2016, contribuiu portanto para a conclusão do Curso De Mestrado em Vestuário e Têxtil na Escola Superior de Artes Aplicadas em Castelo Branco/IPCB em conjunto com a Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa.

O estágio visou aplicar conhecimentos adquiridos ao longo do curso, como propôs novos desafios, ambientes de trabalho, discussão de ideias e conceitos, e mais importante, a experiência de trabalhar para clientes reais, noções de orçamentos, e gestão de tempo. Assim como foi determinante a experiência ganha ao realizar diferentes tarefas fora e dentro do espaço de *atelier*, tudo isto numa área em relação aos acessórios de senhora, neste caso malas, e o impacto que causam no contexto de moda atual, assim como a forte vertente têxtil da marca.

O presente relatório consta do trabalho desenvolvido em contexto de estágio, desafios superados, dificuldades encontradas, e objetivos atingidos com sucesso. A mestranda apresenta também no presente relatório as tarefas que lhe foram atribuídas dentro da marca, em relação à criação, ilustração, etapas de execução de tarefas, assim como reflexões acerca de diversos temas relacionados com o estágio em si.

Além do estágio, a mestranda foi desafiada a desenvolver uma coleção de malas para a marca, com o objetivo de apresentar uma abordagem sua da marca. Como poderia propor novos modelos, aliando a sua criatividade e sentido de estética às próprias características que representam Teresa Gameiro. Dessa forma conseguindo aplicar os conhecimentos adquiridos durante o estágio, e acrescentando valor à própria marca apostando numa nova abordagem.

## Palavras-chave

Design; Acessórios; Têxtil

## **Abstract**

The present report is a presentation of all the student's work in a fashion accessories brand. The curricular internship which began the 4 November 2015 and ended may 31 2016, contributed to complete the master's degree in Apparel and Textiles at the school of applied arts in Castelo Branco/IPCB in conjunction with the Faculty of architecture of the University of Lisbon.

The internship aimed to both apply knowledge gained throughout the course, proposed new challenges, work environments, discussion of ideas and concepts, and more importantly, the experience of working for real customers, understanding of budgets, and time management. As well as the experience gained was crucial when performing different tasks in and out, all this in an field that always aroused interest on the student: woman's accessories in this case bags, and their impact in fashion, as well as the strong textile component of the brand.

The present report explains the whole evolution of the student in the internship environment, challenges overcome, difficulties encountered, and objectives achieved successfully. As an intern, the student also presents in this report the tasks assigned within the brand, about the creation (bags design), illustration, execution steps, as well as reflections on various themes related with the internship itself.

In addition to the internship, the graduate student was challenged to develop a bags collection for the brand, with the goal of presenting her own brand approach, what the brand means to her and how she could propose new designs, combining her creativity and aesthetic sense to what the brand represents. This way able to apply the knowledge acquired during the internship, and adding value to the brand in a new approach.

## **Keywords**

Design; Accessories; Textile.

# Índice Geral

1.1.....	2
1.1.2 Definição e justificação do tema.....	2
1.1.3 Título.....	2
1.2 Objetivos da Investigação.....	3
1.3 Benefícios da investigação.....	4
2.1 Questão de partida.....	6
2.2 Metodologias de Investigação.....	7
2.2.1 Organigrama de Investigação.....	8
.....	8
3.1 Acessório: malas.....	10
3.2 Definição, conceito e processos de design.....	15
3.3 Androgenia: a moda sem género.....	17
3.4 Anatomia de uma mala: Técnicas e Materiais.....	21
3.4 Ilustração: Apresentação e Valorização do Acessório.....	25
3.5 Tecelagem Manual utilizada na marca Teresa Gameiro.....	29
3.6 Marcas concorrentes.....	33
4. Perfil da Designer.....	37
4.1. Planeamento e Conceptualização da coleção.....	39
4.2 Mercado.....	39
4.3 Público-alvo.....	40
4.4 Definição do conceito da coleção.....	40
4.5 Processo criativo.....	41
4.6 Desenvolvimento da modelação de malas.....	41
4.7 Paleta de cor e materiais.....	42
4.8 Acabamentos.....	42
4.9 Coleção Final.....	42
Relatório de Estágio.....	43
.....	68
Projeto para Teresa Gameiro: Coleção unissexo “Nonconformist”.....	70
Nota introdutória.....	71

Objetivos do Projeto .....	72
Etapas do Projeto: Esquema de Bruno Munari.....	73
Conceito.....	74
Público-alvo .....	74
Estudos/Esboços de forma e cor.....	77
Estudo de detalhes .....	83
.....	83
Tecelagem .....	84
.....	85
.....	85
.....	86
.....	86
.....	86
.....	87
.....	87
Modelação/Protótipos.....	88
A coleção Final “Nonconformist” .....	90
Introdução.....	91
Modelo Mochila.....	92
.....	93
Modelo Saco de yoga .....	94
Modelo Tote .....	95
Modelo Saco tubo .....	96
.....	96
.....	96
Coleção final.....	97
Tabela da coleção.....	98
.....	98
Ilustração final.....	99
Conclusões, contribuições e recomendações futuras .....	101
Bibliografia .....	102
Web grafia.....	103

Anexos (fichas técnicas/ilustrações/esboços) .....	104
--	-----

## Índice de figuras

Figura 1 - Mala Satchel, by Hermés. ....	11
Figura 2 - Modelo Shopper, by Céline. ....	12
Figura 3 - Tote bag, by Prada. ....	12
Figura 4 - Modelo Bucket bag, Moschino. ....	13
Figura 5 - Modelo Clutch by Yves Saint Laurent. ....	13
Figura 6 - Modelo Duffle bag. ....	14
Figura 7 - Modelo Briefcase, ....	14
Figura 8 Esquema de Bruno Munari para Metodologia de Design .....	16
Figura 9 Peças de Willis Chan. ....	18
Figura 10 - Rapariga andrógina. ....	19
Figura 11 - Peças de Som Kong. ....	19
Figura 12 - Costura á mão de alça. ....	22
Figura 13 – Desconstrução de uma mala Balenciaga. ....	22
Figura 14 - Construção através de múltiplas peças. ....	23
Figura 15 - Construção através de uma única peça. ....	23
Figura 16 - Ilustração de Georges Lepape para a marca Hermés – 1926. ....	25
Figura 17 - Ilustração mala icónica Chanel, autor desconhecido. ....	26
Figura 18 - Ilustração de Alicia Malesani para Harper’s Bazaar Spain .....	27
Figura 19 Ilustração Mala Céline. Autor Desconhecido. ....	27
Figura 20 - Ilustração de clutch de Alexander Macqueen. Autor: António Soares. ....	28
Figura 21 Ilustração de Clutch Céline, autor desconhecido. ....	28
Figura 22 – “Bagocho” Autor: Teresa Gameiro .....	30
Figura 23 Pormenor Tecelagem com diversos pontos. Autor: Teresa Gameiro.....	30
Figura 24 - Clutch Teresa Gameiro com técnica de puxados. ....	31
Figura 25 Pormenor de clutch Teresa Gameiro com ponto sarja. ....	31
Figura 26 - Pasta Teresa Gameiro, com aplicação de tafetá. ....	32
Figura 27 - Mochila 2 Ideal & Co .....	33
Figura 28 - Mochila de Ideal & Co. ....	33
Figura 29 - Bucket bags da coleção "North Coast" .....	34
Figura 30 - Mochilas coleção "North Coast" .....	34
Figura 31 - Mochila da coleção "White Cold" .....	34
Figura 32 - Mochila "Cherry" .....	35
Figura 33 - Carteira wetheknot .....	35
Figura 34 - Mochila dia-a-dia de enrolar. ....	35
Figura 35 - Ana Teresa Neves Gameiro. ....	37
Figura 36 - Clutch com pormenor de "puxados" .....	38
Figura 37 - Briefcase da coleção "Pure" .....	38

Figura 38 Moodboard de cores frias .....	44
Figura 39 Moodboard cores quentes: têxtil/lifestyle .....	45
Figura 40 Organização da proposta de cores para a nova coleção com referências Pantone.....	46
Figura 41 Disseminação de tipos de saco de desporto e seus detalhes.....	47
Figura 42 Questionário realizado em ginásios diretamente ao público-alvo/target que serviria para começar a esboçar o saco de desporto.....	48
Figura 43 Esboços para modelo de mochila/desportivo. ....	49
Figura 44 Estudo de fivela e cursor de fecho para elaboração de ficha técnica.....	49
Figura 45 Estudos para novos modelos da marca, e alterações de alguns já existentes, esboço de detalhes. ....	50
Figura 46 Ficha Técnica do modelo Clutch: geral e detalhes.....	51
Figura 47 Ficha técnica do modelo “Briefcase” by Teresa Gameiro, com vistas de frente, trás e lateral. Autor: Andreia Nico .....	52
Figura 48 Ficha técnica do modelo Tote bag em tecido impermeável, com vistas de frente, costas, laterais, base, bolsos e detalhes do interior. Autor: Andreia Nico.....	53
Figura 49 Ficha Técnica para toalha de mesa: referência a cada tipo de ponto utilizado, assim como os detalhes de cada um num quadro de referências.....	54
Figura 50 Ficha Técnica para tapetes destinados a um projeto de têxtil-lar para uma casa de férias. ....	55
Figura 51 Desenho Técnico de modelo de mochila em estudo. Vista de frente e costas, abertura e alças. Detalhe de pesponto. Autor: Andreia Nico .....	56
Figura 52 Desenho Técnico de modelo de saco em estudo. Vista de frente e de costas, indicação de materiais, medidas e fechos. Autor: Andreia Nico.....	56
Figura 53 Ficha técnica de modelo “Bucket bag” da nova coleção, com vista de frente, alças, base e detalhes de interior. Autor: Andreia Nico .....	57
Figura 54 Ficha técnica do modelo Clutch da nova coleção. Vista de frente. Autor: Andreia Nico .....	58
Figura 55 Ficha de cores referentes ao modelo Bucket bag, com referências Pantone e ilustração do modelo. ....	59
Figura 56 Ficha de cores do modelo Clutch, na variação de cores de tons em azul, com as respectivas referências Pantone .....	60
Figura 57 Ficha técnica do modelo clutch, referente aos detalhes, como fivelas, fechos, vista de cima, cursor, fecho interior e alça regulável. Autor: Andreia Nico.....	60
Figura 58 Ficha de variação de cores do modelo Clutch, com dois tons disponíveis – azul e cinza. Referências Pantone incluídas ( <a href="https://www.pantone.com/color-finder">https://www.pantone.com/color-finder</a> ) Autor: Andreia Nico.....	61
Figura 59 Ficha de orçamento para cliente do modelo Clutch em 3 variações de cor diferentes. Autor: Andreia Nico. ....	62
Figura 60 Ficha de orçamento para cliente do modelo Tote bag, em três variações de cor. Ilustrações do modelo elaboradas também pela mestrandia. Autor: Andreia Nico .....	63

Figura 61 Ficha de orçamento para cliente, de produto de têxtil/lar. Ilustração de tapete elaborada pela mestranda. Autor: Andreia Nico.....	64
Figura 62 Ilustração de pontos de tecelagem utilizados nos produtos da marca, para facultar a cliente como opções. Autor: Andreia Nico .....	65
Figura 63 Ilustração do modelo da nova coleção “Bucket bag” elaborada com técnica mista: pintada á mão com aguarelas, e a computador em Adobe Illustrator e Photoshop. Autor: Andreia Nico. ....	66
Figura 64 Ilustração do modelo Clutch da nova coleção, em tons cinza. Técnica mista. Autor: Andreia Nico.....	67
Figura 65 Ilustração do modelo Clutch da nova coleção, em tons de azul. Pintada á mão com aguarelas e caneta. Autor: Andreia Nico. ....	67
Figura 66 Ilustração alternativa do modelo clutch, com pormenor de ergonomia/utilidade do modelo. Técnica mista. Autor: Andreia Nico .....	68
Figura 67 Ilustração final dos 3 modelos da nova coleção para promoção da mesma. Técnica mista. Autor: Andreia Nico. ....	69
Figura 68 - Esquema que sintetiza as etapas do projeto. Fonte: A mestranda. ....	73
Figura 69 Moodboard de inspiração.....	75
Figura 70 Moodboard público-alvo.....	76
Figura 71 Estudos de forma e cor .....	77
Figura 72 Estudos de forma.....	78
Figura 73 Estudos de cor/detalhes .....	79
Figura 74 Estudos de cor.....	80
Figura 75 Estudos de forma finais.....	81
Figura 76 Estudos de cor e ergonómicos.....	82
Figura 77 Estudo de detalhes específicos.....	83
Figura 78 Ilustração do ponto tafetá. ....	84
Figura 79 Ilustração do ponto tafetá e favo-de-mel .....	84
Figura 80 Ilustração ponto sarja e técnica de puxados.....	84
Figura 81 Ilustração do ponto tafetá .....	84
Figura 82 Ilustração do ponto tafetá e puxados.....	85
Figura 83 Ilustração de tafetá com lã.....	85
Figura 84 Vetorização do ponto em algodão e lã.....	86
Figura 85 Vetorização dos puxados e favo-de-mel.....	86
Figura 86 Ilustração final de tecelagem para cada modelo.....	87
Figura 87 Desenho de modelo final da coleção.....	88
Figura 88 Moldes saco.....	89
Figura 89 Protótipo bolsos.....	89
Figura 90 Colocação da tecelagem.....	89
Figura 91 Protótipo bolso embutido.....	89
Figura 92 Abertura saco.....	89
Figura 93 Fichas técnicas mochila.....	92
Figura 94 Fichas técnicas saco de desporto.....	93

Figura 95 Fichas técnicas saco de yoga.....	94
Figura 96 Fichas técnicas tote bag.....	95
Figura 97 Fichas técnicas saco tubo.....	96
Figura 98 Apresentação da coleção com efeito de colagem.....	97
Figura 99 Tabela da coleção.....	98
Figura 100 Ilustração da coleção com técnica mista.....	100

## Lista de tabelas

Figura 33 Questionário realizado em ginásios diretamente ao público-alvo/target que serviria para começar a esboçar o saco de desporto..... 48

Figura 68 Esquema de etapas de concretização do projeto..... 73



## 1. Introdução

O tema que proporcionou toda a investigação foi a criação de uma nova coleção para Teresa Gameiro - o que induziu a toda uma investigação em contexto de estágio, e também fora dele. Abordando o *design* por si só, e mais precisamente do acessório em questão - malas - Assim como uma pequena abordagem á tapeçaria tradicional e de que forma os dois elementos criam uma fusão contemporânea e interessante, no contexto da marca. Como uma pesquisa sobre os acessórios poderem ser valorizados através da ilustração.

Escolheu ir-se por esse caminho por diversas razões e para diversos propósitos: tratando-se de um estágio que envolve um pouco dos dois elementos, tornou-se pertinente fazer uma pesquisa em torno do acessório em questão, e também uma pesquisa/referência a arte da tecelagem e suas técnicas, pois só assim seria possível desenvolver uma coleção, que sem dúvida irá possuir os dois elementos, e só assim também seria possível a mestranda apresentar a sua abordagem, familiarizando-se primeiro com as características base e só depois começando a explorar novas opções.

É feita uma introdução ao acessório (mala), história, posteriormente mais direcionada para as malas do ponto de vista técnico - modelos, materiais, etc... Assim como uma referência a processos de *design*, e a sua definição, avaliando diferentes pontos de vista de diferentes autores. Assim como uma pesquisa e avaliação da opinião de diferentes autores em relação á androginia - um elemento imprescindível a estudar, sendo que o projeto será uma coleção unissexo.

A tapeçaria tradicional, sendo parte imprescindível da marca, é abordada na presente investigação com uma pequena introdução e referência a técnicas e pontos de tecelagem com que a aluna se deparou em estágio, assim como referência a materiais e ferramentas utilizados no processo.

É também feita uma referência á ilustração de acessórios mais precisamente, de grande interesse por parte da mestranda, explorando o conceito e história da mesma, assim como a importância da ilustração de um acessório no passado e nos dias de hoje. A ilustração foi o ponto de partida escolhido pela mestranda para comunicar a coleção que desenvolveu para a marca.

## **1.1. Campo:** Design de Acessórios

### **1.1.2 Definição e justificação do tema**

Sendo que o tema se define pela criação de uma coleção de malas unissexo, define-se também pelo desafio de criá-la, tendo em conta aquilo que caracteriza a marca, conseguindo, de alguma forma, transparecer a estética *Teresa Gameiro* e aprendizagens por parte da mestranda, ao longo do percurso.

Foi de interesse por parte da mestranda pôr em prática os conhecimentos adquiridos tanto anteriormente ao estágio, como durante o mesmo, assim como foi pertinente enveredar pela proposta de novos modelos, que simultaneamente transparecessem a visão da aluna acerca da marca, e aquilo que de fato a marca representa, existindo um equilíbrio entre ambas as visões/abordagens.

### **1.1.3 Título**

“O Design de Acessórios: Estágio na marca Teresa Gameiro – Proposta de coleção para a marca.”

## 1.2 Objetivos da Investigação

Os objetivos da investigação passam por consolidar o que se aprende em contexto de estágio, juntando o que a mestranda pesquisa fora dele ao que aprende na duração do mesmo.

Assim como, perceber que questões serão respondidas, e de que forma – comparando também toda a pesquisa feita deliberadamente com os desafios encontrados pela aluna, ao longo do percurso, e ter a perceção do que pode ou não resultar, quando o objetivo é a criação de um acessório.

Obter uma boa pesquisa acerca do *design* e os seus princípios e autores, pesquisa ao nível dos acessórios e tudo o que abrangem, e de técnicas e pontos de tecelagem específicos e pertinentes para a investigação. Assim como perceber a influência da cor e dos materiais, target, e função numa coleção de acessórios, e aprofundar as questões técnicas inerentes a esses elementos.

Ou seja, haver uma boa pesquisa de todos os elementos inseridos no que trata o estágio/projeto, para no final existir um relatório coerente e fundamentado – dando resposta a questões relacionadas com os temas abordados no estágio e projeto elaborado pela aluna.

### 1.3 Benefícios da investigação

A presente investigação pode manifestar-se como benéfica em diversos sentidos, nomeadamente: uma sólida base de pesquisa acerca do *design* de acessórios, reflexões sobre o design e o seu impacto no mundo da moda – podendo revelar-se benéfico para trabalhos/pesquisas futuras sobre o tema acessórios.

Assim como é um exemplo do que é trabalhar numa marca de acessórios, e de que forma a investigação feita nesse âmbito facilitou a integração na marca e seu conceito, e como fomentou novas aprendizagens e desafios.

A reflexão feita sobre a ilustração de acessórios é também uma referência à sua história, e à forma como se manifesta atualmente, existindo a referência a um paralelismo entre ambas – podendo ser uma boa fonte de informação para pesquisas nesse campo.

## Capítulo II - Hipótese e Metodologia de Investigação

## 2.1 Questão de partida

A questão que dá início á investigação, fomentou toda uma pesquisa e análise: pesquisa acerca da conceção do produto e tudo o que isso envolve, e perceção de como a ilustração pode promovê-lo da melhor forma. Assim como uma análise da marca e características principais.

Como forma de comprovar a hipótese, foi pertinente definir a melhor forma de chegar ao produto final, desenvolvendo várias etapas de trabalho, metodologias utilizadas para disseminar pesquisa, avaliar e comparar, que foram feitas partindo de abordagens realizadas em estágio conhecimentos anteriormente adquiridos ao longo do curso, e iniciando o esboço para aquilo que é uma solução para um problema de *design* – um novo saco desportivo para a marca – conseguindo ao mesmo tempo manter o seu conceito base.

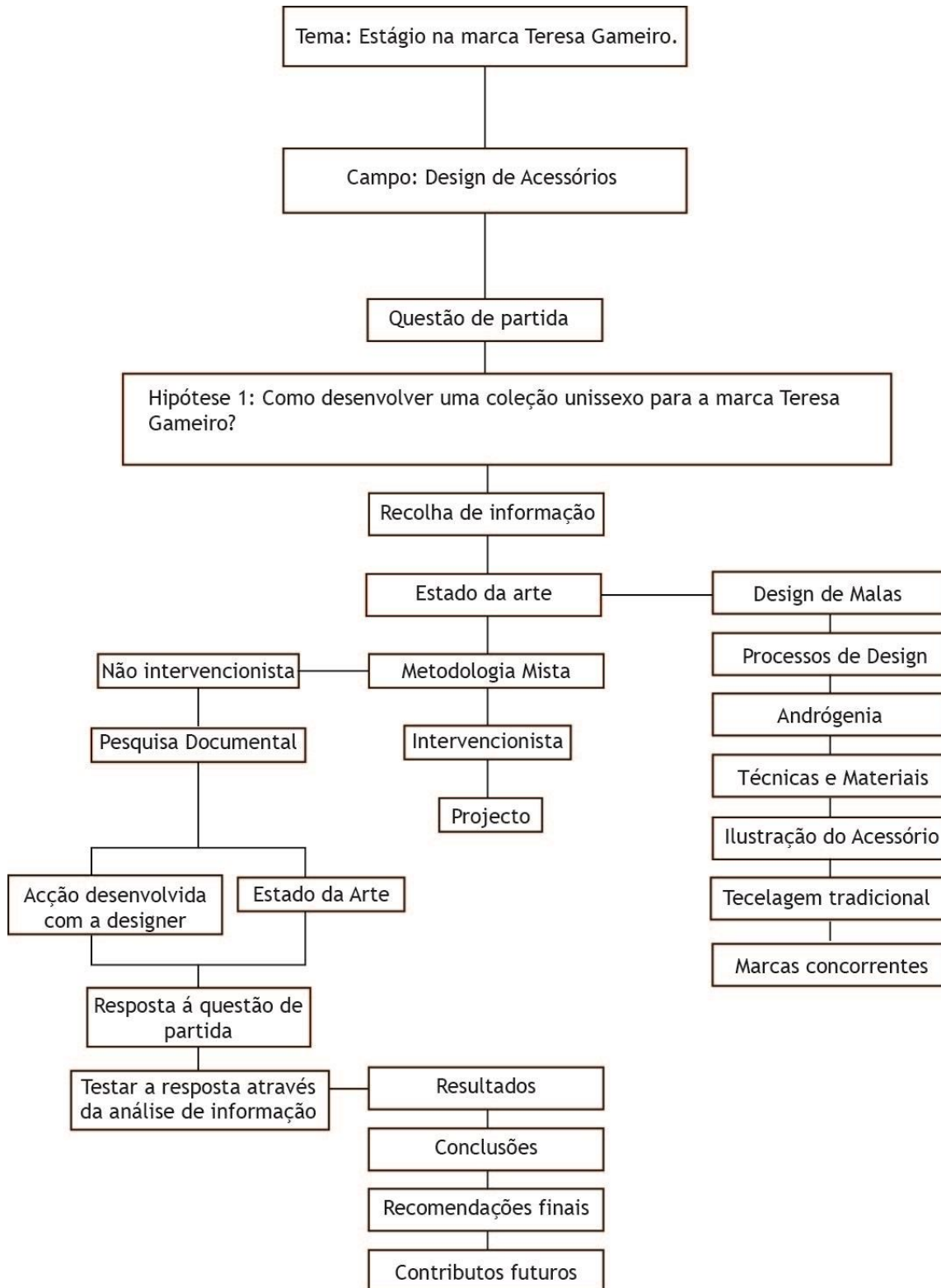
A questão de partida formulada levou também a perceção do quão importante é uma boa ilustração de um acessório, e de que forma isso pode comunicar o seu conceito, função, propósito, e características – fomentando assim uma pesquisa de ilustrações, exemplos, reflexões e autores. Desta forma orientou-se a pesquisa, para depois comprovar a hipótese com a concretização da coleção.

## 2.2 Metodologias de Investigação

A metodologia da investigação caracteriza-se, neste caso, por ser mista – ou seja uma metodologia intervencionista e não-intervencionista. Não intervencionista pois foi feita uma pesquisa documental (estado da arte) antes, durante e depois do estágio, e intervencionista porque a aluna desenvolveu um projeto seu em conjunto com a marca.

A questão de partida, que se define para perceber de que forma se consegue criar uma coleção unissexo para uma marca já existente, direciona toda a investigação – o campo que se está a tratar, o tema, e quais as temáticas analisadas no estado da arte, sendo a base para todo o projeto a desenvolver.

## 2.2.1 Organigrama de Investigação



## Capítulo III - Estado da Arte

### 3.1 Acessório: malas

*“Quer cumpram funções específicas ou sirvam apenas para fins decorativos, desde tempos imemoriais que se usam acessórios em todo o mundo.”* Cit. por PRESS Pepin – Fashion Accessories, página 10.

O que define um acessório, e qual o seu propósito? Um acessório é ao mesmo tempo um objeto com uma função tanto estética como funcional – complementa um look, e mais do que isso, possui funções específicas dependendo do propósito para o qual foi desenvolvido. É um objeto que se transporta sobre o corpo ou na mão de quem o usa, embora no fundo seja completamente independente da pessoa, mas não o contrário.

Neste caso, o acessório em análise é a mala – um acessório que no passado foi principalmente masculino, mas que na atualidade é algo indispensável no dia-a-dia de qualquer pessoa. A mala surgiu não como a conhecemos hoje, mas como um objeto cuja função era apenas o transporte de coisas – comida por exemplo – sendo que inicialmente, o mais importante era a função que desempenhava e não o seu lado estético.

A mala masculina acabou por entrar em declínio, enquanto a mala feminina subiu de patamar, e tornou-se assim um símbolo de riqueza, e de poder, transparecendo também o estatuto da mulher, e sendo usado como um objeto de ostentação.

A mala atual adapta-se á mulher moderna e ativa, tendo capacidade de transportar todo um conjunto de objetos indispensáveis ao dia-a-dia. Fomentando também o aparecimento de novos modelos, criados propositadamente para uma função específica, atividade, ou ocasião – por isso mesmo, o desenho de malas tem vindo a torna-se cada vez mais complexo, sendo que também a concorrência é cada vez maior, e cada mala criada tenta marcar a diferença com detalhes específicos como logótipos, ou quantidade de componentes utilizados no momento de a conceber, e as possibilidades são infindáveis.

Além da vertente funcional, a mala possui também o poder de ostentar, e criar uma forte conexão com o usuário a nível emocional, pois é uma expressão dos desejos femininos, estilo de vida, e identidade. Assim sendo, esse desejo de ostentar, revela-se como uma espécie de motor para o êxito dos acessórios, consequentemente para a criação de malas – e o mais determinante na criação das mesmas, é o desafio de conseguir manter o equilíbrio entre as necessidades práticas e os elementos estéticos.

*“A mala de uma mulher simultaneamente liberta-a e segura-a”* Cit. Por ASIMOV Isaac – “Bags”, página 6.

Significando que, a mala de uma mulher transporta aquilo que ela é, define as suas ambições e fantasias, mobilidade, riqueza ou prestígio. É uma perfeita demonstração do ego, e define o estatuto social, e estilo a que a mulher pertence, espelhando completamente a pessoa que a usa. Sendo assim, a mala pode dar a mulher o poder de transmitir quem é, o que faz, para onde vai, mas ao mesmo tempo, é como uma segurança, não só por transportar os seus pertences, mas ao mesmo tempo por carregar as suas contradições, fantasias e desejos íntimos.

Conceber uma mala nos dias de hoje é um desafio alucinante, tendo em conta as possibilidades que existem, materiais e formas possíveis. O lado funcional é extremamente importante pois é o que vai responder às questões técnicas, necessidades, propósito para o qual foi criada, questões ergonómicas, etc... No entanto a estética da mesma é igualmente importante, pois é o que chama a atenção do consumidor, cria empatia com o mesmo, e desta forma torna-se um objeto de desejo. Por isso mesmo, a criação de uma mala é cada vez mais sofisticada, e ousada, e existe uma maior mistura de materiais no momento em que é concebida.

