



Instituto Politécnico  
de Castelo Branco  
Escola Superior  
de Artes Aplicadas



**FACULDADE DE ARQUITETURA**  
UNIVERSIDADE DE LISBOA

## **Design de Moda**

### **Estágio curricular na marca Marios Schwab**

Vanessa Carreira do Rosário

Mestrado em Design do Vestuário e Têxtil

#### **Orientadora**

Professora Doutora Alexandra Cruchinho

Relatório de Estágio apresentado à Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco, e à Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design de Vestuário e Têxtil, realizada sob a orientação científica da Professora Doutora Alexandra Cruchinho, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

**Janeiro de 2017**



## **Composição do júri**

### Presidente do júri

Doutora Ana Margarida Pires Fernandes

Professora Adjunta da Escola Superior de Artes Aplicadas - IPCB

### Vogais

Doutora Manuela Cristina Paulo Carvalho Almeida Figueiredo (Arguente)

Professora Auxiliar na Faculdade de Arquitetura – Universidade de Lisboa

Doutora Alexandra Cruchinho Barreiros (Orientadora)

Professora Adjunta da Escola Superior de Artes Aplicadas - IPCB



Dedico este trabalho à minha família.



## **Agradecimentos**

Em primeiro lugar gostaria de agradecer à professora Alexandra Cruchinho, pela orientação dada que me permitiu a conclusão de mais um ciclo na minha vida.

Gostaria de agradecer também a toda a equipa do atelier Marios Schwab pela hospitalidade, pela oportunidade, paciência e por terem acreditado que poderia ser uma mais-valia no atelier.

Deste modo, termino os meus agradecimentos a toda a minha família pelo apoio que foi crucial para a conclusão de mais um ano, principalmente aos meus pais, irmã e namorado que me ajudaram a tornar mais um sonho realizado e permaneceram sempre do meu lado.



## Resumo

Este relatório é referente ao percurso académico, relativo ao ano letivo 2015/2016, onde visa a divulgação do trabalho realizado pela mestranda.

O mesmo é subdividido em duas partes, uma prática (através da realização de um estágio curricular) e uma posterior reflexão e pesquisa.

O estágio foi realizado no estrangeiro, mais precisamente em Londres, no *atelier* do designer Marios Schwab.

O anterior teve a duração de três meses, sendo o mês de Novembro de 2015 o mês de início, e Janeiro de 2016, o mês de término. A aprendizagem realizada no estrangeiro foi fundamental pois a aluna, para além de expandir horizontes, teve a oportunidade de comparar e aprender a metodologia de trabalho utilizada naquele atelier específico.

Após a conclusão do trabalho em atelier, procedeu-se à reflexão e investigação, deste conjunto e a aluna notou a necessidade de criar uma linha casual para a marca. Esta necessidade foi detetada num evento realizado pela marca, no qual a mestranda compareceu e colaborou. *Sample sales* era o nome do evento onde a estudante detetou a procura do consumidor por peças casuais.

Assim, propôs-se a criação de uma coleção cápsula de cinco coordenados femininos para a estação Primavera - Verão 2017, onde a estética e a qualidade pela qual o designer é conhecido continuasse presente.

A coleção mencionada anteriormente teve o conhecimento do designer de moda Marios Schwab.

## Palavras-chave

Estágio – Moda – Designer de Moda – Coleção cápsula



## **Abstract**

This report is referent to the academic journey in school year 2015/2016, where we can see the work made by the master's student. The report was divided in two parts, one practical (through a realization of an internship and a later one of reflection and research). The internship was done aboard, precisely in London, on Marios Schwab's atelier.

The previously had the duration of three months, beginning in November of 2015 and finishing in January of 2016. This abroad experience was fundamental, because the student expanded horizons and had the opportunity to compare and learn the methodology of work used in that specific atelier. After the conclusion of internship, the student proceeded to the reflection and investigation, and the learner noted the necessity of creating a casual line to the brand.

This necessity was detected in an event done by the brand, which the master's student attendant and collaborated. Sample sales were the name of the event where the student noticed the buyer search for casual pieces. In that way, the academic student proposed a creation of a capsule collection of five female outfits to the season Spring- Summer 2017, where the esthetic and quality that the designer is known for remain there.

The collection previously mentioned had the knowledge of the fashion designer Marios Schwab.

## **Keywords**

Internship – Fashion – Fashion designer – Capsule Collection



# Índice geral

1. Introdução .....	1
2. Abordagens ao conceito Moda .....	2
2.1. Moda: <i>Eveningwear</i> vs comercial.....	6
2.2. Slow fashion vs Fast fashion.....	8
2.3 Metodologia do design.....	12
2.4. Design de moda .....	15
3. Estágio no atelier do designer Marios Schwab .....	19
3.1. Metodologia .....	20
3.2. Objetivos gerais e específicos.....	22
4. O designer .....	23
4.1. Organigrama da empresa.....	25
4.2. Clipping .....	26
4.3. Principais clientes - caracterização.....	27
4.4. Parcerias.....	29
4.4.1. Swarovski-Schwab .....	29
4.4.2. Kallisti x Schwab .....	30
4.4.3. Fiorelli.....	38
4.5. Atividades desenvolvidas.....	41
4.6. Intervenção direta da mestrandia.....	46
4.7. Reflexão .....	52
5. Proposta de projeto para Marios Schwab.....	54
5.1. Objetivos .....	55
5.2. Palavras-chave da coleção.....	55
5.3. Público-alvo .....	56
5.4. Conceito .....	58
5.5. Marcas correntes.....	61
5.6. Desenvolvimento da coleção.....	62
5.7. Plano da coleção .....	71
5.8. Fichas técnicas .....	77
5.9 Prototipagem e alterações.....	108

6. Conclusões finais .....	114
7. Glossário.....	116
8. Anexos .....	120
9. Bibliografia.....	122
10. Referências bibliográficas.....	123

## Índice de figuras

Imagem 1 - Esquema de metodologia projetual de acordo com Munari (1981)	13
Imagem 2 - Metodologia do design de moda de acordo com Soreger & Udale (2009)	18
Imagem 3 - Marios Schwab	24
Imagem 4- Organigrama do atelier	25
Imagem 5 - Body Marios Schwab na revista Esquire.	26
Imagem 6 - Vestido Marios Schwab na revista Dazed and Confused.	26
Imagem 7 -Jane Fonda em Marios Schwab	27
Imagem 8 - Amanda-Seyfried em Marios-Schwab	28
Imagem 9 - Olivia Wilde em Marios Schwab	28
Imagem 11 - Vestido com cristais Swarovski Autumn/winter 2009-10	29
Imagem 10 - Pérolas Swarovski s/s 2007	29
Imagem 12 - Website Asos x Marios Schwab	30
Imagem 13 - Website Asos	31
Imagem 14 - Kallisti x Marios Schwab	32
Imagem 15 - Kallisti x Marios Schwab	32
Imagem 16 - Kallisti x Marios Schwab	33
Imagem 17 - Kallisti x Marios Schwab	33
Imagem 18 - Kallisti x Marios Schwab	33
Imagem 19 - Kallisti x Marios Schwab	33
Imagem 21- Detalhe : Kallisti By Marios Schwab	34
Imagem 20 - Peças para venda: Kallisti By Marios Schwab	34
Imagem 22 - Peça para venda: Kallisti by Marios Schwab	34
Imagem 23 - Imagem e Branding , Marios Schwab x Kallisti	35
Imagem 24 - Imagem e Branding , Marios Schwab x Kallisti	35
Imagem 25 - Packaging Marios Schwab x Kallisti	35
Imagem 26 - Sessão fotográfica Kallisti x Marios Schwab	36
Imagem 27 - Sessão fotográfica Kallisti x Marios Schwab	36
Imagem 28 - Sessão fotográfica Kallisti x Marios Schwab	37
Imagem 29 - Sessão fotográfica Kallisti x Marios Schwab	37
Imagem 30 - Fioreli x Marios Schwab	38
Imagem 31- Fioreli x Marios Schwab	39
Imagem 32- Fioreli x Marios Schwab	39
Imagem 33 - Fioreli x Marios Schwab	40
Imagem 34 - Fioreli x Marios Schwab	40
Imagem 35 - Cartaz na entrada para a sala da Música; Mayfair	47
Imagem 36 - The one And Only Designer Sale	48
Imagem 37 - Moldes de T-shirt para a <i>Sample Sales</i>	48

Imagem 38 - Costura das T-shirts.....	49
Imagem 39 - T-shirt - vista geral.....	49
Imagem 40 - Expositor Marios Schwab - Vista geral; Sample Sales .....	50
Imagem 41 - Expositor Marios Schwab - Vista geral; Sample Sales .....	50
Imagem 42 - Etiqueta a utilizar na coleção cápsula .....	54
Imagem 43 - Painel público-alvo.....	57
Imagem 44 - Moodboard .....	59/60
Imagem 45 - Painel Marcas concorrentes.....	61
Imagem 46 - Estudos de padrões.....	62
Imagem 47 - Testes de comportamento da matéria-prima.....	63
Imagem 49 - Estudos de espessura de linha para gravar a laser.....	64
Imagem 48 - Estudos de possíveis desenhos a gravar a laser para integrar na coleção.....	64
Imagem 52 - Estudo de escala de possível desenho a gravar a laser para integrar na coleção.....	65
Imagem 51 - Estudos de possíveis desenhos a gravar a laser para integrar na coleção.....	65
Imagem 50 -Estudos de possíveis desenhos a gravar a laser para integrar na coleção.....	65
Imagem 53 - Painel de pesquisa de coordenados assinados por Marios Schwab em diversas estações. ....	67
Imagem 54 - Esboços para a realização da coleção "Line up".....	68
Imagem 55 - Esboços para a realização da coleção "Line up".....	68
Imagem 56 - Esboços finais para a coleção.....	69
Imagem 57 - Estudos de cor e matérias-primas .....	70
Imagem 58 - Estudos de cor e matérias-primas .....	70
Imagem 59 - Ilustrações finais.....	107
Imagem 60 - Ficha técnica alterada.....	109
Imagem 61 - Ficha técnica alterada.....	110
Imagem 62- Ficha técnica alterada .....	111
Imagem 63 - Sessão fotográfica do protótipo desenvolvido .....	112
Imagem 64 - Sessão fotográfica do protótipo desenvolvido .....	112
Imagem 65 - Ilustração individual .....	113

## Lista de tabelas

Tabela 1- Organograma do desenho de investigação.....	21
Tabela 2- Atividades desenvolvidas.....	41
Tabela 3 – Principais atividades com colaboração directa da mestranda.....	46

## **Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos**

DHL - Dalsey, Hillblom and Lynn

ESMOD – Escola de Moda em Berlim

UAL – Central Saint Martins





## 1. Introdução

O presente relatório do estágio curricular realizado pela Mestranda tem como finalidade concluir o 2º ciclo de estudos relativo ao grau de Mestre na área do Design do Vestuário e Têxtil.

“Compreender o papel de um designer de moda em contexto de atelier.” É o tópico investigativo que se pretende dar resposta neste relatório.

O estágio foi realizado em Londres, de Novembro de 2015 a Janeiro de 2016, no atelier do designer de Moda Marios Schwab, e tem como principal objetivo a recolha de informação que complemente a formação académica realizada.

Optou-se por realizar um estágio curricular pois a aluna considera essencial obter formação prática na área.

O primeiro capítulo do presente relatório está organizado por 6 subcapítulos, no qual inicialmente são estudadas temáticas como; Abordagens ao conceito Moda; Metodologia do design; Designação do design de Moda; Moda – *eveningwear* vs comercial e *Slow fashion vs fast-fashion*.

De seguida abordou-se a parte do estágio que envolve; metodologias; objetivos gerais e específicos; As atividades desenvolvidas e a colaboração da mestranda nos projetos.

Após estas abordagens efetuou-se uma pesquisa sobre o designer onde se realizou o estágio, nesta pesquisa salientou-se o clipping, as principais clientes e a sua caracterização, e para finalizar realizou-se uma breve análise sobre as parcerias da marca, seguindo de uma breve reflexão relativa a todos os acontecimentos referentes ao estágio curricular realizado.

No fim de realizadas todas as pesquisas e abordagens pertinentes considerou-se relevante a realização de uma proposta de projeto para o designer de moda Marios Schwab, em concordância com o designer, assim será esse o projeto que finalizará o presente relatório.

## 2. Abordagens ao conceito Moda

Quando falamos em trabalhar no ramo da moda seja em qualquer das profissões que a mesma envolve, é muito importante estar esclarecido sobre o que é a história da moda, como surgiu e como evoluiu.

Segundo Calanca (2008, p.13), o termo “moda” fica clarificado, na história moderna como sendo algo que: “... conquistou todas as esferas da vida social, influenciando comportamentos, gostos, ideias, artes, móveis, roupas, objetos e linguagem. Em outras palavras, desde que ela surgiu no Ocidente, no final da Idade Média, não tem um conteúdo específico. É um dispositivo social definido por uma temporalidade muito breve e por mudanças rápidas...”

Contudo, a moda é um termo ainda muito complexo de se definir e ainda mais difícil é saber se a definição é a mais válida que pode existir. Para além, de ser um termo com as características descritas anteriormente, a sua origem é também ela indefinida e alvo de discussão.

Porém existem vários autores com ideias válidas. Em relação à definição de moda, Pezzolo descreve-a como: “...fenómeno sociocultural que traduz a expressão dos povos por meios de mudanças periódicas de estilo, estilo esse que particulariza cada momento histórico. Ligada aos costumes, à arte e à economia, a moda tem o poder de comunicar posicionamentos sociais” (Pezzolo, 2009, p.9)

A autora anteriormente referida acredita ainda que: “A moda documenta o passado, mas também assinala transformações da época em que vivemos. Assim é possível afirmar que moda é sinónimo de mudança.” (Pezzolo, 2009, p.9)

Atualmente a moda é vivida de forma muito pessoal, assim como existem diversos autores com diferentes ideais o mesmo acontece com cada pessoa. Cada ser humano é único, com pensamentos próprios, deste modo cada um terá a sua própria definição de moda.

Posto isto, surge a questão: será alguma vez possível chegar a um consenso sobre este conceito tão amplo como é a Moda?

No entanto, Duarte (2004,p.11) define moda como: *“Moda, s.f. uso corrente; costume; gosto; fantasia; maneira essencialmente mutável e passageira de se comportar e, sobretudo, de se vestir; cantiga; ária; em estatística, o valor mais frequentemente representado numa série de observações, dominante; andar na-: vestir o que mais se usa; passar de -: deixar de se usar; deixar de ser do gosto da maioria; ver em que param as -s : esperar que se modifique qualquer conjuntura atual para se tornar uma atitude definitiva;à - de : segundo a maneira de conceber ou de organizar as coisas de. (Fr.mode, do latim modu)”*

Como anteriormente foi mencionado a origem da ideologia moda gera discussão, na medida em que não existe harmonia entre autores.

Posto isto, Calanca (2008, p.51), acredita que *“... o nascimento “oficial” da moda na Europa ocidental ocorre na metade do século XIV, quando aparece um tipo de roupa radicalmente nova que distingue com clareza o sexo de quem a veste: curto e apertado para o homem, longo e aderente ao corpo para a mulher. Essa diferenciação, que pode ser considerada uma verdadeira revolução do modo de vestir, estabelece as bases da indumentária moderna.”*

Enquanto, Lehnert (2001), afirma que já nos primórdios o homem sentiu a necessidade de se proteger do calor, do frio, da chuva, da neve e do sol.

As variações climatéricas foram e são um dos principais fatores que influenciam o homem na sua escolha a nível de vestuário, contudo os adornos veem complementar a forma com que o homem se veste dando o mesmo uma enorme relevância a este fator.

*“A moda começa no momento em que o gosto pelo enfeite e pelo adorno, a vontade de experimentar o novo, se tornam mais fortes do que as considerações funcionais.”*  
(Lehnert, 2001,p.6)

Deste modo, podemos concluir que o homem mesmo nos primórdios considerava as questões estéticas com alguma relevância de forma a considerar a “moda” em primeiro e não a sua funcionalidade.

A necessidade do homem de se cobrir desencadeou uma série de evoluções, assim deixou de ser exclusivamente uma forma de proteção, mas também começou a ser símbolo de identificação de hierarquias.

Segundo Pezzolo (2009), nos primórdios o homem cobria o corpo como forma de proteção, depois começou a exercer o mesmo ato, mas com o intuito de mudar a sua aparência quotidiana e determinar hierarquias. Os povos da antiguidade viam a forma de vestir como símbolo de posição social, pois ostentava riquezas, evidenciava castas e tornou-se, inclusive, objeto de sedução.

*“Podemos dizer que a moda passou a existir quando o homem se conscientizou de que um mundo melhor dependeria, também, da aparência.”* (Pezzolo, 2009, p.11)

Tendo como exemplo três autores com abordagens tão distintas de como surgiu a moda podemos então reflectir sobre qual o ideal que teria atualmente mais credentes, será então que a moda, de acordo com Daniela Calanca (2008), teve a sua origem quando aparece um tipo de roupa que distingue com clareza o sexo de quem a veste; ou será a ideia que Getrud (2001) acredita que obtinha atualmente mais credentes, afirmando que a origem da moda está quando o gosto pelo enfeite e pelo adorno se tornam mais fortes que as considerações relativas à funcionalidade. Ou será Pezzolo (2009) quando admite que a moda passou a existir quando o homem deu conta que um mundo melhor dependeria da aparência? As ideias são infinitas, saber qual é a mais viável será difícil, mas a mais adequada aos tempos que são vividos atualmente já não parece inatingível de ser conseguido. Apesar destas ideias divergentes, Pezzolo e Getrud entram em consenso quando afirmam que nos primórdios o homem sentiu a necessidade de cobrir o corpo como forma de proteção, não terá sido nesse momento que a moda terá surgido?

Apesar de não se ter uma ideia universal da sua origem nem da sua definição, é de conhecimento público que a moda é muito influenciada por tudo o que está em seu redor, seja social, cultural, industrial e entre outros.

*“...conhecimentos políticos, económicos e culturais influenciam, directa ou indirectamente, a moda e os costumes e podem, eles próprios, ficar «na moda».”*(Dorfles, 1995,p.17)

Segundo Pezzolo (2009): *“A moda documenta períodos históricos, e, dessa forma, é compreensível que seja influenciada por acontecimentos das esferas política, social, cultural, artística, industrial, esportiva e afins.*

A cor, o material têxtil e a forma são elementos fundamentais na moda, neste caso específico no vestuário, pois a roupa irá transmitir diferentes mensagens e sensações consoante a nossa opção, seja ela na cor, no material, forma e/ou na maneira como se acessoriza o conjunto. Deste modo, tudo o que anteriormente foi mencionado agita o interior do ser humano fazendo despertar emoções no mesmo.

De acordo com Pezzolo (2009): *“A primeira mensagem que a roupa transmite está na cor, que alegra, estimula e atrai, mas também deprime e entristece.”* (Pezzolo , 2009, p.32)

Pezzolo (2009) acredita que, quando se opta por vestir algo em concreto, é devido ao nosso desejo consciente ou inconsciente de querer aparentar algo.

*“A escolha de uma roupa não indica apenas preferência, e sim algo mais, que consciente ou inconscientemente, desejamos aparentar.”* (Pezzolo , 2009, p.32)

*“... a atenção dada ao vestuário e de «mascarar» o próprio corpo(não só feminino mas também masculino) é particularmente intensa.”* (Dorfles, 1995,p.31)

A moda é um fenómeno capaz de influenciar o indivíduo nas várias fases da sua vida, por exemplo se um ser humano se sente triste irá optar por roupa que transparece esse sentimento, todas as escolhas efetuadas em relação à moda revelam o humor, a personalidade, e carácter inerentes a cada sujeito.

## 2.1. Moda: *Eveningwear* vs comercial

Segundo Lenhert (2001) é no século XX que já se manifesta diferenças notórias entre o vestuário de dia e o de noite, contudo é na profundidade dos decotes e nos tecidos utilizados que se verifica as diferenças anteriormente mencionadas.

*“Os vestidos de noite tinham as mesmas linhas que os vestidos usados durante o dia. Eram normalmente de uma só peça, justos e de corte direito, e frequentemente eram curtos. Por vezes a saia era mais comprida atrás ou então as saias eram compostas por várias tiras de comprimentos diferentes, o que fazia com que não tivessem um comprimento uniforme. Os vestidos de noite tinham obrigatoriamente um decote profundo, à frente ou nas costas. A única diferença entre o vestuário de noite e o vestuário do dia-a-dia era justamente a revelação da pele nua e o uso de materiais mais ricos. A silhueta era basicamente a mesma. A linha base era, portanto, absolutamente simples.”* (Lenhert, 2001, p.26)

Atualmente a ideia de *eveningwear* é mais ampla pois não existe tanta restrição no que se pode considerar roupa de noite, podendo-se acreditar que existe uma grande evolução, pois praticamente tudo poderá ser considerado roupa de noite, os tecidos brilhantes e os ornamentos hoje encontrados na roupa vieram tornar o *eveningwear* muito mais abrangente.

Contrariando o *eveningwear* surge as linhas prêt-à-porter, ou linhas de pronto a vestir nas quais a indústria detêm um papel crucial na sua produção e onde se observa uma grande alteração nos tamanhos da roupa que passam deste modo a ser normalizados.

*“As linhas de roupas prêt-à-porter (“prontas a vestir”) representaram a primeira alteração radical às peças de alta-costura quando chegaram às boutiques nos anos 1960.”* (Grose,2013, p.13)

*“O termo descreve roupas confeccionadas em uma fábrica, vendidas prontas e em tamanhos padronizados (diferentes das peças de alta-costura, personalizadas, encomendadas com antecedência e confeccionadas conforme medidas específicas).”* (Grose,2013, p.13)

Com o intuito de se quebrar as conotações impostas pela sociedade surgem indivíduos com ideias vanguardistas onde vigora o desejo de fazer chegar à maioria das classes sociais a “moda”, para alcançar tal objetivo dedicavam-se à criação de linhas de pronto-a-vestir.

*“Yves Saint Laurent (YSL) é considerado o primeiro francês da alta-costura a lançar uma linha completa de roupas prêt-à-porter. Há quem atribua sua decisão a um desejo de democratizar a moda, embora outras casas de alta-costura também estivessem à época preparando suas linhas prêt-à-porter.” (Grose, 2013, p.13)*

Contudo, as casas de alta-costura podem no entanto optar por produzir linhas de pronto-a-vestir para o consumo em massa onde as mesmas são produzidas industrialmente para que os lucros sejam bastante superiores aos gastos, ou podem optar por produzir quantidades limitadas. Deste modo nenhuma das duas opções, mesmo sendo produzidas por entidades relacionadas à alta-costura pressupõem exclusividade.

*“Algumas casas de alta-costura e estilistas produzem linhas prêt-à-porter para o consumo em massa, confeccionadas industrialmente, enquanto outras oferecem artigos de vestuário que, embora não exclusivos, são produzidos em quantidade limitada.” (Grose, 2013, p.13)*

## 2.2.Slow fashion vs Fast fashion

Para desenvolver este tópico, é fundamental conhecer os termos dos quais formam o título.

“...porque a moda é um universo tão familiar quanto desconhecido.”(Erner,2005,p.103)

Atualmente a moda faz parte do cotidiano de todos os seres humanos, no entanto a abordagem feita pelo consumidor e pelas entidades fabricantes podem divergir.

Segundo o site [slowmovementportugal](#)<sup>1</sup>, *Slow-fashion* é caracterizado por ser um conceito de moda lento, ou seja aposta na durabilidade das peças de roupa, numa produção sustentável para oferecer ao consumidor roupa com ética e responsável.

Design de autor, pelo que o nome sugere à partida, leva-nos a pensar em algo único, criações singelas, leva-nos também para um universo mais intimista com o cliente, universo esse quotidianamente contrariado pelas grandes massas.

Não particularizando as grandes massas de comunicação mas também incluindo as grandes massas de retalho que constantemente bombardeiam a sociedade com a ideia de constante evolução através do *fast fashion*, conseguindo transmitir uma falsa ideia de proximidade entre a entidade vendedora e a consumidora, pois não existe exclusividade.

*Slow fashion* traduz um relacionamento/proximidade, um sentimento que é contrariado na existência de uma pessoa que paga a alguém especializado para executar uma determinada peça de vestuário.

“*Surge assim um relacionamento que já não é de executante e senhor, mas de criador e cliente....*” (Vicent-Ricard, 2002. p.56)

Ser um designer de moda, trabalhar em atelier, realizar peças singulares torna-se cada dia mais difícil, apesar de existir pessoas que primam pela singularidade e exclusividade que um designer lhe consegue oferecer.

---

<sup>1</sup> acedido dia 25 de Junho de 2016

*“Há um conjunto de tarefas com o qual a maioria dos designers está sempre envolvida. Não se pode esperar que o profissional desempenhe todas as actividades directamente, mas sua supervisão é essencial.”(Faerm, 2010, p.10)*

A envolvimento do designer no desenvolvimento da peça / coleção que Faerm (2010) descreve é essencial para sentir a proximidade do seu público-alvo para o qual trabalha e se inspira.

À que se considerar um fator muito importante que revela ou distingue o consumidor *fast-fashion* do que consome *slow fashion*; esse fator é o preço.

Atualmente os designers de renome tentam amenizar essa situação com curtas colaborações com marcas implementadas no mercado de *fast-fashion*. É importante esclarecer que nem todo o designer de autor é associado ao movimento *slow fashion*.