Tendo em conta a sua forma, existe uma vasta variedade de malas, que se subdividem em malas com bastidor, malas com fole, e as malas tipo carteira. Existem também as mochilas e as *clutches*, que tiveram obviamente de ser abordadas, sendo portanto determinantes para a investigação, e por ser parte significativa da marca.

Em baixo, apresentam-se alguns dos modelos de malas mais conhecidos e icónicos, e as respetivas características.



**Figura 1** - Mala Satchel, by Hermès.

Fonte: <http://www.portero.com/brand/hermes>

O presente modelo, “*Satchel*”, lembra uma pasta, com uma pequena pega e uma base plana e rígida. A sua abertura é superior, muitas vezes com uma pala frontal e encaixes de metal. É um tipo de mala casual e também de noite.



**Figura 2** - Modelo Shopper by Céline

Fonte: <https://www.celine.com/en/collection/fall/leather-goods/2>

Modelo com o nome de “*Shopper*”, que se distingue pela sua forma retangular, de duas pequenas alças superiores, com uma abertura total superior, possuindo um grande interior, geralmente indicada para *shopping*, daí o seu nome.



**Figura 3-** Tote bag, by Prada.

Fonte: <https://www.net-a-porter.com/us/en/product/755393/Prada/galleria-large-textured-leather-tote>

Este tipo de mala é conhecido por *Tote bag*, com o principal objetivo de ser fácil de usar, que é usada ao ombro, levada na mão, ou levada no antebraço. Geralmente possui ferragens mínimas, para se tornar fácil o acesso ao seu interior, que é bastante grande.



**Figura 4 - Modelo Bucket bag, Moschino.**

*Fonte: [https://www.shopbop.com/moschino-handbag/vp/v=1/1500384502.htm?folderID=2534374302159446&colorId=12642&extid=affprg\\_CJ\\_SB\\_US-7900573-ShopStyle&cvosrc=affiliate.cj.7900573](https://www.shopbop.com/moschino-handbag/vp/v=1/1500384502.htm?folderID=2534374302159446&colorId=12642&extid=affprg_CJ_SB_US-7900573-ShopStyle&cvosrc=affiliate.cj.7900573)*

Modelo “*Bucket bag*”, que se caracteriza por ter uma base rígida e arredondada, por vezes possui pitons na base para poder ser pousada, e a sua parte superior é por sua vez mais maleável. Geralmente possui duas alças, uma mais comprida para levar ao ombro, e outra pequena para levar na mão. Pode ser fechada com atilhos ou fivelas.



**Figura 5 - Modelo Clutch by Yves Saint Laurent.**

*Fonte: [http://www.selfridges.com/GB/en/cat/saint-laurent-quilted-envelope-clutch\\_118-2000644-377828BOW05/?previewAttribute=Black](http://www.selfridges.com/GB/en/cat/saint-laurent-quilted-envelope-clutch_118-2000644-377828BOW05/?previewAttribute=Black)*

“Clutch” – pequena mala retangular, por norma sem alças, que é feita a pensar no transporte pela mão, ou debaixo do braço encostada ao corpo. É um tipo de mala considerada muitas vezes como uma mala de noite.



**Figura 6** - Modelo Duffle bag.

*Fonte:*

<http://www.skagen.com/us/en/products/amled-leather-duffle-bag-pdpsmht0003p.html>

“Duffle bag” – Tem origem nas forças armadas, e caracteriza-se por tanto a abertura como a base serem redondas. Tem a forma de um tubo, e possui duas alças que a transformam numa mochila. A abertura do saco geralmente é feita através de atilhos.



**Figura 7** - Modelo Briefcase,

*Fonte:*

<https://www.farfetch.com/pt/shopping/men/dolce-gabbana-classic-briefcase-item-11382055.aspx?storeid=9836>

Possui uma pega de mão bastante resistente, e uma pala que fecha á frente com duas fivelas por norma, que podem ser ajustáveis.

### 3.2 Definição, conceito e processos de *design*

O que é o *design*? É importante percebermos que *Design* é essencialmente a resposta a necessidades e questões essenciais, é a representação de uma ideia, aliada a um produto que se quer apelativo, por exemplo pela beleza da sua forma. Um produto de *design* desempenha funções, transmite valores e cria uma indiscutível ligação emocional com o utilizador.

“O *design* tornou-se um fenómeno global, e não pode subestimar-se a sua importância na atualidade – influencia o ambiente, a percepção que temos em relação ao que nos rodeia, e influencia também a qualidade de vida. Concretiza diversas funções, abrange ideias e valores.” Cit. por FIELL Charlotte – Design do século XXI, página 20.

Além de que, o *design* possui uma ligação inegável com os aspetos psicológicos. Ou seja, um produto de *design* seja ele qual for, vai ter de se diferenciar e chamar a atenção por parte do consumidor – tornar-se um objeto de desejo – muito porque o produto em si apela a emoções, é visualmente atrativo, e dessa forma o consumidor vai desejar adquiri-lo. Sendo assim, mais do que o produto cumprir determinada função, vai também ter de criar uma ligação emocional com o consumidor – apelar a sensações, aos sentidos, etc...

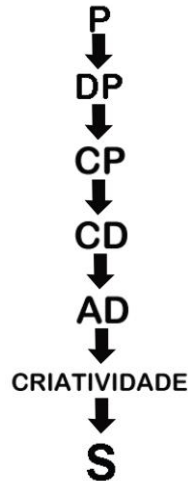
Ou seja além das fulcrais componentes que são a forma e a função, o produto deve estar para além disso se pretende tornar-se um objeto de desejo – algo que na atualidade é de extrema importância se determinada marca ou produto quer diferenciar-se das restantes, num mercado bastante competitivo. O produto pode diferenciar-se pela sua beleza em termos de forma, ou da manipulação que exerce no consumidor, ao levá-lo de certa forma a adquirir o produto.

Sendo assim, muitos *designers* defendem que o facto de um produto ter a capacidade de criar uma ligação emotiva com o utilizador, facilita aspetos como a diferenciação entre marcas que competem no mesmo mercado, e também provoca uma ligação mais forte entre produto e utilizador. Além disso, o *design* não só é fundamental para responder a questões essenciais, mas também para as formular: ou seja, o *design* pode levar a novos conceitos, através de estudos, esboços, partilha de ideias, experimentação e dessa forma levar a novas perguntas, que por sua vez iram proporcionar novos desafios e conseqüentemente novas criações e novos produtos. Responde a necessidades, e cria também novas perguntas.

Foi também determinante, identificar processos de *design*, e de que forma os mesmos podem ser relevantes para a criação de um produto e para responder a necessidades e questões essenciais: o esquema de Bruno Munari foi determinante

para a presente pesquisa, e para o projeto presente neste relatório de estágio/projeto.

O seguinte esquema identifica de forma sucinta a metodologia de projeto segundo Bruno Munari:



**Figura 8** - Esquema de Bruno Munari para Metodologia de Design

*Fonte:*

<http://clientes.netvisao.pt/alfredoa/METODOLOGIA/images/diagrama-problema-solucao-7.gif>

Explicando o esquema anterior e com base no artigo de Cardoso e Picoli, 2013, entende-se que, “P” traduz-se como problema, que é derivado de uma necessidade. De seguida “DP”, a definição do problema: onde são colocadas as questões: o quê? Quem? Porquê? Depois, “CP”, componentes do problema: os problemas isolados ou as dificuldades consequentes do problema base. Segue-se “CD”, que se define por coleção de dados, ou seja, pesquisa, comparação, informação pertinente acerca dos componentes e análise dos mesmos: “AD” – análise de dados. Segue-se a fase da “Criatividade”, onde se sintetizam os componentes anteriormente analisados. Ao coordenar-se esses componentes, possibilita-se a resolução do problema, através da conexão existente entre eles, e delimitação dos componentes definitivos para a solução – “S”.

### 3.3 Androgenia: a moda sem género

“A androgenia, para mim, é semelhante á moda unissexo, no entanto, moda unissexo é a desconstrução de identidades de género e elementos de *design*, e permite a reinvenção de um novo formato onde o género não importa.” (Chan, 2014) <sup>1</sup>

É importante definir em primeiro lugar, o que é de facto a androginia, antes de se definir moda andrógina propriamente. A androgenia, historicamente falando, é um misto de características femininas e masculinas num mesmo indivíduo. Difunde as linhas que separam aquilo que normalmente se associa ao estilo feminino ou masculino.

Nos dias de hoje, a androgenia veio a tornar-se tendência, e não só na moda. Embora alguns autores definam a androginia não como uma tendência, mas sim como um movimento, como defende Philip Mak (2014): “Em primeiro lugar, a androgenia não é uma tendência de moda. Bem, de certa forma é, no entanto deverias vê-la mais como um movimento. Enquanto a alta-costura facilitou de certa forma uma mistura de géneros, de uma forma geral a moda masculina ou feminina são ativamente influenciadas pelas normas da sociedade...” <sup>2</sup>

Assim como defende Willis Chan, no artigo da revista VV Magazine, 16 de Dezembro 2014, “Eu não acredito ainda que a androgenia seja já considerada uma tendência de moda, mas lentamente está a tornar-se mais reconhecida como um movimento paralelo á aceitação por parte da sociedade em quebrar as regras tradicionais acerca de géneros.” <sup>3</sup> Sendo que é frequente a sociedade assumir que um homem que se veste de forma afeminada é provavelmente *gay*, e que uma mulher que se veste como um *tomboy* é provavelmente lésbica, o que obviamente pode ou não ter necessariamente a ver.

No entanto, a androginia está rapidamente a tornar-se algo considerado normal. Cada vez mais, e em grande parte devido a tudo o que influencia a moda – política,

---

<sup>1</sup> T.L. “Androgyny, to me, is similar to unisex dress however, unisex dress is the deconstruction of gender binaries and design elements and allows the reinvention of a completely new form where gender does not matter.” (Chan, 2014)

<sup>2</sup> T.L. “First off, androgyny is not a fashion trend. Well, it kind of is though really you should view it more as a movement. Traditionally, gender in fashion has been positioned on a binary of women’s clothing and menswear. While high fashion has often made allowances for a certain degree of gender-bending, overall these two categories are actively enforced by the norms of our society.” (Mak, 2014)

<sup>3</sup> T.L. “I don’t believe that androgyny has yet to be a fashion trend, but is slowly becoming more recognized as a movement parallel to the societal acceptance of breaking the traditional rules of gender binaries.” (Chan, 2014)

ambiente, e mudanças na sociedade em geral – as linhas que separam a forma como os dois géneros se manifestam na moda e não só, são mais ténues. Embora, pareça haver uma discrepância no que toca á androgenia quando falamos de elementos da moda masculina que são importados para a moda feminina, sendo que o contrário não acontece tão facilmente. No entanto atualmente e cada vez mais, isso parece estar a mudar, sendo que cada vez é mais frequente um homem conseguir importar características de estilo tipicamente femininas para o seu estilo, (exemplo: homens usarem anéis, laços, ou malas com características supostamente femininas.)

No que toca á moda andrógina, esta é normalmente desenvolvida de forma a evitar salientar o género feminino ou masculino especificamente, ou numa tentativa de dissimula-lo. Ou seja, neste caso a moda pode ser definida como unissexo, sendo que é para ser usada tanto por homens como por mulheres. O tipo de pessoa que se veste de forma andrógina, tenta evitar parecer-se com um típico rapaz ou uma típica rapariga.

O estilo andrógino apresenta características específicas como ausência de cor, ou cor sem género, minimalismo e estrutura. A cor é definitivamente importante, e é frequente o uso de uma escala de tons de cinzento, o preto é também muito frequente, assim como o branco.

“...A ausência de cor estabelece o grau de neutralidade necessário para uma ambiguidade ou ausência de género.” <sup>4</sup>(Mak, 2014) Por isso mesmo, é uma característica fulcral quando falamos de estilo andrógino, o que não significa que outras cores não possam ser utilizadas, sendo que isso vai depender muito de quem está a usar, e como está a usar.



Figura 9 - Peças de Willis Chan

<http://viewthevibe.com/lets-talk-androgyny-minute/>

---

<sup>4</sup> T.L. “Perhaps then it can be said that an absence of colour establishes the degree of neutrality necessary for an ambiguity or lack of gender.” (Mak, 2014)

É também importante perceber que o estilo de vida dos homens e mulheres atuais esta a mudar, sendo que as mulheres dominam já áreas que anteriormente os homens dominavam, e vice-versa. Por sua vez isso vai influenciar tudo um pouco, especialmente as roupas que usam, e o estilo segundo o qual se apresentam perante a sociedade. Por exemplo, é natural que uma mulher que tenha uma carreira numa área tipicamente dominada por homens, vai inconscientemente tentar integrar-se, começando por exemplo pela roupa que veste.

Quem são as pessoas que definem o seu estilo como andrógino? Anteriormente, é possível que apenas comunidades feministas, e algumas pessoas com um estilo mais alternativo aderissem a este tipo de estilo. No entanto hoje em dia e cada vez mais, com a moda contemporânea, o estilo andrógino é usado por cada vez mais pessoas, seja com simples apontamentos como um acessório ou corte de cabelo, ou como look totalmente andrógino dos pés á cabeça.

Este tipo de estilo apela muitas vezes a grupos sociais específicos, como: *bloggers*, amantes de alta-costura, e os próprios *designers*. O que não significa que apenas este tipo de pessoas adira ao estilo andrógino.

Algumas das peças que melhor definem este estilo poderão ser: largas, geométricas no seu *design*, e com predominância da cor preta. Os acessórios caracterizam-se também por serem minimalistas, práticos e versáteis. Existe uma forte ligação com um a onda sportswear quando falamos de estilo andrógino, embora não seja apenas isso que o define – um look pode ser menos desportivo no entanto ser considerado andrógino.



Figura 10 - Rapariga andrógina

Fonte:  
<http://www.androgynousgirls.com/post/108708985430/fuckyeahdykes>

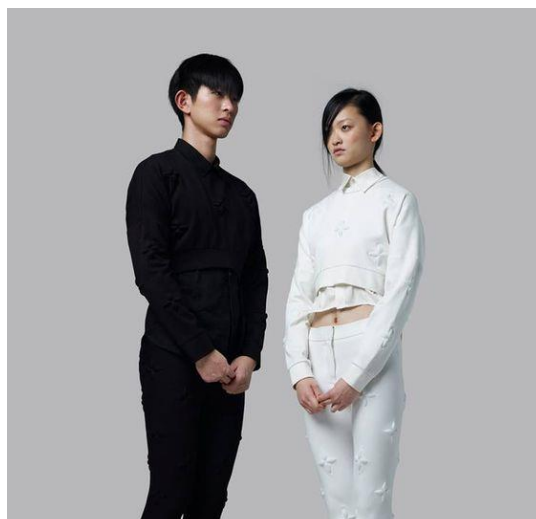


Figura 11 - Peças de Som Kong

Fonte: [https://scontent-yyz1-1.xx.fbcdn.net/hphotos-xfa1/v/t1.0-9/11825114\\_389995094524979\\_5222453687968472691\\_n.jpg?oh=f97cd454e10c5b6fde6b60487839a821&oe=57904830](https://scontent-yyz1-1.xx.fbcdn.net/hphotos-xfa1/v/t1.0-9/11825114_389995094524979_5222453687968472691_n.jpg?oh=f97cd454e10c5b6fde6b60487839a821&oe=57904830)

É importante perceber que existe uma diferença nos dois conceitos de androgenia: podemos estar a falar de androginia em relação ao género, ou androginia em relação ao estilo – e não são necessariamente a mesma coisa.

Toda a pesquisa foi, portanto, direcionada para a androgenia em relação ao estilo – tendo em conta que o projeto que a mestranda propôs para a marca se apresenta sob a forma de uma coleção unissexo. Foi portanto determinante perceber para que público se está a trabalhar, uma vez que isso influencia todo o processo de desenvolvimento da coleção: desde elementos de *design*, cor, materiais e todo o conceito no geral.

Assim como no design de vestuário, também no design de acessórios se manifesta o conceito de androgenia – os acessórios terão de ser abrangentes, versáteis, e a cor é um detalhe fundamental, se estivermos a falar de acessórios unissexo. Ou seja todas as características de uma coleção unissexo de vestuário se transportam para os acessórios.

### 3.4 Anatomia de uma mala: Técnicas e Materiais

A construção de uma mala depende imenso dos materiais utilizados para tal: é aquilo que vai dar forma ao objeto e transportar o conteúdo. Sendo assim, foi de extrema importância identificar quais os materiais, técnicas e ferramentas indispensáveis no processo.

De uma forma geral, pode dizer-se que uma grande parte das malas são feitas com couro e tela cosidos entre si, com o acrescento de detalhes, sendo que são esses detalhes que a vão tornar o objeto funcional. Um *designer* necessita de saber quais as características dos materiais com os quais está a trabalhar, como por exemplo se o tipo de pele é rígida ou se dobra facilmente, se é muito brilhante ou com textura, e ter também em atenção o material da mala conforme o objetivo com o qual foi criada, atividade ou ocasião: se o material tem de ser impermeável, respirável, ou luxuoso. Tem de se ter em atenção as costuras, e como o material se comporta: por exemplo, perceber o seu comportamento e qual a sensação transmitida pelo toque. Perceber que materiais podem ser misturados, forros, e aspecto exterior. “É de extrema importância escolher o material pelas características naturais, e não forçá-lo a algo que naturalmente não faz – isso pode ser um fator decisivo no sucesso ou fracasso do produto.”<sup>5</sup> (Saunders, p., 2012)

Quando falamos de materiais, os mais comuns são couros, peles, lona ou tecido, além de todos os outros componentes, como ferragens, e forros. Os couros, peles e lonas foram os materiais sob os quais foi feita uma pesquisa mais a fundo, sendo que também foram os materiais com que a mestranda teve mais contacto em estágio. A lona, que se encontra disponível numa grande variedade, tanto em fibras naturais como sintéticas, é muito utilizada sobretudo porque tem a capacidade de transportar objetos pesados sem ceder – é também uma alternativa á pele/couro por ser mais acessível em termos de preço. Em relação ao tecido, qualquer que seja o tecido utilizado numa mala tem pelo menos de ser grosso e resistente, ou de outra forma, irá estragar-se com facilidade, não sendo eficiente. É também importante o material utilizado para reforço da mala e também a composição/material do forro.

Em relação aos couros e peles, existem desde os mais comuns como a de vaca, ou mais exóticos como o crocodilo. O couro pode definir-se como a pele de determinado animal, que é tratada quimicamente com o objetivo de preservar as suas qualidades naturais e prevenir a deterioração. Alguns dos agentes químicos utilizados para tal são gordura, óleos, ácido tânico e um conjunto de mais alguns agentes. Além dos agentes químicos, a pele do animal passa por todo um processo

---

<sup>5</sup> T.L. “Material choice is extremely importante, and can add to the success or ultimate failure of a product. Never force materials to do what they don’t do naturally.” (Saunders, 2012 pág. 89)

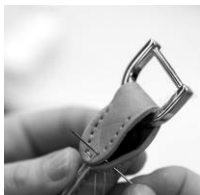
bastante completo, por fases: esfolamento, onde é feita a remoção da pele, cura, onde a pele é preservada, lavagem, calagem, onde se retira o pelo, gordura e carne, exclusão do pelo, neutralização do conteúdo alcalino provocado pela calagem, e um outro processo que torna a pele mais macia e clara por final.

Existe portanto uma vasta gama de métodos de curtimento e de materiais – a escolha do couro mais apropriado vai depender do aspeto final pretendido para a pele

(tendo em conta para que produto vai servir), e também do material bruto. Quanto a quantidades e preços, depende de que animal a pele foi retirada, sendo que as mais exóticas tendem a ser mais dispendiosas, e depende também do tamanho desse animal

Em relação às ferragens utilizadas são também de extrema importância, pois determinam a sua funcionalidade e a forma como é transportada e utilizada. Detalhes de ferragens: grampos, pitons, botões de mola, anéis para ajustar alças, fechos em metal, e cadeados. Além do material utilizado nas alças, que geralmente são em pele, ou no mesmo material da mala – tendo-se em atenção a forma como a mala será carregada, que tipo de alça vai ter: pode ser funcional, decorativa, ajustável ou de tirar e pôr. Os bolsos podem ser destacados através das costuras para um maior impacto visual, ou mais práticos e interiores – podem mudar completamente a forma de uma mala, mas podem também acrescentar um elemento estético. Têm também influência no equilíbrio da mala, e é também importante ter em conta a forma como fecham. Os bolsos interiores são de extrema importância, uma vez que a segurança é um aspeto fulcral para um consumidor, e possibilita um melhor transporte de objetos, especialmente os pessoais como o telemóvel ou as chaves de casa.

Como determinado anteriormente, é imprescindível haver um bom equilíbrio entre estética e função, e saber jogar com esses dois elementos no momento de conceber qualquer mala: isso vai ser definitivo para o sucesso do produto, que terá de ser prático, apropriado, interessante e desejável do ponto de vista estético.



**Figura 12** - Costura á mão de alça.

Fonte:

<https://pt.pinterest.com/pin/543176405038042797/>



**Figura 13** - Desconstrução de uma mala Balenciaga.

Fonte: <http://www.crfashionbook.com/text/anatomy-of-a-bag-balenciaga/>

Além de escolha de materiais, é essencial fazer uma referência às principais técnicas e formas de construção de uma mala, assim como as ferramentas que fazem parte de todo o processo.

É imprescindível ter em conta que quando uma mala vai ser produzida em fabrica, necessita de estar bem especificada em termos de: medidas, materiais, e detalhes, fazendo-se acompanhar de uma ficha técnica de produto. Para isso, é necessário na construção da mesma, experimentar, estudar e perceber de que forma a mala pode resultar melhor. É portanto necessário que o *designer* possua conhecimento técnico e tenha noções de métodos de construção.

Existem três tipos de construção de malas, quando falamos da forma como são costuradas: com as costuras voltadas para o interior, ou pelo contrário voltadas para fora, e ainda com as costuras viradas também para dentro, mas mais reforçadas. Estes tipos de construção pode ser implementados sozinhos ou em conjunto. É fulcral que o material se adapte ao tipo de construção que se vai fazer, por exemplo: se é suposto as costuras serem voltadas para o interior, é importante que o material dobre facilmente ou o resultado não vai fluir.

Além das costuras, existem outros três tipos de construção: a mala é construída apenas a partir de uma só peça (base em conjunto com altura), duas peças (base e altura), ou múltiplas peças em separado (lateral, base, altura, etc.).

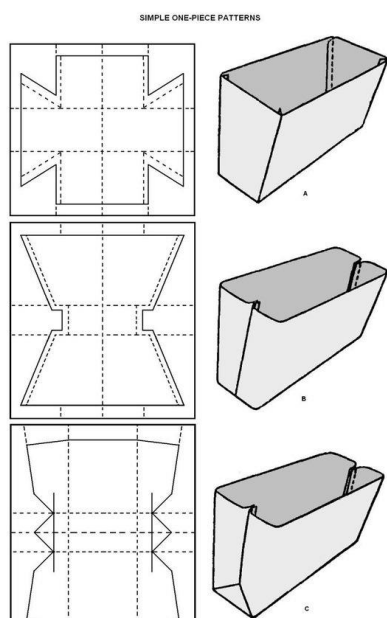


Figura 14 - Construção através de uma única peça.

Fonte:  
<https://wkdesigner.wordpress.com/2009/08/17/push-the-envelope/>

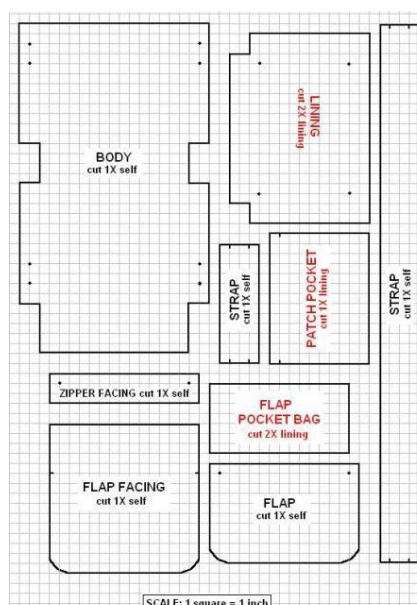


Figura 15 - Construção através de múltiplas peças.

Fonte:  
<https://wkdesigner.wordpress.com/2009/08/17/push-the-envelope/>

Depois de se perceber qual vai ser o tipo de construção, é importante passar do 2D para o 3D – a prototipagem.

Através do desenho da mala, começa a passar-se do papel para o real. Para se poder testar ergonomia, funcionalidade e materiais. Desta forma resolvendo-se facilmente qualquer problema que surja, e redefinir o *design* da mala se necessário. O protótipo pode ser inicialmente feito em cartão ou papel, e só depois num material que se assemelhe ao que será o material final, exemplo: pano-cru.

Desta forma será também mais fácil estudar localização de bolsos e de que forma vão funcionar, como vão ser as alças e qual o melhor sítio para as colocar, qual a melhor forma de acesso ao interior da mala, se os fechos estão colocados para que sejam práticos e funcionais, e qual o tipo de fecho que melhor se adapta. Assim como, o protótipo é extremamente importante para uma boa noção das dimensões da mala: ao experimenta-lo, será necessário que seja maior? Mais larga? Mais alta? Tais perguntas terão de ser respondidas em protótipo para que o produto final resulte como foi inicialmente imaginado.

### 3.4 Ilustração: Apresentação e Valorização do Acessório

A ilustração, mais precisamente de moda, é na atualidade uma arte reconhecida, e possui diversos propósitos, estilos, manifestando-se nas formas mais diversas. Nesta fase de pesquisa, foi importante abordar a forma como a ilustração pode valorizar determinado produto de moda, nomeadamente o acessório, como pode comunicar as características que o definem, o *mood* da coleção/produto, e interagir e provocar uma reação no público – alvo. Tendo em conta o facto de que uma boa ilustração de um produto pode vender tanto como uma boa fotografia.

Foi também determinante identificar a linha do tempo da ilustração: o início do século XX marcou uma etapa na história da ilustração: foi lançada a revista “*Gazette du Bon Ton*” que pode dizer-se ter sido considerada por muitos a primeira dita como verdadeira revista de moda. Nessa mesma revista, promovia-se a ilustração de moda que possuía personalidade e narrava uma história. A revista foi também responsável por lançar carreiras de importantes ilustradores e artistas, como: Georges Lepape, Paul Iribe, Romain de Tiroff e Georges Barbier.

Foi no ano de 1930 que cresceu o interesse por ilustração de moda, ano em que a fotografia estava ainda em desenvolvimento. Com o crescente interesse, naturalmente haviam mais oportunidades para artistas e ilustradores retratarem as últimas tendências. Já na década de 1940, os estilos de ilustração experimentaram novos desenvolvimentos, e surgiram importantes ilustradores como René Gruau ou Carl Erikson, com ilustrações com características bem marcadas: pintadas a carvão, com traços fortes, e linhas livres num contexto de grande movimento.



**Figura 16** - Ilustração de Georges Lepape para a marca Hermès - 1926

Fonte:

<http://thumbs.ebaystatic.com/images/g/gJcAA0SwawpXrtKe/s-l225.jpg>

Já por volta de 1950, a fotografia tornou-se mais popular, e a ilustração passou a manifestar-se mais ao nível das campanhas publicitárias, e mais tarde nas décadas de 1960 e 1970, ficou muito ligada a editoriais de saúde e beleza, enquanto a fotografia se tornava mais popular.

Foi em 1980 que surgiu uma nova imprensa ao nível da moda, na qual se exploravam novas formas de se transmitir ideias e assim apareceram novos ilustradores que exploravam o estilo de rua. Um deles foi Patrick Nigel que criava imagens relacionadas com a promoção de música e moda. A emergência da cultura jovem da altura, que se caracterizava por ser vibrante, começou também a refletir-se nas técnicas de ilustração próprias dessa época.

Nos anos 1990 e 2000, a ilustração voltou a ganhar um novo fôlego, já que voltou a dar-se importância ao ilustrador de moda mais uma vez. Nesta época existiu uma maior fusão de estilos e técnicas, nas mais variadas formas, como por exemplo imagens mais gráficas, arte *avant-garde* e arte digital.



Figura 17 - Ilustração mala icônica Chanel, autor desconhecido.

Fonte: [http://www.polyvore.com/chanel\\_bags/collection?id=3159737](http://www.polyvore.com/chanel_bags/collection?id=3159737)

É então importante, para a presente investigação que, a ilustração de moda, neste caso mais relacionada com o acessório de moda, é um fator determinante na promoção do produto, na sua apresentação, e pela forma como este tipo de arte comunica com o consumidor. Pela forma como torna o produto atrativo, e lhe acrescenta valor, seja pelo estilo do traço, pela vivacidade da cor, ou pela forma como retrata os detalhes que tornam o produto único.

Sendo assim, o trabalho de um ilustrador pode ser visto como a criação de uma imagem que servirá para cumprir as expectativas de um cliente, e deve ser utilizada para vender o produto. A ilustração já não se limita ao simples desenho do produto, e representar os seus detalhes perfeitamente, ou seja não se limita a fazer uma interpretação a 100%. “O ilustrador vai ignorar de forma propositada o realismo do produto, apresentado por sua vez uma versão idealizada, divertida, exagerada, comunicativa e atrativa do produto. Deve conseguir criar um impacto com o consumidor/observador, provocando sensações e apelando aos sentidos do

mesmo, o que no fundo se pode considerar a essência do mundo da moda.”<sup>6</sup>  
(Dawber, 2005 )



**Figura 18** - Ilustração de Alicia Malesani para Harper's Bazaar Spain

Fonte: <http://www.aliciamalesani-illustrator.com/>



**Figura 19** - Ilustração de mala Céline. Autor Desconhecido

Fonte: <http://valeriarienzi.tumblr.com/>

---

<sup>6</sup> T.L. “The illustrator will ignore the realism of the product, presenting a fun, exaggerated, communicative, and attractive version of the product. He must be able to create an impact with the consumer, making him feel the sensations and appealing to his senses, which can be called the essence of fashion.” (Dawber, pág. 15)



Figura 20 - Ilustração de clutch, autor desconhecido.

Fonte: [http://travelwritedraw.blogspot.pt/2012\\_01\\_01\\_archive.html](http://travelwritedraw.blogspot.pt/2012_01_01_archive.html)



Figura 21 - Ilustração de clutch de Alexander Macqueen.  
Autor: António Soares.

Fonte:  
<http://antoniosoares.tumblr.com/post/141524347880/mcqueen>

### 3.5 Tecelagem Manual utilizada na marca Teresa Gameiro

“A tecelagem artesanal, uma técnica antiga e remota (32 000 anos), pode definir-se como uma forma de construir um tecido, através de um tear onde os fios são entrelaçados e cruzados de forma ordenada.” (Brahic, 1992) Funciona da seguinte forma: são dispostos no tear uma quantidade de fios em tensão, a que se dá o nome de urdidura ou teia (colocados na vertical). Depois, é utilizada outra função do tear para se tecer a trama (fios na horizontal) na teia anteriormente estendida.

Foi principalmente importante fazer um levantamento de algumas das principais técnicas e pontos de tecelagem, mais precisamente aquelas que são utilizadas frequentemente nos produtos Teresa Gameiro – sendo que isso vai influenciar a escolha de materiais, cores, quantidades necessárias e gastos, e pensando também que as técnicas e pontos utilizados em determinado produto (Ex: *clutch*) têm influência no look final da peça.

Um ponto é o que vai resultar da combinação da remissa e montagem previamente definidas, antes de se construir o tecido. Alguns dos pontos existentes e mais utilizados nos são: tafetá – o mais económico para ser utilizado como fio de trama; a sarja – “um relevo de linhas oblíquas paralelas, todas no mesmo sentido”; o ponto cadeia; o favo-de-mel; a técnica de puxados – muito utilizada nos produtos da marca.

Em relação aos materiais, o algodão é bastante utilizado, e pode ser utilizado tanto na trama como na teia (o da teia convém ser bem resistente); a lã também é possível de tecer seja de que tipo for, embora algumas sejam mais indicadas, tendo em conta o propósito da sua utilização (teia ou trama), e mais importante para a investigação - o trapo – sendo que é o material que caracteriza a tecelagem utilizada na marca onde a aluna realizou o estágio.

A marca trabalha sobretudo, além das lãs e algodões, com trapo, o que a define como sustentável e ecológica, sendo que os trapos utilizados pela *designer* são sobretudo desperdício têxtil, restos de fábricas de fiação, lençóis velhos ou roupa em segunda mão – desta forma dando-se uma nova vida aos tecidos, e promovendo o “*slow fashion*” que a marca defende.

O processo funciona da seguinte forma: os trapos são cortados manualmente em tiras de 1/2 cm de largura, para depois se colocarem na naveta, prontos para a tecedeira os colocar no pano que está a tecer. Para tudo correr da melhor forma, não deverão existir pontas bicudas nas tiras de trapo, pois poderá comprometer o resultado final da peça, e deve ter-se em atenção o quão facilmente o trapo desfia, além da elasticidade. É igualmente importante que seja igual do direito e do avesso.

Todos estes aspetos têm influência no produto final, seja um tapete, ou uma mala de senhora com tecelagem aplicada.



Figura 22 - “Bagocho” Autor: Teresa Gameiro

Fonte: [http://2.bp.blogspot.com/-daIEfQwjHY/UdNEGNbxjU/AAAAAAAAABz8/BLVfxNj4xnA/s1600/976481\\_166715650162357\\_1758300235\\_o.jpg](http://2.bp.blogspot.com/-daIEfQwjHY/UdNEGNbxjU/AAAAAAAAABz8/BLVfxNj4xnA/s1600/976481_166715650162357_1758300235_o.jpg)



Figura 23 - Pormenor Tecelagem com diversos pontos. Autor: Teresa Gameiro

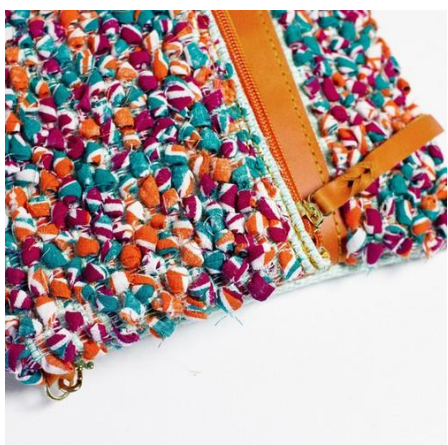
Fonte:  
<http://static1.squarespace.com/static/5739f875b6aa607768ebcda/573cb3f386db43280d6823c9/57695f87f7e0ab4b5a01e805/1466525613986/t>

É também importante referir algumas ferramentas indispensáveis para se conseguir produzir um tecido em tear – liços, pentes e pedais. Todos eles são uma espécie de mecanização dos gestos das tecedeiras. Neste caso, estamos a falar de um tear horizontal de pedais com dois ou mais liços – que é o mais frequentemente usado.

O processo funciona da seguinte forma: os fios da teia vão-se desenrolando, os fios pares vão funcionando com um liço, enquanto os fios ímpares vão funcionando com outro. O pente por sua vez tem a função de separar os fios uniformemente batendo a trama contra o tecido já feito, tornando-o apertado e consistente. A tecedeira por sua vez, complementa o processo calcando os pedais alternadamente, fazendo com que os liços subam alternadamente e os fios da teia e da trama de cruzem. Resumidamente, a tecelagem divide-se em quatro operações: em primeiro lugar faz-se a preparação da urdidura, depois monta-se a urdidura no tear, de seguida prepara-se a trama e só depois se pode começar a fabricar o tecido.

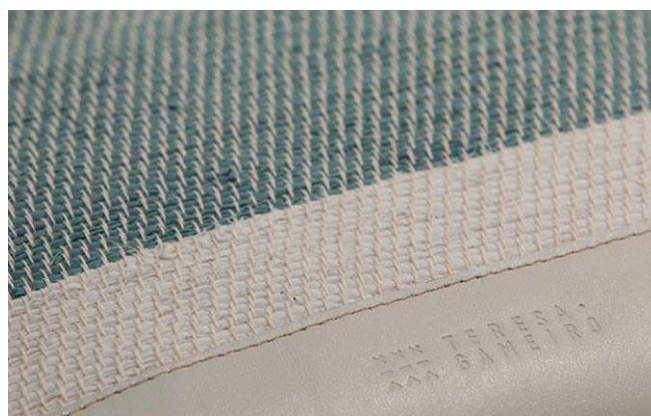
O número de liços utilizados também tem a ver com a textura do tecido: por exemplo se o tecido for de estrutura simples, como tafetá, são necessários apenas dois liços. No entanto se for de textura mais complexa como sarja, serão necessários até quatro liços, que permitem uma grande variedade de combinações geométricas. Já o número de pedais utilizados vai corresponder diretamente ao número de liços.

A marca trabalha, como foi referido acima, com pontos simples como o tafetá, mais complexo como a sarja, ou com algumas técnicas específicas como a técnica de puxados. Foi determinante perceber qual a estrutura desses pontos, algo que a mestranda tinha já aprofundado em estágio, mas aprofundou um pouco mais ao desenvolver o projeto para a marca.



**Figura 24** - Clutch Teresa Gameiro com técnica de puxados.

*Fonte: teresagameiro.com*



**Figura 25** - Pormenor de clutch Teresa Gameiro com ponto sarja.

*Fonte: teresagameiro.com*

A figura 24 ilustra a técnica conhecida como “técnica de puxados”. Esta técnica consiste em puxar fios da trama auxiliares, dependendo do feitio que se quer. É uma técnica que implica que se utilizem três liços. Após o enchimento, que é obtido através do batimento das series de fio que se pretendem, introduz-se na urdidura um novo fio, fio esse que se usará para se executar o feitio pretendido.

A figura 26 ilustra o pormenor de uma clutch com o ponto sarja. Ponto esse de estrutura um pouco complexa, necessitando de utilizar quatro liços na sua execução e respetivamente quatro pentes. É construído num ângulo de 45 graus da esquerda para a direita. Apresenta um relevo de linhas oblíquas paralelas, todas no mesmo sentido.



**Figura 26** - Pasta Teresa Gameiro, com aplicação de tafetá.

*Fonte: teresagameiro.com*

Na figura 26, aparece o ponto tafetá aplicado numa das malas da marca Teresa Gameiro. Este ponto é possível de obter apenas com a utilização de dois liços, sendo considerado um ponto simples, ou também conhecido como ponto base. De facto, é o único ponto que se pode obter num tear de dois pedais. A urdidura funciona da seguinte forma: 1-2-1-2-1-2, etc. Ou seja a única pedalagem possível de fazer é 1-2: pisa-se o pedal 1, obtém-se uma passagem, deixa-se o 1 e pisa-se o 2 e tece-se outra passagem, por ai em diante. Este tipo de ponto é o que faz avançar a trama com maior rapidez, e também é considerado o mais económico precisamente para o fio da trama. O ponto obtido é resistente.

### 3.6 Marcas concorrentes

#### Ideal & Co

“Ideal & Co” é uma marca 100% Portuguesa, e o seu objetivo é preservar, fazer uma reinterpretação do que já existe, e partilhar o que é nacional. Cada peça se caracteriza por unir a contemporaneidade á tradição, refletindo a herança portuguesa e partindo dos recursos e riqueza que Portugal tem para oferecer.

Os materiais que escolhe caracterizam-se por serem de qualidade, sustentáveis, e ecológicos. Cada peça é única e por isso cada uma é elaborada de forma sustentável. Cada produto é de alta durabilidade. As peles utilizadas são de origem vegetal.



Figura 27- Mochila de Ideal & Co.

Fonte:<http://www.idealandco.com/idealandco-about-us/>



Figura 28- Mochila 2 Ideal & Co

Fonte:<http://www.idealandco.com/idealandco-about->

## Mangerica

Marca nacional de malas em pele, que se caracteriza combinações únicas de formas, texturas e cores nos seus produtos. Define-se por trabalhar com os melhores materiais e aliando isso a uma estética atraente. A marca combina o seu *design* distinto á personalidade do artesão que faz a peça, obtendo um resultado interessante.

A marca pretende destacar a personalidade de cada mulher, criando uma ligação com a mesma, e fazendo parte de momentos e emoções na vida de uma mulher. (Manjerica, S/Data)



**Figura 29** - Bucket bags da coleção "North Coast"

Fonte: <http://manjerica.com/pages/white-cold-collection>



**Figura 30** - Mochilas coleção "North Coast"

Fonte:  
<http://manjerica.com/pages/white-cold-collection>



**Figura 31**- Mochila da coleção "White Cold"

Fonte:  
<http://manjerica.com/pages/white-cold-collection>

## Wetheknot

Marca portuguesa com sede em Lisboa, que se caracteriza por criar produtos minimalistas e unissexo. Os seus produtos são mochilas, carteiras, roupa e acessórios elaborados com produtos de alta qualidade portugueses.

Cada peça é cuidadosamente elaborada, no estúdio próprio da marca, e conjunto com parceiros locais em Portugal.



**Figura 32** - Mochila "Cherry"

Fonte: <https://portcorner.com/wetheknot-backpack-cherry>



**Figura 33** - Carteira wetheknot

Fonte: <http://wetheknot.tictail.com/product/yellow-wallter-tobacco-pouch>



**Figura 34** - Mochila dia-a-dia de enrolar

Fonte: <http://wetheknot.tictail.com/product/honey-roll-up-backpack>

## Capítulo IV - Teresa Gameiro

## 4. Perfil da Designer

Iniciou-se a pesquisa da marca de Ana Teresa Neves Gameiro á qual dá o nome: *Teresa Gameiro*. Esta pesquisa revelou-se imperativa, uma vez que mesmo antes do estágio começar, foi importante haver uma noção do que era a marca, o que defende, a sua história, e o percurso da mesma.

Foi também importante perceber qual o papel da marca ao nível dos acessórios em Portugal, o que a identifica e distingue das restantes. Assim como foi feito um levantamento dos trabalhos e projetos da *designer*. A marca foi criada em 2013.



Figura 35 - Ana Teresa Neves Gameiro.

Fotografia: Ricardo Graça

Ana Teresa Neves Gameiro, nascida a 28 de Agosto de 1985, tirou o curso de *design* de moda na Academia de moda do Porto, e depois modelação de vestuário em Lisboa – “Modatex”. De seguida realizou estágio nos “Burgueses” e mais tarde estagiou na marca “Barena” através do *Davinci*, no ano de 2013 em Itália.

Regressando a Portugal, lançou a sua marca no ano de 2013. Uma marca inicialmente com o intuito de criar acessórios com tecelagem manual – algo que herdou da sua família, sendo que a sua bisavó foi tecedeira de profissão. Ana Teresa interessou-se pelo seu legado, dando-lhe uma nova vida em *clutches* e malas originais, sempre com a tecelagem como ponto de partida para as suas criações – aliando assim a tradição á contemporaneidade.

Além disso, a sua marca defende o “*slow fashion*” sendo que cada peça é única e aposta no *know-how* local, trabalhando com tecedeiras e fábricas locais. Tem como objetivo criar produtos ecologicamente sustentáveis, e que ao mesmo tempo se caracterizam pela “elegância e qualidade”.

Paralelamente á sua marca, participou em alguns projetos como: Residência artística nos Açores, onde trabalhou numa cooperativa de tecedeiras, de forma a conceber novos produtos. Faz também parte do “Fashion Revolution” e Realizou também algumas produções de moda.

A marca consiste em produtos, nomeadamente malas e têxtil-lar, concebidos com a junção inesperada da tecelagem manual e materiais como pele, lona ou sarja. Os produtos em que a marca se foca são sobretudo malas de diferentes formatos: *cluth*, pasta, saco, *tote bag*, *bucket bag* como exemplos e para diferentes ocasiões e públicos-alvo, e artigos de têxtil-lar como: tapetes, almofadas, caminhos de mesa, e individuais.

A marca baseia-se sobretudo numa ética que respeita o meio-ambiente, sendo que todos os produtos são sustentáveis, pela escolha de materiais, e a forma como são concebidos. O objetivo é sobretudo conceber acessórios contemporâneos, com qualidade e personalidade, mas que ao mesmo tempo sejam sustentáveis, e tirem partido do *know-how* local, e de técnicas de tecelagem antigas, para que no final seja um produto funcional, interessante e único. Além de utilizar nos seus produtos desperdícios têxteis adquiridos em fábricas portuguesas, de onde obtém as diferentes cores para posteriormente se utilizar na tecelagem inserida em determinado produto.



Figura 36 - Clutch com pormenor de "puxados"

Fonte: Teresa Gameiro



Figura 37 - Briefcase da coleção "Pure"

Fonte: <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/236x/b6/53/92/b653927709d>

## 4.1. Planeamento e Conceptualização da coleção

Selecionam-se inicialmente imagens e palavras-chave, assim como se faz uma pesquisa de cores que transmitam o *mood* pretendido para a estação, e analisam-se os *moodboards*, inicia-se um *brainstorming*, os esboços, e a projeção em papel de algumas ideias em relação á coleção: formatos das malas, dimensões, medidas, detalhes, etc. Discutem-se as ideias iniciais, a pesquisa e tenta chegar-se a um consenso, tendo em conta a identidade da marca, adaptando assim as tendências á essência da marca.

De seguida, a projeção dos moldes: depois de escolhidos os modelos finais, começam a estudar-se os moldes e respetivas medidas exatas. São feitos alguns protótipos, de forma a perceber-se o que pode ou não resultar, tendo em conta materiais, bolsos, fechos, ferragens, alças e mais importante, localização da tecelagem na mala – no fundo toda a funcionalidade e ergonomia do acessório.

A coleção é planeada da seguinte forma: divide-se em 3 ou 4 tipos de mala (exemplo): *clutch*, *tote bag* em lona, pasta, *tote bag* de sarja. Depois de definidos os modelos principais, são mandados para produção, com referência a cores, materiais e detalhes. Depois, para cada modelo, é feita uma quantidade, sendo diferente dependendo do modelo em questão: por exemplo a *clutch*, sendo que é um modelo com bastante saída, terá uma quantidade de 4 ou 5 exemplares. O modelo da pasta terá 3 ou 4. Depende da saída de cada modelo, e também das variações de cor e materiais possíveis.

## 4.2 Mercado

O mercado onde a marca se insere é bastante competitivo. Sendo assim, marca pela diferença nos materiais que utiliza, métodos de trabalho, funcionalidade e versatilidade dos seus produtos. Acima de tudo, destacam-se as características de cada produto, pois cada um é único. Desta forma, o produto da marca destaca-se por essas razões, e é a sua forma de se inserir no mercado. O seu produto encontra-se disponível sobretudo *online* no site da marca, e também em algumas lojas físicas, em Lisboa e no Porto. A marca compete no mercado pois os seus produtos são muito versáteis em termos de *target*, e chegam a mais idades e estilos. Assim como o facto de ser sustentável e utilizar no seu ADN processo antigos, vai despertar um novo interesse por parte do consumidor no mercado dos acessórios de moda. A sustentabilidade e ética que a marca defende são o que a diferencia nesse mercado.

### 4.3 Público-alvo

Não só em Portugal mas também internacionalmente, o público-alvo da marca define-se como contemporâneo, versátil e preocupado com um futuro sustentável. Com tendência para procurar produtos alternativos, e que sejam funcionais para o seu dia-a-dia ativo. Gosta de viajar, e tem interesse em conhecer novas culturas. Pratica desporto, ou possui outro tipo de *hobbies* como yoga. Têm idades compreendidas entre os 20 e os 50 anos, pois os produtos são bastante versáteis e abrangem diferentes idades, pelas características que apresentam e respetivas funções. Alguns produtos inclusive são pensados para serem unissexo.

O consumidor para o qual a marca trabalha possui poder de compra, e aprecia um produto único e de qualidade, dando importância á durabilidade do produto, e valoriza um produto alternativo no mercado dos acessórios. Ao mesmo tempo que aprecia um produto que comunica valores antigos com um *design* atual, e aprecia o requinte e a elegância.

### 4.4 Definição do conceito da coleção

O conceito da coleção define-se, numa fase inicial, a partir dos desperdícios de trapo disponíveis, e também análise de tendências atuais de moda/interiores, palavras-chave, reflexões, desfiles, fotografias, editoriais, etc. – onde é feita uma pesquisa aprofundada, reflexão e troca de ideias em reunião. De seguida, a pesquisa de cores, já contando com as cores dos desperdícios e cores dos materiais disponíveis para a coleção – partindo de *sites* de tendências, Pantone, etc.

De seguida são desenvolvidos *moodboards*, como por exemplo um *moodboard* de tendências de moda e ambiência, e outro de interiores e *lifestyle* – obtendo-se assim uma boa referência de imagens de inspiração, que retratam o *mood* definido para a coleção, e ao mesmo tempo ajudam a perceber o público-alvo para o qual a coleção está a ser desenvolvida. Os *moodboards* mostram também as cores escolhidas para a coleção, com a respetiva referência Pantone, e por vezes acrescentam-se também aos painéis amostras de materiais/fios a utilizar na coleção, para se ter uma ideia mais específica de como será o produto final.

## 4.5 Processo criativo

A pesquisa é a etapa crucial que dá início ao processo criativo. Segue-se uma análise do que foi encontrado na pesquisa, e é feita uma seleção de ideias.

Na seguinte etapa, é importante saber para que público se está a criar: isso vai determinar o *design* dos produtos, e oferecer a esse público aquilo que ele necessita – o que acaba também por orientar o aspeto, detalhes e função do produto em si.

De seguida começam a desenvolver-se alguns esboços, inicialmente pouco específicos, pois nesta fase o mais importante é a ideia geral do modelo. Formato, opções de materiais e dimensões gerais.

Depois de uma discussão de ideias, começa a responder-se a novos problemas: detalhes, utilidade, alças, base, materiais definitivos, qual o esquema de tecelagem a aplicar na mala, fechos e bolsos conforme a função e ocasião para a qual a mala está a ser criada.

## 4.6 Desenvolvimento da modelação de malas

A modelação é desenvolvida através de vários testes, e numa fase inicial são feitas experimentações em pano-cru da forma pretendida, com a ajuda de alfinetes e alguns cortes, para se montar uma espécie de versão miniatura da mala. Depois de se tirarem algumas conclusões, são feitos os moldes em papel. São adaptadas as medidas idealizadas desde início pela *designer*, e os moldes são extraídos.

Depois, dá-se início ao primeiro protótipo – analisam-se resultados, dificuldades, e retiram-se algumas conclusões: se há medidas a manter ou alterar, se há algum elemento a acrescentar, etc.

Eventualmente é feito um 2º ou 3º molde, para definir detalhes e experimentar diferentes opções, em relação a alças, bolsos, costuras, fechos, botões, e materiais. Os materiais normalmente utilizados nos protótipos são pano-cru, ou material disponível que sobrou de coleções anteriores, como lonas mais grossas, pois isso vai dar uma ideia melhor de como ficará o produto final.

## 4.7 Paleta de cor e materiais

Como referido anteriormente, em relação á paleta de cores, é a primeira coisa a ser definida – uma vez que depende dos desperdícios têxteis disponíveis – é isso que vai definir quais as cores a serem utilizadas. Ou seja, se as cores disponíveis em desperdícios forem azul e laranja, são essas as cores que vão ser o mote para a coleção tanto de têxtil-lar como malas.

Assim como, dentro das cores disponíveis em desperdícios, e se a variedade for considerável, tenta-se ao máximo ir ao encontro das tendências de cores anteriormente pesquisadas e colocadas no *moodboard*.

Em relação aos materiais, os mais utilizados pela marca nos seus acessórios são a pele, vegetal e animal, a sarja, a lona que confere rigidez e estrutura, e os materiais utilizados na tecelagem: desperdício têxtil (lençóis, roupa em 2<sup>a</sup> mão, etc.), lã, e fio de algodão para a teia.

## 4.8 Acabamentos

Os acabamentos dos produtos são feitos em fábrica, com exceção da tecelagem onde todo o processo é feito do início ao fim pelas tecedeiras que trabalham com a marca. Só depois de a tecelagem estar finalizada, é que a peça é acabada em fábrica – com ficha técnica de medida finais e detalhes – e é aí que são introduzidos os detalhes como as costuras e ferragens. As etiquetas por sua vez, podem ser feitas de diferentes formas: podem ser feitas á mão pela *designer* com carimbo e tinta, ou impressas em papel reciclado. Podem também ser marcadas na pele, se forem feitas em fábrica.

## 4.9 Coleção Final

Depois de todos os acabamentos terminados, é apresentada a coleção final - normalmente com um evento de lançamento da coleção, onde os produtos são apresentados fisicamente ao público como uma espécie de instalação artística, com fotografias e imagens de inspiração e os produtos dispostos de forma atrativa perante o público.

A coleção é também lançada no *site* online da marca Teresa Gameiro, ficando disponíveis para venda.

São também feitas ilustrações dos produtos finais, e do conjunto de toda a coleção, como forma de promover o trabalho e mostrar uma abordagem diferente às malas da marca.

## Relatório de Estágio

O estágio permitiu não só a uma grande aprendizagem, como também a consolidação de conhecimentos, novos desafios, e interações. Seguiu um calendário pré-definido, que no fim fez todo o sentido que se prolonga-se. O fato de se ter de dar resposta a clientes reais foi também uma mais-valia, pois é um fator determinante para o produto que se está a vender. As exigências do potencial cliente determinam as características do produto, o que acaba por sua vez por influenciar em termos de escolha de materiais, forma, cores, quantidades, etc.

Desta forma, é evidente a evolução da mestranda, uma vez que se está a lidar com uma marca real, com clientes reais e desafios igualmente reais – acabando por desenvolver muito mais as suas capacidades, e também novas aprendizagens, acabando por se tornar mais flexível/versátil no seu trabalho.

A marca *Teresa Gameiro* foi escolhida para realizar o estágio, por diversas razões: primeiro por ser uma marca de acessórios, algo que cativou o interesse da aluna por ter curiosidade e vontade de desenvolver as capacidades nessa área específica. E também pelo trabalho da Designer Ana Teresa Neves e aquilo que a mesma defende na sua ética de trabalho, e na forma como mostra a sua visão ao mundo e como a dá a conhecer.

Inicialmente, o estágio seria apenas de 5 meses, ou seja de Novembro a Março, acabou por se prolongar, por motivos de lançamento da coleção em Maio – desta forma a aluna pôde acompanhar todo o processo desde a conceção da coleção, até ao seu lançamento.

As tarefas em espaço de *atelier*, realizavam-se da seguinte forma, por ordem:

- Pesquisa de tendências (moodboards)
- Análise da informação, e filtração da mesma;
- Debate de ideias para novos produtos;
- Esboços;
- Elaboração de protótipo (s) para os novos possíveis modelos;
- Escolha dos (o) modelos finais;

- Criação de fichas técnicas desses novos modelos, com medidas/cores/detalhes;
- Conceção das novas peças: tecelagem implementada no modelo, ida á fabrica, produto final;
- Apresentação da coleção (loja online no site, redes sociais);

Descrição das tarefas/trabalhos realizados na marca, descrevendo de forma detalhada cada uma delas;

1. Criação de *moodboards* de inspiração para a coleção de primavera/verão. Pesquisa em páginas de tendências, e desfiles – desenvolvimento de dois *moodboards*: um de tendências de têxtil/lar, outro de tendências de moda e *lifestyle*. Pretendia-se que as imagens comunicassem o *mood* da coleção que a *designer* pretendia. A mestranda ficou encarregue de apresentar os *moodboards*, e depois reuniu com a *designer* para os apresentar e discutirem ideias.