Este movimento tem implícitos princípios únicos que não concernem apenas o design de autor, mas englobam aspetos ecológicos, sustentáveis, entre outros.

*“Este é, de longe, o segmento que mais rapidamente cresce na indústria da moda. Toda categoria sempre terá uma alternativa fast-fashion, já que os consumidores exigem cada vez mais produtos de baixo custo. Estilistas conceituados com Stella McCartney, Karl Lagerfeld e Rei Kawakubo criaram coleções para a sueca H&M. Isaac Mizrahi criou sua própria marca para a Target, e Proenza Schouler, Alexander McQueen, Jonathan Saunders, Tracy Reese e outros produziram coleções pela marca Go International, da Target.” (Faerm, 2010, p.24)*

Pode-se contar com o forte impacto que a vertente fast fashion cria, pois como o próprio nome indica “moda rápida”, contudo essa “rapidez” desencadeia outros problemas.

*“Severas críticas também são dirigidas à indústria da moda por incentivar uma cultura de (“roupa descartável”) que acabam em lixões, e por desenvolverem tecidos baratos que são nocivos ao meio ambiente.” (Faerm, 2010, p.24)*

Segundo o site revide consultado no dia 25-06-2016, o *fast fashion* é caracterizado por conseguir uma produção rápida e sucessiva das suas peças, devido a esta rapidez na produção as marcas adeptas têm de adaptar as suas lojas físicas ao mesmo ritmo, daí as coleções expostas em lojas são alteradas regularmente, semanalmente e em alguns casos até diariamente.

As cadeias de lojas adeptas do *fast-fashion* estão sempre na vanguarda relativamente às últimas tendências relacionadas com a moda, para conseguirem alcançar o consumidor com preços reduzidos e num tempo recorde ao contrário marcas não adeptas do *fast-fashion* não conseguem alcançar o consumidor desta forma.

*“A competição para fabricar roupas cada vez mais baratas e alimentar um apetite cada vez mais voraz pela moda rápida é feroz.”* (Blanchard, 2008, p.16)

Nos dias de hoje os problemas psicológicos relacionados com a compra excessiva de bens materiais é uma constante, assim as cadeias de grandes lojas produtoras de moda rápida entram numa disputa para que consigam o maior lucro possível, independentemente das consequências que poderão trazer para o ambiente.

Algumas das principais marcas que seguem esta “tendência” são: Zara , Topshop, PullandBear , Stradivarius, H&M , Bershka, Forever 21 entre outros, contudo algumas das marcas descritas anteriormente possuem linhas “verdes “ prestando cada vez mais atenção ao impacto ambiental.

*“A moda rápida e barata tornou-se tanto parte da nossa cultura de celebridades, como os cheeseburgers do McDonald’s e o café do Starbucks.”* (Blanchard, 2008, p.15)

A moda rápida não irá desaparecer tão facilmente pois existirá sempre uma parte da sociedade que não irá ter possibilidades de comprar peças de roupa tendo no pensamento o ambiente. Mas, nem só os grupos mais desfavorecidos procuram atualmente a moda rápida, muitas celebridades também usam peças consideradas “moda rápida”.

Apesar da vertente *fast fashion* ser um fenómeno corrente, existem formas de contornar o desejo de obter roupas novas a todo o instante. Uma das formas de contornar a ânsia de adquirir novos produtos é comprar e usar roupas em segunda mão, pois apesar de se dar uma segunda vida a uma peça ou acessório está a contribuir-se para um futuro mais verde, mais sustentável.

*“...comprar e usar mais roupas em segunda mão!”* (Blanchard, 2008, p.11)

Contudo, a considerada moda lenta veio para ficar e a cada dia tem mais adeptos, pois cada vez mais são os indivíduos preocupados com o ambiente e com as suas futuras gerações.

*“Mas claro que o aquecimento global e a moda sustentável não são simples tendências sazonais. Vieram para ficar...” (Blanchard, 2008, p.25)*

## 2.3 Metodologia do design

Um criativo ligado à área da moda vive numa constante busca pela novidade, por aquilo que poderá vir a tornar as suas peças e/ou coleções mais consistentes e vendáveis, mas para chegar ao produto final existem diversas etapas que um designer não pode contornar.

Quando um designer de moda é desafiado pelos clientes a apresentar peças com certas características e o mesmo é específico no que deseja, o trabalho do criativo fica bastante facilitado, mas quando o mesmo não se verifica o designer deve utilizar o seu método de forma a alcançar um resultado final que agrade tanto ao criador como ao cliente. São inúmeros os métodos utilizados e todos eles válidos, pois são etapas pessoais que não têm de seguir uma ordem particular.

*“ A maneira como os designers desenvolvem seus processos de criação é extremamente pessoal, mas compartilham hábitos relacionados com os princípios do design de moda.” (Faerm, 2010, p.8)*

Segundo Faerm, a maneira como os designers desenvolvem o seu processo criativo é algo muito pessoal, contudo acabará por sofrer alterações através de fatores como o tempo e a experiência do indivíduo.

*“O método projectual não é mais do que uma série de operações necessárias, dispostas por ordem lógica, ditada pela experiência. O seu objectivo é o de se atingir o melhor resultado com o menor esforço.” (Munari, 1981,p.20)*

De uma forma sintética, o método projetual só faz sentido na presença de um problema, e para se encontrar a solução para o mesmo deverá seguir-se etapas pré-definidas.

Assim, a primeira etapa passa pela definição do problema, seguindo a identificação dos componentes do problema, a recolha de dados, a análise dos anteriores, a criatividade, os materiais e tecnologias, os esboços, os modelos, a verificação, o desenho construtivo e por fim chegar-se-á à solução.

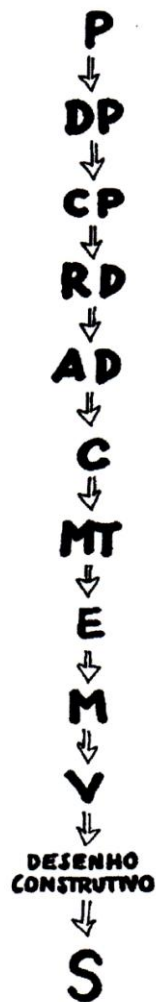


Imagem 1 - Esquema de metodologia projetual de acordo com Munari (1981)

As fases descritas são enunciadas por Munari (1981), o mesmo apresenta diversos modelos, mas considera o anteriormente descrito um dos mais completos.

Os designers da área do design de moda rapidamente encontram o desfecho para o problema que lhes é lançado, por norma fazem a pesquisa que consideram pertinente, esboçam e rapidamente começam o processo de construção da peça.

Comparando as fases do modelo de Bruno Munari com as fases pelas quais a maioria dos designers passam nota-se uma grande diminuição, essa diminuição de

fases é maioritariamente devida à falta de tempo (prazos de entrega). No entanto, algumas etapas são conscientemente ultrapassadas e outras desenvolvidas em simultâneo.

Contudo, nem todos os designers fazem uso do método mais simples, muitos adaptam consoante a maneira que consideram mais eficaz de alcançar os seus objetivos.

As etapas descritas por Bruno Munari são todas elas aplicáveis à área do design nas suas diversas vertentes.

Assim, segundo Munari numa metodologia para o Design a primeira etapa consiste em definir o problema. Na área do design de moda a definição do problema passa por definir o que se pretende realizar, ou seja, se iremos realizar uma peça, um coordenado ou se iremos realizar uma coleção.

Definido o problema segue-se a caracterização dos componentes onde se irá interpretar todos os aspetos directamente relacionados com a construção da peça, coordenado, ou coleção. Após a caracterização dos componentes segue-se a recolha de dados, onde se realiza uma pesquisa sobre projetos semelhantes (ou iguais) já realizados. Depois de efetuada a pesquisa irá proceder-se a uma análise de dados que se centra em compreender como os projetos encontrados na pesquisa foram desenvolvidos.

No final de todas as etapas mencionadas chega-se ao desenvolvimento do processo criativo, mais concretamente à etapa da criatividade.

É nesta etapa que se tem de conjugar todas as opções tomadas anteriormente. Segue-se a escolha de materiais e tecnologias a utilizar no projeto. Posteriormente à escolha de materiais procede-se a experimentação através da prototipagem. Logo que se consiga um bom protótipo segue-se para a próxima etapa onde se irá realizar provas e ajustes de modo a que a roupa assente na perfeição.

Por fim, realiza-se a prova final e se não forem necessárias alterações, pode-se considerar que se alcançou o produto final, que conseqüentemente é a solução ao problema inicial.

## 2.4. Design de moda

O termo designer de moda é caracterizado por indivíduos criativos e extremamente atentos, pois, é fundamental saber o que está a acontecer no mundo, porque esses mesmos acontecimentos podem transformar-se numa grande inspiração e deles resultar produtos fantásticos.

*“ Como indivíduos criativos com apetite voraz para acontecimentos culturais e sociais ...” (Faerm, 2010,p.8)*

*“São extremamente sintonizados com as mudanças históricas, culturais, sociais, políticas e econômicas do mundo e são capazes de analisar a cultura popular como faria um antropólogo.” (Faerm, 2010, p.8-9)*

Design de moda é o nome dado à profissão desempenhada pelo designer de moda e a sua equipa, esta profissão envolve inúmeras tarefas, onde a maioria é da responsabilidade do designer.

Assim, o design de moda envolve segundo Faerm; pesquisa, tendências, conceitos, tecidos, criação, qualidade, coleção, protótipos, detalhes, planos comerciais, provas de roupa, comunicação com a equipa de produção, revisão de protótipos e custos, tudo isto para o produto final (coleção) ter sucesso no mercado.

*“Há um conjunto de tarefas com o qual a maioria dos designers está sempre envolvida. Não se pode esperar que o profissional desempenhe todas as actividades directamente, mas a sua supervisão é essencial.*

*Os designers são os principais responsáveis pela criação de cada colecção, desde a inspiração até a etapa de produção. Mesmo quando contam com o apoio de uma equipe de assistentes, pesquisadores e criadores de tecidos, modelistas, especialistas em softwares de design e técnicos, eles precisam de supervisionar e dirigir seu ateliê de maneira apropriada e conveniente.” (Faerm, 2010, p.10)*

Através de Faerm apercebe-se a existência da dificuldade de caracterizar a moda e o vestuário, deste modo a moda é; tentadora; visionária; autêntica; única; nova; artística; antecipadora; simbólica; conceitual; inovadora; alusiva; desafiadora e imaginativa. Já o vestuário é impessoal; homogeneizado; genérico; indefinido; insípido; comum incoerente; banal;”produto”; filtrado; monótono e vago.

Depois da caracterização feita é de notar a grande importância na moda, é através dela que os indivíduos criativos comunicam e se exprimem.

No design de moda é de extrema importância seguir uma metodologia eficaz.

Apesar de existir muitas metodologias aceites a maioria não pode deixar colocar de lado certos pontos cruciais, posto isto, um dos pontos fulcrais é a pesquisa.

*“... Pesquisa significa investigação criativa, e o bom design não acontece sem alguma forma de pesquisa. Ela nutre a imaginação e inspira a mente criativa.”* (Sorger & Udale, 2009)

Segundo Sorger e Udale (2009) a pesquisa subdivide-se em duas partes; uma pelas matérias-primas e aviamentos que farão a diferença na construção das peças e outra que acontece depois de escolhido o conceito. Um tema ou conceito auxilia em diferentes decisões no processo criativo no qual o designer de moda se vê envolvido.

Atualmente toda a comunidade tem acesso a fontes de pesquisa, as mesmas são uma ferramenta muito importante de apoio a uma boa pesquisa, pode ser feita na WEB e/ou nas bibliotecas.

Outra das ferramentas associadas ao criativo é o *sketchbook*, por norma é aqui que o designer cola, experimenta, escreve, reflecte, rabisca, compõe e expõe a sua pesquisa, os seus interesses e as suas ideias. Um *sketchbook* acaba por ser um livro onde o criativo se expressa das mais variadíssimas formas.

Assim como o *sketchbook* os painéis de inspiração/*moodboards* são ferramentas que ajudam na comunicação de um tema, pois geralmente é nestes painéis que encontramos um “resumo” da pesquisa realizada, assim os painéis podem conter as cores da coleção, imagens de inspiração, palavras-chave, amostras de matérias-primas ou aviamentos, tudo o que auxiliará na descrição do conceito.

Após a elaboração dos painéis começar-se-á a esboçar e a criar os primeiros desenhos, a escolha da silhueta é efetuada durante este momento de criação. A silhueta é um elemento com grande importância, pois, é através dela que se consegue evidenciar ou não certas partes do corpo através do corte das peças, assim alcança-se um controlo sobre o olhar do público. Dentro da silhueta espera-se uma especial atenção para a proporção das peças em criação, sem não esquecer os detalhes que são uma parte fundamental na criação e execução de uma peça.

Os detalhes são determinantes para evidenciar uma peça, para a tornar única e exclusiva, fatores determinantes no que toca ao momento de adquirir a mesma peça.

Estes minuciosos pormenores podem revelar-se em aviamentos, acabamentos, em linhas, pontos a usar e outros que influenciem a estética diretamente do produto.

Após considerar-se todos os aspetos anteriormente referidos, chega o momento de decidir tecidos a utilizar, cores e texturas, os mesmos são bastante influenciados pelo tema que o criativo está a explorar e pela estação a que se destina a coleção.

Com o processo criativo a terminar resta expor as ideias, as mesmas poderão ser mostradas em *croquis* de moda e/ou ilustrações de moda, a escolha entre estas duas vertentes é relativa à forma de trabalho do designer de moda, contudo a escolha deverá ser o mais explícita possível.

Na imagem 2 pode observar-se um esquema relativo à metodologia do design de moda baseada em Soreger & Udale (2009).

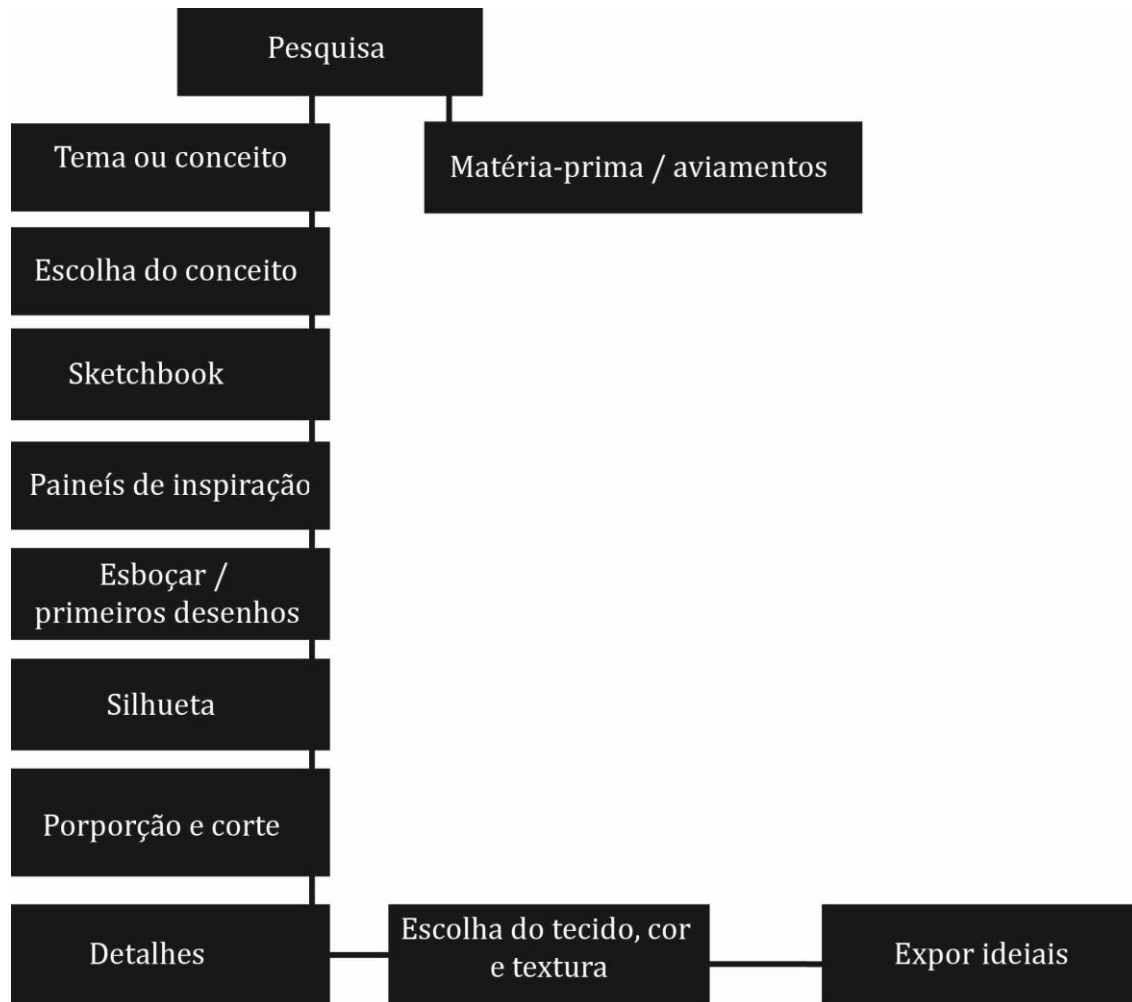


Imagem 2 - Metodologia do design de moda de acordo com Soreger & Udale (2009)

Fonte: A aluna

### **3. Estágio no atelier do designer Marios Schwab**

Uma das formas de um estudante colocar em prática os seus conhecimentos e competências pode ser através da integração numa equipa de trabalho, com a realização de um estágio. Um estágio não pressupõe unicamente que coloquemos os conhecimentos anteriormente adquiridos em prática, mas também que alcancemos outros de modo a enriquecermo-nos a nível profissional e também pessoal.

Através de um estágio pode-se querer atingir diversos objetivos, contudo acredita-se que a mais-valia é a experiência laboral que irá prepara-lo profissionalmente para o que poderá vir a desenvolver dentro da sua área de estudo.

A escolha do atelier foi realizada tendo em conta a hipótese de realização de diferentes tarefas, permitindo assim à mestranda um maior crescimento a nível profissional.

Através da realização do estágio a mestranda conseguiu ter uma abordagem próxima de como um atelier de moda se desenvolve quotidianamente, sendo importante não ter sido uma prática somente relacionada com o design, mas sim com todos os aspetos que constroem uma marca de moda.

Ter realizado o estágio no estrangeiro foi uma grande mais-valia, o facto de conhecer novos povos e culturas fez com que a mestranda fortalece-se a nível pessoal e profissional.

O estágio teve uma duração de 3 meses, tendo início a 2 de Novembro de 2015 e fim a 29 de Janeiro de 2016, o mesmo permitiu uma consolidação de conhecimentos bem como a aquisição de novos relacionados com; controlo de qualidade de tecidos, corte de tecido, edição de imagem, contacto com transportadoras, elaboração de listas de stock e entre outros.

### 3.1. Metodologia

Com intuito de se conseguir atingir com sucesso os objetivos propostos é necessário ter presente etapas pelas quais a mestranda se deve guiar.

Deste modo construiu-se um organograma onde se pode observar o processo de investigação, assim como a sua evolução.

Tendo como tópico investigativo: Compreender de que forma o papel de um designer de moda se desenvolve em contexto de atelier, assim todas as reflexões e investigações têm como objetivo conseguir atingir uma melhor resposta para a investigação.

No estado da arte encontra-se todas as pesquisas que a discente considerou pertinentes para se conseguir realizar um enquadramento temático.

Deste modo, a metodologia utilizada na construção do trabalho descrito no presente relatório é uma metodologia mista, pois faz uso de uma metodologia intervencionista qualitativa (sendo esta metodologia relativa ao período de estágio curricular), contudo também faz uso da metodologia não intervencionista qualitativa, metodologia essa relativa ao período no qual a mesma faz a sua investigação através de reflexões, pesquisas e estudos.

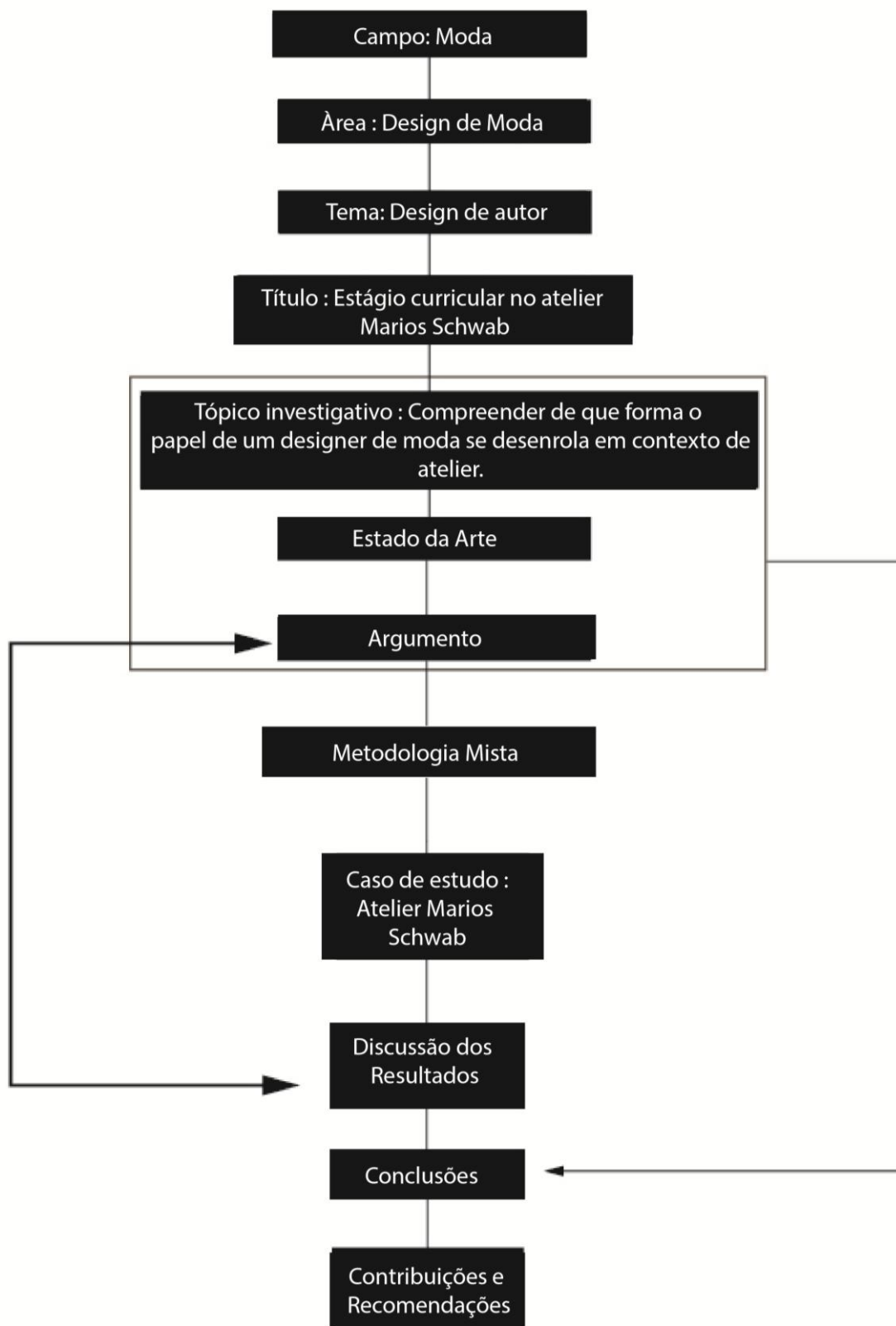
Relativamente à metodologia intervencionista qualitativa utiliza-se um método de estudo de caso (atelier Marios Schwab) com o auxílio à ferramenta observação e registo para se dar resposta ao tópico de investigação.

Em suma, foi através do estágio realizado que a mestranda adquiriu ferramentas para responder ao seu tópico investigativo, pois a observação direta durante o período de estágio curricular foi crucial para o desenvolvimento do presente relatório.

No âmbito deste estágio, entendeu-se pertinente desenvolver uma proposta de um projeto de design de moda que complementasse todo o trabalho anteriormente desenvolvido pelo designer de moda Marios Schwab. Este projeto, revela assim o conhecimento adquirido pela estagiária sobre o trabalho do designer e sobre o público do mesmo.

Tabela 1- Organograma do desenho de investigação.

Fonte: A Discente.



### 3.2. Objetivos gerais e específicos

A realização deste estágio agregava diversos objetivos que a discente pretendia alcançar;

Em contexto de atelier pretendia-se:

- Adquirir conhecimentos e compreender o funcionamento relativo às diversas áreas que constituem um atelier de design de moda,
- Especificamente pretendia-se compreender o papel do designer de moda em atelier nas diferentes tarefas;
- Acompanhar as etapas quotidianas num atelier de design de moda.
- Compreender de que forma uma marca de luxo, como a de Marios Schwab se desenvolve quotidianamente.

A nível pessoal ambicionava-se:

- Adquirir novos conhecimentos.
- Expandir possibilidades profissionais.

Tendo sido um estágio internacional desejava-se:

- Aprimorar e desenvolver competências linguísticas, neste caso o inglês.
- Atingir uma vasta observação de diversas culturas a nível de *street style*.
- Explorar o ramo da moda a nível internacional.

## 4. O designer

Segundo o site<sup>2</sup> Vogue do Reino Unido divulga outros desejos profissionais do designer, pois o mesmo durante a infância pretendia ser dançarino de ballet. Como o seu desejo profissional não foi alcançado o designer Greco - Australiano envervou na área da moda e com apenas 15 anos começou a estudar a mesma área anteriormente mencionada, realizando quatro anos de estudo sobre Alfaiataria na Áustria.

O seu percurso na moda continuou em rumo a Berlim onde frequentou a ESMOD.

Foi em Londres que o percurso académico do designer teve fim, foi no ano 2003 que Schwab realizou o Mestrado em moda feminina na famosa UAL.

O trabalho do designer foi mostrado pela primeira vez na iniciativa para jovens criadores intitulada de “*Fashion East*”. Schwab participou na iniciativa anteriormente descrita durante três temporadas.

Posteriormente iniciou o seu percurso como profissional independente apresentando as suas coleções na semana de moda de Londres, estreando-se com a coleção Primavera -Verão 2007.

O sucesso do designer continuou ficando a ser conhecido pelas interpretações únicas de formas naturais como se pode notar no site Vogue do Reino Unido.

Relativamente a prémios e distinções o designer conta com alguns, como; Novo melhor designer em 2006, na *British fashion awards*, *Swiss Textiles Award* em 2007.

Com um percurso de sucessos o designer foi congratulado várias vezes pelo seu trabalho uma delas foi em 2006, no evento *British Fashion Awards* onde foi eleito como “*Best New Designer*”, outro prémio de que foi congratulado em 2007 foi o *Swiss Textile Award*, contudo já em contexto académico, nomeadamente quando frequentava a ESMOD foi distinguido com o título de melhor estudante. A marca do designer foi fundada em 2005 em Londres, onde o mesmo reside e exerce a sua profissão.

Com sucesso visível o designer tem as suas criações à venda um pouco por todo o mundo, nomeadamente nas grandes cidades como Paris, Londres e Nova Iorque.

---

<sup>2</sup> acedido no dia 14 de Abril de 2016



Imagem 3 - Marios Schwab

Fonte: <http://www.vogue.co.uk/news/2013/10/30/marios-schwab-maison-martin-margiela-design-collaboration-rumours>

## 4.1. Organigrama da empresa

O atelier Marios Schwab com sede em Londres, tem vindo a sofrer algumas alterações, nomeadamente cortes tanto no espaço que o atelier ocupava como no número de pessoas que nele trabalhavam. Hoje em dia, o atelier não faz apresentações sazonais na Londres Fashion week nem produz coleção sazonal, limitando-se a trabalhar em projetos individuais ou de colaboração.

Assim, quando a Mestranda começou o seu estágio no atelier anteriormente referido a assistente de estúdio não era Adriana Arriola, mas sim Izzy Higgs. Na grande maioria do estágio foi Izzy Higgs que orientou a mestranda e os restantes estagiários, distribuindo as tarefas de modo que o trabalho fluísse rapidamente e com qualidade pretendida.

Atualmente o atelier Marios Schwab conta com o Designer criativo e dono: Marios Schwab, na parte de contabilidade: Pablo Rosado, a atual assistente de estúdio; Adriana Arriola. Na vertente de produção a empresa conta com a colaboração de dois modelistas: Karen e Masato e uma costureira; Johanna. Na imagem 4 pode observar-se o organigrama do atelier.

Na altura de estágio, o atelier contava com 4 estagiários, os mesmos possuíam diversas funções desde controlo de qualidade dos tecidos a trabalho a nível de edição no computador.

Organigrama do atelier Marios Schwab

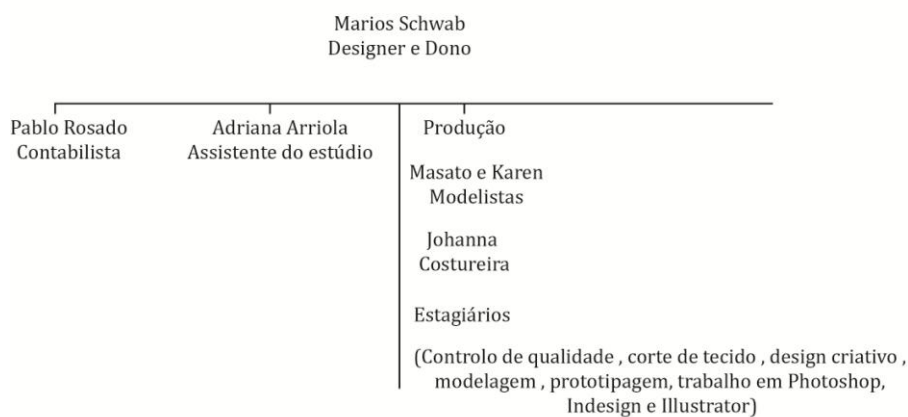


Imagem 4- Organigrama do atelier

Fonte: A própria

## 4.2. Clipping

Segundo o artigo escrito por Naomi Muhammad<sup>3</sup> a imprensa tem sido seguidora do designer, deste modo têm-lhe dado um destaque considerável visto que o mesmo já surgiu em diversas edições da Vogue de diferentes nacionalidades (como por exemplo Vogue Britânica, Vogue Americana e Vogue Francesa) nas revistas Dazed & Confused, Self-Service e outras.



Imagem 5 - Vestido Marios Schwab na revista Dazed and Confused.

Fonte: <http://www.queenofmayhem.com/2009/07/dazed-confused-in-another-dimension.html>



Imagem 6 - Body Marios Schwab na revista Esquire.

Fonte: <http://therakishgent.blogspot.pt/2013/08/inside-esquire-september-2013.html>

<sup>3</sup> para o site: meetthedesigner.com, acedido no dia 14 de Abril de 2016

### 4.3.Principais clientes - caracterização

A maioria das clientes que elegem Marios Schwab pertence a uma classe social alta, com excelentes rendimentos.

Sendo um designer conhecido pelos bordados e ornamentos que usualmente utiliza para embelezar as suas peças, colocando as mesmas num patamar de exclusividade e de singularidade podem-se considerar assim ideais para um público feminino específico, normalmente aclamado de celebridades, sendo as anteriores as principais clientes e segundo o website oficial da Vogue do Reino Unido acedido no dia 11 de Abril de 2016 revela alguns nomes que usaram as criações do designer, são elas; Kate Moss, kylie Minogue, Chloe Sevigny, Thandie Newton, Clemence Poesy e Hilary Duff..

Como se pode visualizar nas seguintes imagens 7, 8 e 9, Jane Fonda , Amanda Seyfried e Olivia Wilde são mais alguns dos nomes que podemos juntar à lista anteriormente mencionada.



Imagem 7 -Jane Fonda em Marios Schwab

Fonte: <http://www.redcarpet-fashionawards.com/category/shopping/shopping-designers/marios-schwab-shopping-designers-shopping/>



Imagem 8 - Amanda-Seyfried em Marios-Schwab

Fonte: <http://www.redcarpetfashionawards.com/2013/06/06/amanda-seyfrieds-marios-schwab-blue-lace-pleated-dress/>



Imagem 9 - Olivia Wilde em Marios Schwab

Fonte: <http://www.redcarpet-fashionawards.com/2013/09/09/olivia-wilde-in-marios-schwab-variety-studio-at-holt-renfrew/>

## 4.4.Parcerias

### 4.4.1.Swarovski-Schwab

Através do acesso ao site<sup>4</sup> oficial da *Swarovski*, damos conta do luxo inerente à mesma. Sendo uma marca conceituada e de enorme relevo, fundada em 1895, é de salientar colaborações e parcerias realizadas em conjunto com a mesma.

Schwab foi um designer contemplado com a marca de renome para colaboração, segundo o website oficial da Vogue Reino Unido acedido no dia 30 de Março de 2016, a mesma deu-se em 2008 no evento “*Runway Rocks show*”.

Tendo sido um sucesso as duas identidades referidas continuaram a colaborar.

Nas seguintes imagens podemos observar elementos *Swarovski* e de que maneira o designer os utiliza de modo a transmitir a sua inspiração.

Na imagem 10 pode-se observar a utilização dos cristais *Swarovski* na zona do busto do vestido. A imagem 11 mostra um vestido decorado com pérolas *Swarovski*.



Imagem 10 - Vestido com cristais Swarovski Autumn/winter 2009-10

Fonte: <http://www.vogue.co.uk/news/2009/10/29/marios-schwab-swarovski-looks/gallery/429707>



Imagem 11 - Pérolas Swarovski s/s 2007

Fonte: <http://www.vogue.co.uk/news/2009/10/29/marios-schwab-swarovski-looks/gallery/429706>

#### 4.4.2. Kallisti x Schwab

Marios Schwab é um designer de moda que ao longo da sua carreira tem vindo a realizar diversas parcerias com entidades de renome no mundo da Moda.

Uma das parcerias bem sucedidas implica *lingerie*, Kallisti x Marios Schwab é o nome dado às linhas de *lingerie* criadas pelo designer Marios Schwab.

Segundo o site oficial Asos (no qual é efetuada a distribuição de Kallisti x Marios Schwab), contemplamos que as vendas através do site foram bem sucedidas, daí a colaboração continuar atualmente para uma terceira coleção.

Através do mesmo website constata-se que a inspiração do designer começa através do *eveningwear* de que é característico, deste modo surgem complexos bordados e construções adornadas que tornam as peças únicas.

Este aclamado website<sup>5</sup> internacional, tem como público-alvo uma população jovem onde os mesmos podem adquirir as últimas novidades e colaborações não só de *lingerie* mas também de roupa e acessórios. O mesmo dispõe de 80.000 produtos entre os quais podemos encontrar de marca própria e de outras marcas.



Imagem 12 - Website Asos x Marios Schwab

Fonte: <http://www.asos.com/search/MariosSchwab?hrd=1&q=Marios+Schwab&RecentSearchesUsed=true>

---

<sup>5</sup> site oficial Asos , acedido no dia 15 de Abril de 2016

Nas imagens 13 a 20 pode-se observar uma vista geral do website Asos , no qual é vendido a coleção kallisti por Marios Schwab , assim como imagens das peças da mesma coleção .

A imagem 11, mostra um *print screen* da vista geral do website anteriormente mencionado.

Já nas imagens numeradas entre 13 e 22 podemos visualizar algumas das peças da coleção que está à venda na Asos.

Em todas estas peças íntimas está inerente o cunho pessoal do designer através dos detalhes, das aplicações, das formas e cores utilizadas.

The screenshot shows the ASOS website interface for a search of 'Marios Schwab'. At the top, there are navigation links for 'WOMEN' and 'MEN', and a promotional banner that reads 'TRY TO ACT COOL NOW UP TO 70% OFF THE SALE!'. Below the banner, the search results are displayed. On the left, there is a 'REFINE BY' sidebar with filters for 'STYLE', 'COLOUR', 'SIZE', 'BRAND', and 'PRICE RANGE'. The main area shows four styles found, with three items visible: a dark purple hipster pant, a lace corsetlette, and a black bralette. Each item has a price tag and a 'NOW' price. The 'Kallisti by Marios Schwab for ASOS Inc Lace Corsetlette' is priced at €98.59, now €59.15. The 'Kallisti by Marios Schwab for ASOS Inc Mirror Trim Taffeta Bralet' is priced at €84.50, now €30.28.

Imagem 13 - Website Asos

Fonte: <http://www.asos.com/search/MariosSchwab?hrd=1&q=Marios+Schwab&RecentSearchesUsed=true>

Na *lingerie*, Marios Schwab opta por cores na sua grande maioria neutras, destacando-se o preto. O seu cunho pessoal transparece através das aplicações usadas, sejam elas fitas ou cristais. Os cortes das peças íntimas são sóbrios dirigindo toda a atenção do consumidor para os detalhes.



Imagem 14 - Kallisti x Marios Schwab

Fonte: <http://www.asos.com/search/Marios-Schwab?hrd=1&q=Marios+Schwab&RecentSearchesUsed=true>



Imagem 15 - Kallisti x Marios Schwab

Fonte: <http://www.asos.com/search/Marios-Schwab?hrd=1&q=Marios+Schwab&RecentSearchesUsed=true>



Imagem 16 - Kallisti x Marios Schwab

Fonte: <http://www.asos.com/search/Marios-Schwab?hrd=1&q=Marios+Schwab&RecentSearchesUsed=true>



Imagem 17 - Kallisti x Marios Schwab

Fonte: <http://www.asos.com/search/Marios-Schwab?hrd=1&q=Marios+Schwab&RecentSearchesUsed=true>



Imagem 18 - Kallisti x Marios Schwab

Fonte: <http://www.asos.com/search/Marios-Schwab?hrd=1&q=Marios+Schwab&RecentSearchesUsed=true>



Imagem 19 - Kallisti x Marios Schwab

Fonte: <http://www.asos.com/search/MariosSchwab?hrd=1&q=Marios+Schwab&RecentSearchesUsed=true>



Imagem 20 - Detalhe : Kallisti By Marios Schwab

Fonte: <http://www.asos.com/search/MariosSchwab?hrd=1&q=Marios+Schwab&RecentSearchesUsed=true>



Imagem 21 - Peças para venda: Kallisti By Marios Schwab

Fonte: <http://www.asos.com/search/Marios-Schwab?hrd=1&q=Marios+Schwab&RecentSearchesUsed=true>



Imagem 5 - Peça para venda: Kallisti by Marios Schwab

Fonte: <http://www.asos.com/search/Marios-Schwab?hrd=1&q=Marios+Schwab&RecentSearchesUsed=true>

Atualmente uma boa imagem é crucial para uma comunicação de sucesso do produto. Todo o *branding* e imagem do *packaging* podem ou não atrair o consumidor. As imagens 23,24 e 25 mostram a imagem da marca Marios Schwab x Kallisti.

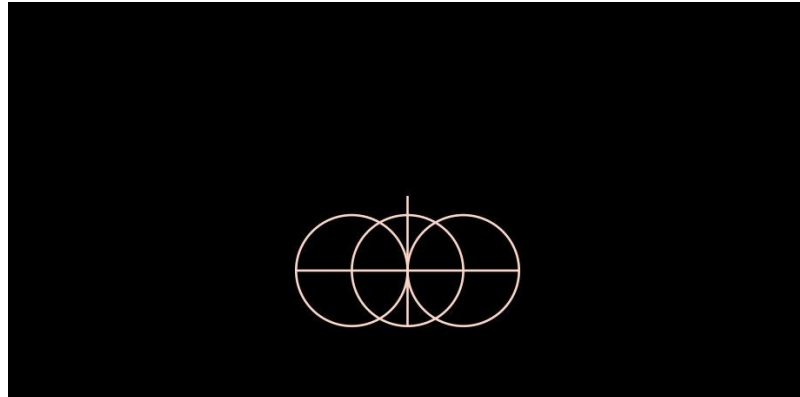


Imagem 6 - Imagem e Branding , Marios Schwab x Kallisti

Fonte: <http://www.marmaladelondon.co.uk/project/mariosschwab-branding-fashion/>



Imagem 7 - Imagem e Branding , Marios Schwab x Kallisti

Fonte: <http://www.marmaladelondon.co.uk/project/mariosschwab-branding-fashion/>



Imagem 8 - Packaging Marios Schwab x Kallisti

Fonte: <http://www.marmaladelondon.co.uk/project/mariosschwab-branding-fashion/>

Kallsiti x Marios Schwab executaram uma parceria com Jahel Guerra da qual resultou uma sessão fotográfica que a mestranda enquanto estagiária da marca colaborou. Através do acesso ao website oficial da fotógrafa Jahelguerra.com no dia 14 de Abril de 2016, conseguimos ter conhecimento de aspetos pessoais, profissionais, da sua biografia assim como do seu portfolio onde constam 4 imagens (26, 27, 28 e 29) que resultaram da sessão fotográfica realizada em colaboração com o designer Marios Schwab.



Imagem 9 - Sessão fotográfica Kallisti x Marios Schwab

Fonte: <http://jahelguerra.com/Client-Work/Design>



Imagem 10 - Sessão fotográfica Kallisti x Marios Schwab

Fonte: <http://jahelguerra.com/Client-Work/Design>

Nesta sessão fotográfica a aluna ficou encarregue de reunir todo o material necessário para a produção. Todas as decisões que envolvessem a pose da modelo, o posicionamento estratégico dos elementos na composição gráfica, a direção da luz ou ausência de luz na composição, os conjuntos de lingerie utilizados em cada composição, todo o styling envolvente como a maquilhagem e os cabelos foram escolhidos/discutidos pelo designer em conjunto com a fotógrafa.



Imagem 28 - Sessão fotográfica Kallisti x Marios Schwab

Fonte: <http://jahelguerra.com/ClientWork/Design>

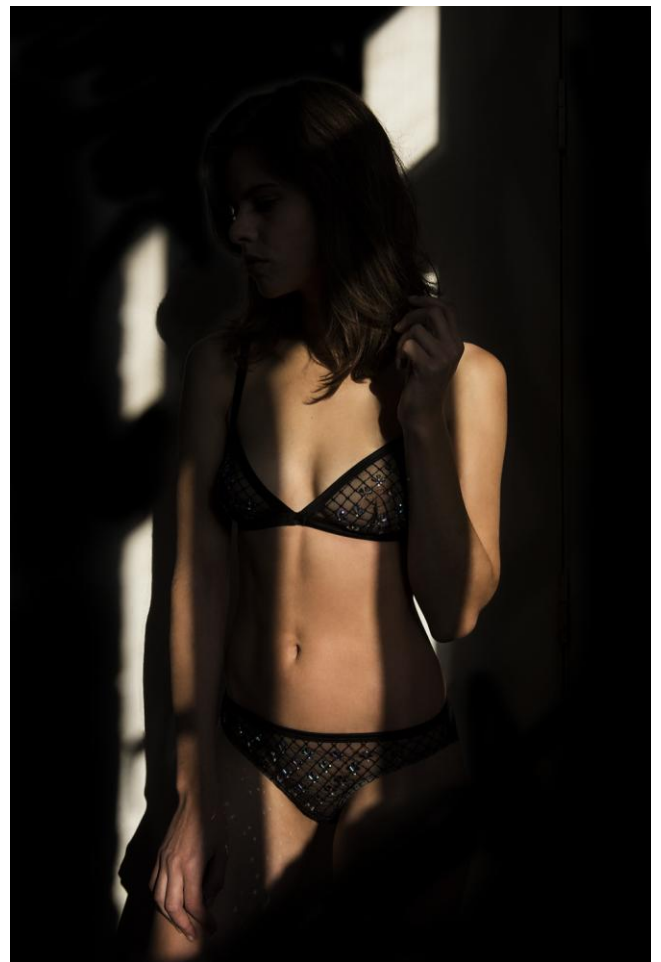


Imagem 29 - Sessão fotográfica Kallisti x Marios Schwab

Fonte: <http://jahelguerra.com/ClientWork/Design>

### 4.4.3. Fiorelli

Como já foi anteriormente referido o designer tem sido protagonista de várias colaborações, uma das mais recentes é realizada com a Marca de acessórios Fiorelli.

Através do acesso ao website oficial da marca<sup>6</sup>, conclui-se que é uma marca que possui bons alicerces, pois é originária de 1988, aposta na internacionalização e está presente em mais de mil lojas de retalho e em boutiques independentes.

Inicialmente a marca tinha um público-alvo muito restrito, trabalhando para uma população sofisticada e típica de “trabalhadores na cidade”.

“*Standard City Equipment*” era o slogan que referenciava Fiorelli. Contudo, com o passar dos anos, a mesma sentiu necessidade de inovar, reinventar e ampliar o seu público-alvo e isso verifica-se com a nova direcção que entra em vigor em 1994.

Com o tempo a marca alcançou inúmeros êxitos e a internacionalização, atualmente é considerada líder no mercado dos acessórios.

## MARIOS SCHWAB X FIORELLI

This exciting designer collaboration  
brings together two of fashion's  
favourites, the highly respected  
Marios Schwab and one of Britain's  
best-selling handbag brands Fiorelli.

#MSxFiorelli

Imagem 30 - Fioreli x Marios Schwab

Fonte: [http://www.fiorelli.com/catalogs  
earch/result?q=marios+schwab](http://www.fiorelli.com/catalogs/search/result?q=marios+schwab)

---

<sup>6</sup> \*Acesso ao website oficial dia 15 de Abril de 2016

Nas imagens compreendidas entre o número 31 a 34 apresenta-se *print screns* do website Fiorelli mais especificamente da coleção em parceria com o designer de moda Marios Schwab.

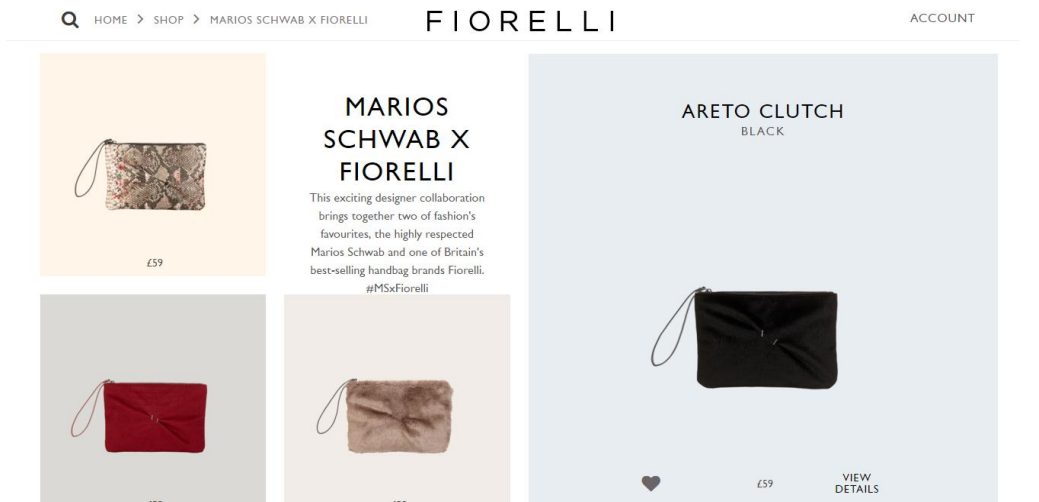


Imagem 31 - Fioreli x Marios Schwab

Fonte: <http://www.fiorelli.com/catalogsearch/result?q=marios+schwab>

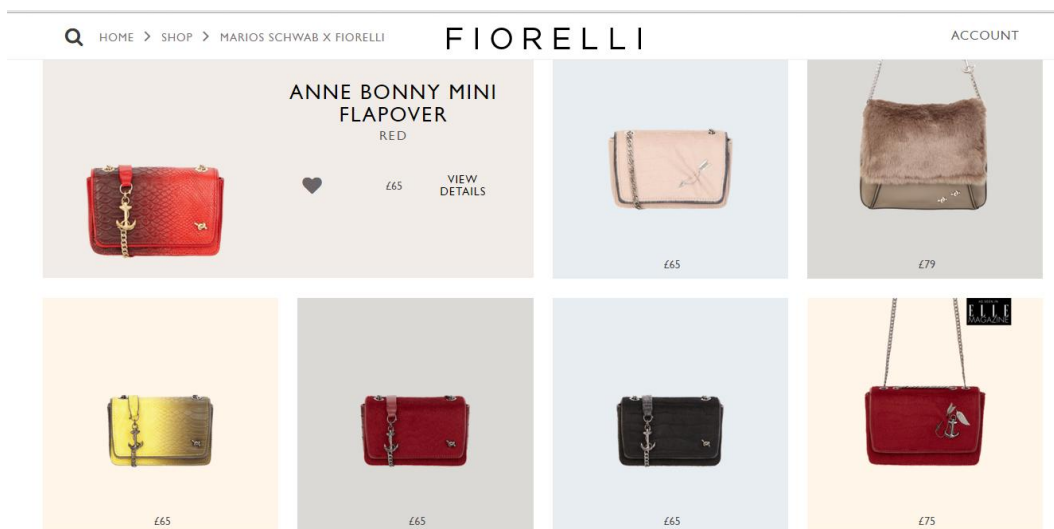


Imagem 32 - Fioreli x Marios Schwab

Fonte: <http://www.fiorelli.com/catalogsearch/result?q=marios+schwab>

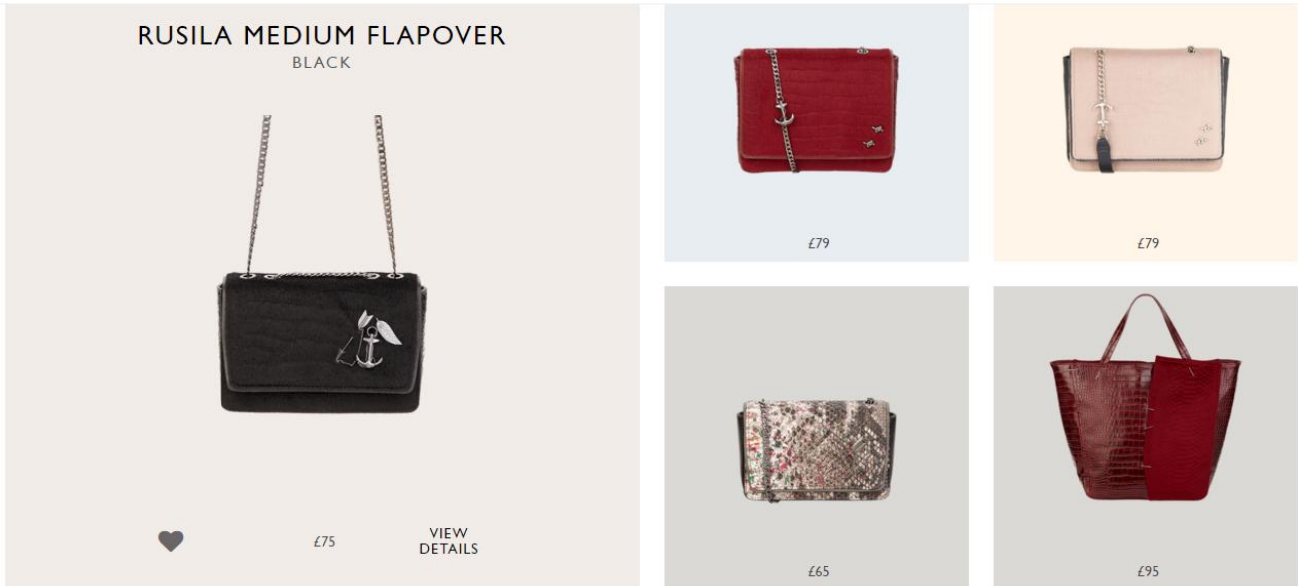


Imagem 33 - Fioreli x Marios Schwab

Fonte: <http://www.fiorelli.com/catalogsearch/result?q=marios+schwab>

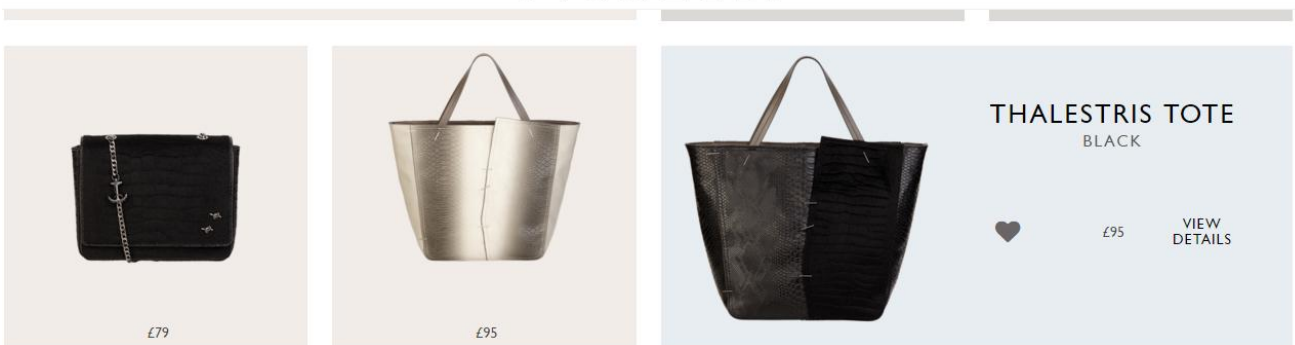


Imagem 34 - Fioreli x Marios Schwab

Fonte: <http://www.fiorelli.com/catalogsearch/result?q=marios+schwab>

## 4.5. Atividades desenvolvidas

Enquanto estagiária no atelier anteriormente referido realizou inúmeras tarefas, deste modo, para facilitar a compreensão das mesmas realizou-se o quadro abaixo que contém uma breve descrição das tarefas desenvolvidas e o mês em que foram realizadas, seguido de diversos textos onde se encontra as tarefas descritas em detalhe.