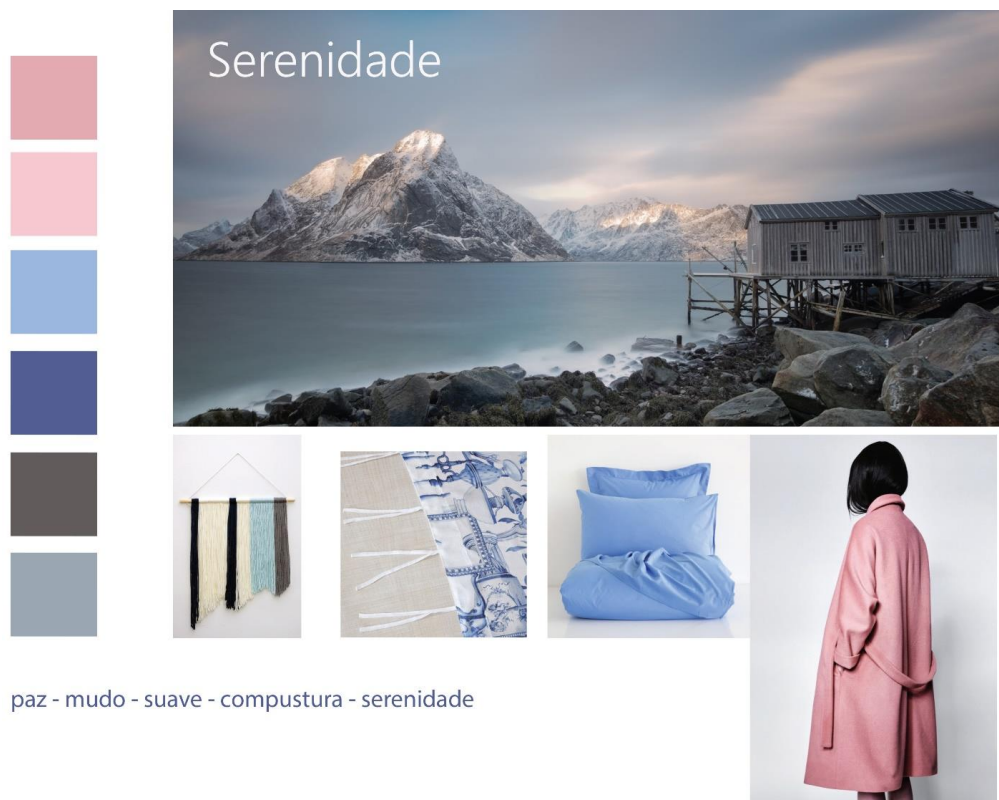


Figura 38 - Moodboard de cores frias

Autor: A mestranda

# Bold

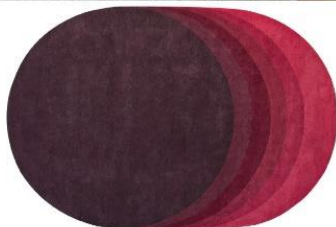


Figura 39 Moodboard cores quentes: têxtil/lifestyle

*Autor: Andreia Nico*

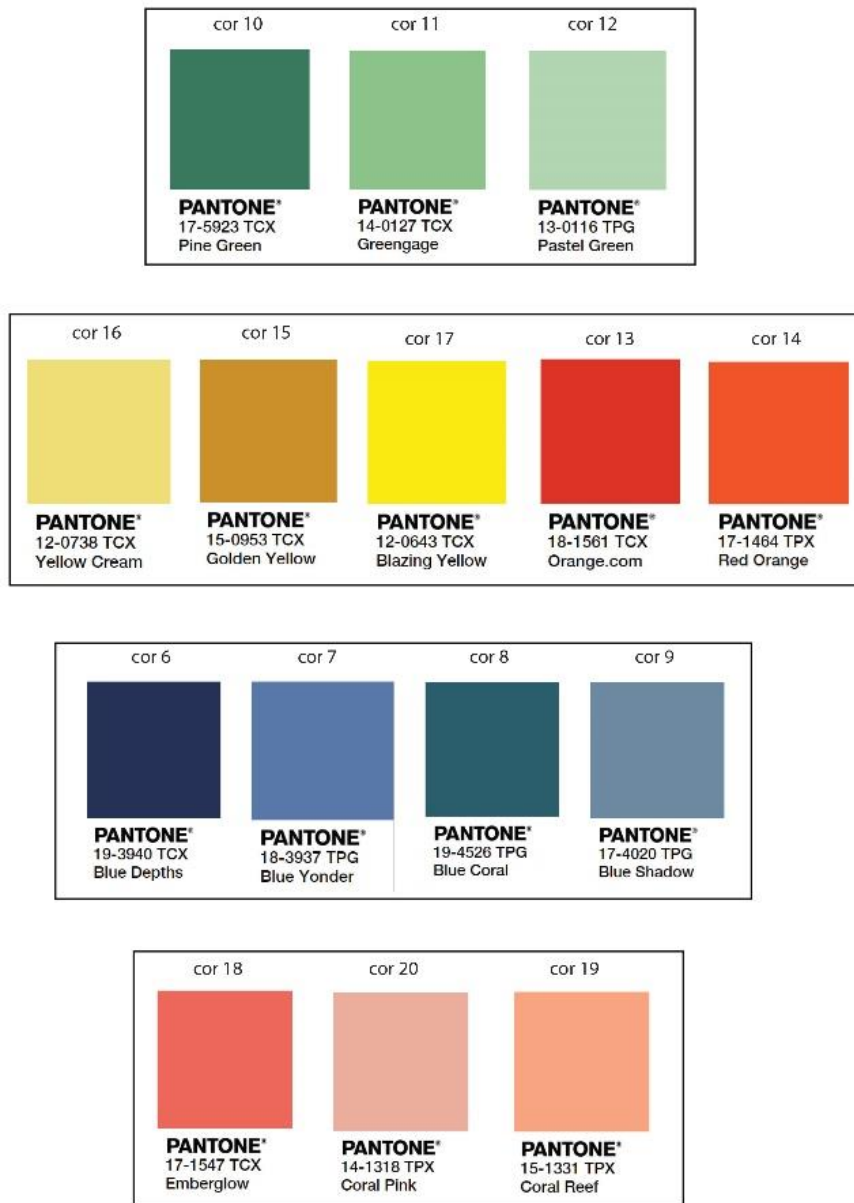


Figura 40 - Organização da proposta de cores para a nova coleção com referências Pantone (<https://www.pantone.com>

*/color-finder)*

*Autor: Andreia Nico*

2. Após a discussão das ideias apresentadas, segue-se a pesquisa dentro do contexto de sacos de desporto, uma vez que era o que se pretendia desenvolver para a coleção: formas, materiais, detalhes, e mercado. Perceção de componentes que pode conter um saco de desporto, e utilidade. Organização da pesquisa. Elaboração de questionário dentro do contexto desportivo, com objetivo de apurar necessidades e preferências por parte do consumidor: para que efeito é utilizado, quantas vezes por semana, forma de transporte, relevância em termos de arrumação, preferência de tamanho e material.

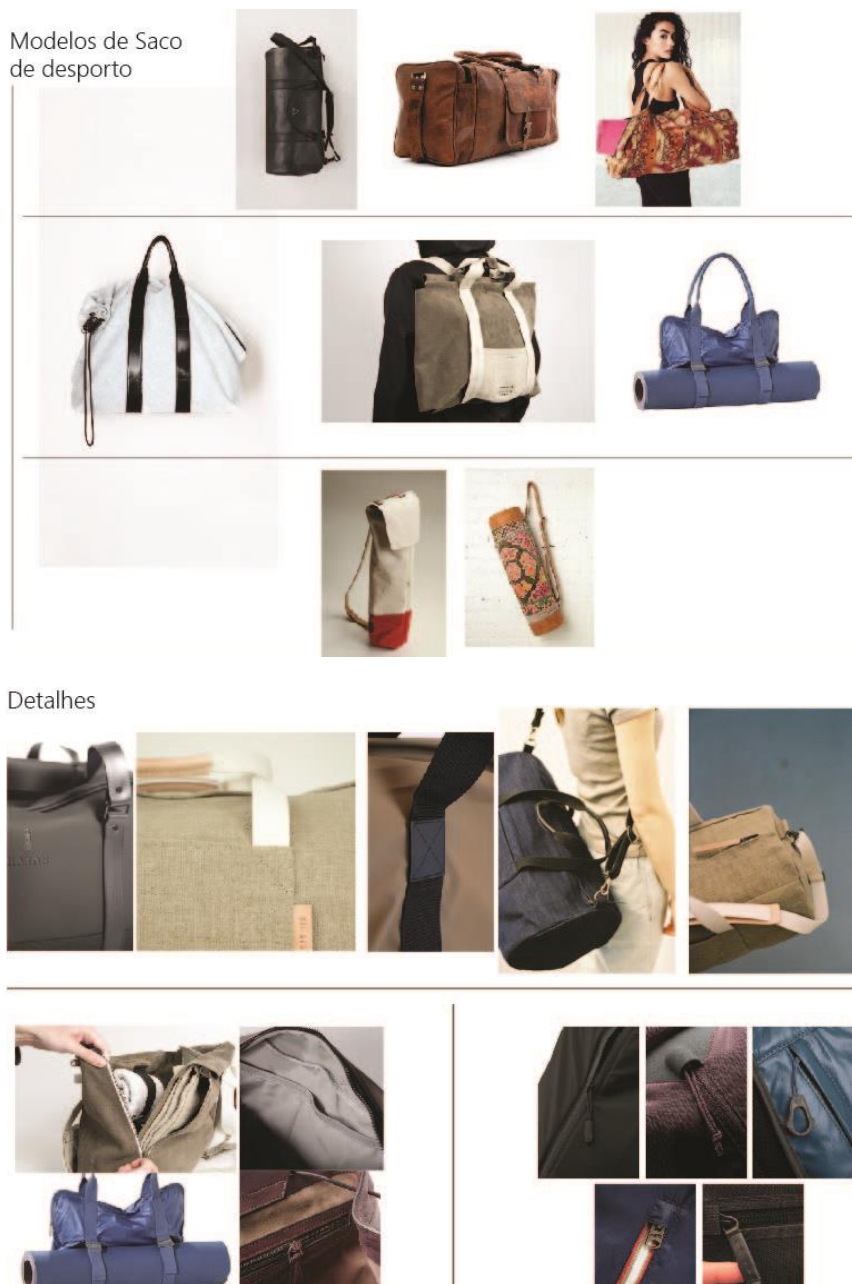


Figura 41 - Disseminação de tipos de saco de desporto e seus detalhes.  
Autor: A Mestranda

	A	B	C	D	E	F	G
1		para que efeito	X por semana	transporte do saco	divisórias	material	tamanho
2	1	ginásio e P.T	7x	mochila	ténis + roupa 3 divisões	não	médio
3	2	ginásio	4x	ombro	2 compartimentos	não	médio
4	3	gym	3x	mão e costas	água + 2 compartimentos	não	médio
5	4	caminhar, gym	6x	costas	apenas p/ comida/poucos	não	médio
6	5	desp. Viagem	5x	ombro	3 compartimentos	lona	grande
7	6	gym	4x	mão	3 compartimentos	lavável	médio
8	7	gym	3x	mão	2 compartimentos	lavável	médio
9	8	gym	3x	mão	2 compartimentos	resistente/suporte	médio
10	9	dar aulas fit.	6x	costas	3 divisórias + 1 pequena	não	grande
11	10	gym/fds	1 a 2x	mão/ombro	2 divisórias	base resistente	médio
12	11	studio/andar	2 a 3x	costas	3 divisórias	lavável/leve	médio
13	12	gym	2 a 3x	mão/ombro	3 divisórias	leve	médio
14	13	gym	2 a 3x	mão	3 divisórias	lavável	peq/mé
15	14	gym/studio	6x	ombro/mão	2 divisórias	não	médio
16	15	gym	3x	mão	3 div. Interior e exterior	impermeável	médio
17							

**Figura 42** - Questionário realizado em ginásios diretamente ao público-alvo/target que serviria para começar a esboçar o saco de desporto

Autor: A mestranda

2. Procedeu-se aos esboços e estudos acerca dos modelos já existentes da marca, com o objetivo de se perceber o modelo e tudo o que é necessário para através de um desenho/ficha técnica ser perceptível a sua conceção, detalhes e forma geral do modelo. Assim como apresentação de novas soluções de *design* para alguns dos modelos já existentes, tendo em conta os detalhes, sem alterar por completo o produto. Estudos de possíveis novos modelos para a marca.



Figura 43 - Esboços para modelo de mochila/desportivo.

Autor: A mestranda



Figura 44 - Estudo de fivela e cursor de fecho para elaboração de ficha técnica Autor: Andreia Nico

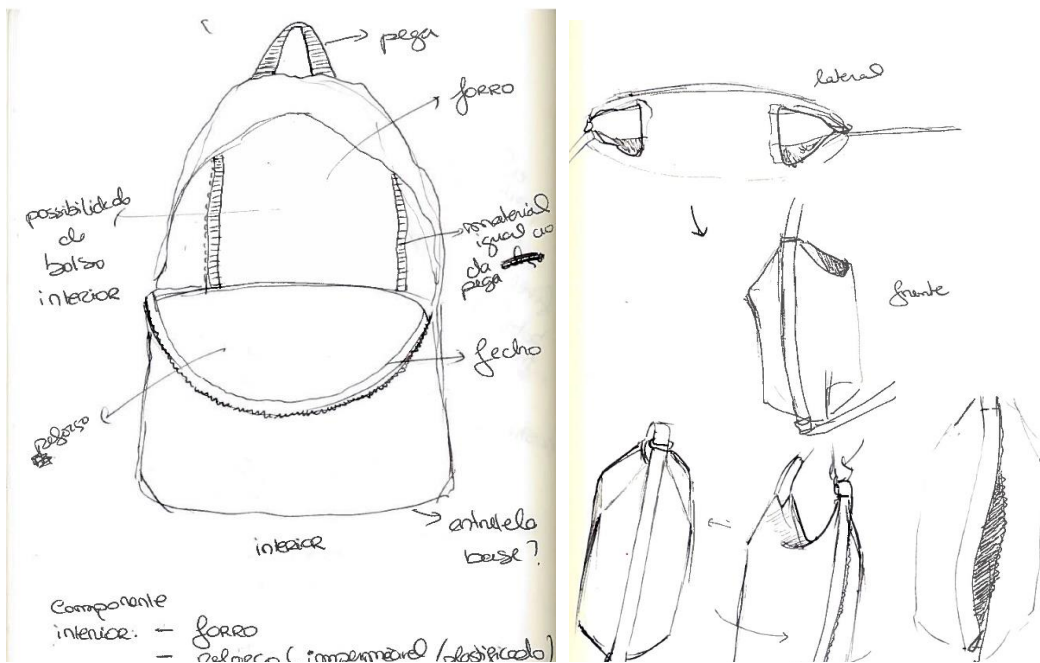
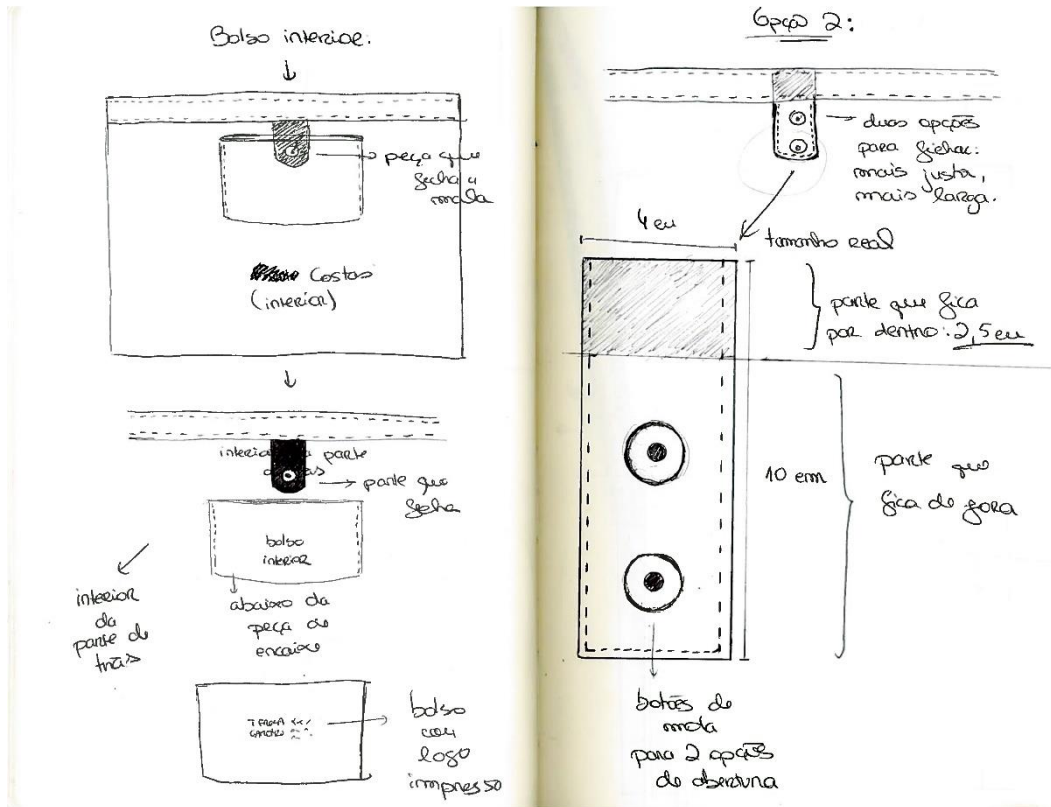


Figura 45 - Estudos para novos modelos da marca, e alterações de alguns já existentes, esboço de detalhes.

Autor: A mestranda.

4. Realização de fichas técnicas para modelos já existentes na marca, de forma a perceber como é a forma mais eficaz de se perceber o modelo: a sua forma geral, os materiais, aviamentos/ferragens, alças, botões, fechos, forros e outros detalhes, assim como dimensões exatas. Assim como a ficha técnica correspondente às variações de cor do produto.

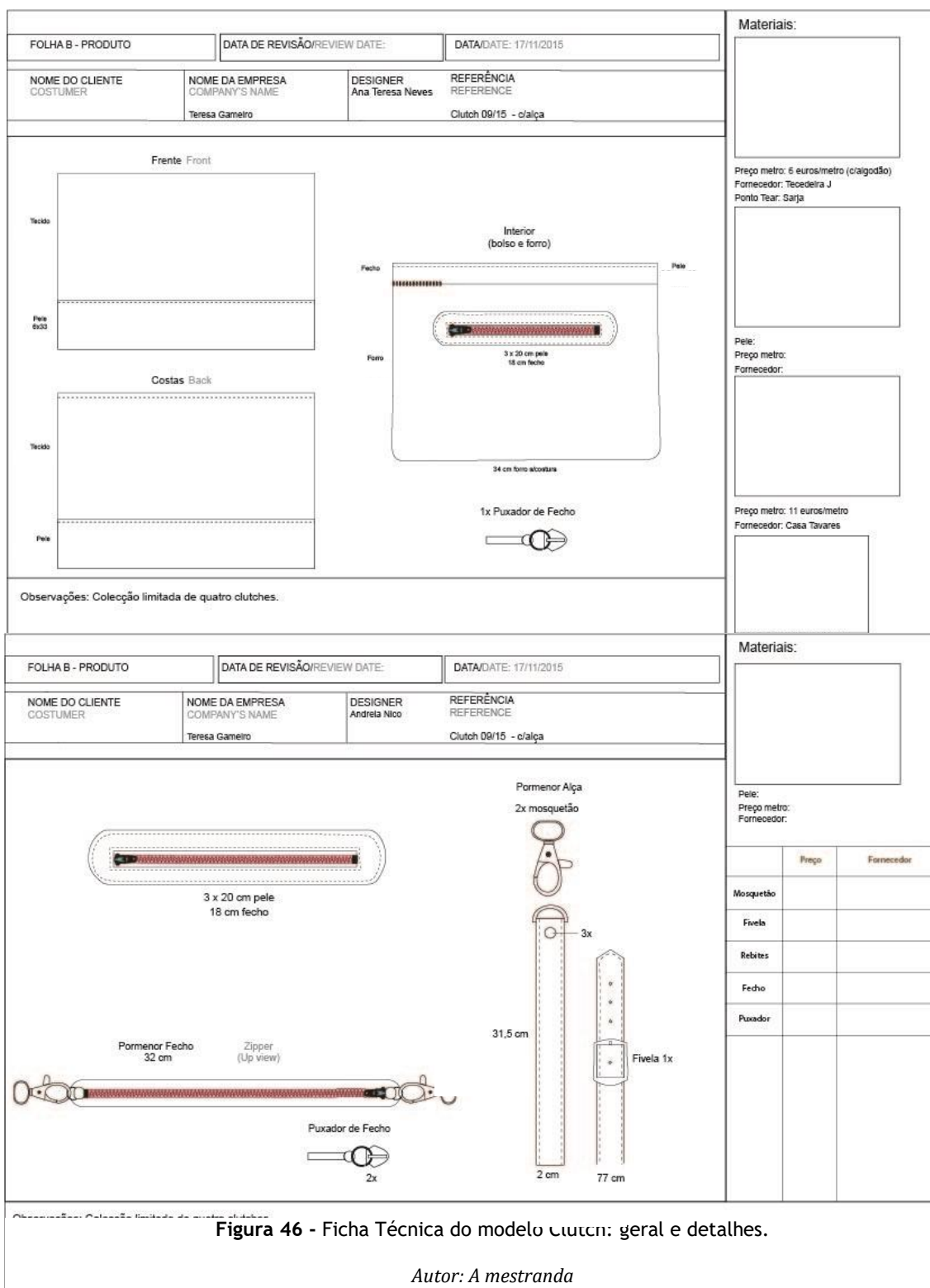
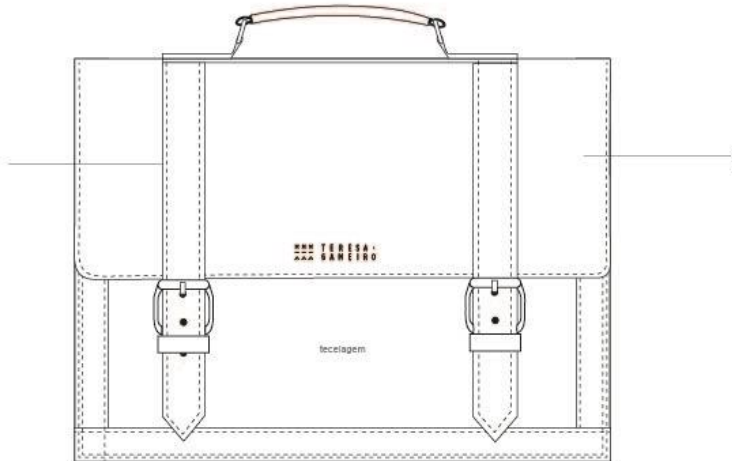


Figura 46 - Ficha Técnica do modelo Clutch: geral e detalhes.

Autor: A mestranda

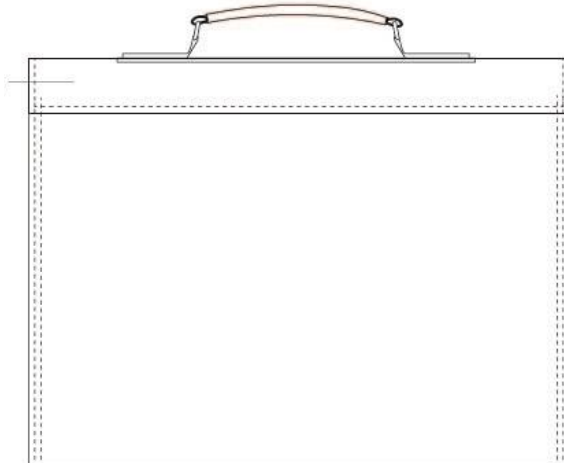
FOLHA A	DATA:	DATA DE REVISÃO:
FRENTE	TERESA GAMEIRO	MODELO: BRIEFCASE

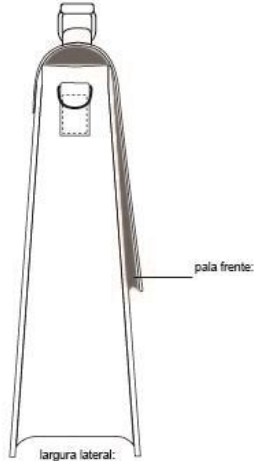


Observações: Etiqueta gravada na pele.

---




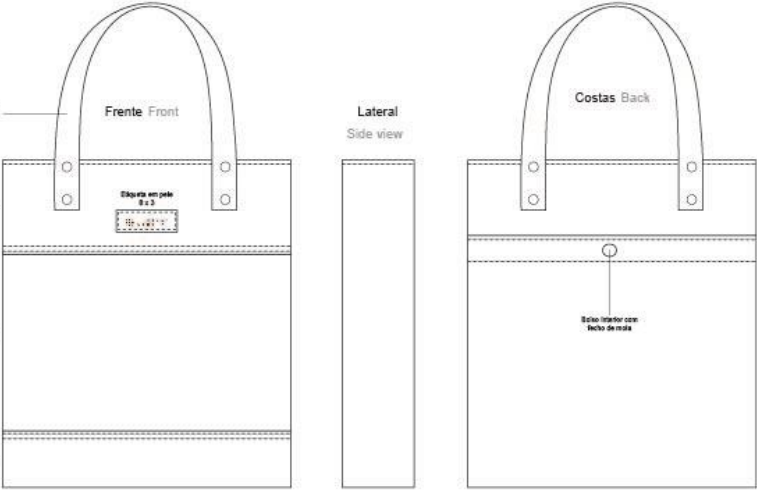
FOLHA B	DATA:	DATA DE REVISÃO:
LATERAL / COSTAS	TERESA GAMEIRO	MODELO: BRIEFCASE





Observações:

**Figura 47-** Ficha técnica do modelo “Briefcase” by Teresa Gameiro, com vistas de frente, trás e lateral. *Autor: A mestrand*

FOLHA A - PRODUTO: TECIDO/PELE		DATA DE REVISÃO/REVIEW DATE:	DATA/DATE: 26/11/2015
FRENTE / COSTAS/LATERAL	NOME DA EMPRESA COMPANY'S NAME Teresa Gameiro	REFERÊNCIA REFERENCE Tote bag	<b>Materialis:</b>  Preço metro: 6 euros/metro (c/algodoão) Fornecedor: Tecedeira J Ponto Tear: Sarja  Pele: Preço metro: Fornecedor:  Tecido: Azul Impemeável Preço metro: 11 euros/metro Fornecedor: Casa Tavares
			
Observações: Coleção limitada de seis Totes.			

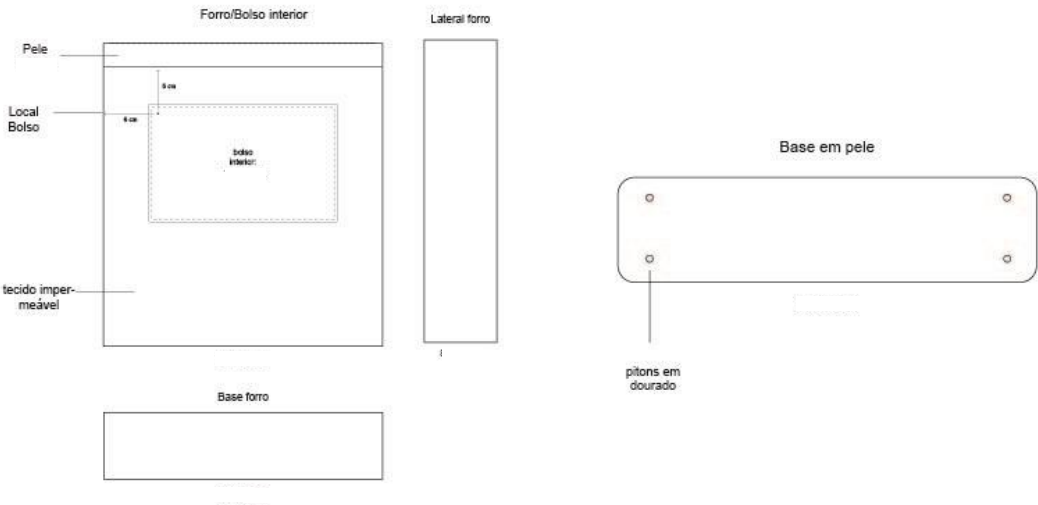
FOLHA A.1 - PRODUTO: TECIDO/PELE		DATA DE REVISÃO/REVIEW DATE:	DATA/DATE: 26/11/2015
FORRO/ BASE	NOME DA EMPRESA COMPANY'S NAME Teresa Gameiro	REFERÊNCIA REFERENCE Tote bag	
Observações: Coleção limitada de seis Totes.			