Tabela 2- Atividades desenvolvidas

Fonte: A aluna.

Descrição da tarefa	M ê s	Novembro	Dezembro	Janeiro
<b>1. Imagem</b> Edição / manipulação de imagem				
<b>2. Corte</b> Peças finais e protótipos				
<b>3. Matéria-prima</b> Controlo de qualidade Planos de corte Cálculo de matérias				
<b>4. Shopping/Pesquisa</b> Matérias- primas				
<b>5. Arquivo</b> Organização de moldes, peças e tecidos				
<b>6. Logística</b> Contacto com transportadoras, encomendas				
<b>7. Orçamentos</b> Solicitação de orçamentos a várias entidades				

## 1- Imagem

As tarefas relativas à parte da imagem passaram por fotografar algumas peças das peças de *lingerie* da colaboração Marios Schwab com Kallisti , com a finalidade de se criar um *lookbook* para divulgação da coleção.

Deste modo, recorreu-se ao uso de softwares informáticos como; Photoshop e Adobe Illustrator.

No Photoshop fez-se uso de ferramentas com o intuito de melhorar e manipular a imagem, quando necessário, a fim de transmitir maior realismo.

Foi então no software Adobe Illustrator que foram colocados todos os elementos gráficos de forma a construir-se um *lookbook* atual. No entanto a estagiária utilizou o referido software para realizar diversas impressões de diferentes escalas de um padrão, de modo a decidir-se qual seria o tamanho ideal a utilizar.

No uso dos softwares previamente mencionados, a aluna não sentiu qualquer dificuldade.

## 2-Corte

Tendo como referência as atividades desenvolvidas de acordo como segundo tópico são elas a preparação e execução do corte dos moldes para a confeção das peças.

A aluna quando efetuou tarefas relativas ao corte foi previamente advertida para o método usado no *atelier*, pois por norma trabalhava-se com tecidos finos e muito leves garantindo um corte mais preciso, deste modo, começa-se por cortar do rolo de papel quadriculado uma quantidade razoável, de modo a conseguir-se encaixar os moldes que se pretende cortar em tecido no mesmo.

De seguida numa mesa de corte disponível procede-se ao desenrolar do tecido, de modo que o mesmo seja colocado em cima do papel quadriculado (tendo em conta o fio direito dos moldes e tecido).

Para evitar oscilações fixa-se as camadas (tecido, papel quadriculado na base e moldes) com alfinetes, tendo sempre presente que deverá existir o mínimo desperdício possível de tecido.

Após a verificação de todos os detalhes advém o corte dos moldes para posterior confeção.

O processo descrito aplica-se quer para moldes de peças finais quer para protótipos.

### 3-Matéria-prima

Considerando as tarefas relacionadas com o tópico número três a discente desenvolveu atividades no âmbito de corte, planificação dos anteriores e cálculos sobre a matéria-prima, assegurou também a presença dos aviamentos correctos a utilizar na mesa da costureira sempre que solicitado.

No tópico anterior foram descritas todas as atividades que implicavam o corte e o seu planeamento, assim pretende-se descrever a atividade mencionada como o cálculo de matéria-prima.

Quando se prepara planos de corte e o corte de peças é fundamental saber se existe no estúdio a matéria-prima necessária para a confeção da peça.

Assim, a aluna verificava se a matéria-prima era a pretendida para a peça a confeccionar e media o tecido de modo a desvendar se seria necessário encomendar mais matéria ao fornecedor.

#### 4-*Shooping*/pesquisa

Tendo em conta o tópico quatro as atividades desenvolvidas pela estagiária englobavam pesquisa de matéria-prima e se necessário a compra da mesma.

Na questão da pesquisa o pedido era encontrar tecidos similares aos das amostras fornecidas pelo designer, no decorrer da procura pretendia-se adquirir amostras e informação do material como o preço por metro, cores disponíveis e o tamanho.

Quando toda a informação fosse reunida, voltava-se ao *atelier* para entregar a pesquisa efetuada, e se fosse necessário adquirir alguma matéria-prima presente nas amostras a aluna deslocar-se-ia novamente à loja para se efetuar a compra.

Todo este processo de *shooping* e pesquisa foi realizado através da deslocação da aluna às lojas indicadas previamente.

Apesar de não conhecer o país a mestranda não sentiu qualquer dificuldade em encontrar os sítios indicados devido à sua persistência, interesse e ao auxílio das tecnologias móveis.

#### 5- Arquivo

Em relação às funções desempenhadas pela aluna relativas ao tópico número cinco passaram essencialmente pela organização de arquivos; fosse ele de peças de roupa, tecidos ou moldes.

Os moldes eram organizados através da estação e do ano da coleção, contudo todos os que estavam presentes no *atelier* foram verificados pois não faria sentido manter todos os existentes.

Do mesmo modo acontecia com as peças, que eram organizadas por estações e ano, já os tecidos eram agrupados por características comuns entre eles.

## 6-Logística

As atividades desenvolvidas relativamente à logística centravam-se no contacto com transportadoras e com fornecedores.

Sendo um *atelier* de moda a chegada e envio de encomendas é uma constante, portanto é de extrema importância manter o contacto com a entendida transportadora.

Quando era necessário enviar alguma coisa a estagiária contactava várias empresas ligadas ao transporte de modo a conseguir apurar qual das entidades faria o serviço mais rápido e a um custo mais reduzido.

Se por algum motivo as encomendas se atrasassem, contactava-se de novo a empresa responsável ou rastreava a encomenda online.

Relativamente a todos os aspectos que envolveram a parte de logística foi um enorme benefício para a mestrande, visto que nunca tivera experienciado este género de contacto a nível empresarial.

## 7-Orçamentos

A colaboração da discente na parte relativa à realização de orçamentos não foi muito aprofundada.

Contudo, a mesma colaborou com a pessoa responsável pela orçamentação, verificando todos os aviamentos e metros de tecido utilizados numa peça de modo a facilitar a contabilização dos preços de cada elemento.

No entanto o pedido de orçamentos para matérias, aviamentos, transportes e outros era efetuado regularmente, assim a estagiária solicitava orçamentos através do telefone com a DHL ou outras entidades/fornecedores.



Assim, a colaboração direta da estudante neste projeto passou pela realização de acabamentos em algumas das peças, a realização de planos de corte e o corte das mesmas peças.

2) Sample Sales: A preparação de todos os detalhes para a Sample Sales foi bastante exaustiva, pois a discente realizou uma nova lista de *stock*, de todas as peças em arquivo, tanto vestuário como acessórios, na nova lista de *stock* foi necessário verificar todas as referências, cores, tamanhos e preços de modo a coincidir com as etiquetas que as peças apresentavam e realizar as alterações necessárias. Contudo, foi pedido à estudante a realização de um documento de pesquisa onde constariam as datas e nomes de diversos designers que ainda não tivessem realizado Sample Sales para fazer uma melhor escolha acerca do melhor dia para se realizar a Sample Sales.

O mesmo documento serviu para saber se seria pertinente realizar o evento em conjunto com outra e/ou outras marcas do ramo.

Deste modo, decidiu-se realizar em conjunto com outros designers na sala da música em Mayfair, no dia 3 de Dezembro de 2015 entre as 11 horas da manhã até às 20 horas da noite, onde se realizou a Sample Sales intitulada por “The only one and only designer sale”.



Imagem 35 - Cartaz na entrada para a sala da Música; Mayfair

Fonte: A Mestranda



Imagem 36 - The one And Only Designer Sale

Fonte: <https://www.facebook.com/mariosschwabatelier/photos/a.469046033132372.97089.202148439822134/976294072407563/?type=3&theater>

Com vista a um aumento de lucros na *Sample Sales*, foi pedido à aluna que cortasse moldes e que confeccionasse t-shirts básicas, neste caso na frente seriam em renda e nas costas em *jersey*. A confecção das mesmas foi realizada nas máquinas disponíveis no *atelier*.



Imagem 37 - Moldes de T-shirt para a *Sample Sales*

Fonte: A Mestranda



Imagem 38 - Costura das T-shirts

Fonte: A aluna



Imagem 39 - T-shirt - vista geral

Fonte: A Mestranda

Na *Sample Sales* toda a roupa estava organizada nos expositores e pendurada em cabides para facilitar a observação das mesmas. Este género de evento permitiu a exploração de conteúdos relacionados com temáticas como o vitrinismo e a organização/ apresentação em *showroom* ao público.

Nas imagens 40 e 41 pode-se visualizar a disposição no evento das peças de vestuário.



Imagem 40 - Expositor Marios Schwab - Vista geral; Sample Sales

Fonte: A mestranda



Imagem 41 - Expositor Marios Schwab - Vista geral; Sample Sales

Fonte: A mestranda

3) Kallisti x Marios Schwab: Relativamente à lingerie assinada por Marios Schwab a discente realizou diversas atividades nomeadamente organização do *stock* , colaboração na realização do *lookbook* onde fotografou as peças e posteriormente através do Photoshop editou-as de modo a poderem ser utilizadas no *lookbook* . A mestrande ficou também encarregue de reunir todos os elementos necessários para a viagem que o designer e uma colaboradora iriam realizar a Paris para promover a lingerie. A promoção referida realizou-se num salão internacional de *lingerie* para o qual o designer foi convidado.

## 4.7. Reflexão

O estágio curricular realizado foi de extrema importância para a discente, pois foi o primeiro contacto com o mundo do trabalho.

Um dos fatores benéficos foi o facto da discente ter realizado este estágio curricular fora do país, pois conheceu outra realidade.

Todos os ensinamentos prévios adquiridos em contexto escolar foram cruciais para a execução do estágio em questão, assim durante o período de contacto com o mundo profissional, efectuou-se comparações relativas a métodos de trabalho e em casos particulares específicos realizou-se aprendizagens novas, que complementaram o leque de conhecimentos da mestranda.

No entanto, paralelamente, as aprendizagens detidas em contexto académico foram fortalecidas e aprimoradas, pois os conteúdos programáticos lecionados na Escola Superior de Artes Aplicadas em Castelo Branco, no curso de Design do Vestuário e Têxtil foram fundamentais para a integração da mestranda em contexto de trabalho. Deste modo, foi graças à qualidade da matéria instruída que a mestranda não sentiu dificuldades de adaptação, pois os métodos ensinados confrontados com os métodos utilizados no *atelier* eram consideravelmente similares.

Tendo sido um estágio curricular internacional, mais precisamente em Londres, o contacto quotidiano com diferentes culturas e religiões foram uma mais-valia relativamente ao facto da estudante expandir horizontes. Contudo, devido à grande afluência de diversas culturas pudesse captar diversos tipos de informação através de análises detalhadas do *street style* em que naquele país específico é uma constante.

Através do contacto com o grande nível cultural inerente ao país onde se efetuou o estágio curricular, considera-se de grande relevância para todos os indivíduos, mas sobretudo para artistas onde a criatividade está presente no dia-a-dia desenvolvendo uma capacidade imaginativa bastante produtiva.

No decorrer do estágio curricular foi de notar a constante disponibilidade por parte dos membros do atelier para qualquer eventualidade; como esclarecimento de dúvidas e em alguns casos a realização de novas aprendizagens relativos a novos métodos de trabalho.

O espírito de equipa e a boa relação laboral entre todos os colaboradores foi uma constante, assim como a vontade demonstrada pelo designer para que todos os colaboradores se sentissem bem no meio físico de trabalho assim como o desejo por parte do mesmo em que a cada dia se construísse uma melhor formação para os discentes colaboradores, de modo que quando chegasse o fim do estágio o estudante detivesse a sensação de que valeu a pena o esforço efectuado, pois adquiriu informação que lhe será útil para o futuro no momento em que integrar o mundo real do trabalho.

Foram vários os fatores que tornaram a experiência positiva. No entanto, o que mais marcou positivamente a estudante foram a expansão de horizontes, culturais, artísticos que *à posteriori* proporcionaram uma enorme aprendizagem /desenvolvimento tanto a nível pessoal como a nível profissional. Também o facto de ter tido contacto com novos métodos de trabalho, com outras formas de alcançar o produto final foi muito enriquecedor e será uma mais-valia para o futuro da mestranda.

Para concluir, a aluna fará um projeto prático de uma coleção cápsula de cinco looks de Primavera - Verão tendo por base os princípios da marca na qual estagiou, deste modo o designer mostrou-se entusiasmado e a mestranda irá contar com a supervisão do designer em todo o processo criativo.

## 5. Proposta de projeto para Marios Schwab

Ao longo dos três meses de estágio realizado no atelier do designer Marios Schwab a aluna deteve a oportunidade de um contacto directo com o público-alvo, esta oportunidade surgiu na Sample Sales onde a mesma colaborou.

Considera-se pertinente este género de contacto, pois de uma forma objectiva identifica-se o que é procurado pelo consumidor.

Deste modo, conseguiu-se depreender, através da observação direta que a oferta da marca deveria englobar peças mais casuais pois a mesmas foram solicitadas no evento.

Verificando essa necessidade e em conjunto com a empresa a estudante propõem-se a realizar uma linha *casual* para a marca onde realizou o estágio curricular, Marios Schwab, pois considera crucial responder as necessidades do público-alvo para existir sucesso nas vendas.

Com a linha *casual* não se pretende alterar a qualidade das peças nem a estética de que a marca é conhecida.

Sendo uma marca de luxo, a mesma já detém um público-alvo bem definido e sólido, deste modo o factor preço não deverá oscilar no que já é conhecido por parte do consumidor, será um aumento do leque de oferta, agora com opções para o quotidiano.

Em suma, ambiciona-se através da coleção *casual* aumentar o leque de clientes e atrair novos para a marca com foco na população mais jovem. Deste modo pretende-se cumprir um dos objetivos principais que é aumentar as receitas da marca.



Imagem 42 - Etiqueta a utilizar na coleção cápsula

Fonte: A própria

## 5.1. Objetivos

Depois de terminado o período de estágio e após o início de reflexões sobre o mesmo, depreende-se pelos motivos já descritos noutros pontos deste relatório a falta de uma linha *ready-to-wear* de modo a completar o leque de oferta da marca.

Deste modo considera-se como objetivos gerais;

- Atingir o público-alvo com o intuito de fideliza-lo.
- Deixar um contributo inovador na marca Marios Schwab.
- Conseguir desenvolver uma coleção vendável tendo em consideração o público a que se destina.
- Adquirir novos conhecimentos através do desenvolvimento de uma coleção com um consumidor e estética definida.

Com os objetivos gerais definidos, segue-se a definição dos objetivos específicos;

- Conseguir angariar novos clientes para a marca.
- Compreender a nível criativo a essência da marca e conseguir transpor a mesma para uma linha *casual wear*.
- Conseguir um bom produto final de acordo com todos os aspectos que definem a marca.

## 5.2. Palavras-chave da coleção

Esta coleção foi desenvolvida tendo em conta vários pontos fulcrais, são eles explícitos nas seguintes palavras-chave:

Conforto

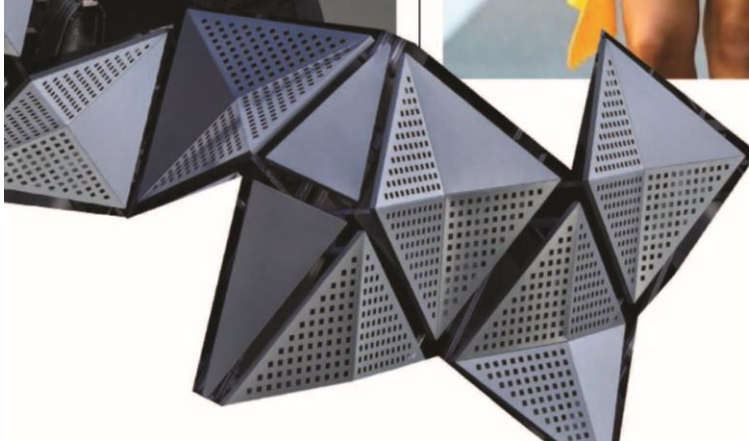
Prática

Qualidade

### 5.3. Público-alvo

O público-alvo da coleção “*Line up*” é um público jovem que segue tendências, que se encontra na faixa etária entre os 19-30 anos. São apreciadores do luxo e qualidade tanto a nível de design como a nível têxtil.

A nível profissional do público a que se destina a coleção “*Line up*” desfruta de uma vida financeira estável com posses monetárias.



Target  
Público-alvo

Imagem 43 - Painel público-alvo

Fonte: A discente

## 5.4. Conceito

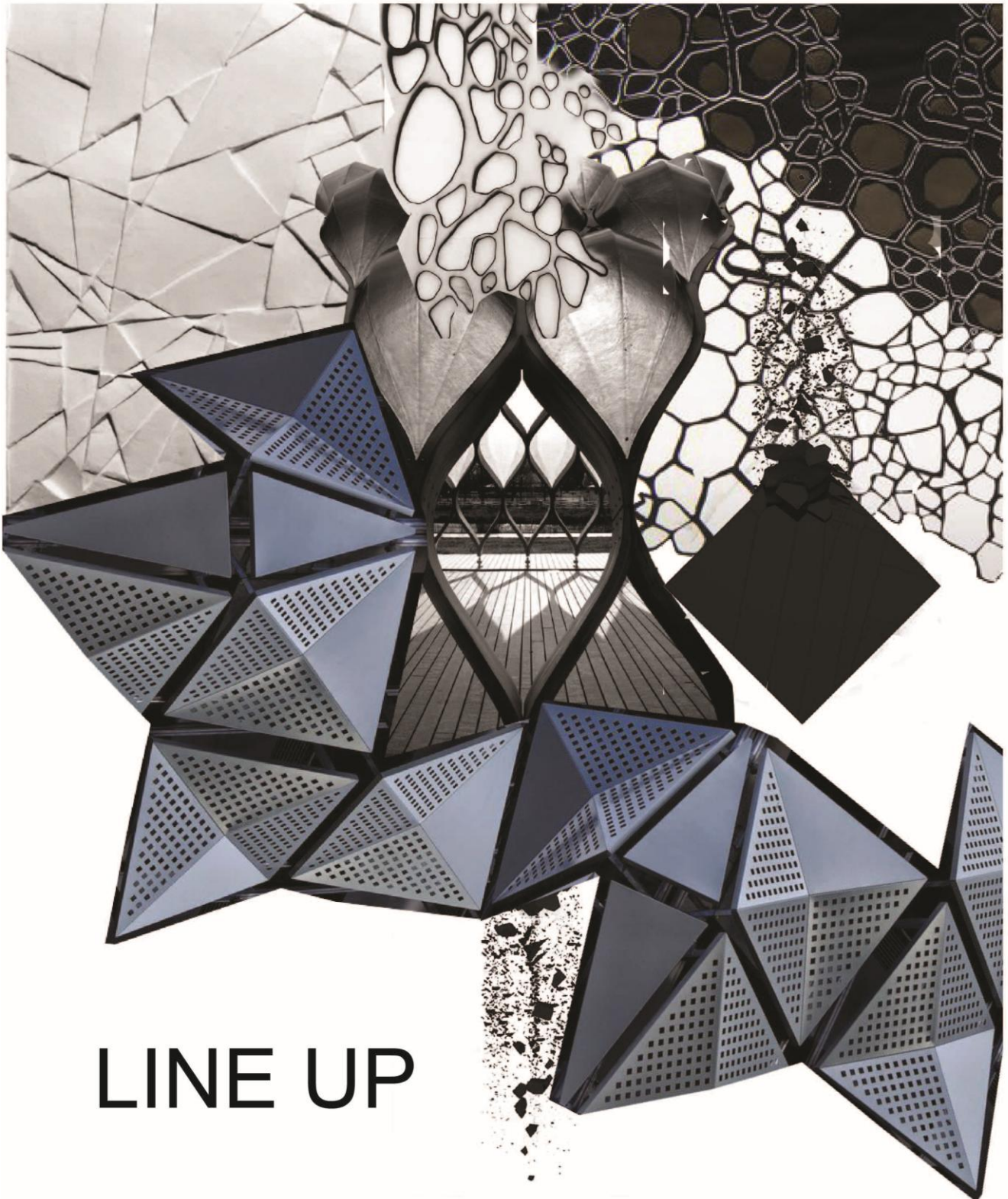
“*Line up*” é uma coleção Primavera - Verão 2017 onde se explora o *casual wear*.

A inspiração surge na geometria, mais precisamente nas linhas que constroem as figuras geométricas.

A escolha de um tema mais gráfico foi baseada em pesquisas sobre a linguagem estética do designer nos seus trabalhos anteriores.

Deste modo, através de apontamentos gráficos pretende-se alcançar uma coleção intemporal, que agrade ao público-alvo da marca.