Figura 48 - Ficha técnica do modelo Tote bag em tecido impermeável, com vistas de frente, costas, laterais, base, bolsos e detalhes do interior. Autor: Andreia Nico

5. Realização de fichas técnicas para os produtos de têxtil-lar da marca: tapetes, panos, almofadas, toalhas e caminhos de mesa. Referência de fios e pontos utilizados (tecelagem).

FOLHAA - TECIDO		DATA DE REVISÃO/REVIEW DATE:	DATA/DATE: fevereiro 2016
NOME DO CLIENTE CUSTOMER	NOME DA EMPRESA COMPANY'S NAME	REFERÊNCIA REFERENCE	
	Teresa Gameiro	Toalha de mesa	

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	

Ponto:	Medidas em cm:
1=Franjas	15
2= Tafetá	7,5
3= Ponto Cadeia lã	4,5
4= Tafetá linhas	1
5= Tafetá cinza claro	2
6= Tafetá linhas	1
7= Ponto cadeia lã	4
8= Tafetá	8
9= Tafetá cinza claro	4,5
10= Tafetá	4
11= Algodão grosso cru	148

Preço: 3,70 (novo) Cor: Azul escuro Composição: lã - referência: Merino 4 US Cor 09 Lote: 0831 Empresa/Local: Rosários 4 - Fátima	Preço: 2 euros + 1 euro Cor: Azul + linhas azuis Composição: 100% algodão Empresa/Local: Desperdicios (jengots) / Mira d'aire desperdicios
Preço: ? Cor: Azul Claro Composição: 100% algodão Empresa/Local: Rosários 4 - Fátima	Tecelera: Júlia Ponto usado: tafetá, ponto cadeia Tempo de produção: 1 hora Valor ao metro: 6 euros/metro

Custo Final: PR: S/IVA =    euros    PVP:

Figura 49 - Ficha Técnica para toalha de mesa: referência a cada tipo de ponto utilizado, assim como os detalhes de cada um num quadro de referências.

Autora: A mestranda

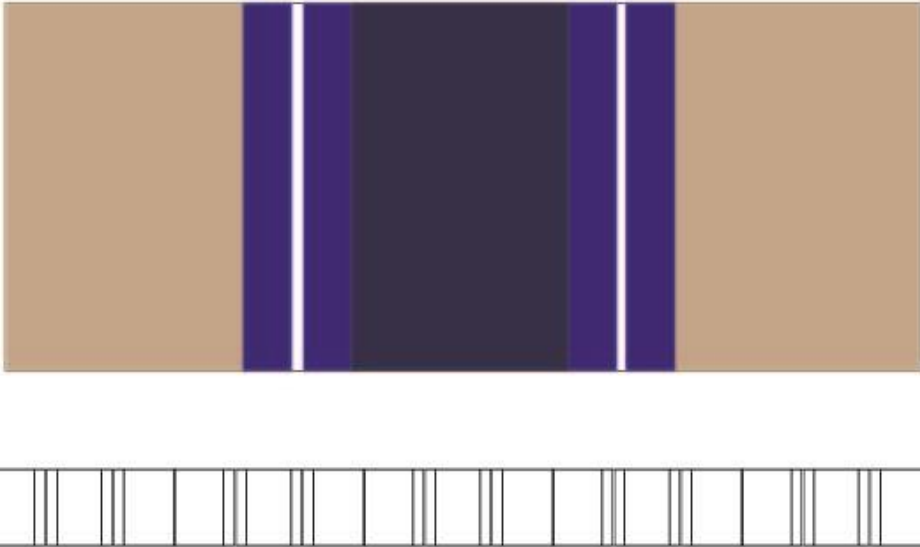


















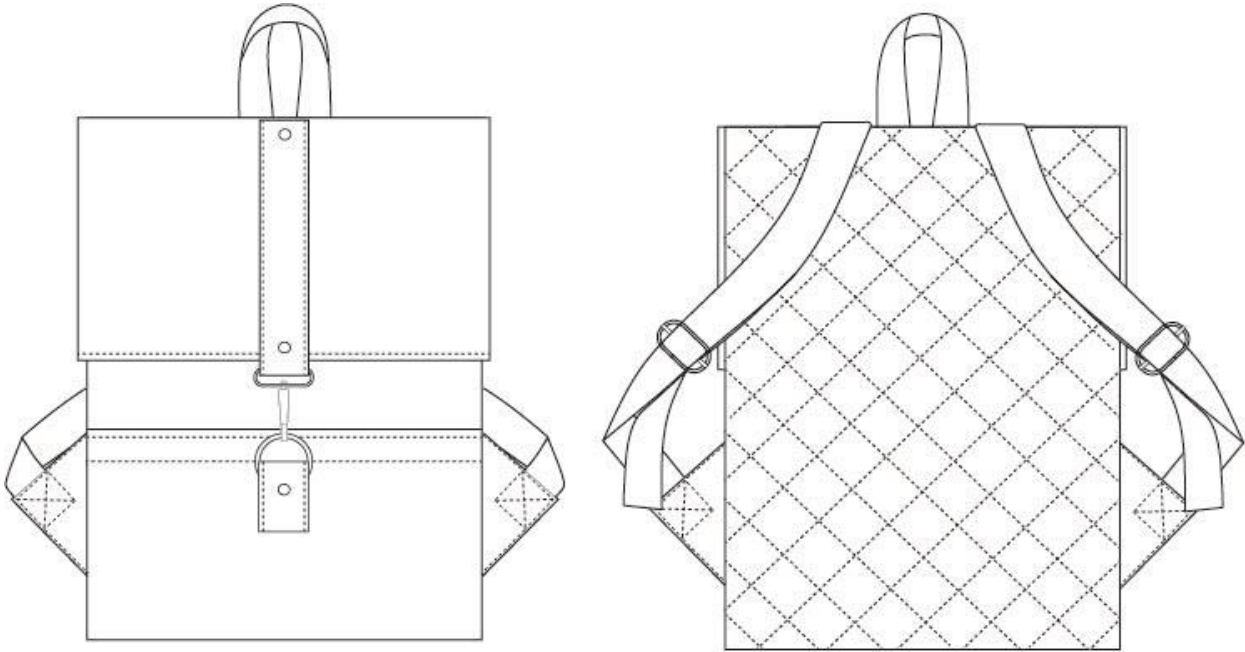
FOLHA B - TAPETE CASA MÃE MEDIDAS		DATA DE REVISÃO/REVIEW DATE:	DATA/DATE: 22/03/2016								
NOME DO CLIENTE COSTUMER	NOME DA EMPRESA COMPANY'S NAME	REFERÊNCIA REFERENCE									
	Teresa Gameiro	Tapete Casa Mãe									
											
<p>Cores e Amostras</p> <table border="1"> <tr> <td>   <b>PANTONE</b>                      17-1344 "PS"                      Golden Sand                 </td> <td>   <b>PANTONE</b>                      15-5417 "PX"                      Moss Gray                 </td> <td>   <b>PANTONE</b>                      14-3910 TCX                      Blue Depths                 </td> <td>   <b>PANTONE</b>                      Blue 072 C                 </td> </tr> <tr> <td>                       Fio de cânhamo                 </td> <td>                     Desperdício Têxtil                 </td> <td>                     Desperdício Têxtil                 </td> <td>                       Algodão                 </td> </tr> </table>				 <b>PANTONE</b> 17-1344 "PS" Golden Sand	 <b>PANTONE</b> 15-5417 "PX" Moss Gray	 <b>PANTONE</b> 14-3910 TCX Blue Depths	 <b>PANTONE</b> Blue 072 C	 Fio de cânhamo	Desperdício Têxtil	Desperdício Têxtil	 Algodão
 <b>PANTONE</b> 17-1344 "PS" Golden Sand	 <b>PANTONE</b> 15-5417 "PX" Moss Gray	 <b>PANTONE</b> 14-3910 TCX Blue Depths	 <b>PANTONE</b> Blue 072 C								
 Fio de cânhamo	Desperdício Têxtil	Desperdício Têxtil	 Algodão								

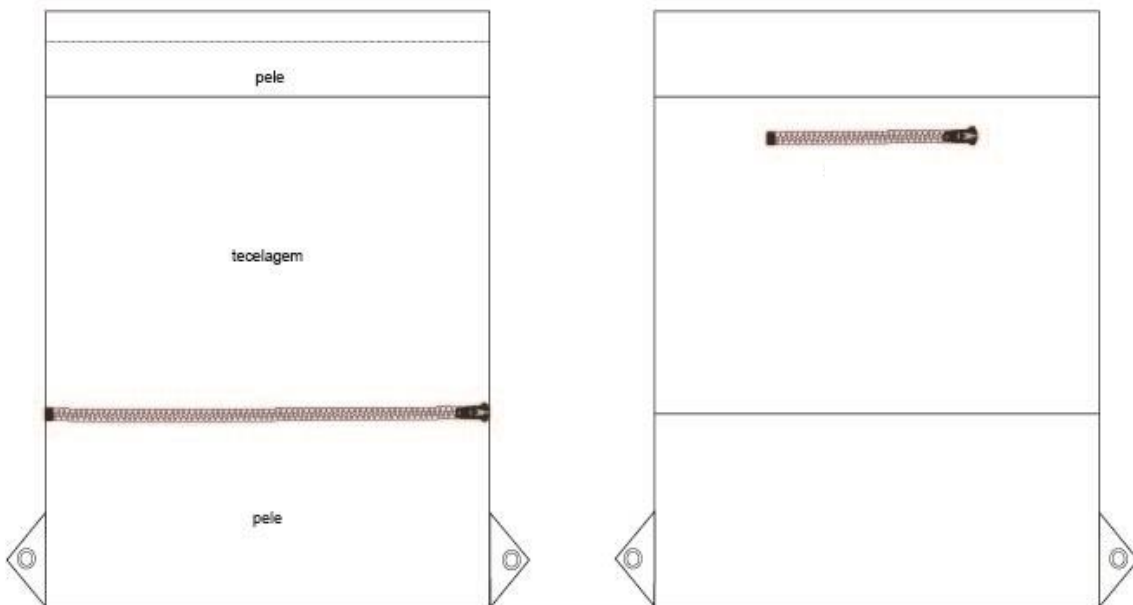
Figura 50 - Ficha Técnica para tapetes destinados a um projeto de têxtil-lar para uma casa de férias.

Autor: A mestranda

6. Realização de desenho técnico de possíveis novos modelos para a marca, que se encontravam ainda em estudo. Projeção de vistas e possíveis detalhes. Alguns dos desenhos técnicos partiram previamente de protótipos.



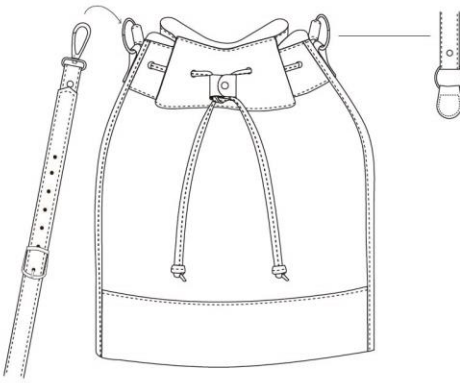
**Figura 51** - Desenho Técnico de modelo de mochila em estudo. Vista de frente e costas, abertura e alças. Detalhe de pesponto. *Autor: A mestranda.*



**Figura 52** - Desenho Técnico de modelo de saco em estudo. Vista de frente e de costas, indicação de materiais, medidas e fechos. *Autor: Andreia Nico*

7. Nova coleção: fichas técnicas definitivas dos modelos da nova coleção, e respetivas variações de cor: clutch, e mala “bucket bag”.

FOLHAA	DATA: 20/05/2016	DATA DE REVISÃO:
FRENTE	TERESA GAMEIRO	MODELO:



Observações:

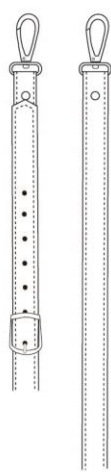
**Materiais:**

Preço metro: 6 euros/metro (c/algodão)  
Fornecedor: Tecedeira J  
Ponto Tear: Sarja

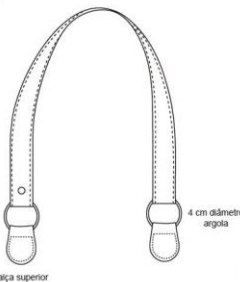
Pele:  
Preço metro:  
Fornecedor:

Tecido: Azul impermeável  
Preço metro: 11 euros/metro  
Fornecedor: Casa Tavaras

FOLHA B	DATA: 20/05/2016	DATA DE REVISÃO:
ALÇAS /BASE /BOLSOS	TERESA GAMEIRO	MODELO:

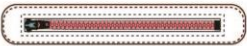


Alças




alça superior

4 cm diâmetro argola



Bolso Interior



Base

feitos em metal

Observações:

**Materiais:**

Preço metro: 6 euros/metro (c/algodão)  
Fornecedor: Tecedeira J  
Ponto Tear: Sarja

Pele:  
Preço metro:  
Fornecedor:

Tecido: Azul impermeável  
Preço metro: 11 euros/metro  
Fornecedor: Casa Tavaras

Figura 53 - Ficha técnica de modelo “bucket bag” da nova coleção, com vista de frente, alças, base, e detshlhes de interior.

*Autor: A mestranda.*



**Figura 54** - Ficha de cores do modelo bucket bag, com referências Pantone e ilustração do modelo. (<http://www.pantone.com/color-finder>) *Autor: Andreia Nico.*

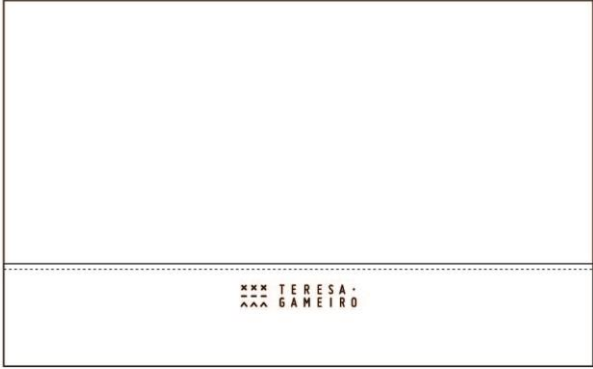
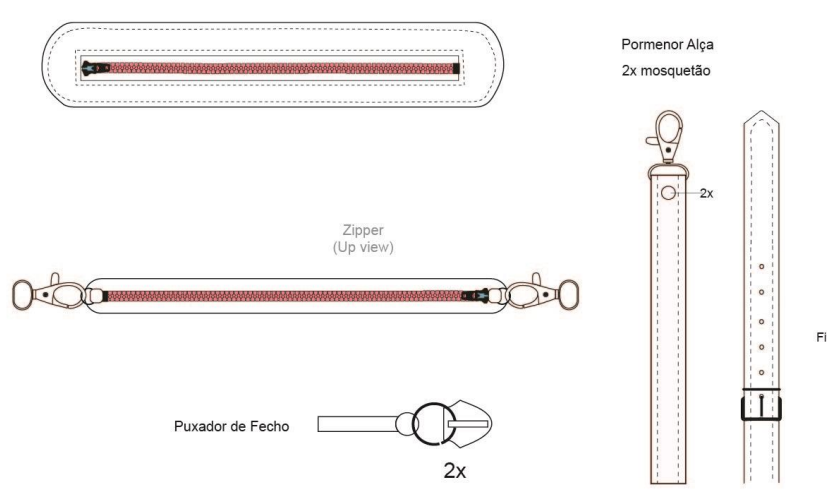
FOLHA	DATA: 20/05/2016	DATA DE REVISÃO: 03/10/2016
FRENTE / COSTAS	TERESA GAMEIRO	MODELO: CLUTCH C/ ALÇA 2016
Tecelagem:		
Pele		
Observações: Uma das clutches da coleção varia ligeiramente de altura, em vez de 23 cm de altura, tem 24,5 cm.		

Figura 55 - Ficha técnica para o modelo clutch da nova coleção. Vista de frente. Autor: A mestranda.

FOLHA B	DATA: 20/05/2016	DATA DE REVISÃO:	Materiais: <div style="background-color: black; width: 100px; height: 50px; margin-bottom: 5px;"></div> Pele: Preço metro: Fornecedor:
FERRAGENS/ DETALHES	TERESA GAMEIRO	MODELO: CLUTCH C/ ALÇA 2016	



Zipper  
(Up view)

Puxador de Fecho  
2x

Pormenor Alça  
2x mosquetão

Fivela 1x

	Preço	Fornecedor
Mosquetão		
Fivela		
Rebites		
Fecho		
Puxador		

Observações: Coleção limitada de quatro clutches.

**Figura 56** - Ficha técnica do modelo clutch referente aos detalhes da mesma. *Autor: A mestrand.*

FOLHA C - COR 2	DATA: 20/05/2016	DATA DE REVISÃO:
CORES	TERESA GAMEIRO	MODELO: CLUTCH C/ ALÇA 2016

REFERÊNCIAS PANTONE



**PANTONE**  
18-3937 TPG  
Blue Yonder



**PANTONE**  
Blue 072 C






**PANTONE**  
Black B C




**Figura 57** - Ficha de cor do modelo clutch, na variação de tons em azul. E respetivas referências Pantone (<http://www.pantone.com/color-finder>) *Autor: A mestrand.*

FOLHA C	DATA: 20/05/2016	DATA DE REVISÃO:
VARIAÇÃO DE COR	TERESA GAMEIRO	MODELO: CLUTCH C/ ALÇA 2016



  


REFERÊNCIAS PANTONE		
 <p><b>PANTONE®</b> 15-5704 TPX Mineral Gray</p>	 <p><b>PANTONE®</b> 12-4302 TCX Vaporous Gray</p>	 <p><b>PANTONE®</b> Black 6 C</p>



GRAY

 <p><b>PANTONE®</b> 19-3937 TPG Blue Yonder</p>	 <p><b>PANTONE®</b> Blue 072 C</p>	 <p><b>PANTONE®</b> Black 8 C</p>
--	---	--



BLUE

Figura 58 - Ficha de variações de cor do modelo clutch, em duas paletas diferentes. Referências Pantone incluídas. (<http://www.pantone.com/color-finder>).

Autor: A mestranda.

8. Realização de fichas de orçamento para cliente, para os produtos de têxtil/lar da marca e também para as malas. Todas elas executadas no programa Adobe Illustrator. Contém a descrição do produto, informações adicionais e o preço (PVP). Assim como algumas das fichas contêm ilustrações dos produtos elaboradas a computador, para efeitos de referência às diferentes cores.



Figura 59 - Ficha de orçamento para cliente do modelo Clutch em 3 variações de cor diferentes. Autor: Andreia Nico.

XXX TERESA.  
- - -  
^^^ GAMEIRO



Este é um saco prático, preparado para o dia-a-dia. É impermeável, resistente e confortável. Foi pensado tanto para ir ao mercado, como para levar o portátil.  
A base e as alças são em pele. Tem um bolso exterior e outro interior. Cada Tote Bag é único.

P

**Figura 60** - Ficha de orçamento para cliente do modelo Tote bag, em três variações de cor.  
*Ilustrações do modelo elaboradas também pela mestranda. Autor: A mestranda*

××× T E R E S A .  
- - - G A M E I R O  
^ ^ ^



Tapete feito a partir de desperdícios têxteis em tear manual. Possibilidade de conjugações variadas de cores.

PVP: 80 €

**Figura 61** - Ficha de orçamento para cliente, de produto de têxtil/lar. Ilustração de tapete elaborada pela mestrandia. *Autor: Andreia Nico*

9. A mestranda desenvolveu um conjunto de ilustrações direcionadas para a nova coleção de malas Teresa Gameiro, com o objetivo de promover o produto, e conseguir da melhor maneira representar a essência da marca através da ilustração, assim como representar da melhor maneira as características de cada mala (tecelagem, materiais, cor, e detalhes). Desenvolveu também algumas ilustrações de diferentes pontos de tecelagem, como amostra do que seria possível fazer nalgumas peças de têxtil-lar, para visualização de um cliente específico.

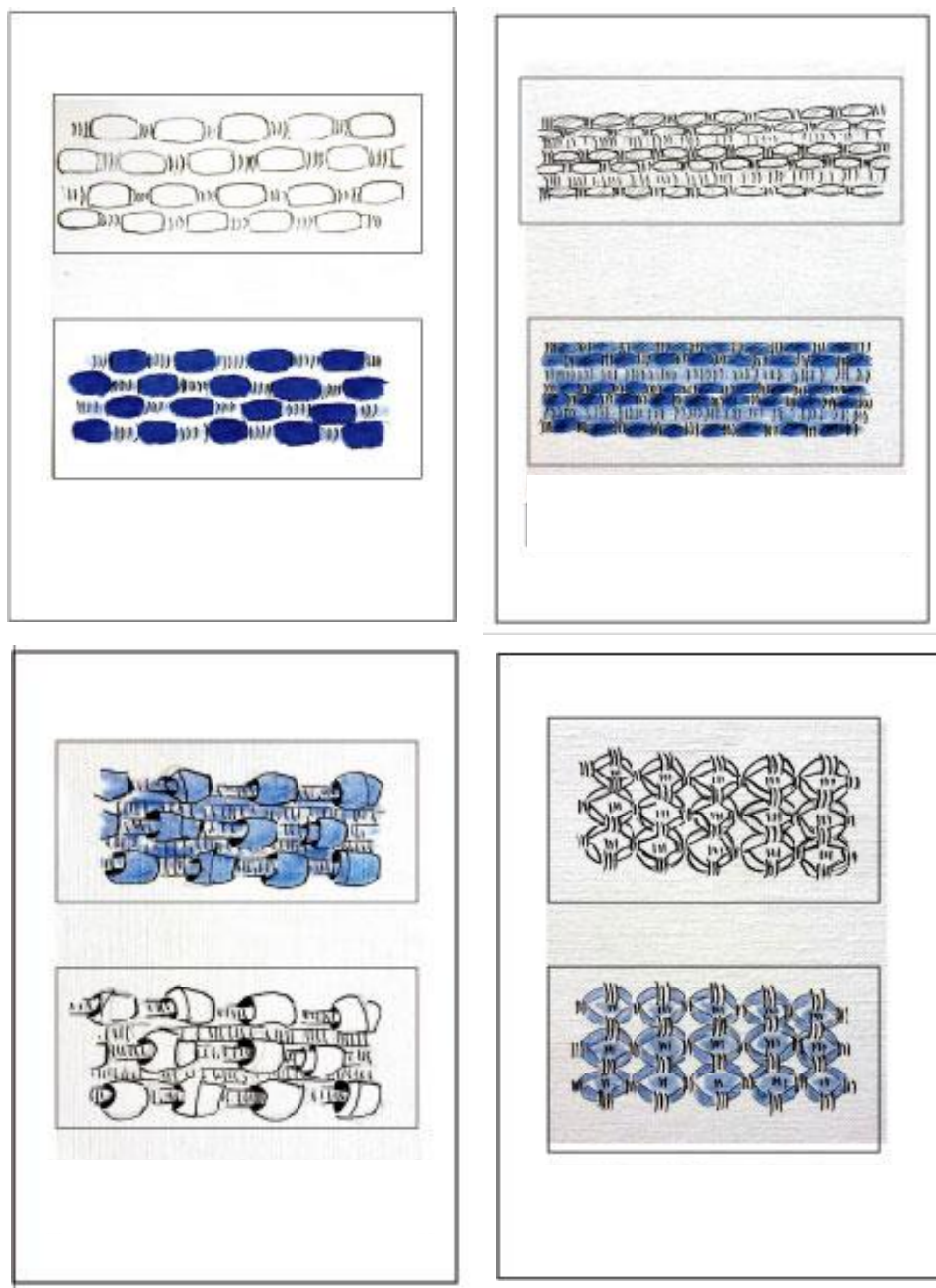


Figura 62 - Ilustração de pontos de tecelagem utilizados nos produtos da marca, para facultar a cliente como opções. Autor: Andreia Nico



**Figura 63** - Ilustração do modelo da nova coleção “Bucket bag” elaborada com técnica mista: pintada á mão com aguarelas, e a computador em Adobe Illustrator e Photoshop. *Autor: Andreia Nico.*



**Figura 64** - Ilustração do modelo Clutch da nova coleção, em tons cinza. Técnica mista.  
*Autor: A mestrand.*



**Figura 65** - Ilustração do modelo Clutch da nova coleção, em tons de azul. Pintada à mão com aguarelas e caneta. *Autor: Andreia Nico.*



Figura 66 - Ilustração alternativa do modelo clutch, com pormenor de ergonomia/utilidade do modelo. Técnica mista. Autor: *Andreia Nico*



Figura 67 - Ilustração final dos 3 modelos da nova coleção para promoção da mesma. Técnica mista.

*Autor: A mestranda.*

**Projeto para Teresa Gameiro: Coleção unissexo**  
***“Nonconformist”***

## Nota introdutória

No âmbito do estágio na marca Teresa Gameiro, e como seguimento do mesmo, naturalmente surgiu a oportunidade de se desenvolver um projeto no qual a aluna colaborasse com a marca e ao mesmo tempo desenvolve-se a sua capacidade de criar uma coleção de acessórios, algo que sempre foi do seu interesse. Sendo assim, foi-lhe proposto um desafio: o desenvolvimento de uma coleção de malas unissexo para a marca, com foco na vertente do desporto, algo que inicialmente foi proposto á mestranda em estágio, mas que depois fez questão de desenvolver a um nível mais profundo, e poder assim mostrar a sua visão da marca.

O projeto desenvolveu-se por etapas: pesquisa, esboços, *moodboards* de inspiração e de público-alvo, prototipagem do modelo-chave da coleção, estudos de cor, e por fim, apresentação da coleção e produto final ilustrado, e respetivas fichas técnicas. A pesquisa iniciou-se previamente durante o estágio, sendo que foi o ponto de partida para todo o projeto, enquanto as etapas seguintes foram concretizadas posteriormente ao estágio. Toda a coleção se desenvolveu a partir de um modelo específico de saco, cujas características influenciaram detalhes de *design* de toda a coleção, assim como foram definidos pela *designer* materiais para a coleção: lona impermeável e pele, o que também acabou por direcionar todo o projeto.

Inicialmente, foi determinante diagnosticar o problema, que neste caso era criação de malas de desporto unissexo. Depois de se identificar o problema, foi crucial construir um plano de ação, com base na teoria de Bruno Munari acerca das Metodologias de Design. Além das etapas referidas acima, a mestranda debruçou-se também sobre alguns tópicos específicos e necessários, os quais sentiu necessidade de explorar, por vontade própria, para conseguir desenvolver o projeto da melhor forma: pesquisou e atualizou-se no programa *Adobe Illustrator*, aprendendo assim a trabalhar com ferramentas específicas, nomeadamente para criação de padrões e sua repetição – algo que sentiu necessidade de explorar para conseguir apresentar as soluções finais na coleção que desenvolveu. Assim como, também no mesmo programa, estudo no âmbito de vectorização de elementos de uma mala, como ferragens e outros componentes. Foi também necessário explorar novas técnicas de ilustração, para apresentação da coleção final: a mestranda abordou técnica mista (desenho manual e acabamentos em programa de computador), e experimentação com outro tipo de materiais.

## Objetivos do Projeto

Os objetivos do projeto definiram-se por, partindo do desafio proposto, conseguir desenvolver uma proposta de coleção para a marca, aplicando assim os conhecimentos adquiridos durante o curso, e também o que a mestranda aprendeu em estágio, ao trabalhar de perto com a marca.

Foi proposto á mestranda que desenvolve-se uma coleção unissexo, algo que define alguns produtos anteriores da marca. Foi também importante que conseguisse conjugar os materiais predefinidos pela *designer* para o modelo, assim como a condicionante de aplicação obrigatória da tecelagem.

Ou seja, o intuito seria a mestranda aplicar e desenvolver os conhecimentos adquiridos em estágio e desenvolver ela própria o seu trabalho ao nível dos acessórios. Sendo assim, no final a coleção consistirá de 5 modelos unissexo, com características pré-definidas pela *designer* em termos de materiais: todos os modelos serão em lona impermeável, com alguns elementos em pele, e em relação á tecelagem, desperdícios têxteis e algodão na composição da teia.

Partindo de todas essas condicionantes, a mestranda prosseguiu no desenvolvimento da coleção, ficando a própria encarregue de definir as cores, formatos, elementos funcionais, e pontos utilizados na tecelagem.

Para no final resultar uma coleção coesa, que responda a todas as problemáticas, e que resulte em produtos vendáveis no futuro.

## Etapas do Projeto: Esquema de Bruno Munari

Tal como foi referido acima, o projeto para a marca dividiu-se por etapas. Etapas essas que funcionaram pormenorizadamente da seguinte forma: em primeiro lugar, foi dado um briefing – desenvolvimento de uma coleção de malas unissexo, com a utilização dos seguintes materiais na composição das malas: lona impermeável, pele e tecelagem.

Assim como foi também referido no estado da arte, a teoria de Bruno Munari foi o ponto de partida para o desenrolar de todo o trabalho – direcionando as etapas do mesmo.

Desta forma, numa primeira etapa, segundo Munari define-se o problema – algo que foi já referido no briefing. De seguida, a definição do problema, que é onde são colocadas as questões as quais a solução vai dar a resposta. A próxima etapa será então a coleção de dados – pesquisa, análise, comparação. Foi nesta etapa que se desenvolveu toda a pesquisa, ao nível do conceito da coleção, público-alvo, cores e formas – a primeira etapa a ser apresentada no presente relatório/projeto.

De seguida, a fase da “Criatividade”, onde se faz uma síntese dos componentes anteriormente analisados – ou seja, começa a definir-se um rumo para a coleção, em termos de formas, cores definitivas, conceito definido, e apresentação geral do trabalho. Ao fazer-se uma coordenação de todos esses elementos, possibilita-se então a resolução do problema, conectando-se esses mesmos elementos e delimitando-se quais os componentes definitivos – ou seja apresentação da coleção final – que é a solução.

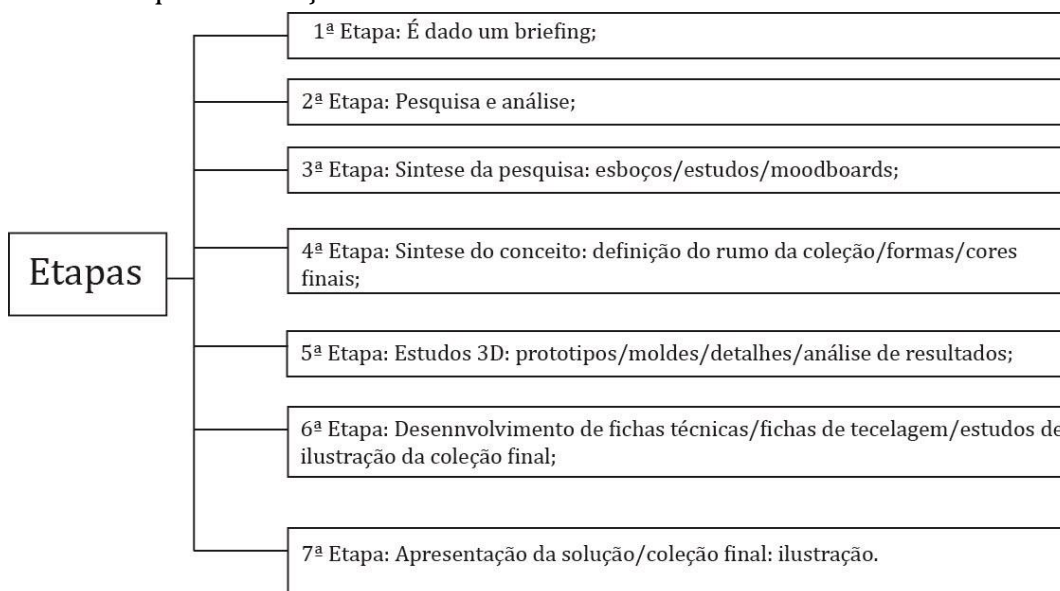


Figura 68 - Esquema que sintetiza as etapas do projeto.

Fonte: A mestrandia.

## Conceito

A mestranda foi inicialmente desafiada a desenvolver um modelo de desporto para a marca, posteriormente acabando por desenvolver toda uma coleção unissexo baseada nesse conceito, e não apenas um modelo. Nesse sentido, o conceito desenvolveu-se á volta do tema do desporto, e conforme a coleção se foi desenvolvendo, esse mesmo conceito acabou por se dividir em duas vertentes: desporto e casual. Sendo assim, toda a pesquisa foi feita em torno desses temas, e isso serviu também como ponto de partida para formas, detalhes, e cores.

O facto de ser uma coleção unissexo, teve uma enorme influencia na pesquisa de cores para a coleção. Essa pesquisa de cores está relacionada tanto com as cores dos materiais utilizados na construção das malas, assim como as cores utilizadas na tecelagem. Depois de uma pesquisa de tendências, foram definidas algumas cores para se dar início aos estudos/esboços da coleção. Cores essas que no final acabaram por sofrer alterações.

Sintetizando, o conceito provem de influências de *street style*, desporto e androginia – o que deu origem a uma coleção prática, confortável, funcional, e que mantem a estética Teresa Gameiro, mas numa abordagem diferente.

## Público-alvo

Esta coleção, sendo uma coleção unissexo, dirige-se tanto a homens como a mulheres, com uma faixa etária compreendida entre os 18 e os 40. Define-se como sendo um público ativo, prático, que gosta de viajar e praticar desporto. Aprecia o conforto e a qualidade. Consume mais frequentemente roupa desportiva/casual, tem preferência por um estilo de vida saudável, muitas vezes associado ao *fitness* e á alimentação saudável. Tem preocupações ambientais e isso reflete-se no seu estilo de vida e no que consome.

É principalmente um público jovem, de espirito livre, inconformista, e com atitude.

## Conceito da coleção



Figura 69 - Moodboard de inspiração para a coleção. Colagem à mão e finalização no pc.

Fonte: A mestranda.

## Público-Alvo



Figura 70 - Moodboard do público-alvo.

Fonte: A mestranda.

## Estudos/Esboços de forma e cor

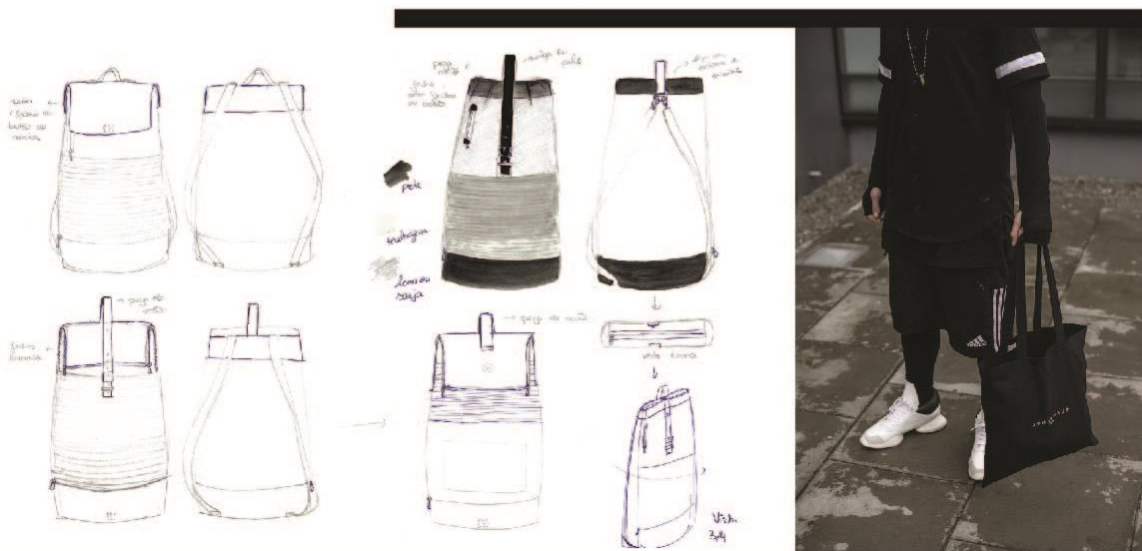


Figura 71 - Esboços de forma e cor.

Fonte: A mestranda.

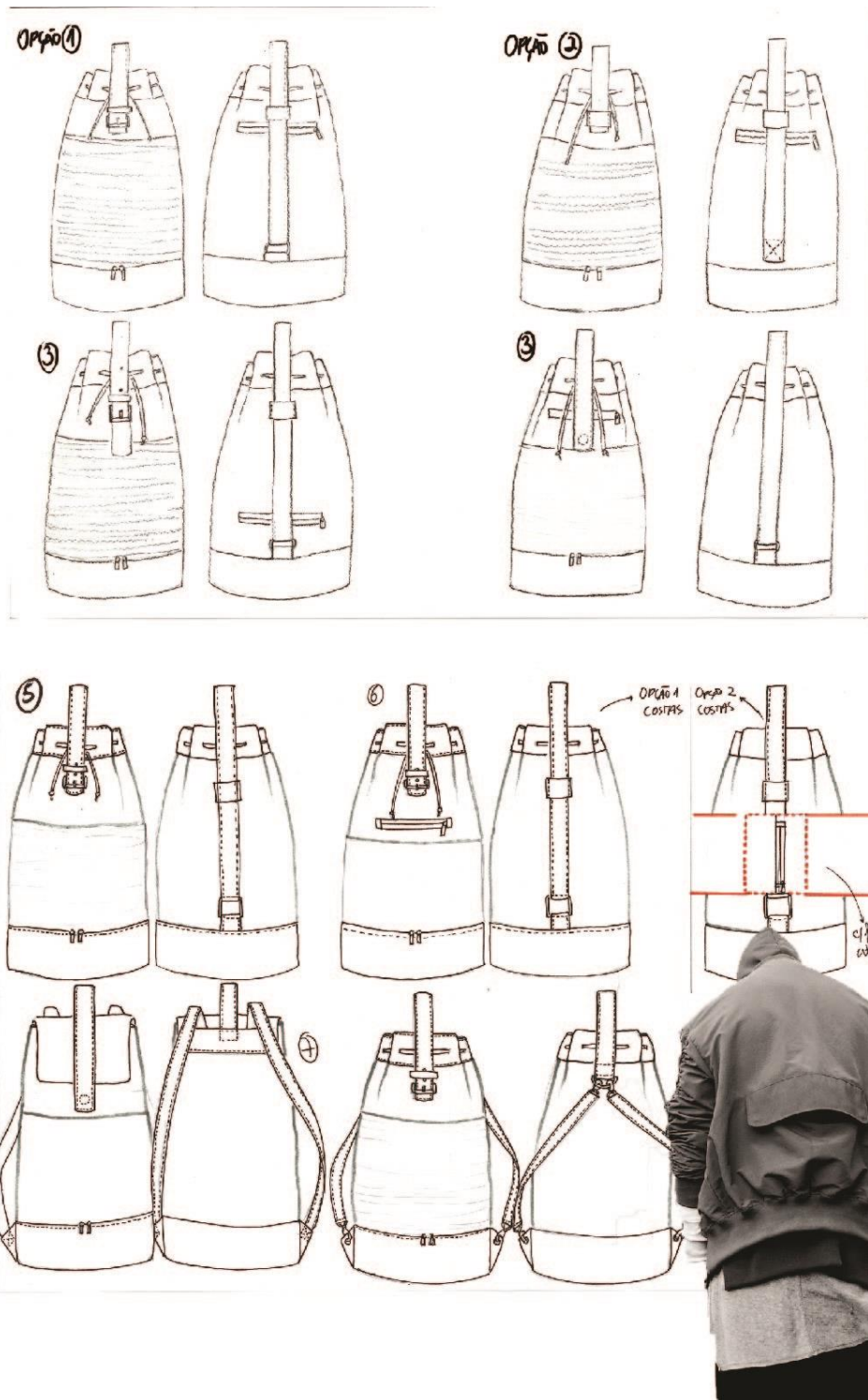


Figura 72 - Estudos de forma.

Fonte: A mestrandia.



Figura 73 - Estudos de cor e detalhes.

Fonte: A mestranda.

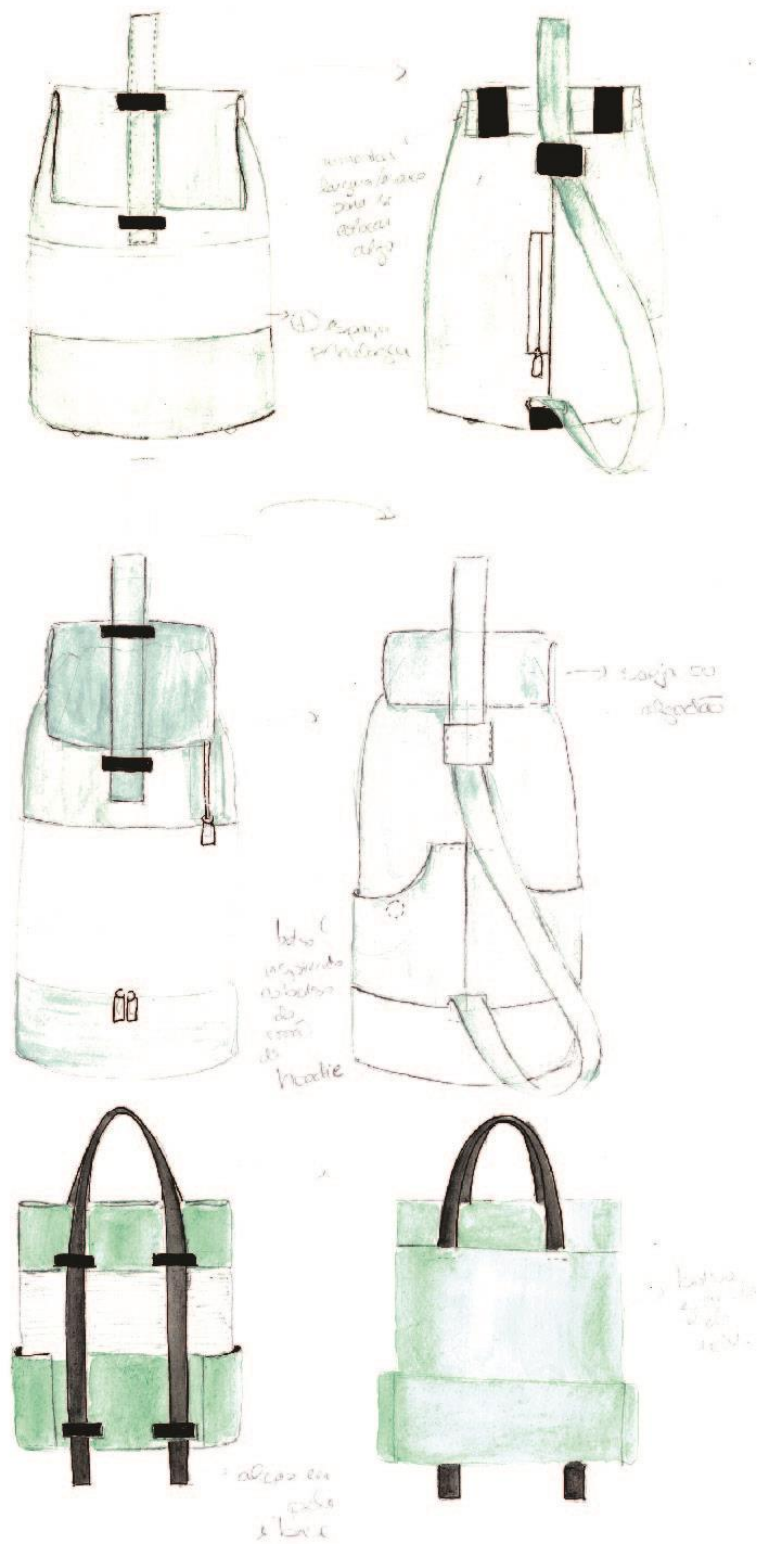


Figura 74 - Estudos de cor.

Fonte: A mestranda.

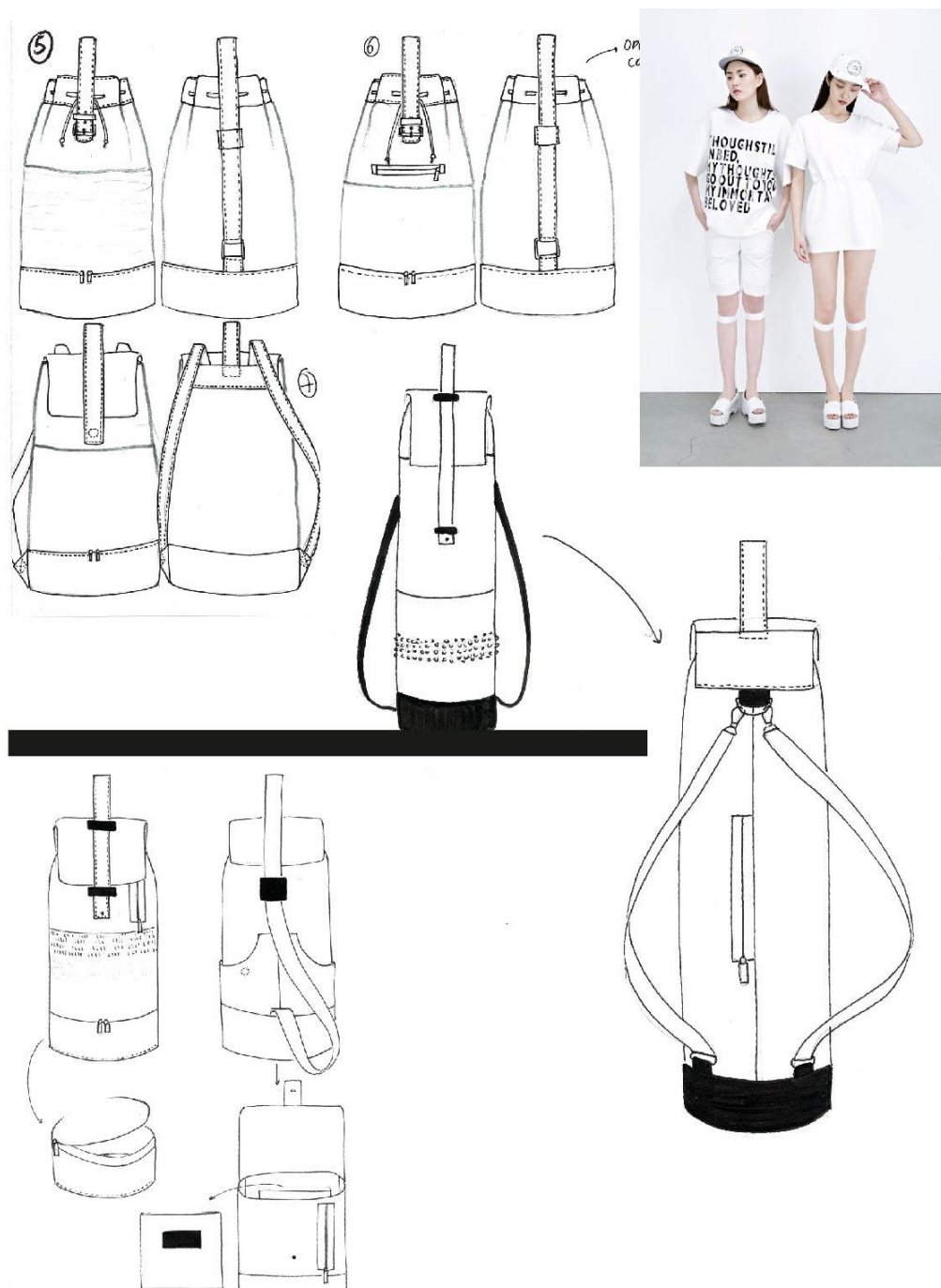


Figura 75 - Estudos de forma finais.

Fonte: A mestranda.



Figura 76 - Estudos de cor e ergonômicos.

Fonte: A mestranda.

# Estudo de detalhes

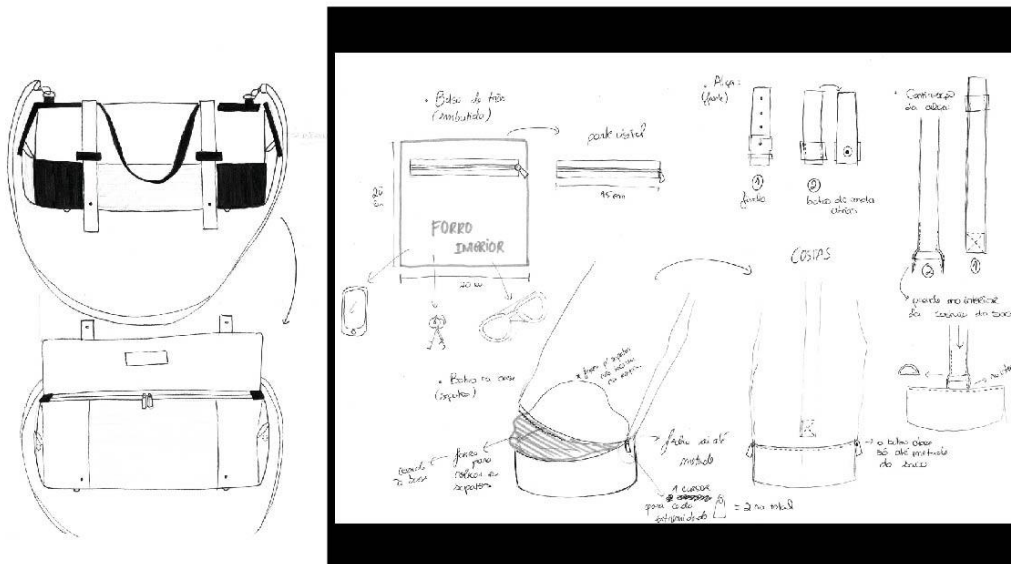


Figura 77 - Estudo de detalhes específicos.

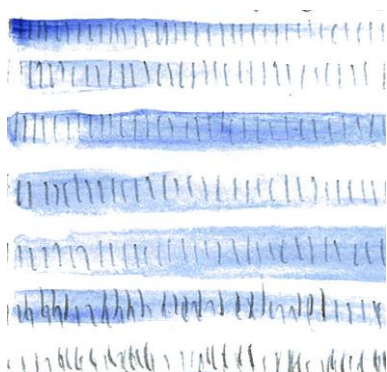
Fonte: A mestranda.

## Tecelagem

Depois de se projetar um dos modelos em 3D, começou a estudar-se a tecelagem a aplicar em cada modelo da coleção – mais precisamente quais os pontos a serem utilizados e cores. Todos os modelos da coleção irão usar como material desperdícios têxteis 100% algodão para as cores, assim como para a linha da teia.

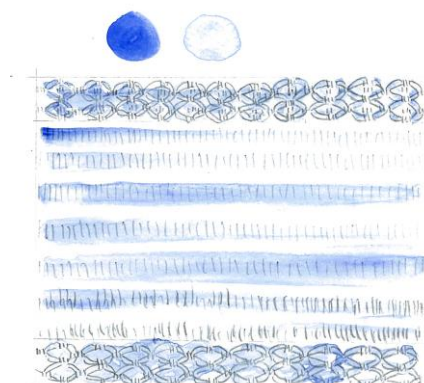
Para cada modelo foi depois elaborada uma ficha de tecelagem, com todas as informações indispensáveis para a sua produção em tear. Os pontos escolhidos para serem utilizados nos modelos da coleção são: sarja, tafetá, e a técnica conhecida como “Técnica de puxados”. No entanto, foram estudados e vetorizados pontos diferentes, mas apenas os anteriores foram utilizados na coleção final.

De seguida apresentam-se então alguns estudos de cor elaborados com técnica de aguarela, e esquemas de pontos em vetor elaborados no programa Illustrator para no final serem colocados nas fichas de tecelagem.



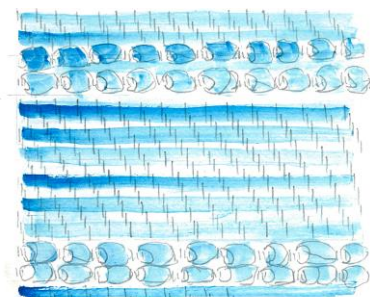
**Figura 78** - Ilustração do ponto tafetá

*Autor: A mestranda*



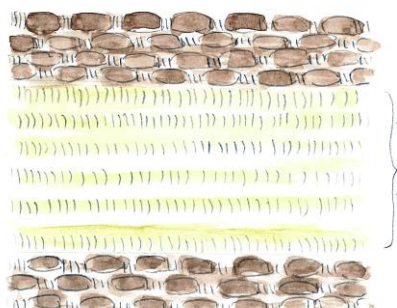
**Figura 79** - Ilustração do ponto tafetá e favo-de-mel

*Autor: A mestranda*



**Figura 80** - Ilustração ponto sarja e técnica de puxados

*Autor: A mestranda*



**Figura 81** - Ilustração ponto tafetá.

*Autor: A mestranda*

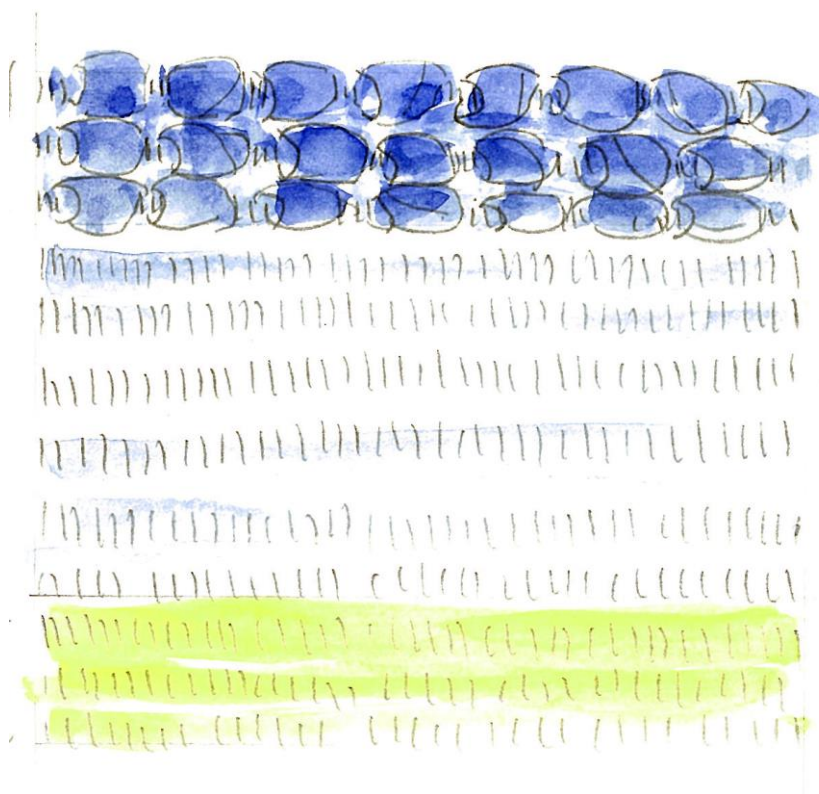


Figura 82 - Ilustração de ponto tafeté e técnica de puxados.