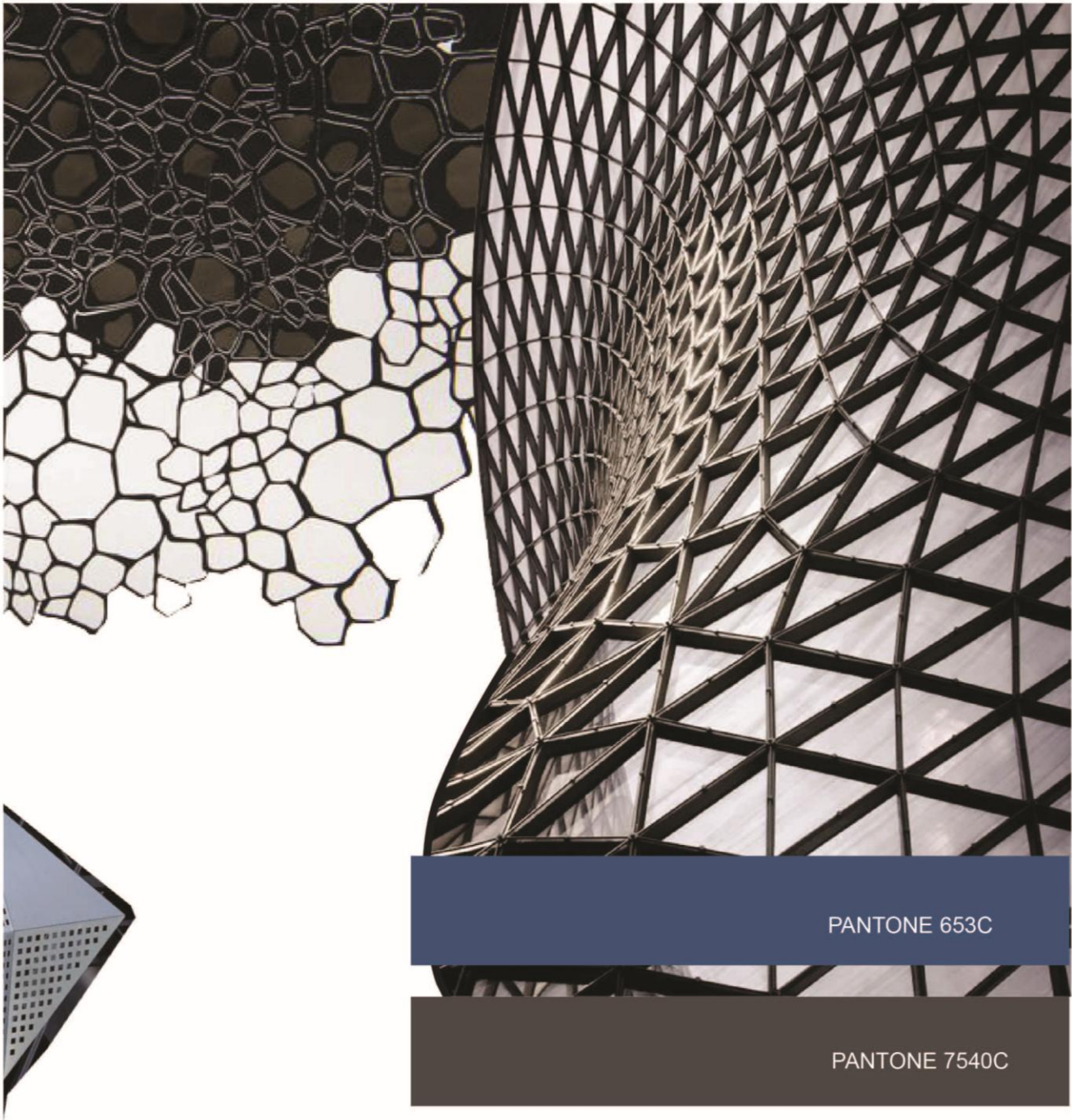
“*Line up*” é uma coleção jovem que tem como objetivo transmitir a estética e qualidade do trabalho do designer Marios Schwab através da inspiração geométrica.



# LINE UP

Imagem 44 - Moodboard

Fonte: A discente



PANTONE 653C

PANTONE 7540C

PANTONE 663C

PANTONE BLACK 6 C

## 5.5. Marcas correntes

As marcas concorrentes do designer Marios Schwab são todas aquelas que de alguma forma conseguem alcançar o mesmo tipo de público-alvo, deste modo pudesse destacar algumas; Erdem; Antonio Berardi ; Jonathan Saunders e Roksanda.

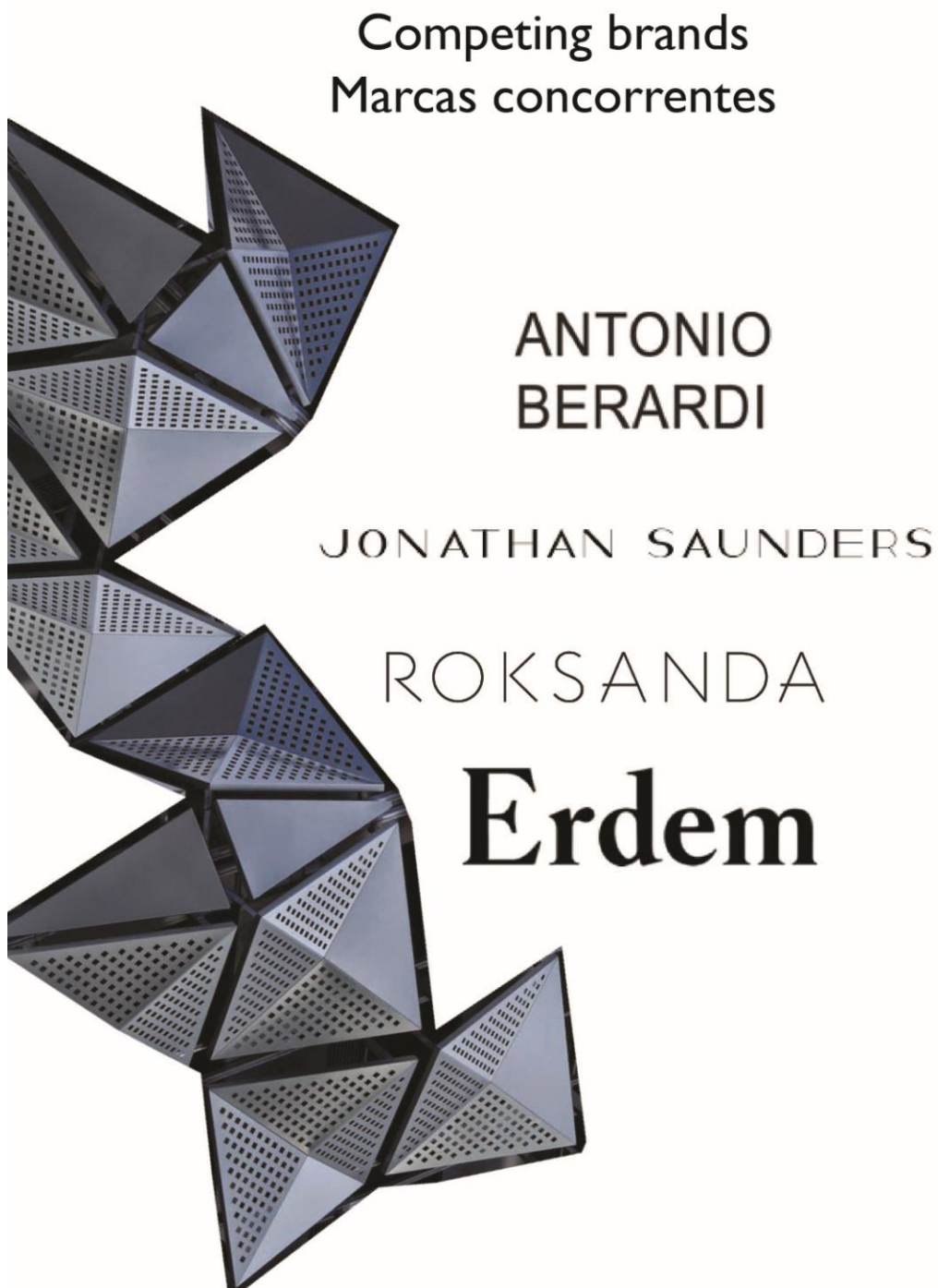


Imagem 45 - Painel Marcas concorrentes

Fonte: A discente

## 5.6. Desenvolvimento da coleção

Nesta coleção pretende-se contribuir de forma inovadora na escolha das matérias-primas, para isso fez-se estudos em napa 100% poliéster onde se criou texturas através da corrosão do material, as mesmas foram conseguidas através do uso de laser em zonas específicas.

Na imagem 46 pode visualizar-se estudos de padrões previamente realizados. Os mesmos deram origem aos estudos de comportamento do material a utilizar na coleção (imagem 47).

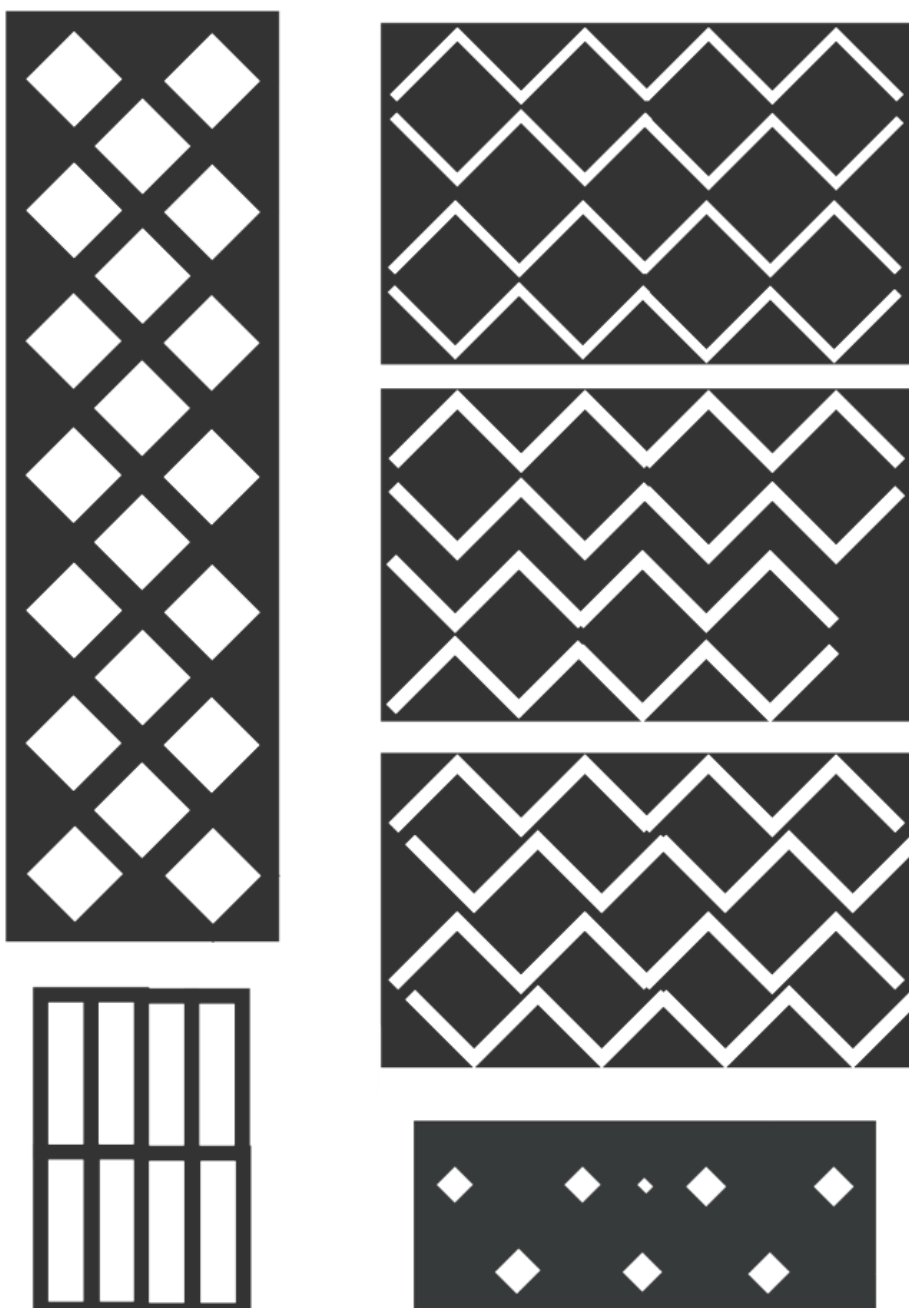


Imagem 46 - Estudos de padrões

Fonte: A aluna

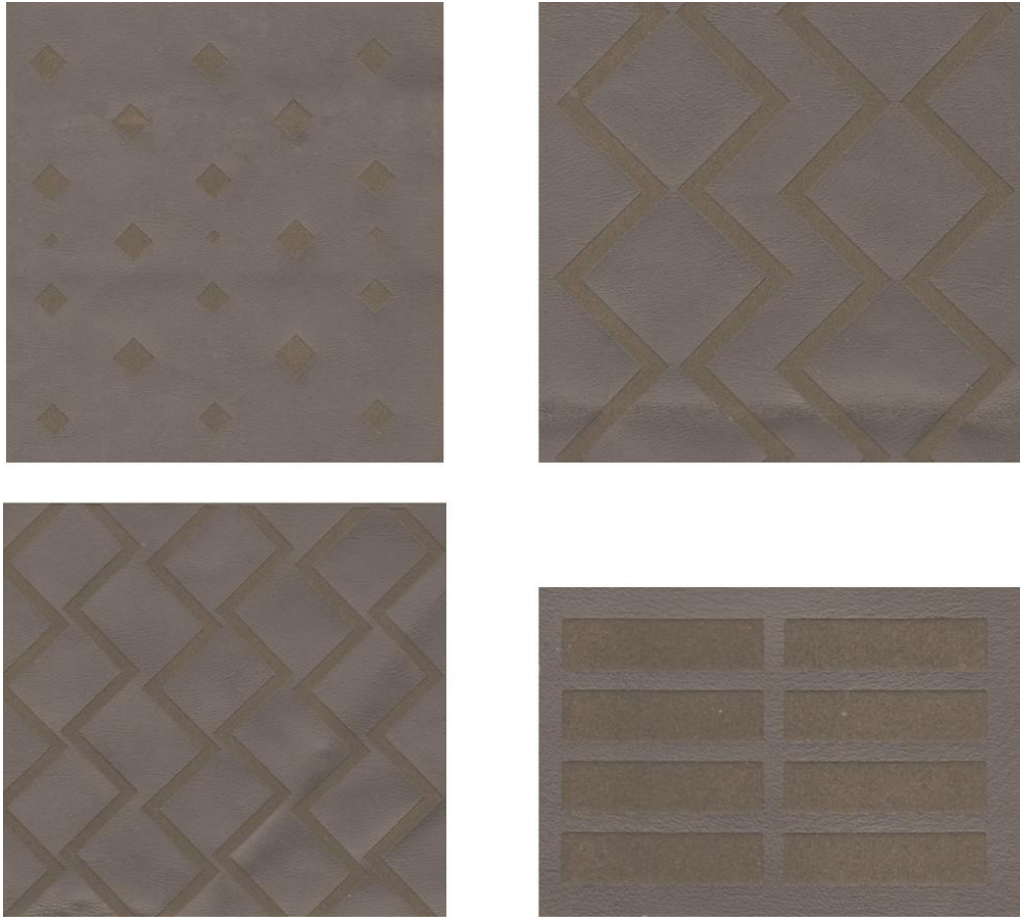


Imagem 47 - Testes de comportamento da matéria-prima

Fonte: A mestranda

Os desenhos, as suas escalas e a espessura das linhas a utilizar nos desenhos para a gravação a laser foram sujeitos a vários testes estéticos de modo a alcançar um produto com qualidade e uma estética idêntica à do designer Marios.

Os esboços dos testes referidos podem-se visualizar nas imagens compreendidas entre o número 47 ao 52.

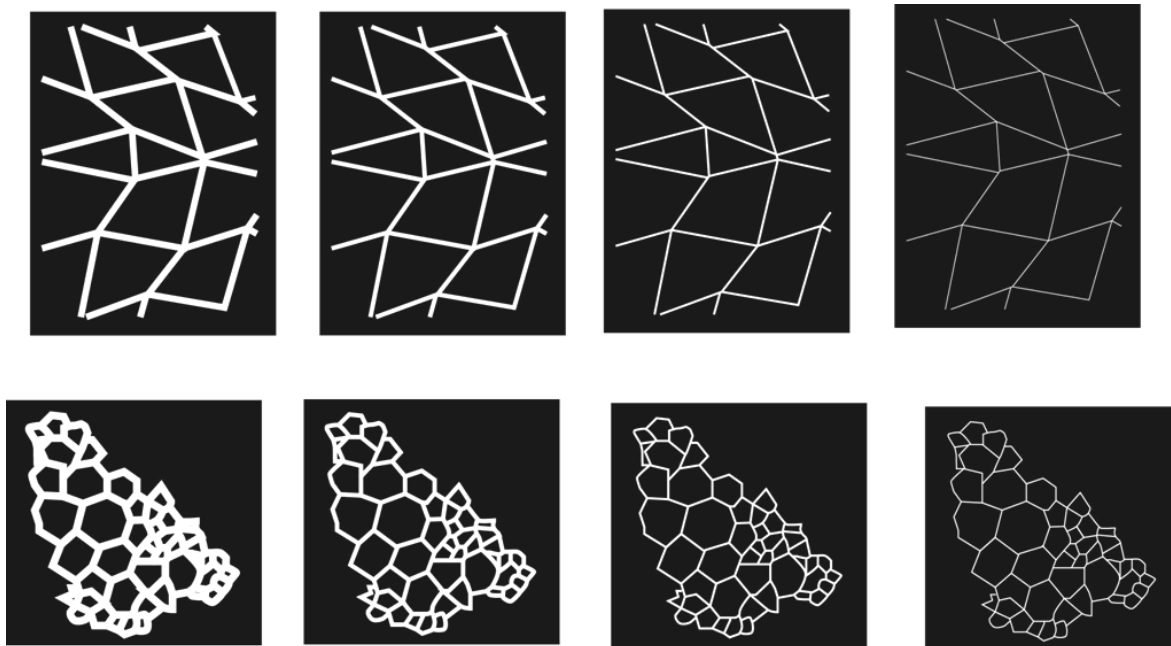


Imagem 48 - Estudos de espessura de linha para gravar a laser

Fonte: A aluna

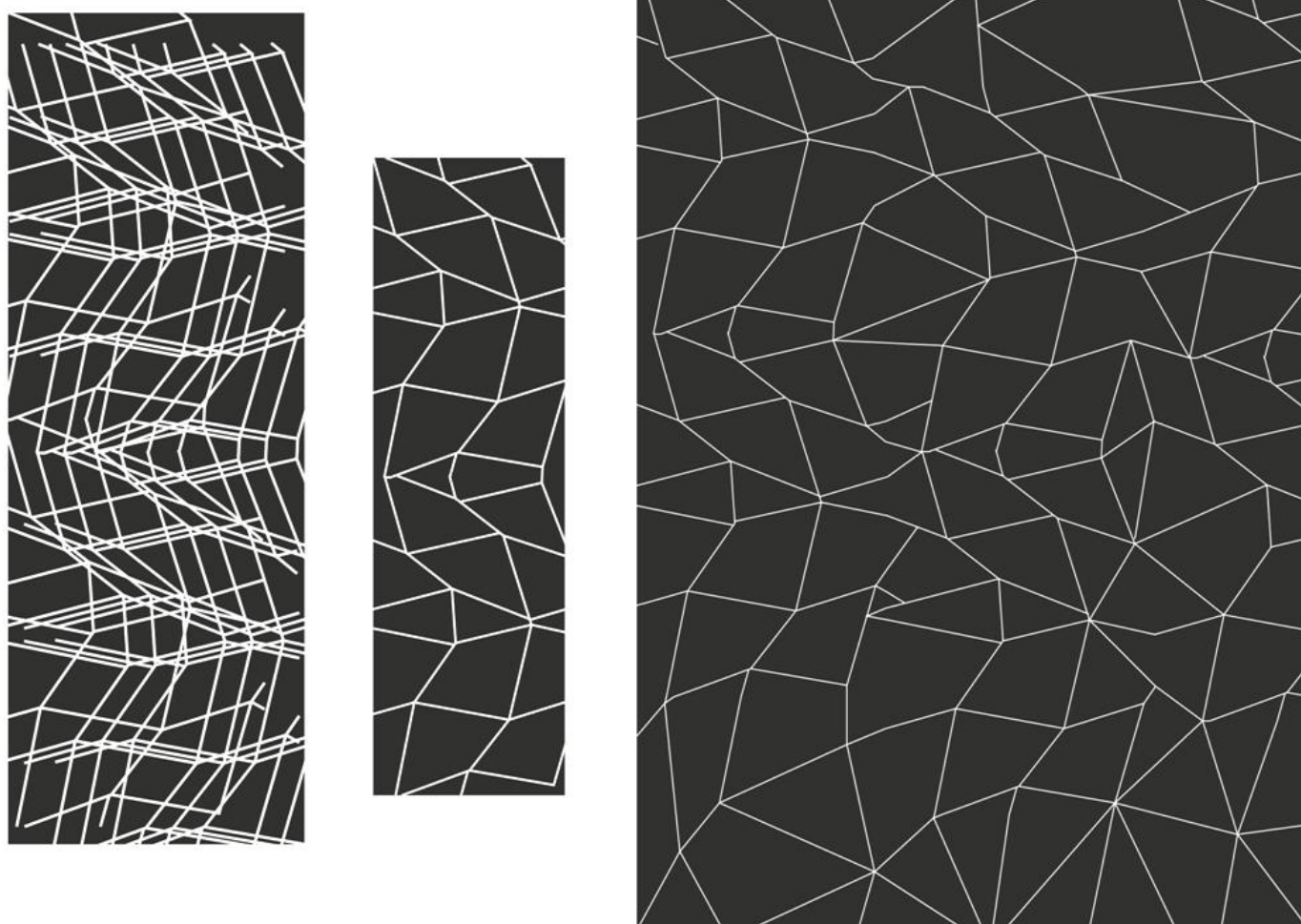


Imagem 49 - Estudos de possíveis desenhos a gravar a laser para integrar na coleção

Fonte: A aluna

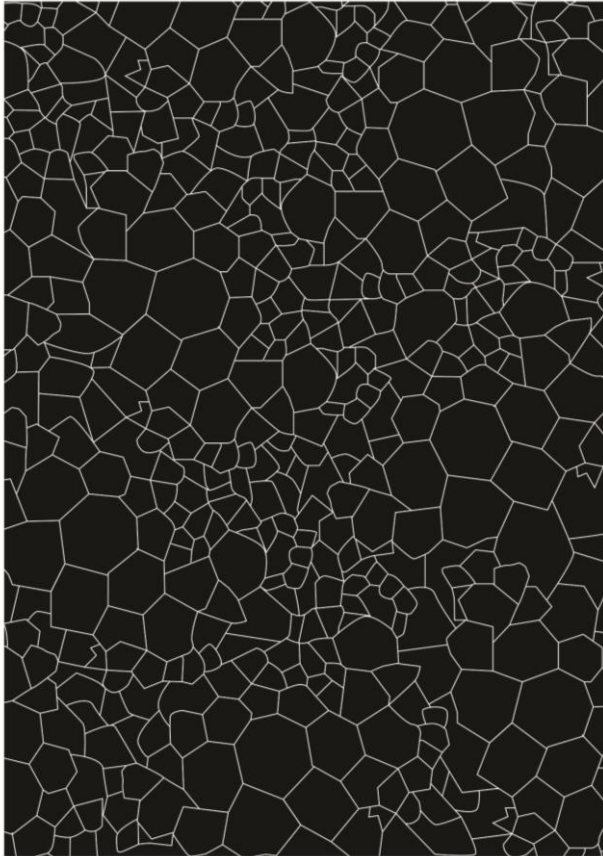


Imagem 50 -Estudos de possíveis desenhos a gravar a laser para integrar na coleção

Fonte: A própria

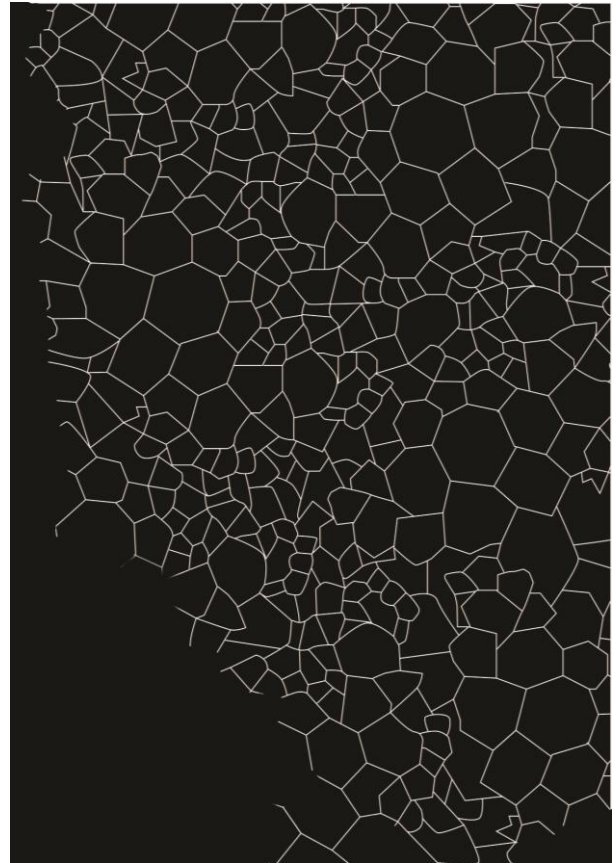


Imagem 51 - Estudos de possíveis desenhos a gravar a laser para integrar na coleção

Fonte: A mestranda

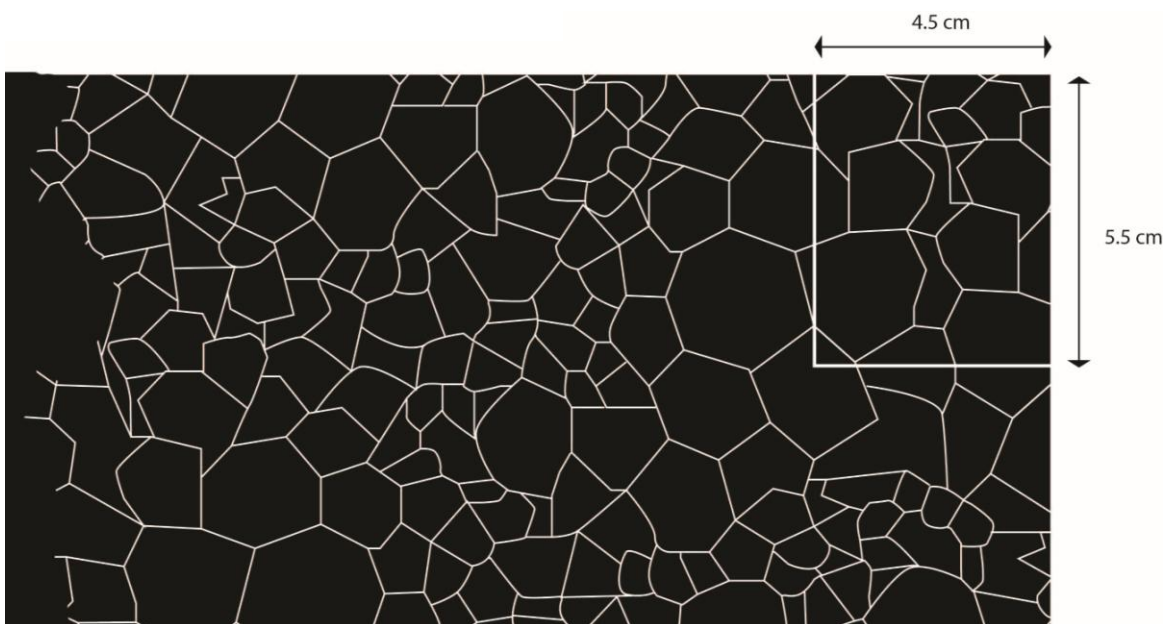


Imagem 52 - Estudo de escala de possível desenho a gravar a laser para integrar na coleção

Fonte: A própria

A coleção cápsula “Line up” é constituída por cinco coordenados onde podemos encontrar uma opção de vestido, duas de tops (com variante de t-shirt), uma de colete, uma de casaco, uma de saia, uma de macacão, uma de calças e por fim uma de calções compridos. Deste modo a coleção é composta por dez peças de vestuário no total.

Enquanto o processo de criação decorria teve-se em consideração a tentativa de colocar à disposição do consumidor o maior número e variedade de peças de vestuário possíveis, tendo presente o facto de ser uma coleção cápsula.

Com vista a concretização das peças propostas para o projeto Marios Schwab x Vanessa Rosário a escolha das matérias-primas foram de grande importância.

Deste modo, a matéria-prima predominante é a ganga e foi selecionada devido ao seu carácter intemporal e versátil. Devido às características anteriormente descritas optou-se por 2 cores de ganga – branco e azul-escuro.

Sendo uma coleção casual considerou-se pertinente o uso de malha pois este material concebe uma sensação de conforto. A escolha de duas malhas distintas permite que a coleção cápsula seja mais vendável pois existe opção de escolha.

A napa foi escolhida pela sua composição, pois através dela consegue-se inovar a nível de manipulação, pois o pretendido é corroer o material através do uso do laser obtendo assim um material inovador.

A seda de poliéster foi escolhida para a coleção pois as suas propriedades são semelhantes à das matérias-primas que o designer Marios Schwab normalmente optava para as suas peças.

Para auxiliar a escolha de matérias-primas, tecidos, silhuetas e todo o processo de criação elaborou-se um painel com imagens de coordenados já apresentados pelo designer de diversas estações. O painel anteriormente referido pode observar-se na imagem 53.

Para a elaboração da coleção cápsula foi necessário executar vários esboços e realizar vários testes para conseguir-se obter o produto final desejado. Alguns dos esboços e testes de cor/ matéria-prima pode observar-se nas imagens compreendidas entre o número 54 a 58.



Imagem 53 - Painel de pesquisa de coordenados assinados por Marios Schwab em diversas estações.

Fonte: A Mestranda



Imagem 54 - Esboços para a realização da coleção "Line up"

Fonte: A aluna



Imagem 55 - Esboços para a realização da coleção "Line up"

Fonte: A Mestranda

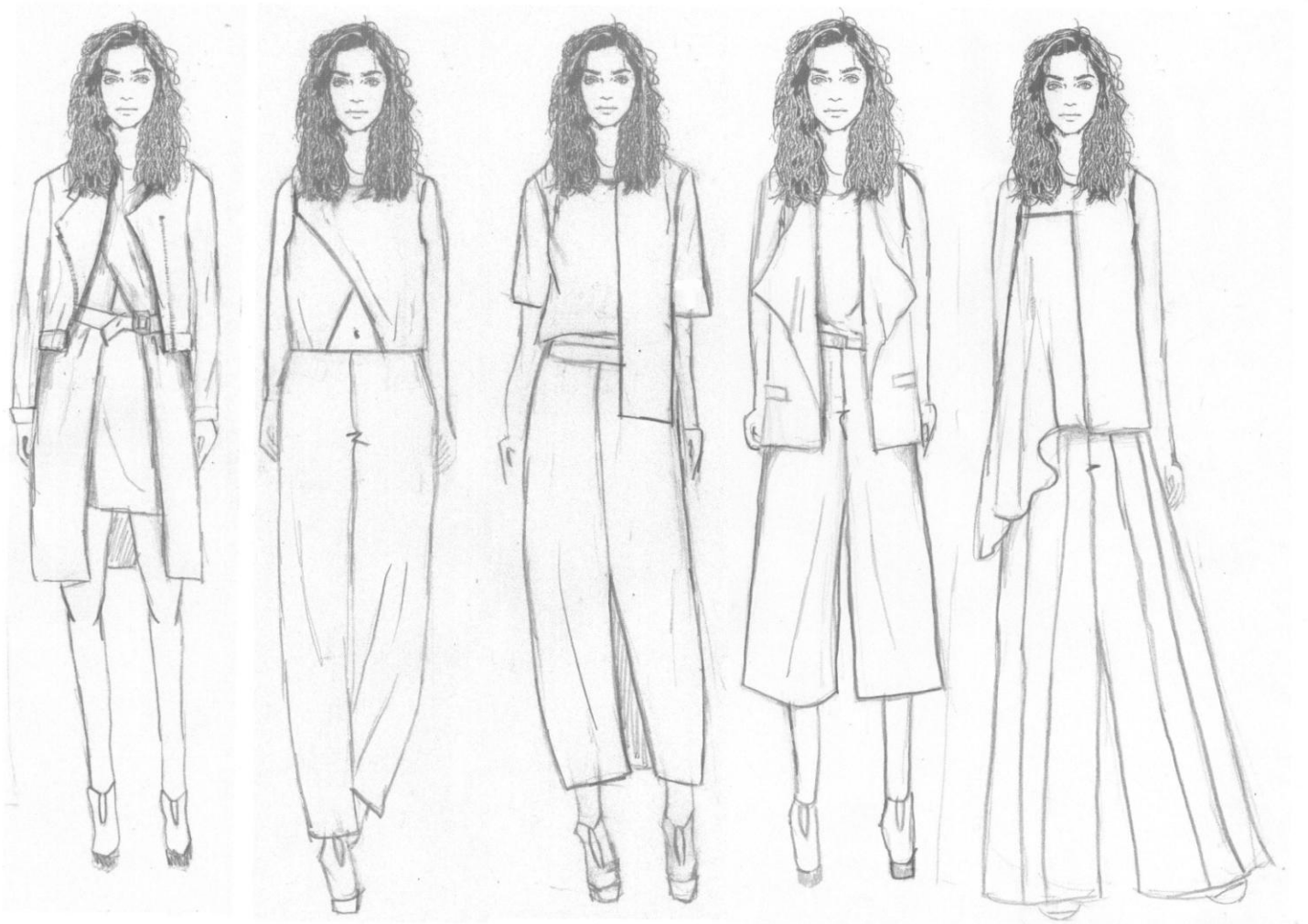


Imagem 56 - Esboços finais para a coleção

Fonte: A aluna



Imagem 57 - Estudos de cor e matérias-primas

Fonte: A Mestranda

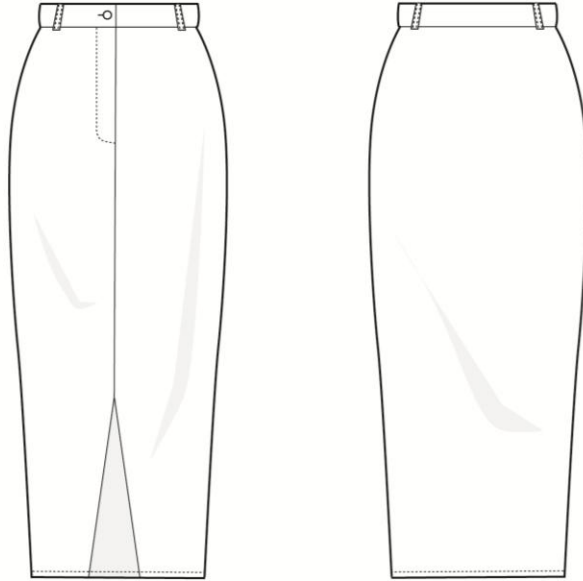


Imagem 58 - Estudos de cor e matérias-primas

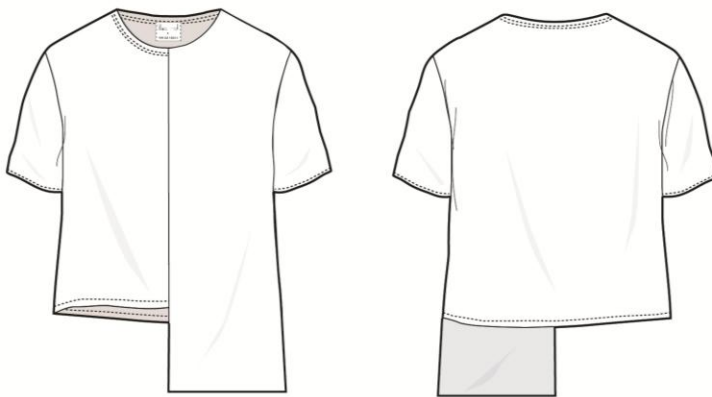
Fonte: A aluna

## 5.7.Plano da coleção

SAIA



T-SHIRT



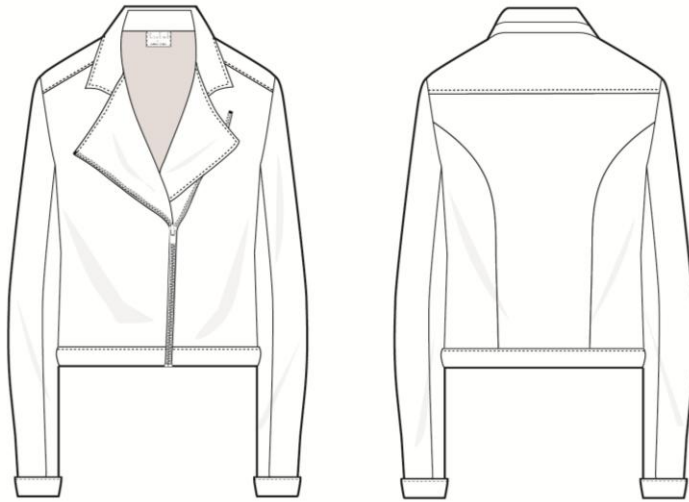
FRENTE

COSTAS

## CALÇÕES



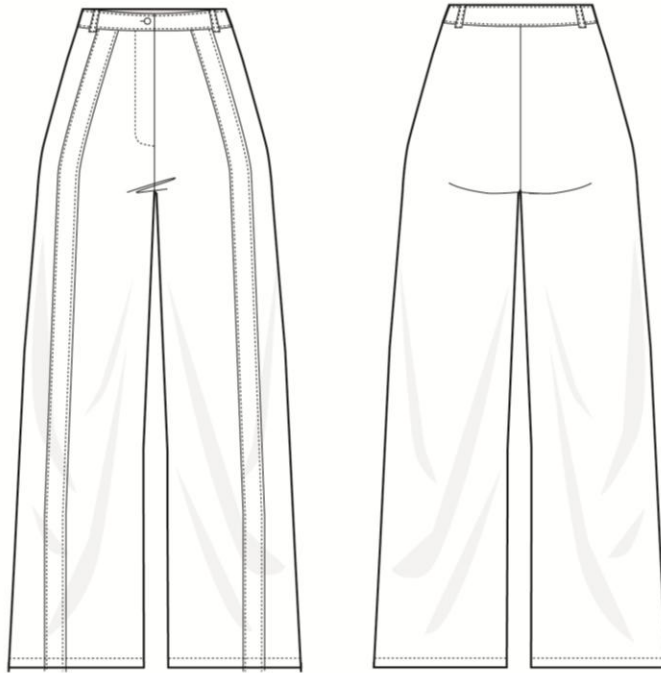
## CASACO



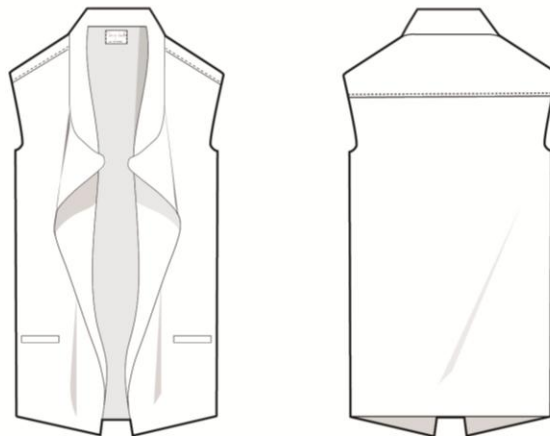
FRENTE

COSTAS

## CALÇAS



## COLETE



FRENTE

COSTAS

## MACACÃO

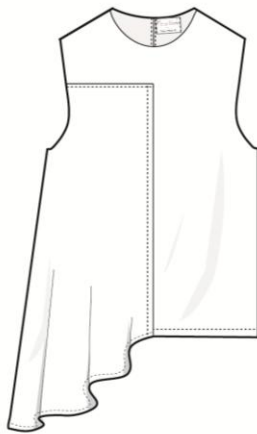
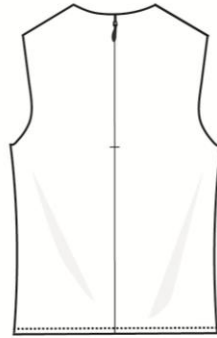


FRENTE



COSTAS

# TOPS



FRENTE

COSTAS

## VESTIDO

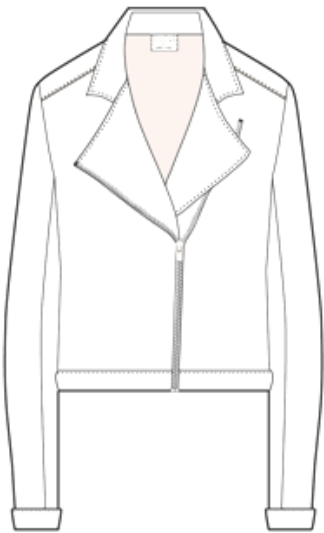
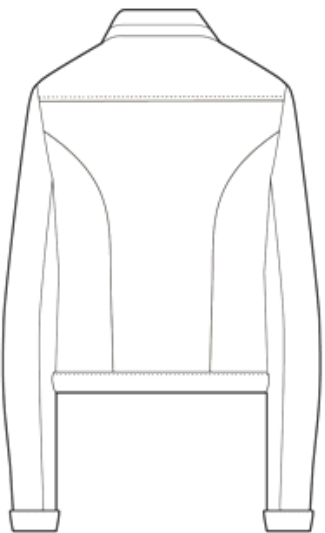
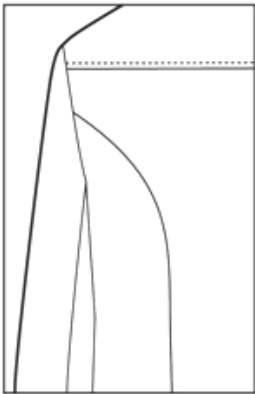
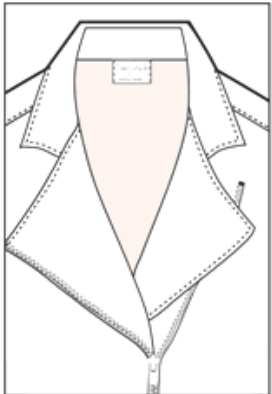




FRENTE



COSTAS

## 5.8.Fichas técnicas

PEÇA: CASACO	ESTAÇÃO: PRIMAVERA/VERÃO 2017
TEMA: LINE UP	MARCA: MARIOS SCHWAB X VANESSA ROSÁRIO
REF:3089	COMP. TECIDO(S): 100 % POLIÉSTER   100% ALG.
GÉNERO: F	FORNECEDORES: TECIDOS DO CASTELO
ÚLTIMA DATA DE REVISÃO: 29-12-2016	TAMANHOS: XS ■ S ■ M ■ L ■ XL ■
DESCRIÇÃO: CASACO DE MANGA COMPRIDA BI-MATÉRIA.	
<p>DESENHO TÉCNICO</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>FRENTE</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>COSTAS</p>  </div> </div> <div style="margin-top: 20px; text-align: right;"> <p>COR</p> <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 10px;"> <div style="width: 20px; height: 15px; background-color: black; margin-right: 5px;"></div> <p>PANTONE Black 6C</p> </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 20px; height: 15px; background-color: black; margin-right: 5px;"></div> <p>PANTONE 7545 C</p> </div> </div> </div>	
<p>DETALHES</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>	<p>DESCRIÇÃO</p> <p>Casaco de manga comprida de tecido base igual ao da amostra NR.1 da tabela de matérias-primas. Na zona dos ombros e costas a matéria-prima a ser usada será igual à da amostra NR.2 da tabela anteriormente mencionada. Esta matéria-prima será manipulada através do uso de laser. Os aviamentos serão iguais ao da amostra NR.1 e NR.2 da tabela de aviamentos.</p> <p>ESQUEMAS DE COSTURAS</p> <div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 10px;"> <div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 10px;"> <p>União de três tecidos</p> </div> </div> <div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 10px;"> <p>Costura plana de dois tecidos</p> </div> </div> </div>

## ETIQUETA



### LOCALIZAÇÃO:

Centro-costas .

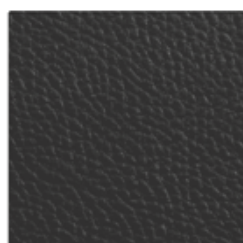
A etiqueta não se encontra à escala.

## TABELA DE MATÉRIAS-PRIMAS:



AMOSTRA NR.1

Ref: 96565  
Cor: Azul-escuro  
Comp:100% Alg.  
Fornecedor:Tecidos do Castelo  
Preço:10 € /m



AMOSTRA NR.2

Ref: 7585  
Cor: Preto  
Comp:100% Poliéster  
Fornecedor:Tecidos do Castelo  
Preço:10€ /m

## TABELA DE AVIAMENTOS:

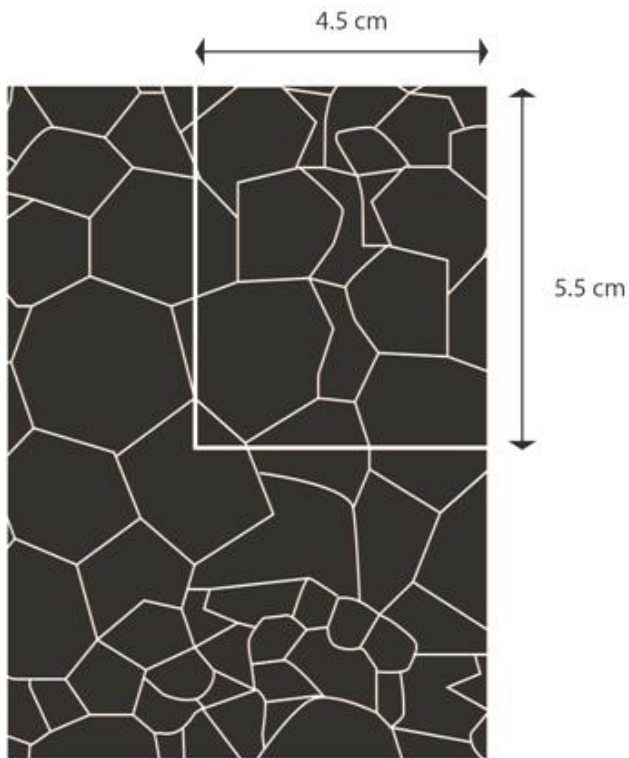


AMOSTRA NR.1

Ref: 995  
Cor: Azul-escuro  
Unidades: 1  
Fornecedor:Tecidos do Castelo  
Preço:2€

Nota: Todas as linhas necessárias à confecção desta peça serão na cor mais próxima à do tecido base igual ao da amostra NR.1. Quando se efetuar costuras no tecido igual ao da amostra NR. 2 a linha escolhida será a mais próxima da cor predominante do tecido.

MANIPULAÇÃO



ESCALA REAL

TECIDO BASE : NAPA 100% POLIÉSTER



Desenho completo para ser gravado na napa.  
(não está à escala)

ILUSTRAÇÃO



PEÇA: VESTIDO	ESTAÇÃO: PRIMAVERA/VERÃO 2017
TEMA: LINE UP	MARCA: MARIOS SCHWAB X VANESSA ROSÁRIO
REF:4502	COMP. TECIDO(S): 100 % ALGODÃO   100% POLIÉSTER
GÊNERO: F	FORNECEDORES: TECIDOS DO CASTELO CAMBRAIA MODAS
ÚLTIMA DATA DE REVISÃO: 29-12-2016	TAMANHOS: XS <input type="checkbox"/> S <input checked="" type="checkbox"/> M <input checked="" type="checkbox"/> L <input checked="" type="checkbox"/> XL <input checked="" type="checkbox"/>

DESCRIÇÃO: VESTIDO DE MANGA CAVA .

DESENHO TÉCNICO

FRENTE



COSTAS



COR



PANTONE Black 6C

PANTONE 663 C

ESQUEMAS DE COSTURAS

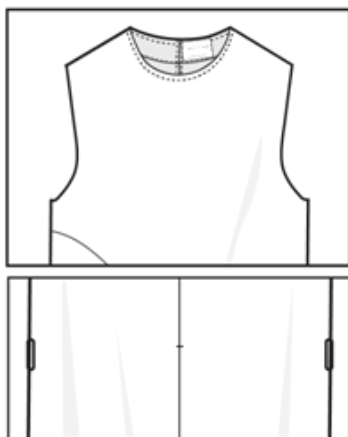


Overlock de dois tecidos



Costura plana de dois tecidos

DETALHES



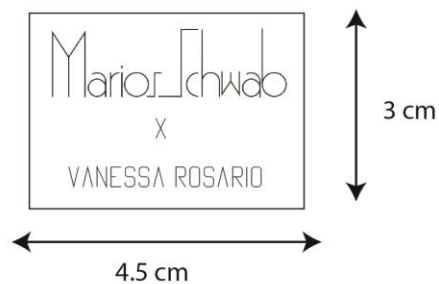
DESCRIÇÃO

Vestido de manga cava bi-matéria.

Esta peça será toda em tecido igual ao da amostra NR.1 da tabela de matérias-primas. Na zona da saia interior existirá uma sobreposição de tecidos , neste caso será o tecido igual ao da amostra NR.1 sobreposto por tecido igual ao da amostra NR.2.

O aviamento a ser utilizado na confecção desta peça será igual ao da amostra NR.1 da tabela de aviamentos.

ETIQUETA



LOCALIZAÇÃO:

Centro costas , lado direito seguido do fecho.

A etiqueta não se encontra à escala.

TABELA DE MATÉRIAS-PRIMAS:



AMOSTRA NR.1

Ref: 9666  
 Cor: Branco  
 Comp:100% Alg.  
 Fornecedor:Tecidos do Castelo  
 Preço:10 € /m



AMOSTRA NR.2

Ref: 856  
 Cor: Preto  
 Comp:100% Algodão  
 Fornecedor: Cambraia modas  
 Preço:11€ /m

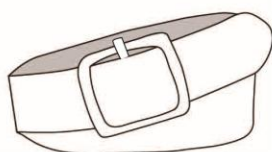
TABELA DE AVIAMENTOS:



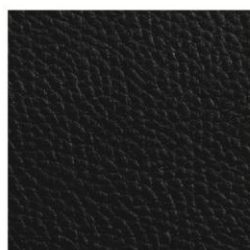
AMOSTRA NR.1

Ref: 995  
 Cor: Azul-escuro  
 Unidades: 1  
 Fornecedor:Tecidos do Castelo  
 Preço:2€

Acessório complementar a usar na cintura



Matéria-prima do cinto

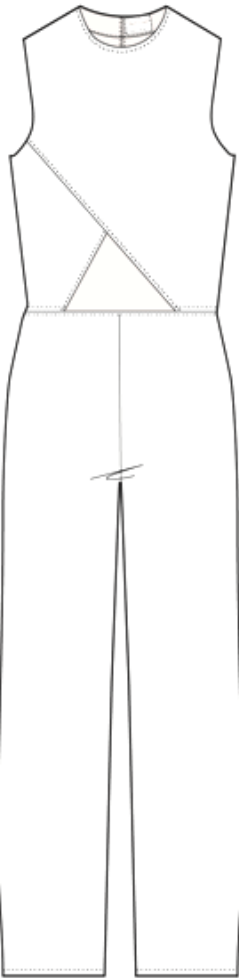
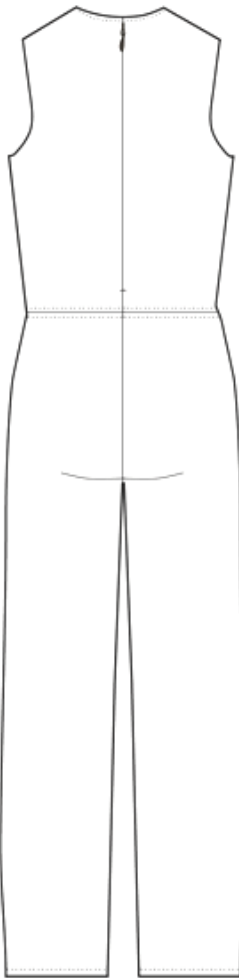

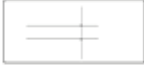


Ref: 7585  
 Cor: Preto  
 Comp:100% poliéster  
 Fornecedor:Tecidos do Castelo  
 Preço:10€ /m

Nota: Todas as linhas necessárias à confeção desta peça serão na cor mais próxima à do tecido base igual ao da amostra NR.1.