*Autor: A Mestranda.*

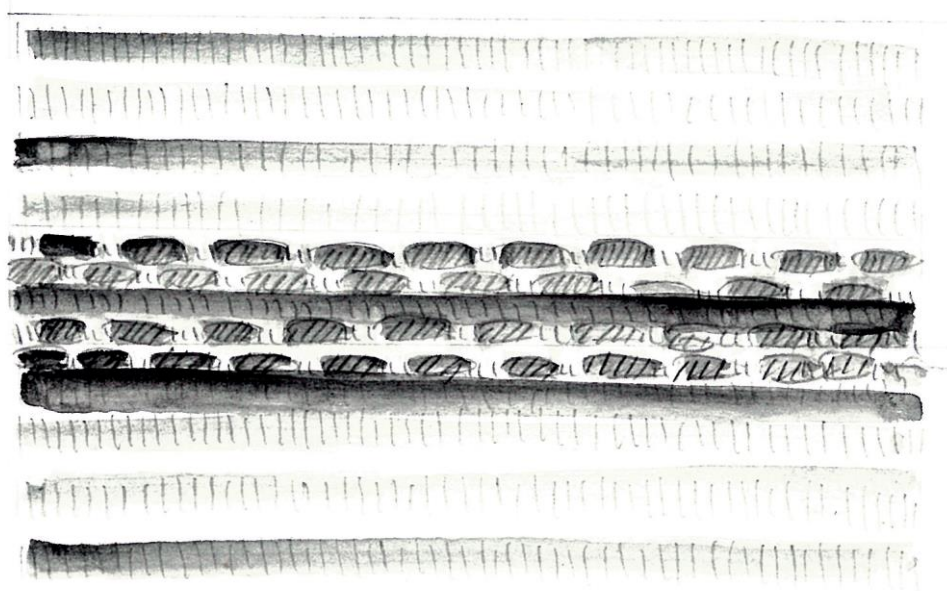
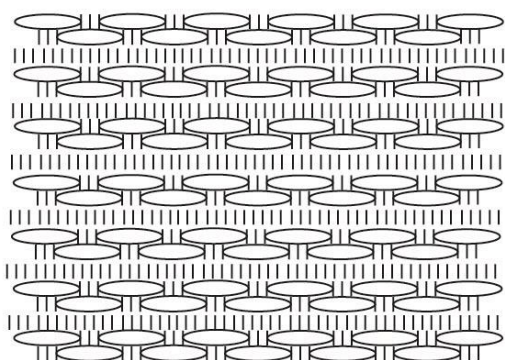
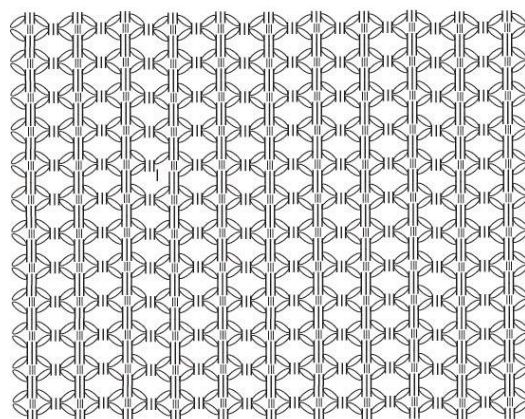
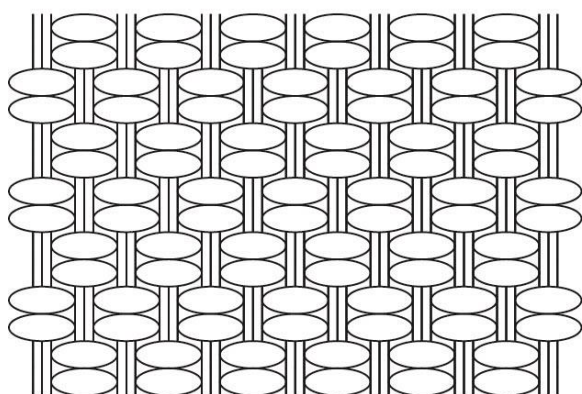


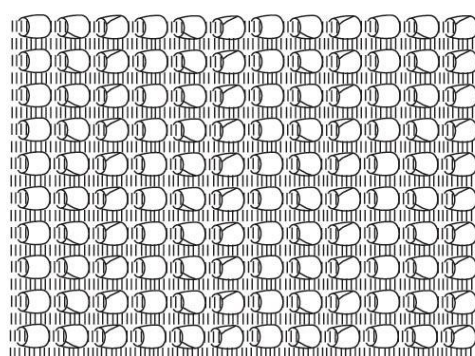
Figura 83 - Ilustração tafeté e representação da lã.

*Autor: A mestranda.*



**Figura 84** - Vectorização de ponto em algodão (em cima) e lã (em baixo)

*Autor: A mestranda*



**Figura 85** - Vectorização da técnica de puxados e ponto favo-de-mel

*Autor: A mestranda*

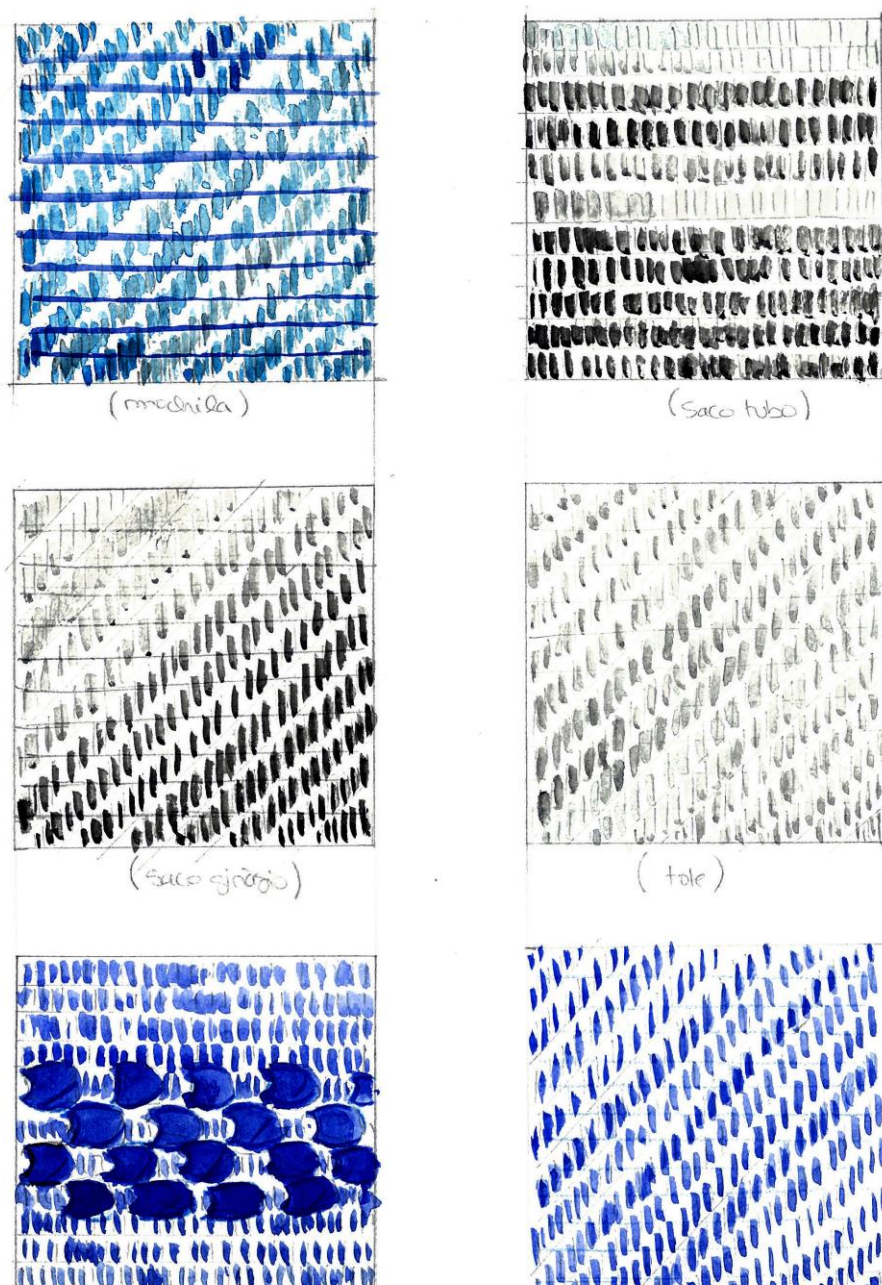


Figura 86 - Ilustração final de amostra de tecelagem para cada um dos modelos da coleção elaborada em aguarela.

Autor: A mestranda

## Modelação/Protótipos

Segue-se então, depois de definidas as formas finais, cores, e alguns detalhes, a projeção de um dos modelos da coleção em 3D, assim como o estudo de alguns detalhes, mais especificamente bolsos. Desta forma, foi possível perceber o que pode ou não resultar, ao nível da forma, materiais, como encaixar a tecelagem, ergonomia, e funcionalidade do modelo. Procedeu-se á modelação em papel, e depois fez-se a sua projeção em pano-cru – sendo que o tecido final (lona impermeável) se assemelha em termos de toque e comportamento do tecido ao ser montado. Apenas se projetou um dos modelos, que como anteriormente foi definido, para ser futuramente produzido na marca.

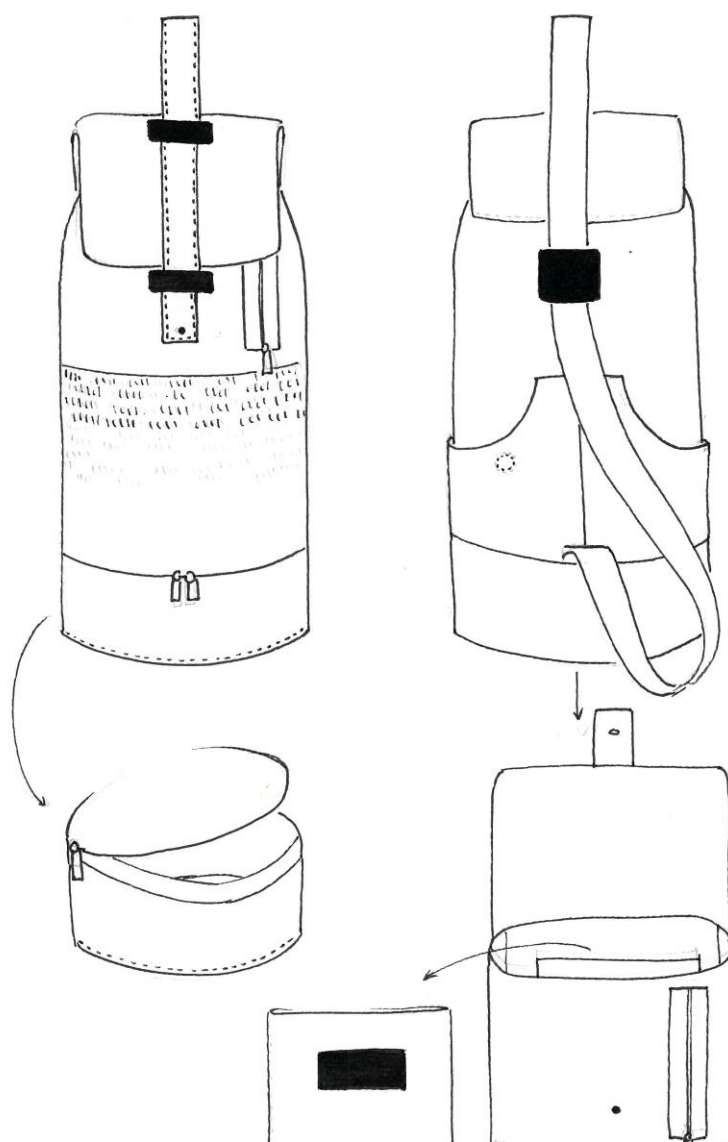


Figura 87 - Desenho de modelo final da coleção a ser futuramente produzido.

*Autor: A mestranda*

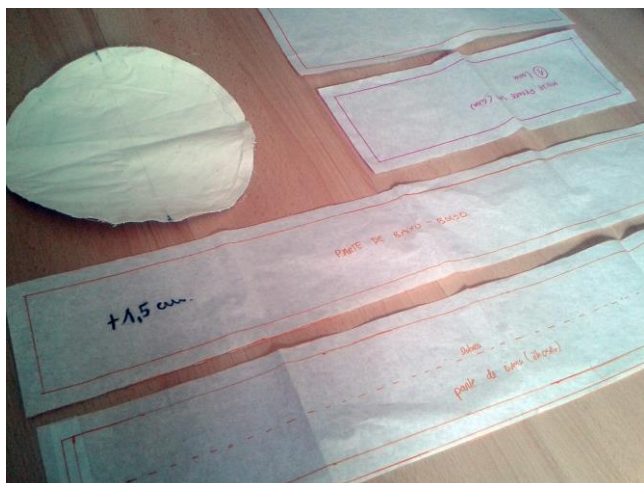


Figura 88 - Moldes em papel para saco (base, frente e costas)

Fonte: A mestranda



Figura 90 - Colocação da tecelagem no saco

Fonte: A mestranda.



Figura 92 - Abertura do saco.

Fonte: A mestranda.

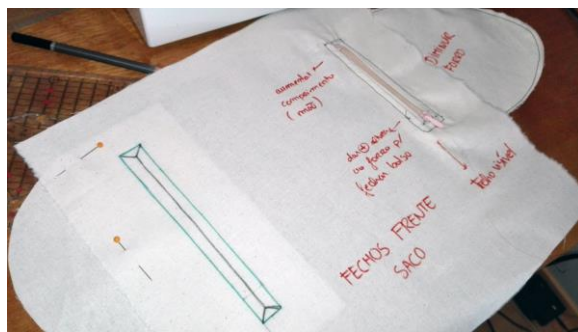


Figura 89 - Protótipo para bolsos do saco, com duas medidas de fecho como amostra

Fonte: A mestranda

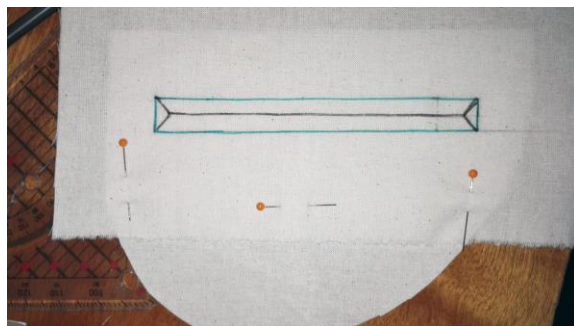


Figura 91 - Protótipo para bolso embutido no forro.

Fonte: A mestranda

## **A coleção Final “*Nonconformist*”**

## Introdução

A coleção final para Teresa Gameiro resultou em cinco modelos unissexo, com duas opções de cor para cada modelo. Segue-se também a apresentação da ficha técnica para cada um deles, assim como as fichas de tecelagem. A ficha técnica de cada modelo contém o desenho técnico específico do respetivo modelo, medidas, ferragens e materiais utilizados. A ficha de tecelagem contém uma ilustração da amostra de tecelagem de cada um, dados do tear, esquema de quadrículas dos respetivos pontos da amostra, e outras informações específicas quanto aos materiais e cores com referência Pantone.

Quanto á ilustração final, foram feitas diferentes abordagens quanto á sua apresentação: no programa de computador Illustrator, e á mão, assim como técnica mista que une as duas vertentes.

# Modelo Mochila

FICHA TÉCNICA PRODUTO	Vista geral e detalhes	DATA: 20/12/2016	MATERIA-PRIMA
MODELO: Mochila	XXX TERESA · --- GAMEIRO	COLEÇÃO: Nonconformist A/W 2017	Lona impermeável. (B)
			Tecelagem (A)
			Pele tingida em preto. (C)
			Forro 100% algodão
			Linha Pesponto: 100% Algodão. Pantone 15-5704 TPX Mineral Gray
			FERRAGENS
			Fecho visível de 15 cm 
			1x
			4x

Ficha de Tecelagem	XXX TERESA · --- GAMEIRO	Data: 02/11/2016																								
Cliente:	Coleção: Nonconformist	Modelo: Mochila																								
Ilustração amostra	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="5">Materiais/Composição da Amostra</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">Cor</td> <td>Fio Teia: Pantone PQ - 12 - 0715 TCX Double Cream</td> <td></td> <td colspan="2">Lote: 612</td> </tr> <tr> <td>Fio Trama: Pantone 19 - 3940 TCX Blue Depths</td> <td></td> <td colspan="2">Lote: 640</td> </tr> <tr> <td>Materiais e Composição</td> <td colspan="4">100% Algodão (trama: desperdício/teia: linha algodão)</td> </tr> <tr> <td>Peso (metros)</td> <td>Bobine/Novelo</td> <td>Teia: x Kg</td> <td>Trama: x Kg</td> <td>Teia + Trama = x</td> </tr> </tbody> </table>		Materiais/Composição da Amostra					Cor	Fio Teia: Pantone PQ - 12 - 0715 TCX Double Cream		Lote: 612		Fio Trama: Pantone 19 - 3940 TCX Blue Depths		Lote: 640		Materiais e Composição	100% Algodão (trama: desperdício/teia: linha algodão)				Peso (metros)	Bobine/Novelo	Teia: x Kg	Trama: x Kg	Teia + Trama = x
Materiais/Composição da Amostra																										
Cor	Fio Teia: Pantone PQ - 12 - 0715 TCX Double Cream		Lote: 612																							
	Fio Trama: Pantone 19 - 3940 TCX Blue Depths		Lote: 640																							
Materiais e Composição	100% Algodão (trama: desperdício/teia: linha algodão)																									
Peso (metros)	Bobine/Novelo	Teia: x Kg	Trama: x Kg	Teia + Trama = x																						
Amostra em vetor	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Dados Tear</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Largura Teia</td> <td>Comprimento Teia</td> </tr> <tr> <td>Pente Usado</td> <td>60/10</td> </tr> <tr> <td>Remissa</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Carta Reduzida</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Dados Tear		Largura Teia	Comprimento Teia	Pente Usado	60/10	Remissa		Carta Reduzida															
Dados Tear																										
Largura Teia	Comprimento Teia																									
Pente Usado	60/10																									
Remissa																										
Carta Reduzida																										

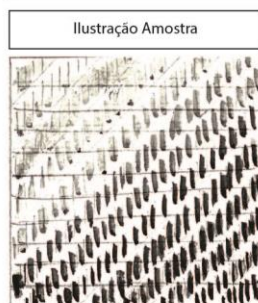
Figura 93 - Fichas técnicas do modelo mochila

Fonte: A mestrandia.

## Modelo Saco de desporto/fim-de-semana

FICHA TÉCNICA PRODUTO	Vista geral e detalhes	DATA: 20/12/2016	MATERIA-PRIMA
MODELO: Saco de desporto	XXX TERESA · AAA GAMEIRO	COLEÇÃO: Nonconformist A/W 2017	Lona impermeável. (B)
<p>Fecho embutido no forro. (interior costas do saco)</p> <p>Forro</p> <p>Etiqueta (em pele)</p>			Tecelagem (A)  Pele tingida em preto. (C)  Forro: 100% algodão  Linha Pesponto: 100% Algodão. Pantone 19-0203 TCX Gray Pinstripe
			FERRAGENS
			Fecho visível de 15 cm
			2x
			2x
			6x
			2x

Ficha de Tecelagem	XXX TERESA · AAA GAMEIRO	Data: 02/11/2016
Cliente:	Coleção: Nonconformist	Modelo: Saco ginásio



Materiais/Composição da Amostra				
Cor	Fio Teia: Pantone PQ - 12 - 0715 TCX Double Cream		Lote: 612	
	Fio Trama: Pantone 15-5704 TPX Mineral Gray		Lote: 600	
	Fio Trama: Pantone 19 - 0203 TCX Gray Pinstripe		Lote: 610	
Materiais/Composição	100% Algodão (trama: desperdício/teia: linha algodão)			
Peso (metros)	Bobine/Novelo	Teia: x Kg	Trama: x Kg	Teia + Trama = x



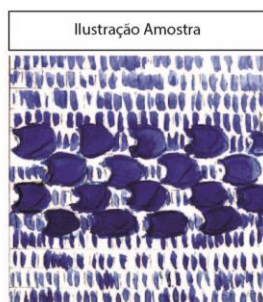
Dados Tear	
Largura Teia	Comprimento Teia
Pente Usado	60/10
Remissa	
Carta Reduzida	

Figura 94 - Fichas técnicas do modelo saco de desporto.

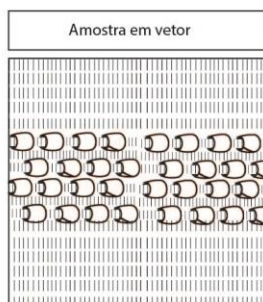
Fonte: A mestranda.

# Modelo Saco de yoga

FICHA TÉCNICA PRODUTO	Vista geral e detalhes	DATA: 20/12/2016	MATERIA-PRIMA
MODELO: Saco de Yoga	XXX TERESA - --- GAMEIRO	COLEÇÃO: Nonconformist A/W 2017	Lona impermeável. (B)  Tecelagem (A)  Pele tingida em preto. (C)  Forro 100% algodão  Linha Pesponto: 100% Algodão. Pantone 15-5704 TPX Mineral Gray
<p>Bolso Interior (cosido nas costas do saco)</p> <p>Fecho visível de 15 cm (c/forro interior)</p>			<b>FERRAGENS</b> Fecho visível de 15 cm  3x  2x  1x  1x
Ficha de Tecelagem	XXX TERESA - --- GAMEIRO	Data: 02/11/2016	
Cliente:	Coleção: Nonconformist	Modelo: Saco de Yoga	



Materiais/Composição da Amostra				
Cor	Fio Teia: Pantone PQ - 12 - 0715 TCX Double Cream		Lote: 612	
	Fio Trama: Pantone 19 - 3940 TCX Blue Depths		Lote: 640	
Materiais e Composição	100% Algodão (trama: desperdiício/teia: linha algodão)			
Peso (metros)	Bobine/Novelo	Teia: x Kg	Trama: x Kg	Teia + Trama = x



Dados Tear		
Largura Teia	20 cm	Comprimento Teia 30 cm
Pente Usado	60/10	
Remissa		
Carta Reduzida		

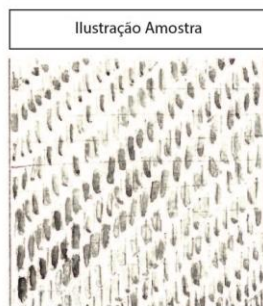
Figura 95 - Fichas técnicas do modelo saco de yoga.

Fonte: A mestranda.

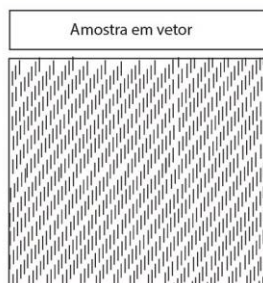
# Modelo Tote

FICHA TÉCNICA PRODUTO	Vista geral e detalhes	DATA: 20/12/2016	MATERIA-PRIMA
MODELO: Tote bag	XXX TERESA - --- GAMEIRO	COLEÇÃO: Nonconformist A/W 2017	Lona impermeável. (B)
			Tecelagem (A) Pele tingida em preto. (C) Forro 100% algodão Linha Pesponto: 100% Algodão. Pantone 19-0203 TCX Gray Pinstripe
			<b>FERRAGENS</b> Fecho visível de 15 cm  4x 1x

Ficha de Tecelagem	XXX TERESA - --- GAMEIRO	Data: 02/11/2016
Cliente:	Coleção: Nonconformist	Modelo: Saco tote



Materiais/Composição da Amostra				
Cor	Fio Teia: Pantone PQ - 12 - 0715 TCX Double Cream		Lote: 612	
	Fio Trama: Pantone 15-5704 TPX Mineral Gray		Lote: 600	
Materiais e Composição	100% Algodão (trama: desperdiço/teia: linha algodão)			
Peso (metros)	Bobine/Novelo	Teia: x Kg	Trama: x Kg	Teia + Trama = x


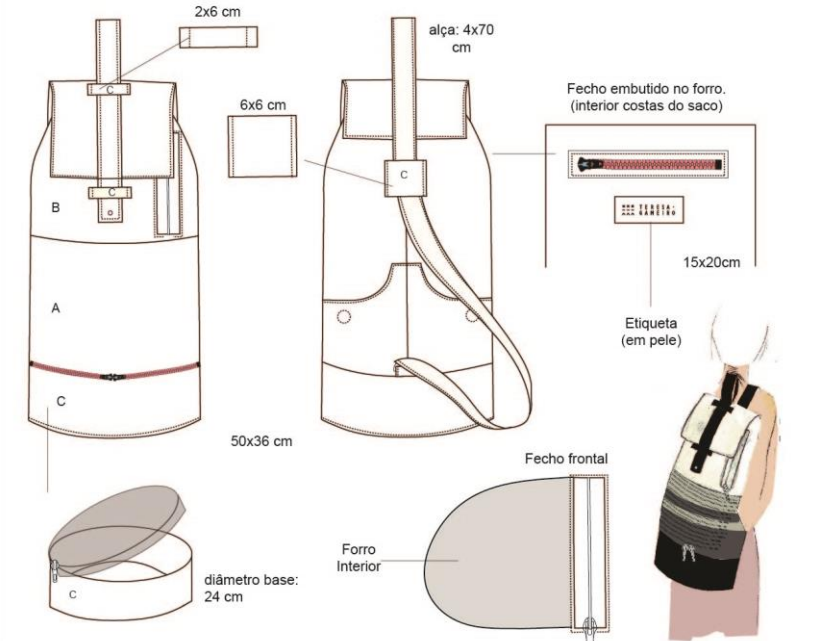



Dados Tear	
Largura Teia	Comprimento Teia
Pente Usado	60/10
Remissa	
Carta Reduzida	

Figura 96 - Fichas técnicas do modelo tote bag.

Fonte: A mestranda.

# Modelo Saco tubo

FICHA TÉCNICA PRODUTO	Vista geral e detalhes	DATA: 20/12/2016	MATERIA-PRIMA
MODELO: Saco Tubo		COLEÇÃO: Nonconformist A/W 2017	Lona impermeável. (B)
			Tecelagem (A)
			Pele tingida em preto. (C)
			Forro: 100% algodão
			Linha Pesponto: 100% Algodão. Pantone 15-5704 TPX Mineral Gray
			FERRAGENS
			3 Fechos de 15 cm
			
			1 Fecho de 18 cm



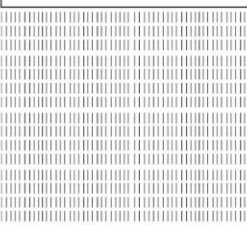


Ficha de Tecelagem		Data: 02/11/2016
Cliente:	Coção: Nonconformist	Modelo: Saco Tubo
Ilustração Amostra 	Materiais/Composição da Amostra	
	Cor Fio Teia: Pantone PQ - 12 - 0715 TCX Double Cream Fio Trama: Pantone 15-5704 TPX Mineral Gray Fio Trama: Pantone 19 - 0203 TCX Gray Pinstripe	Lote: 612 Lote: 600 Lote: 610
	Materiais/Composição 100% Algodão (trama: desperdício/teia: linha algodão)	
	Peso (metros) Bobine/Novelo    Teia: x Kg    Trama: x Kg    Teia + Trama = x	
Amostra em vetor 	Dados Tear	
	Largura Teia    Comprimento Teia	
	Pente Usado    60/10	
	Remissa 	
	Carta Reduzida 	

Figura 97 - Fichas técnicas do modelo saco tubo.