ILUSTRAÇÃO



PEÇA: MACACÃO	ESTAÇÃO: PRIMAVERA/VERÃO 2017
TEMA: LINE UP	MARCA: MARIOS SCHWAB X VANESSA ROSÁRIO
REF:5692	COMP. TECIDO(S): 70 % POLIÉSTER   30% ALG.
GÊNERO: F	FORNECEDORES: TECIDOS DO CASTELO
ÚLTIMA DATA DE REVISÃO: 29-12-2016	TAMANHOS: XS <input type="checkbox"/> S <input checked="" type="checkbox"/> M <input checked="" type="checkbox"/> L <input checked="" type="checkbox"/> XL <input checked="" type="checkbox"/>
DESCRIÇÃO: MACACÃO DE MANGA CAVA .	
<p>DESENHO TÉCNICO</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>FRENTE</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>COSTAS</p>  </div> </div> <div style="margin-top: 20px;"> <p style="text-align: center;"><b>COR</b></p> <div style="display: flex; align-items: center; justify-content: center;"> <div style="width: 20px; height: 15px; background-color: #808080; margin-right: 5px;"></div> <p>PANTONE Cool Gray 6C</p> </div> </div> <div style="margin-top: 20px;"> <p style="text-align: center;"><b>ESQUEMAS DE COSTURAS</b></p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-bottom: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">  </div> <p>Overlock de dois tecidos</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">  </div> <p>Costura plana de dois tecidos</p> </div>	

## ETIQUETA



### LOCALIZAÇÃO:

Centro-costas , lado direito na vista, seguido do fecho.

A etiqueta não se encontra à escala.

## TABELA DE MATÉRIAS-PRIMAS :



AMOSTRA NR.1

Ref: 758556  
Cor: Cinza  
Comp: 70% Pol. 30% Alg.  
Fornecedor:Feira dos tecidos  
Preço:15€ /m

## TABELA DE AVIAMENTOS:

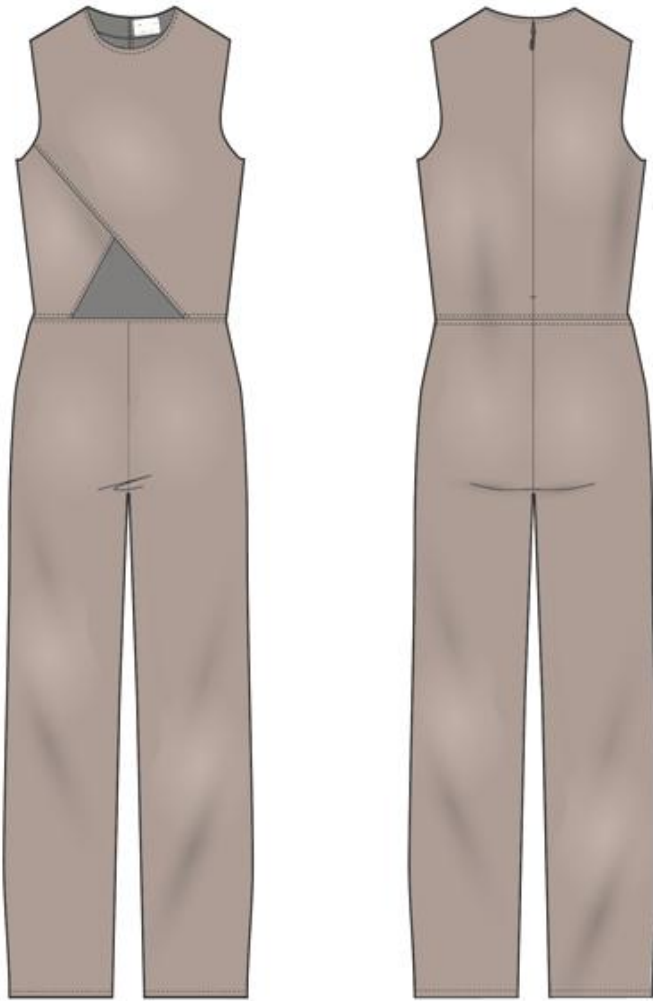


AMOSTRA NR.1

Ref: 665  
Cor: Cinza  
Unidades: 1  
Fornecedor:Tecidos do Castelo  
Preço:1.20€

Nota: Todas as linhas necessárias à confeção desta peça serão na cor mais próxima à do tecido base igual ao da amostra NR.1.

ILUSTRAÇÃO



PEÇA: T-SHIRT	ESTAÇÃO: PRIMAVERA/VERÃO 2017
TEMA: LINE UP	MARCA: MARIOS SCHWAB X VANESSA ROSÁRIO
REF:9685882	COMP. TECIDO(S): 100 % POLIÉSTER
GÊNERO: F	FORNECEDORES: TECIDOS DO CASTELO CAMBRAIA MODAS
ÚLTIMA DATA DE REVISÃO: 29-12-2016	TAMANHOS: XS <input type="checkbox"/> S <input checked="" type="checkbox"/> M <input checked="" type="checkbox"/> L <input checked="" type="checkbox"/> XL <input checked="" type="checkbox"/>

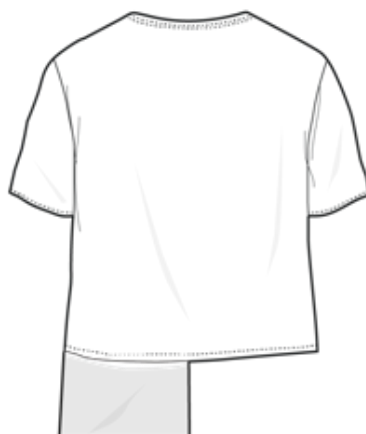
DESCRIÇÃO: T-SHIRT COM OMBRO LIGEIRAMENTE DESCAÍDO .

#### DESENHO TÉCNICO

FRENTE



COSTAS

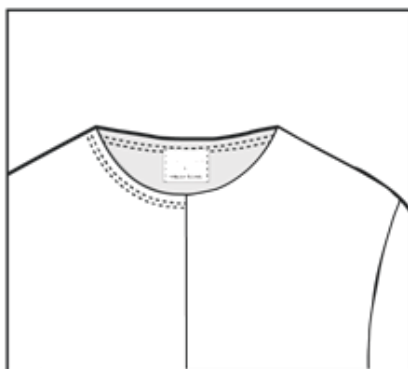


COR



PANTONE Black 6C

#### DETALHES



#### DESCRIÇÃO

T-shirt com ombro ligeiramente descaído. A peça será confeccionada num tecido igual ao da amostra NR.1 da tabela de matérias-primas. No lado direito a T-shirt tem uma aplicação mais comprida que o tamanho da T-shirt. Esta aplicação será em tecido igual ao da amostra NR.2 da tabela de matérias-primas.

#### ESQUEMAS DE COSTURAS

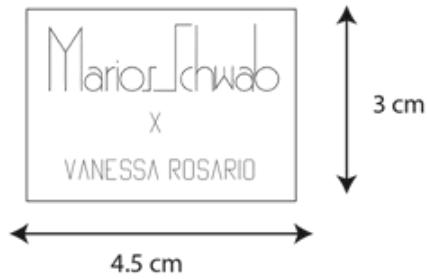


Overlock de dois tecidos



Costura plana de dois tecidos

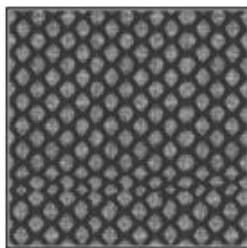
### ETIQUETA



LOCALIZAÇÃO:  
Centro-costas .

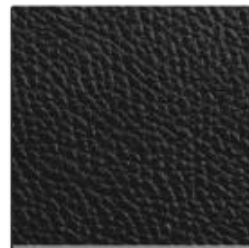
A etiqueta não se encontra à escala.

### TABELA DE MATÉRIAS-PRIMAS :



AMOSTRA NR.1

Ref: 856  
Cor: Preto  
Comp:100% Poliéster  
Fornecedor: Cambraia  
modas  
Preço:11€ /m

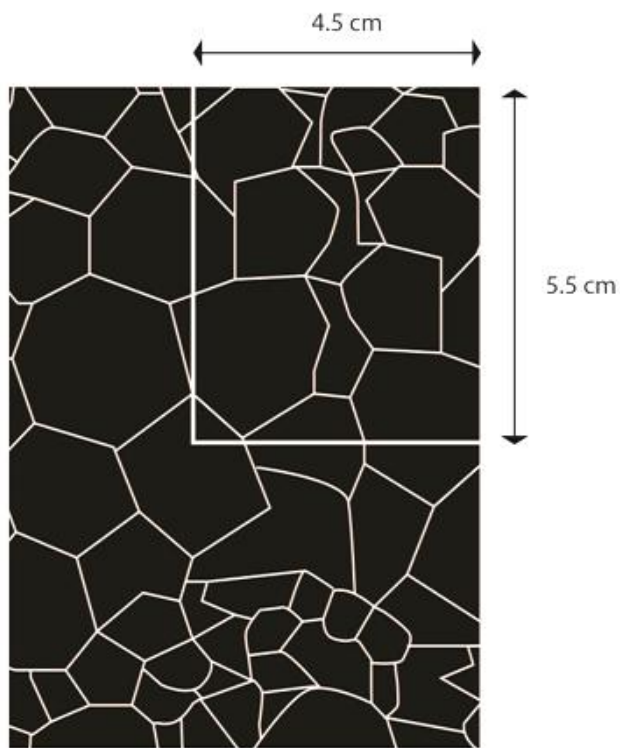


AMOSTRA NR.2

Ref: 7585  
Cor: Preto  
Comp:100% Poliéster  
Fornecedor:Tecidos do  
Castelo  
Preço:10€ /m

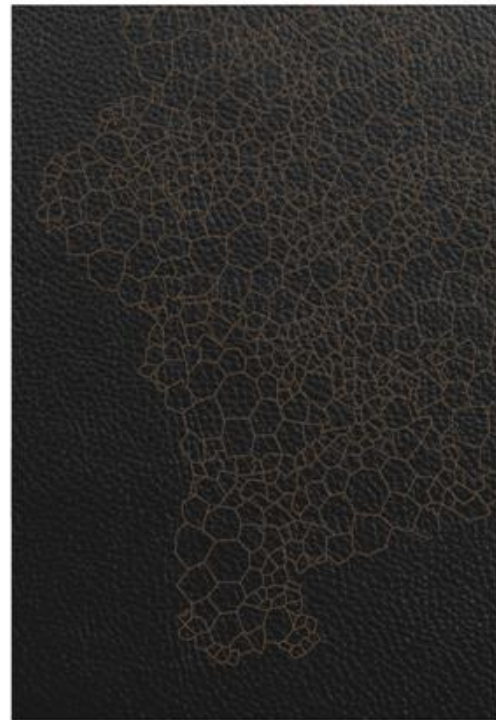
Nota: Todas as linhas necessárias à confeção desta peça serão na cor mais próxima à do tecido base igual ao da amostra NR.1.

MANIPULAÇÃO



ESCALA REAL

TECIDO BASE : NAPA 100% POLIÉSTER



Desenho completo para ser gravado na napa.  
(não está à escala)

ILUSTRAÇÃO

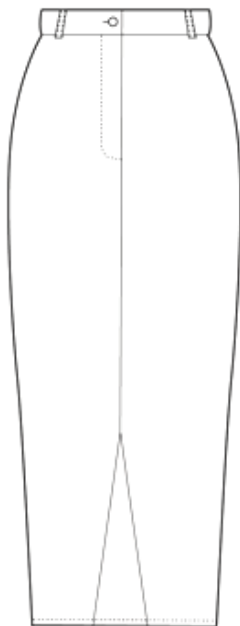


PEÇA: SAIA	ESTAÇÃO: PRIMAVERA/VERÃO 2017
TEMA: LINE UP	MARCA: MARIOS SCHWAB X VANESSA ROSÁRIO
REF:8916	COMP. TECIDO(S): 100 % ALGODÃO
GÉNERO: F	FORNECEDORES: TECIDOS DO CASTELO
ÚLTIMA DATA DE REVISÃO: 29-12-2016	TAMANHOS: XS <input type="checkbox"/> S <input checked="" type="checkbox"/> M <input checked="" type="checkbox"/> L <input checked="" type="checkbox"/> XL <input type="checkbox"/>

DESCRICHÃO: SAIA LÁPIS

## DESENHO TÉCNICO

FRENTE



COSTAS



COR

PANTONE 663 C

## ESQUEMAS DE COSTURAS

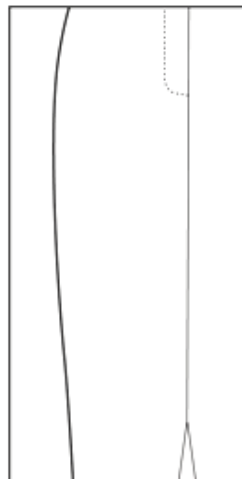
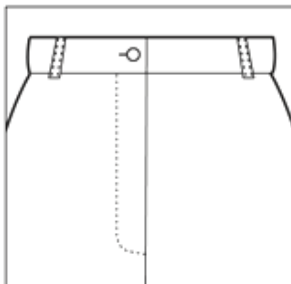


Overlock de dois tecidos



Costura plana de dois tecidos

## DETALHES

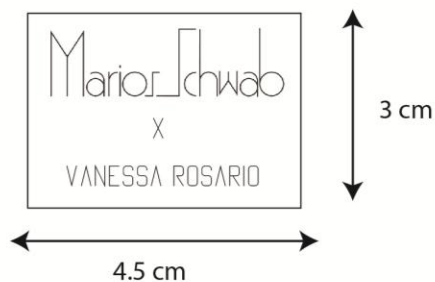


## DESCRICHÃO

Saia lápis com costura e racha na frente. O tecido a utilizar para confecionar a peça é igual ao da amostra NR.1 da tabela de matérias-primas.

No lado direito da saia existe um rasgão do tecido na zona do joelho  
Os aviamentos serão iguais ao da amostra NR.1 e NR.2.

### ETIQUETA



### LOCALIZAÇÃO:

Centro-costas, no cós .

A etiqueta não se encontra à escala.

### TABELA DE MATÉRIAS-PRIMAS:



AMOSTRA NR.1

Ref: 9666  
Cor: Branco  
Comp:100% Alg.  
Fornecedor:Tecidos  
do Castelo  
Preço:10 € /m

### TABELA DE AVIAMENTOS:



AMOSTRA NR.1

Ref: 995  
Cor: Azul-escuro  
Unidades: 1  
Fornecedor:Tecidos do  
Castelo  
Preço:2€



AMOSTRA NR.2

Ref: 389  
Cor: Dourado  
Unidades: 1  
Fornecedor:Tecidos do  
Castelo  
Preço:0.95€

Nota: Todas as linhas necessárias à confeção desta peça serão na cor mais próxima à do tecido base igual ao da amostra NR.1.

ILUSTRAÇÃO



PEÇA: COLETE	ESTAÇÃO: PRIMAVERA/VERÃO 2017
TEMA: LINE UP	MARCA: MARIOS SCHWAB X VANESSA ROSÁRIO
REF:536	COMP. TECIDO(S): 100 % ALGODÃO.
GÊNERO: F	FORNECEDORES: TECIDOS DO CASTELO
ÚLTIMA DATA DE REVISÃO: 29-12-2016	TAMANHOS: XS <input type="checkbox"/> S <input checked="" type="checkbox"/> M <input checked="" type="checkbox"/> L <input checked="" type="checkbox"/> XL <input type="checkbox"/>

DESCRIÇÃO: COLETE COM GOLA CAÍDA .

DESENHO TÉCNICO

FRENTE



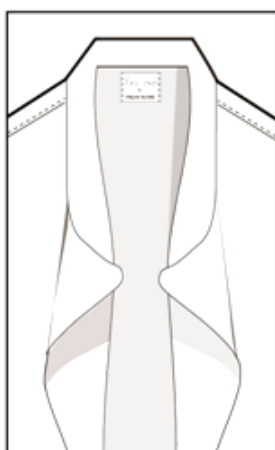
COSTAS



COR

PANTONE 663 C

DETALHES



DESCRIÇÃO

Colete de corte reto com gola caída e bolsos falsos nas laterais . Esta peça será confeccionada com tecido igual ao da amostra NR.1 da tabela de matérias-primas.

ESQUEMAS DE COSTURAS

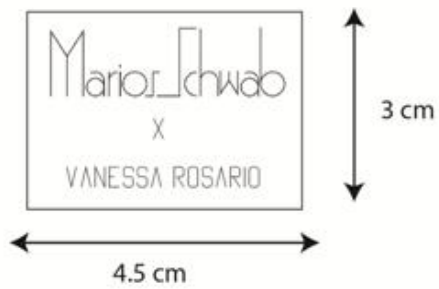


Overlock de dois tecidos



Costura plana de dois tecidos

ETIQUETA



LOCALIZAÇÃO:  
Centro-costas .  
A etiqueta não se encontra à escala.

TABELA DE MATÉRIAS-PRIMAS:

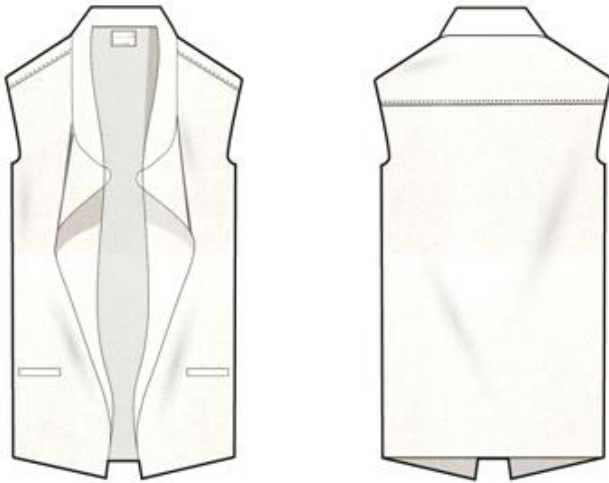






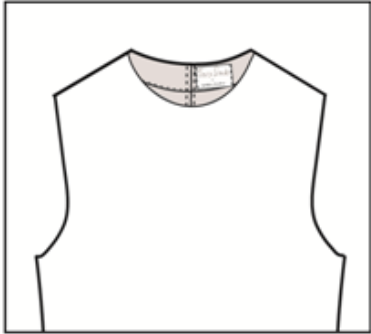


AMOSTRA NR.1

Ref: 9666  
Cor: Branco  
Comp:100% Alg.  
Fornecedor:Tecidos  
do Castelo  
Preço:10 € /m

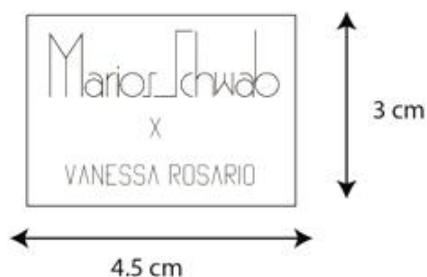
Nota: Todas as linhas necessárias à confeção desta peça serão na cor mais próxima à do tecido base igual ao da amostra NR.1.

ILUSTRAÇÃO



PEÇA: TOP	ESTAÇÃO: PRIMAVERA/VERÃO 2017
TEMA: LINE UP	MARCA: MARIOS SCHWAB X VANESSA ROSÁRIO
REF:2699	COMP. TECIDO(S): 100 % ALGODÃO
GÊNERO: F	FORNECEDORES: CAMBRAIA MODAS
ÚLTIMA DATA DE REVISÃO: 29-12-2016	TAMANHOS: XS ■ S ■ M ■ L ■ XL ■
DESCRIÇÃO: TOP DE MANGA CAVA .	
DESENHO TÉCNICO	
FRENTE	COSTAS
	
	COR
	
	PANTONE Black 6C
	
	PANTONE Cool Gray 6C
DETALHES	DESCRIÇÃO
	Top de manga cava com fecho invisível no meio-costas. O top será confeccionado em tecido igual ao da amostra NR.1 da tabela de matérias-primas. O aviamento a usar na peça será igual ao da amostra NR.1 da tabela de aviamentos.
	ESQUEMAS DE COSTURAS
	 Overlock de dois tecidos
	 Costura plana de dois tecidos

#### ETIQUETA



#### LOCALIZAÇÃO:

Centro-costas , lado direito seguido do fecho.

A etiqueta não se encontra à escala.

#### TABELA DE MATÉRIAS-PRIMAS :



AMOSTRA NR.1

Ref: 85223  
Cor: Cinza  
Comp:100% Algodão  
Fornecedor: Cambraia modas  
Preço:8€ /m

#### TABELA DE AVIAMENTOS:

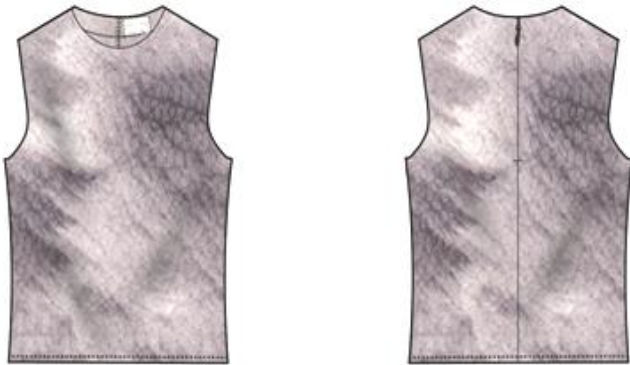


AMOSTRA NR.1

Ref: 665  
Cor: Cinza  
Unidades: 1  
Fornecedor:Tecidos do Castelo  
Preço:1.20€

Nota: Todas as linhas necessárias à confeção desta peça serão na cor mais próxima à do tecido base igual ao da amostra NR.1.

ILUSTRAÇÃO

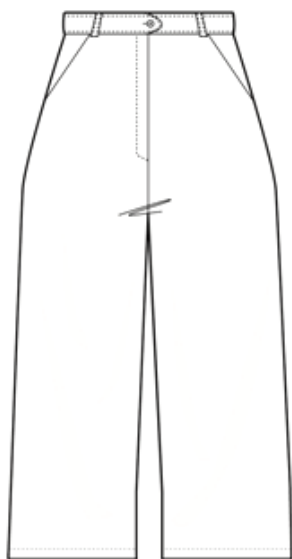


PEÇA: CALÇÕES	ESTAÇÃO: PRIMAVERA/VERÃO 2017
TEMA: LINE UP	MARCA: MARIOS SCHWAB X VANESSA ROSÁRIO
REF:52	COMP. TECIDO(S): 100 % ALGODÃO.
GÊNERO: F	FORNECEDORES: TECIDOS DO CASTELO
ÚLTIMA DATA DE REVISÃO: 29-12-2016	TAMANHOS: XS <input type="checkbox"/> S <input checked="" type="checkbox"/> M <input checked="" type="checkbox"/> L <input checked="" type="checkbox"/> XL <input type="checkbox"/>

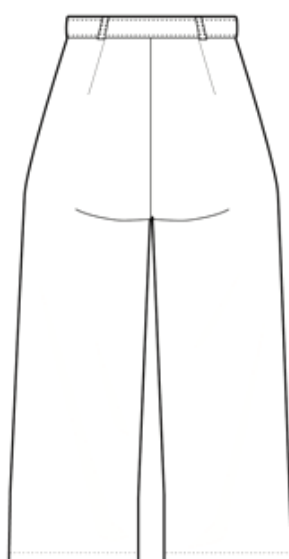
DESCRIÇÃO:CALÇÕES COMPRIDOS COM LIGEIRO ENVASÉ .

DESENHO TÉCNICO

FRENTE



COSTAS

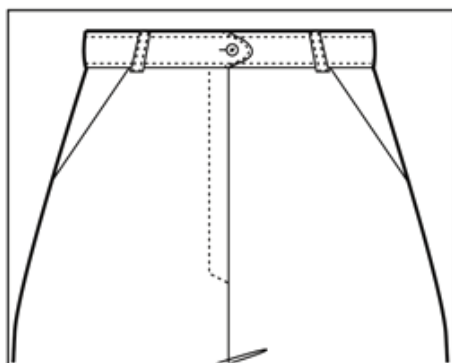


COR



PANTONE 7545 C

DETALHES



DESCRIÇÃO

Calções compridos (abaixo do joelho) , com ligeiro evasé. O tecido base da peça será igual ao da amostra NR.1 da tabela de matérias-primas. Os aviamentos serão iguais ao da amostra NR.1 e NR.2 da tabela de aviamentos.

ESQUEMAS DE COSTURAS

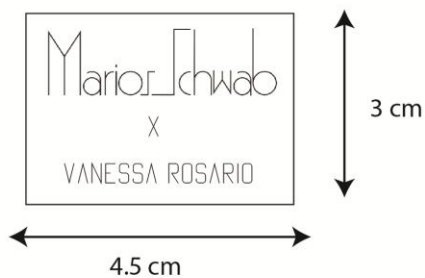


Overlock de dois tecidos



Costura plana de dois tecidos

### ETIQUETA

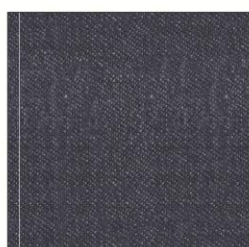


### LOCALIZAÇÃO:

Centro-costas no cós.