Fonte: A mestranda.

## Coleção final

Segue-se então a apresentação da coleção final no seu formato completo, ou seja: apresentação de variações de cor, número de modelos, referências Pantone, assim como outros detalhes como o nome/referência de cada modelo e também a função/ocasião para a qual foi criado. Desta forma, é possível ter uma boa ideia geral de toda a coleção, e também de alguns detalhes e informações básicas.

Em baixo segue outra das opções seleccionadas pela mestranda para apresentar a coleção, de uma forma mais apelativa e visualmente interessante, com o intuito de promover o trabalho e apelar ao seu público-alvo. As malas foram desenvolvidas em programa de computador (*Adobe Illustrator*), assim como as imagens colocadas por detrás – que foram trabalhadas no sentido de criar um aspeto de colagem, dotando a coleção de um *mood* mais irreverente, mas ao mesmo tempo minimal – características que também apelam ao público-alvo definido para a coleção.

# NONCOMFORMIST



Figura 98 - Proposta de apresentação da coleção com efeito de colagem.

Autor: A mestranda.

# Tabela da coleção






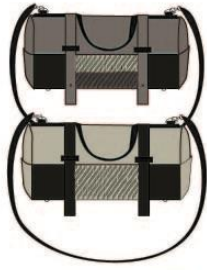





	"Noncomformist"				A/w 2017
Saco Tubo	Mochila	Saco tote	Saco de yoga	Saco de desporto	
					
					
<p>Materiais: Saco em pele, lona impermeável e composto por desperdícios têxteis 100% algodão na sua composição. Possui dois bolsos exteriores e um interior. Forro em algodão.</p> <p>Função: ideal para viajar, levar para o ginásio ou até mesmo para a escola/faculdade.</p>	<p>Materiais: Pele, lona impermeável e composto por desperdícios têxteis 100% algodão na sua composição. Possui um bolso na parte de trás. Forro em algodão.</p> <p>Função: indicado para o dia-a-dia, para levar para o trabalho, faculdade ou para passear.</p>	<p>Materiais: Pele, lona impermeável e composto por desperdícios têxteis 100% algodão na sua composição. Possui um bolso atrás e outro interior. Forro em algodão.</p> <p>Função: indicado para o dia-a-dia, compras, e para passear.</p>	<p>Materiais: Pele, lona impermeável e composto por desperdícios têxteis 100% algodão na sua composição. Possui um bolso na parte de trás. Forro em algodão.</p> <p>Função: indicado para levar o colchão de yoga, mas também para o ginásio.</p>	<p>Materiais: Saco em pele, lona impermeável e composto por desperdícios têxteis 100% algodão na sua composição. Possui dois bolsos laterais e um interior.</p> <p>Função: indicado para levar para o ginásio, ou passar um fim-de-semana fora.</p>	

Figura 99 - Tabela com detalhes de cada modelo da coleção: variações de cor, referências Pantone, materiais e a função para o qual foi criado.

Fonte: A mestrandia.

## Ilustração final

A ilustração final da coleção pretende fazer uma abordagem diferente, utilizando também diferentes técnicas na sua composição. A coleção foi já abordada de diferentes formas: foram apresentadas as suas fichas técnicas para uma ideia mais precisa e específica do produto, a ficha de tecelagem que possibilita a sua produção ao nível de fábrica, e uma abordagem menos convencional – como se de uma colagem se trata-se. Assim como a tabela anteriormente apresentada conferiu uma ideia geral da coleção e os seus detalhes básicos.

Foi também desenvolvido outro tipo de ilustração, elaborada com a técnica mista: inicialmente desenhada à mão, colorindo-se apenas algumas áreas do desenho com a técnica de aguarelas, e depois digitalizado e preenchidas as restantes áreas em programa de computador (Adobe Illustrator). Desta forma, é possível ter uma boa ideia de cada modelo, sendo que são apresentados de uma forma mais realista – tentando de certa forma salientar os materiais utilizados, e mostrando o lado mais ergonómico de cada modelo, isto é como pode ser utilizado.

O propósito principal foi promover a coleção através da ilustração, acrescentando valor às criações e fazendo uma abordagem mais artística.

## Ilustração Final da Coleção



Figura 100 - Ilustração da coleção final com técnica mista.

Fonte: A mestrandia.

## Conclusões, contribuições e recomendações futuras

Concluindo o presente relatório de estágio e projeto, a mestranda chegou a diversas conclusões. Apercebeu-se também de algumas dificuldades, e compreendeu certas exigências.

Em relação ao relatório de estágio, a mestranda pôde concluir o quão importante são as etapas de trabalho na produção de uma coleção, tanto quando realizou o estágio, como quando se debruçou sobre o relatório. Assim como denotou uma evolução no seu trabalho ao reunir todos os projetos/tarefas que fez para a marca na duração do seu estágio – pois o relatório é uma boa síntese disso, contribuindo para tal.

Em relação ao projeto, mais uma vez as etapas de trabalho são determinantes para o sucesso do mesmo – através da metodologia de Bruno Munari como referenciou no estado da arte.

Conseguiu também concluir que o estado da arte foi determinante para conseguir concluir o projeto, uma vez que forneceu as ferramentas necessárias para tal – a informação reunida foi indispensável para todas as etapas de trabalho e orientou todo o processo.

É também importante salientar que contribuiu com o seu trabalho para a marca Teresa Gameiro, através da elaboração do projeto, sendo que acrescentou a sua abordagem da mesma, algo que foi importante tanto para si como para a marca – pois significou que além de conseguir concluir tarefas para a marca em contexto de estágio, conseguiu também estabelecer a sua própria abordagem da mesma. Todo esse processo no início foi difícil para a mestranda, mas algo que acabou por superar, conseguindo mostrar a sua própria visão.

## Bibliografia

BRAHIC, Maryléne, 1998 “A Tecelagem”, Editorial Estampa ISBN – 978 9723 3132 46

DIXON, Anne. “Handweaver’s pattern book”, Londres A&C Black Publishers, 2007. ISBN – 978 1626 54842 8

FIELL Peter & Charlotte, 2003 “Design do século XXI”, Editora: Taschen ISBN – 13:978-3-8228-2784-0

GEOFFROY, Bérenice, 2004 “Bags” Publicado inicialmente por Editions Assouline, Paris – França. Traduzido do francês de Adele Kudis ISBN 2-84323-453-0

LAU John, 2013, “Diseño de Accesorios” Título original: “Designing Accesories. Editorial Gustavo Gili, SL ISBN – 978 842 522 642 7

LOPES, Filomena Medeiros, Carlos Laranjo. “Tecelagem tradicional – Motivos e padrões” Porto-Portugal. Livros e leituras, LDA, 2000. ISBN – 972 8483 22 8

MOORE, Guyneth “Promoção de moda”, Editora Gustavo Gili, SL. ISBN - 978-85-65985-12-3

SCHINEITER, Bérenice Geoffroy “Bags”, Paris – França, Editora: Editions Assouline, 2004. ISBN – 972 8483 22 8

SAUNDERS, Sue & Jane Schaffer, 2012 “Fashion Design Course: Accessories. Editora: Barron's 2012. ISBN: 978-0-7641-4754-8

TALLON, Kevin. “Creative Fashion design with Ilustrator”, Anova Books Company Ltd, 2006. ISBN – 978 0 7134 9022 0

VAN, Roojen Pepin, 2006 “Fashion Accessories”, Editora Pepin Press ISBN – 978 90 5496 058 4

## Web grafia

CARDOSO, C.E; PICOLI, J. “Metodologia de projeto de Bruno Munari aplicada ao design de superfície de moda.”. 9º Colóquio de moda. Fortaleza (CE) 2013 [Consult. Outubro de 2016].

Disponível na internet: <[http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/9-Coloquio-de-Moda\\_2013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-2-EDUCACAO\\_COMUNICACAO-ORAL/Metodologia-de-projeto-de-Bruno-Munari-aplicada-ao-design-de-superficie-de-moda.pdf](http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/9-Coloquio-de-Moda_2013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-2-EDUCACAO_COMUNICACAO-ORAL/Metodologia-de-projeto-de-Bruno-Munari-aplicada-ao-design-de-superficie-de-moda.pdf)>

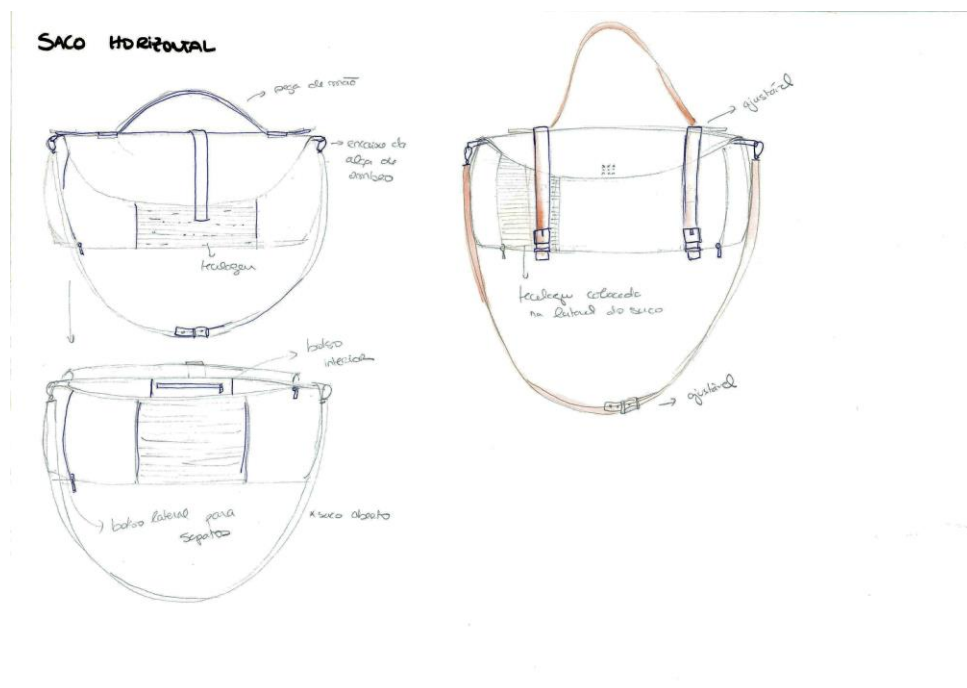
MAK, P. “Why the new androgyny matters.” VV Magazine, 16 de Dezembro 2014 [Consult. Dezembro de 2016]

Disponível na internet: < <http://viewthevibe.com/lets-talk-androgyny-minute/>>

COXO, ANTÓNIO. “Metodologia de desenvolvimento de produtos do designer italiano Bruno Munari” [Consult. Outubro de 2016].

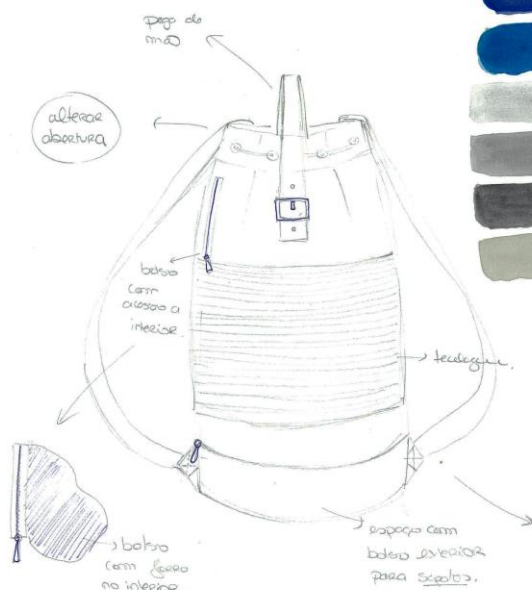
Disponível na internet < <http://clientes.netvisao.pt/alfredoa/METODOLOGIA/METODOLOGIA%20PROJECTUAL%20com%20arroz%20verde.htm>>

## Anexos (fichas técnicas/ilustrações/esboços)

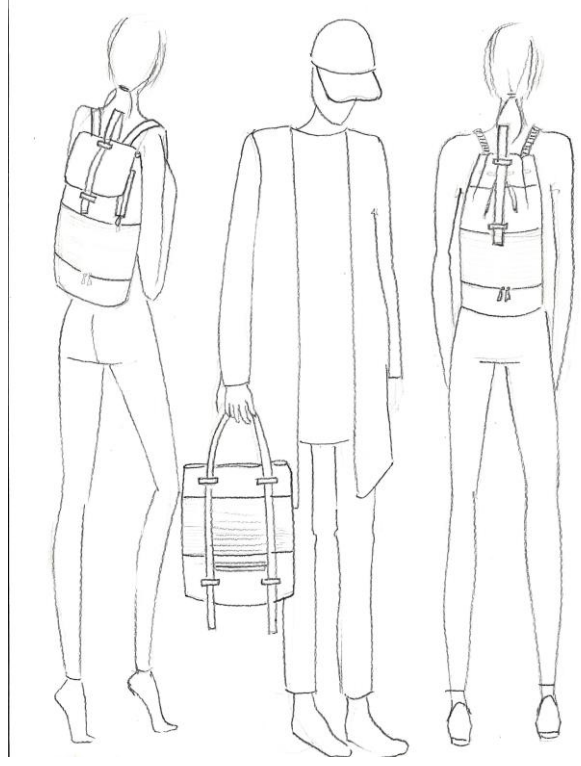


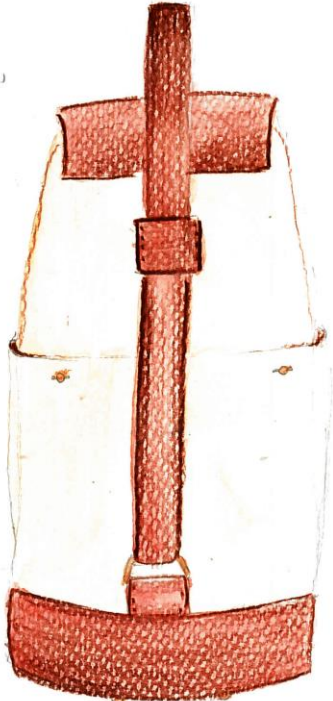
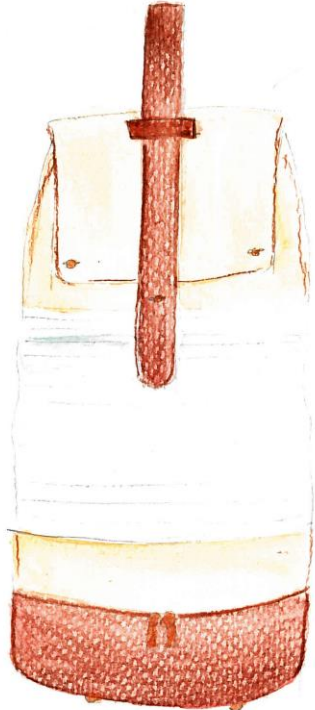
CORES / DETALHES / FORMA

-  BLUE YONDER
-  BLUE DEPTHS
-  BLUE CORAL
-  PANTONE VAPOROUS GRAY
-  MINERAL GREY
-  CHARCOAL GREY
-  MOSS GRAY

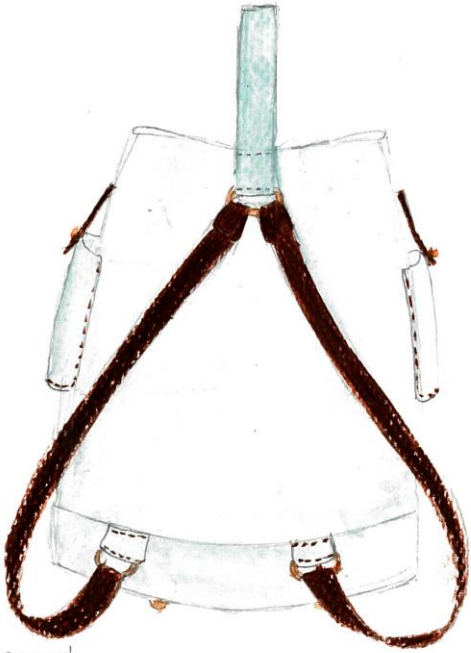


→ pode portar coisas diferentes para abate facilmente.  
 → frente que dobra

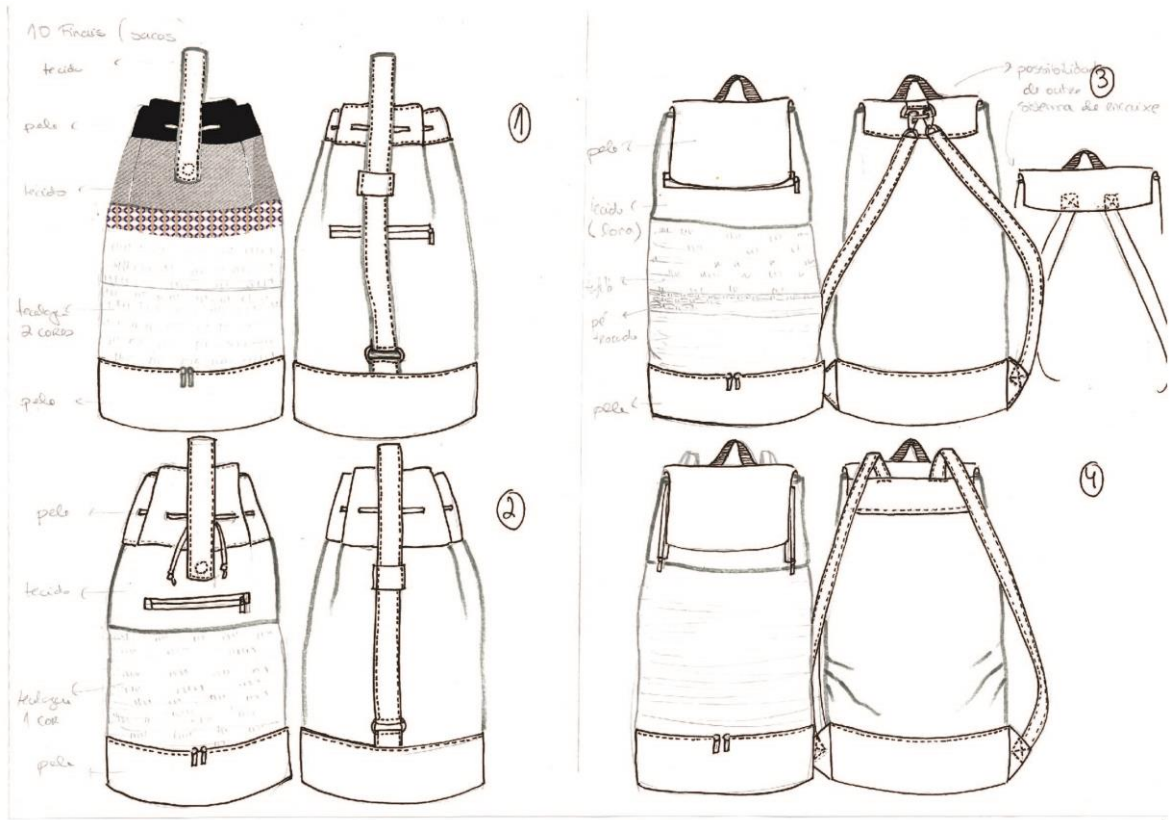




→ linha  
pepanto

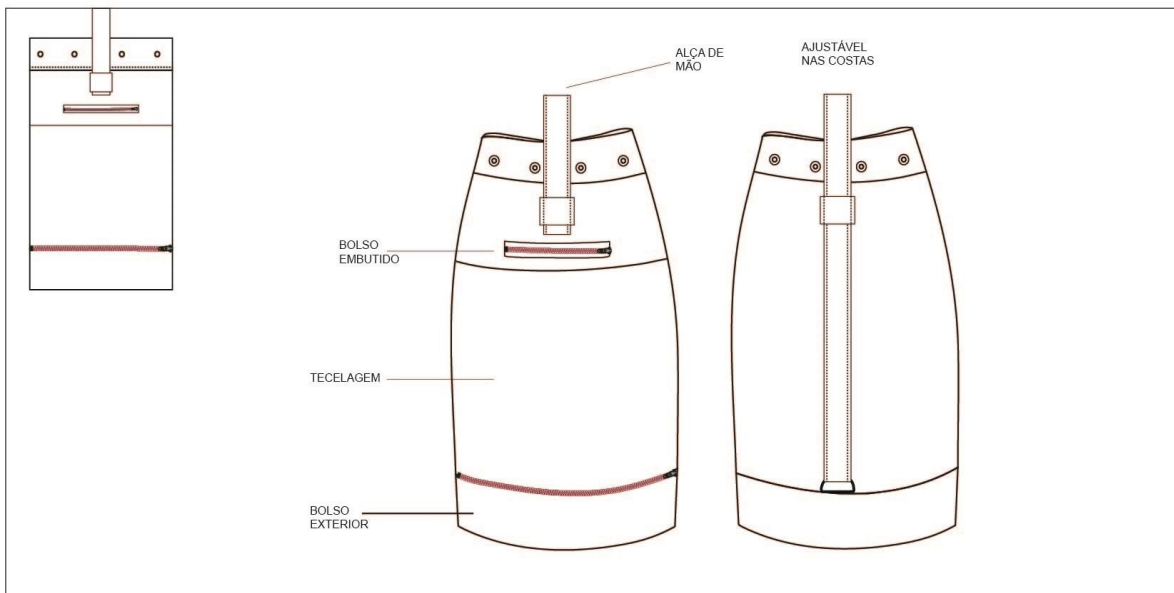


→ linha  
pepanto



FOLHAA	DATA: 02/06/2016	DATA DE REVISÃO:
--------	------------------	------------------

FRENTE / COSTAS	TERESA GAMEIRO	MODELO: SACO DE DESPORTO
-----------------	----------------	--------------------------

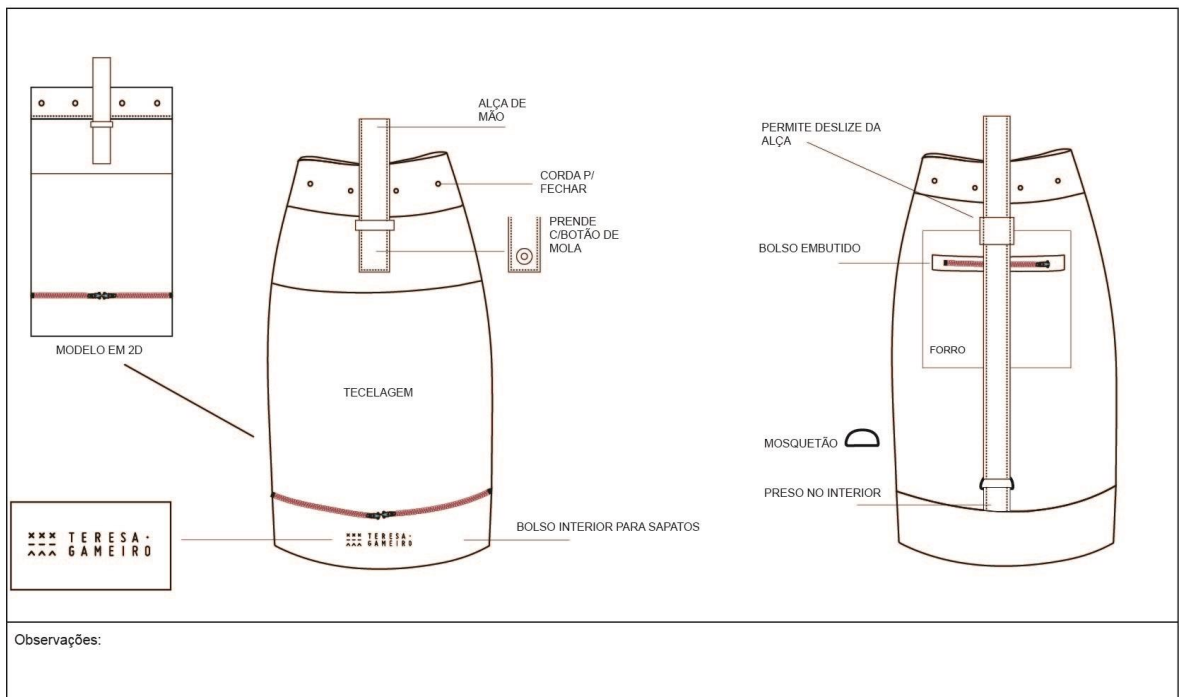


Observações:

FOLHA B	DATA: 02/06/2016	DATA DE REVISÃO:
---------	------------------	------------------

DETALHES	TERESA GAMEIRO	MODELO: SACO DE DESPORTO
----------	----------------	--------------------------

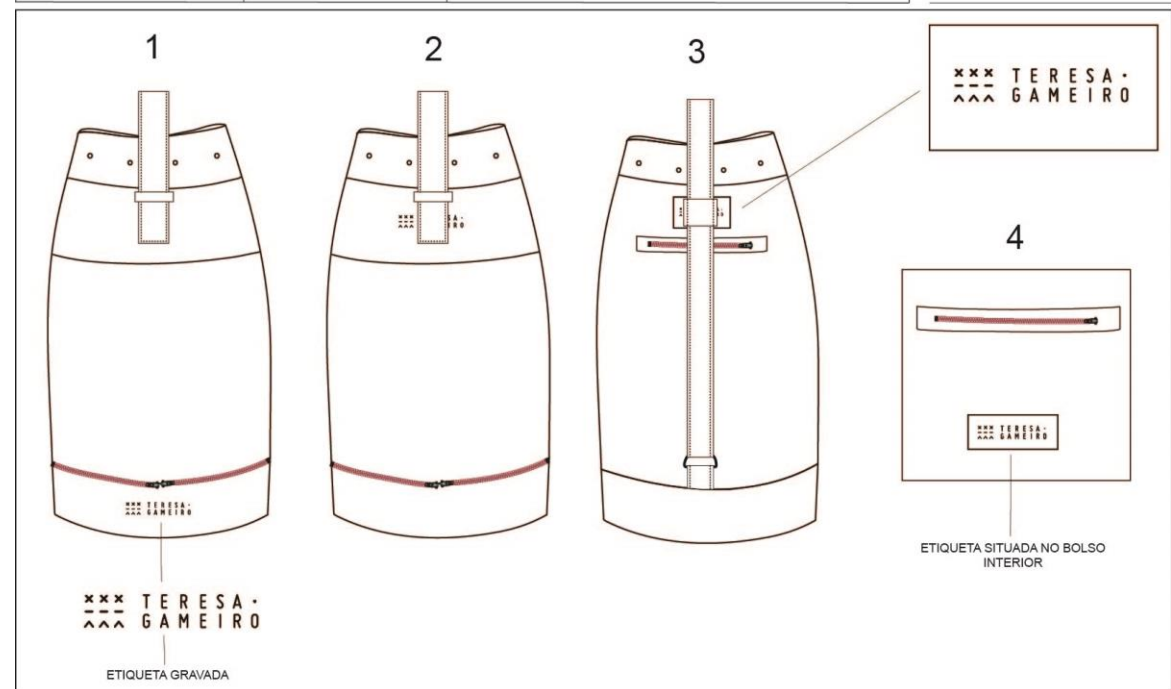
## DETAILS



FOLHA B	DATA: 02/06/2016	DATA DE REVISÃO:
---------	------------------	------------------

ESTUDO DE DETALHES	TERESA GAMEIRO	MODELO: SACO DE DESPORTO
--------------------	----------------	--------------------------

## LOGO



OPÇÃO 1



OPÇÃO 2



3



3



OPÇÃO 1



OPÇÃO 2



3



3





If we were meant to stay in one place, we'd have roots instead of feet, he said.

- Rachel Wolchin

### Detail Board