A etiqueta não se encontra à escala.

### TABELA DE MATÉRIAS-PRIMAS:



AMOSTRA NR.1

Ref: 96565  
Cor: Azul-escuro  
Comp:100% Alg.  
Fornecedor:Tecidos do Castelo  
Preço:10 € /m

### TABELA DE AVIAMENTOS:



AMOSTRA NR.1

Ref: 995  
Cor: Azul-escuro  
Unidades: 1  
Fornecedor:Tecidos do Castelo  
Preço:2€

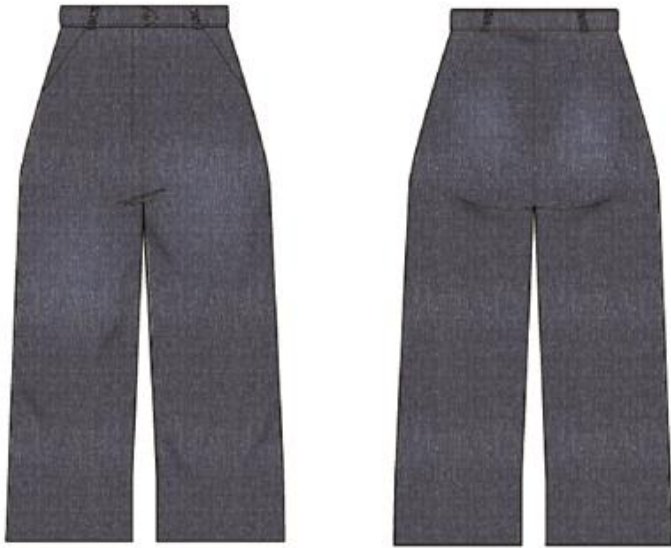


AMOSTRA NR.2

Ref: 389  
Cor: Dourado  
Unidades: 1  
Fornecedor:Tecidos do Castelo  
Preço:0.95€

Nota: Todas as linhas necessárias à confeção desta peça serão na cor mais próxima à do tecido base igual ao da amostra NR.1.

ILUSTRAÇÃO

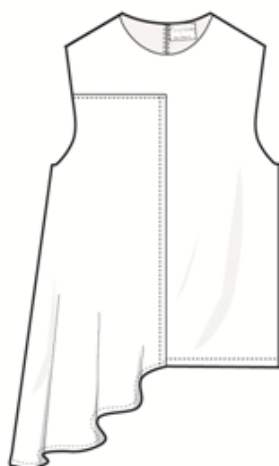


PEÇA: TOP	ESTAÇÃO: PRIMAVERA/VERÃO 2017
TEMA: LINE UP	MARCA: MARIOS SCHWAB X VANESSA ROSÁRIO
REF:94852	COMP. TECIDO(S): 100 % POLIÉSTER  100% ALGODÃO
GÊNERO: F	FORNECEDORES: TECIDOS DO CASTELO CAMBRAIA MODAS
ÚLTIMA DATA DE REVISÃO: 29-12-2016	TAMANHOS: XS <input type="checkbox"/> S <input checked="" type="checkbox"/> M <input checked="" type="checkbox"/> L <input checked="" type="checkbox"/> XL <input checked="" type="checkbox"/>

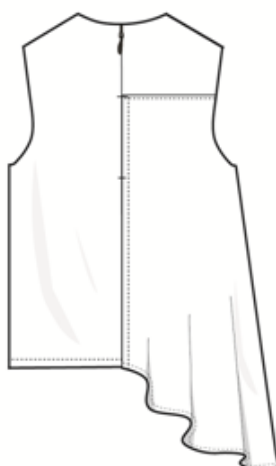
DESCRIÇÃO: TOP DE MANGA CAVA .

#### DESENHO TÉCNICO

FRENTE



COSTAS



COR

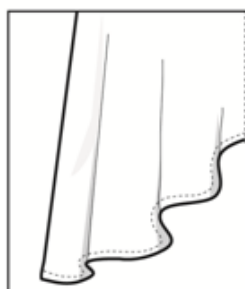


PANTONE Black 6C



PANTONE Cool Gray 6C

#### DETALHES



#### DESCRIÇÃO

Top de manga cava bi-matéria. O top no seu lado esquerdo é mais comprido que o lado direito .  
Esta peça será confeccionada num material igual ao da amostra NR.1 da tabela de matérias-primas.  
O aviamento a usar será igual ao da amostra NR.1 da tabela de aviamentos.

#### ESQUEMAS DE COSTURAS

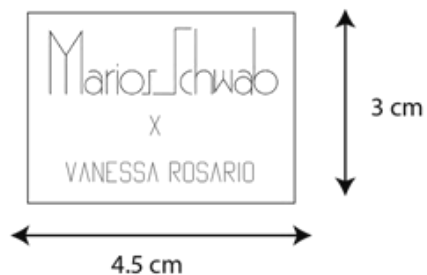


Overlock de dois tecidos



Costura plana de dois tecidos

### ETIQUETA



#### LOCALIZAÇÃO:

Centro-costas , lado direito seguido do fecho.

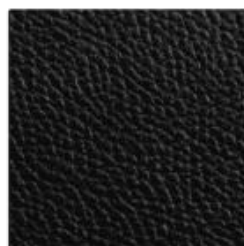
A etiqueta não se encontra à escala.

### TABELA DE MATÉRIAS-PRIMAS :



AMOstra NR.1

Ref: 85223  
Cor: Cinza  
Comp:100% Algodão  
Fornecedor: Cambraia modas  
Preço:8€ /m



AMOstra NR.2

Ref: 7585  
Cor: Preto  
Comp:100% Poliéster  
Fornecedor:Tecidos do Castelo  
Preço:10€ /m

### TABELA DE AVIAMENTOS:



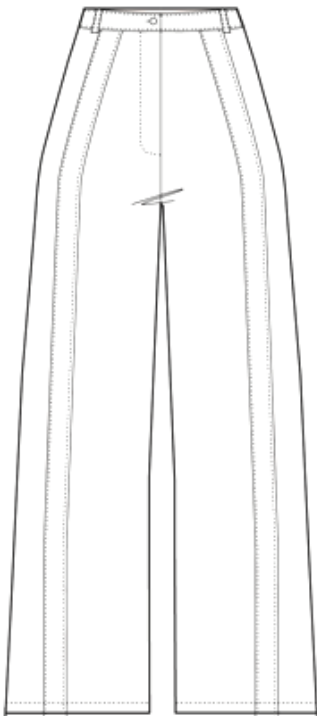
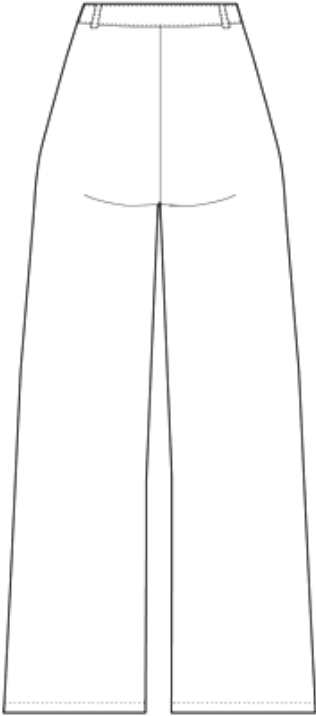


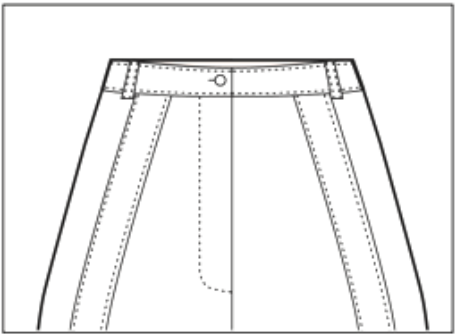
AMOstra NR.1

Ref: 689  
Cor: Preto  
Unidades: 1  
Fornecedor:Tecidos do Castelo  
Preço:0.95€

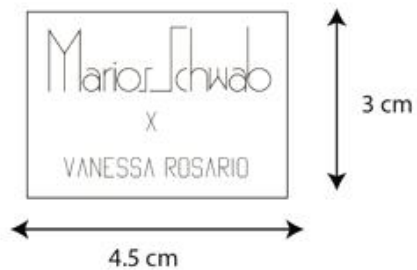
Nota: Todas as linhas necessárias à confeção desta peça serão na cor mais próxima à do tecido base igual ao da amostra NR.2. A linha será o mais próxima possível da cor do tecido NR.1 sempre que se efectuar costuras nesse mesmo tecido.

ILUSTRAÇÃO



PEÇA: CALÇAS	ESTAÇÃO: PRIMAVERA/VERÃO 2017
TEMA: LINE UP	MARCA: MARIOS SCHWAB X VANESSA ROSÁRIO
REF:202	COMP. TECIDO(S): 70 % POLIÉSTER   30% ALG.   100% POL.
GÊNERO: F	FORNECEDORES: TECIDOS DO CASTELO FEIRA DOS TECID.
ÚLTIMA DATA DE REVISÃO: 29-12-2016	TAMANHOS: XS <input type="checkbox"/> S <input checked="" type="checkbox"/> M <input checked="" type="checkbox"/> L <input checked="" type="checkbox"/> XL <input type="checkbox"/>
DESCRIÇÃO: CALÇAS COM LIGEIRO ENVASÉ E COM CORTES VERTICAIS .	
<p>DESENHO TÉCNICO</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>FRENTE</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>COSTAS</p>  </div> </div> <div style="margin-top: 20px;"> <p style="text-align: center;">COR</p> <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 10px;"> <div style="width: 20px; height: 15px; background-color: black; margin-right: 5px;"></div> <p>PANTONE Black 6C</p> </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 20px; height: 15px; background-color: #808080; margin-right: 5px;"></div> <p>PANTONE Cool Gray 6C</p> </div> </div> </div> <div style="margin-top: 20px;"> <p>ESQUEMAS DE COSTURAS</p> <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-right: 5px;">  </div> <p>Overlock de dois tecidos</p> </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-right: 5px;">  </div> <p>Costura plana de dois tecidos</p> </div> </div> </div>	
<p>DETALHES</p> 	<p>DESCRIÇÃO</p> <p>Calças com cintura ligeiramente subida e um ligeiro envasé. O tecido base da peça será igual ao da amostra NR.1 da tabela de matérias primas.</p> <p>Na frente tem cortes verticais que serão em napa igual ao da amostra NR.2 da mesma tabela.</p> <p>Os aviamentos serão iguais ao da amostra NR.1 e NR.2 da tabela de aviamentos.</p>

**ETIQUETA**



**LOCALIZAÇÃO:**

Centro-costas no cós.

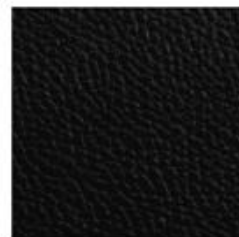
A etiqueta não se encontra à escala.

**TABELA DE MATÉRIAS-PRIMAS :**



AMOSTRA NR.1

Ref: 758556  
 Cor: Cinza  
 Comp: 70% Poly 30%ALg.  
 Fornecedor:Feira dos tecidos  
 Preço:15€ /m



AMOSTRA NR.2

Ref: 7585  
 Cor: Preto  
 Comp:100% Poliéster  
 Fornecedor:Tecidos do Castelo  
 Preço:10€ /m

**TABELA DE AVIAMENTOS:**



AMOSTRA NR.1

Ref: 365  
 Cor: Cinza  
 Unidades: 1  
 Fornecedor:Tecidos do Castelo  
 Preço:1.5€



AMOSTRA NR.2

Ref: 2899  
 Cor: Cinza  
 Unidades: 1  
 Fornecedor:Tecidos do Castelo  
 Preço:1€

Nota: Todas as linhas necessárias à confeção desta peça serão na cor mais próxima à do tecido base igual ao da amostra NR.1. Nos pespontos da napa , a cor da linha será preta.

ILUSTRAÇÃO



## 5.8. Ilustrações



Imagem 59 - Ilustrações finais

Fonte: A discente

## 5.9 Prototipagem e alterações

Para se realizar a prototipagem escolheu-se a T-shirt, pois como se pode verificar no desenvolvimento da coleção, a peça em questão é composta por dois tecidos, um é a napa com uma manipulação inovadora e o outro tecido é uma malha, assim efetuando a prototipagem nesta peça, irá testar-se para além de proporções o comportamento de dois tecidos distintos.

No decorrer da confeção da peça em questão foram efetuadas alterações, contudo as mesmas não implicaram a estética nem a qualidade da peça, pelo contrário, conferiram um maior rigor e qualidade a nível de acabamentos. Deste modo, considerou-se pertinente a realização de uma nova ficha técnica.

Com a confeção da t-shirt foi possível acrescentar a ficha técnica com medidas, assim, alcançou-se uma ficha técnica mais completa.

Contudo, não se procedeu à confeção da coleção completa, pois os custos seriam elevados.

Nas imagens 60,61 e 62 pode-se observar a ficha técnica alterada.


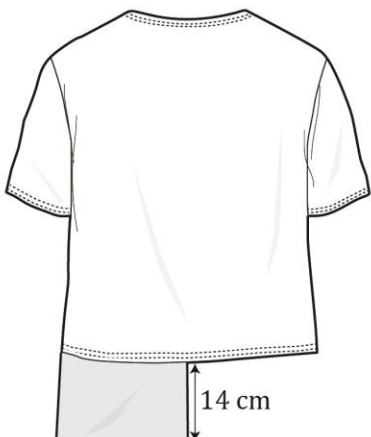

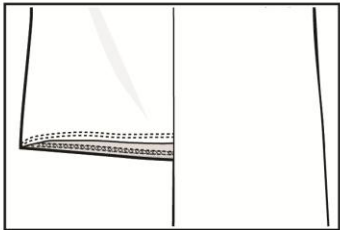
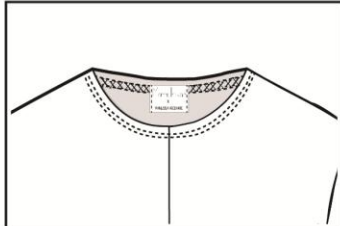

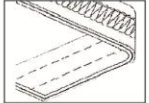

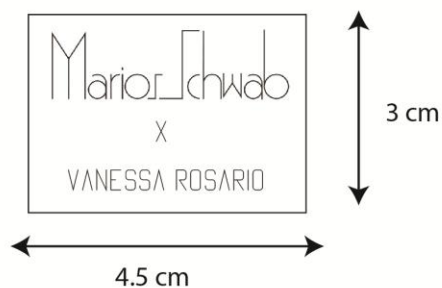
PEÇA: T-SHIRT	ESTAÇÃO: PRIMAVERA/VERÃO 2017		
TEMA: LINE UP	MARCA: MARIOS SCHWAB X VANESSA ROSÁRIO		
REF:9685882	COMP. TECIDO(S): 100 % POLIÉSTER		
GÉNERO: F	FORNECEDORES: TECIDOS DO CASTELO CAMBRAIA MODAS		
ÚLTIMA DATA DE REVISÃO: 26-04-2017	TAMANHOS: XS <input type="checkbox"/> S <input checked="" type="checkbox"/> M <input checked="" type="checkbox"/> L <input checked="" type="checkbox"/> XL <input checked="" type="checkbox"/>		
DESCRIÇÃO: T-SHIRT COM OMBRO LIGEIRAMENTE DESCAÍDO .			
DESENHO TÉCNICO		Larguras Perímetros Distâncias	Medidas (cm)
FRENTE		Largura do peito	42
COSTAS		Largura do tórax	39
		Perímetro do pescoço	55
		Perímetro da cava	43.5
		Perímetro baínha da manga	33
		Comprimento de manga	24
		Comprimento de ombro	13.5
COR	BAÍNHAS	Distância lateral - baínha	32
	Decote : 1 cm Restantes baínhas : 2.5cm		
PANTONE Black 6C			
DETALHES		DESCRIÇÃO	
		T-shirt com ombro ligeiramente descaído. A peça será confeccionada num tecido igual ao da amostra NR.1 da tabela de matérias-primas. No lado direito a T-shirt tem uma aplicação mais comprida que o tamanho da T-shirt. Esta aplicação será em tecido igual ao da amostra NR.2 da tabela de matérias-primas.	
		ESQUEMAS DE COSTURAS	
		 Overlock de dois tecidos	
		 Costura plana de dois tecidos	Costura em máquina de malha

Imagem 60 - Ficha técnica alterada

Fonte: A discente

## ETIQUETA



LOCALIZAÇÃO:  
Centro costas .

A etiqueta não se encontra à escala.

## TABELA DE MATÉRIAS-PRIMAS :



AMOSTRA NR.1

Ref: 856  
Cor: Preto  
Comp:100% Poliéster  
Fornecedor: Cambraia  
Modas  
Preço:11€ /m



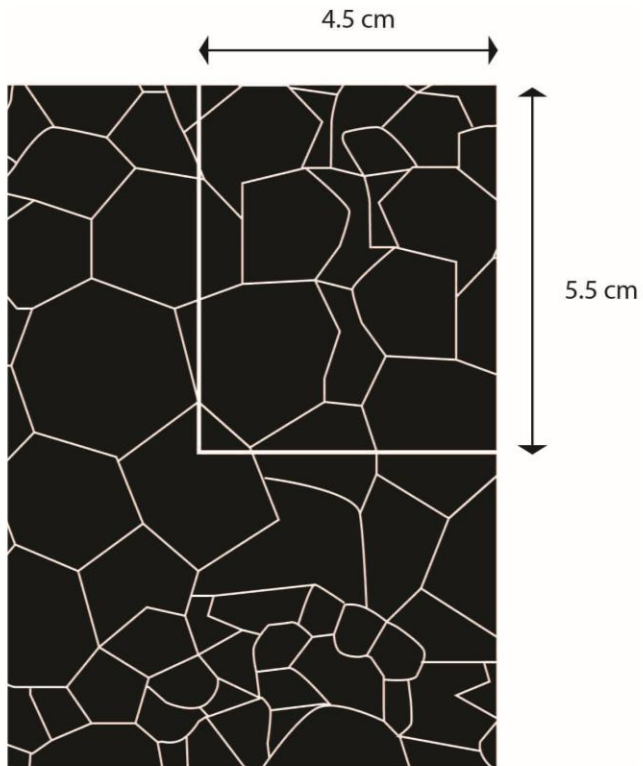
AMOSTRA NR.2

Ref: 7585  
Cor: Preto  
Comp:100% Poliéster  
Fornecedor:Tecidos do  
Castelo  
Preço:10€ /m

Nota:\*Para melhores acabamentos , os pespontos simples (nas mangas , bainha e decote) foram substituídos por costuras realizados na máquina de malhas.

\*Todas as linhas necessárias à confeção desta peça serão na cor mais próxima à do tecido base igual ao da amostra NR.1.

MANIPULAÇÃO



ESCALA REAL

TECIDO BASE : NAPA 100% POLIÉSTER



Desenho completo para ser gravado na napa.  
(não está à escala)

ILUSTRAÇÃO



Imagem 62 - Ficha técnica alterada

Fonte: A própria

Após a prototipagem realizou-se uma sessão fotográfica à peça, o resultado da mesma pode ser visualizado nas imagens 63 e 64.



Imagem 63 - Sessão fotográfica do protótipo desenvolvido

Fonte: A discente



Imagem 64 - Sessão fotográfica do protótipo desenvolvido

Fonte: A mestranda

Para enfatizar o protótipo realizou-se uma ilustração individual da peça, a mesma pode ser observada na imagem 65.



Imagem 65 - Ilustração individual

Fonte: A aluna

## 6. Conclusões finais

O presente relatório de estágio abrangeu duas partes distintas, ambas de enorme relevância para a concretização da coleção cápsula. O estágio e as reflexões feitas após o seu término foram conclusivas e impulsionadoras para a concretização de uma coleção inovadora a uma marca já sediada e consolidada no mercado.

No entanto, todas as aprendizagens, reflexões e observações realizadas no período de estágio foram cruciais para se conseguir pensar, desenvolver e finalizar a coleção cápsula. Porém, devido a uma agenda preenchida o designer não conseguiu acompanhar o processo criativo como se previu inicialmente.

Perante o desafio, realizaram-se mais pesquisas e elaboraram-se painéis com imagens de coleções já apresentadas e assinadas por Marios Schwab. Foi através desses painéis que foi escolhida uma direção em relação a matérias-primas a utilizar, silhuetas e cores, conseguindo-se assim identificar padrões de uso.

Um dos principais objetivos que se propôs cumprir foi a presença da estética na coleção pela qual o designer é conhecido e apreciado, contudo foi onde se notou mais dificuldade, pois além do designer não ter conseguido seguir a coleção, o fato de ser uma coleção com um teor totalmente distinto do que o designer apresenta afetou a mestrandia com dúvidas e incertezas. Contudo, acredita-se ter feito uma coleção vendável e com várias opções para o consumidor já fidelizado com a marca.

As pesquisas presentes no início do relatório e a bagagem académica foram também determinantes no processo criativo, assim como o uso de metodologias projetuais permitiu finalizar várias etapas neste processo de redação e criação.

Este relatório detinha como tópico investigativo : “Compreender de que forma o papel de um designer de moda se desenrola em contexto de atelier”, considera-se ter encontrado respostas favoráveis ao mesmo, assim como se acredita ter alcançado todos os objetivos propostos (específicos e gerais).

No que respeita às metodologias de design, percebeu-se que num contexto profissional o designer ultrapassa algumas das etapas previstas, quer devido ao *Know how* que a prática profissional lhe proporcionou, quer por questões de tempo, porém, sem uma metodologia de base, o designer não teria a capacidade de se organizar.

No que respeita à metodologia que se aprende e se desenvolve num processo académico, percebeu-se que, além de se seguirem todas as etapas criteriosamente, também há mais tempo para a concretização do trabalho proposto em briefing.

De facto, o conhecimento que advém do meio académico é essencial para o desenvolvimento da prática profissional bem como para facilitar a melhor integração no ambiente profissional e na equipa. Só o conhecimento das metodologias de design como de Munari é que permite compreender como é que em meio académico, algumas fases são ultrapassadas.

Para além de todos os obstáculos sentidos e posteriormente ultrapassados, todo o processo (estágio, reflexões, pesquisas, criativo) foi uma mais-valia para a vida pessoal e profissional da mestranda, sentindo que será uma melhor profissional devido a todos os impedimentos vividos e a todas as aquisições que resultam no seu crescimento.

Com a realização deste trabalho as minhas perspetivas futuras passam por procurar emprego na área, seja na indústria ou em atelier, irei manter todas as hipóteses em aberto, para conseguir aprender o mais possível com os profissionais da área do design de moda.

## 7. Glossário

### ***Atelier***

Espaço físico onde os designers realizam a sua atividade profissional.

### ***Branding***

São todas as soluções encontradas para qualquer marca/empresa alcance o sucesso.

### ***Croquis***

Termo semelhante a desenhos de moda/vestuário.

### ***Eveningwear***

Remete-nos ao uso de roupa concebida especialmente para o uso numa determinada parte do dia, neste caso a noite. O mesmo remete-nos para ocasiões especiais.

### **Fast- fashion**

As pessoas adeptas do fast fashion são pessoas que primam a novidade e as últimas tendências no mundo da moda.

Estas roupas são industrializadas para que o preço seja desejável, e todo o processo de criação e confeção é realizado a um ritmo incrível e é efetuado a um preço mínimo.

Assim com o fast fashion é possível todas as semanas encontrar-se peças novas nas cadeias de marcas como a bershka, pull and bear e entre outras.

### ***Fio-direito***

O termo fio direito remete-nos para os tecidos, então é crucial termos presente o que é a teia e a trama. A teia é o nome dado ao fio longitudinal e a trama ao fio

transversal, é no entrelaçamento perpendicular destes dois fios que resulta o chamado tecido. O fio direito é então o sentido do feio da teia. Para um melhor “cair” das peças de vestuário, o molde deve ser sempre cortado a fio direito ou seja no sentido da teia.

### ***Jersey***

Termo inglês equivalente a malha em português.

### ***Lingerie***

A palavra lingerie remete-nos para todas as peças íntimas usadas debaixo da roupa exterior; no caso do sexo feminino estas podem ser; soutien, cueca, body, e corpete, no caso do sexo masculino as peças íntimas são cuecas ou boxers.

Os materiais mais comuns na confeção destas peças são a lycra, renda, seda, cetim, algodão entre outros tecidos.

O material escolhido influencia muito a conotação que a peça irá ter perante o público, pois consoante as escolhas feitas na parte da matéria-prima, as peças interiores poderão ter um cunho desportivo, sensual, erótico, romântico e entre outros.

### ***Lookbook***

O lookbook poderá ser apresentado em formato de um pequeno livro como pode estar disponível digitalmente no site da marca. Por norma são fotografias de modelos a usarem a roupa da marca, sem poses extravagantes para que o consumidor consiga ter uma óptima perceção da peça, deste modo as fotografias são tiradas (por norma) em fundos neutros para direcionar o olhar do público num único sentido.

A qualidade destas fotografias é de extrema importância pois na compra online o cliente não tem oportunidade de tocar na peça, ver a sua cor/material, daí o realismo ser muito importante para não induzir em erro o consumidor.

### ***Packaging***

Refere-se à embalagem que irá envolver/proteger o objeto interior.

### ***Pantone***

Empresa popular em todo o mundo por ter gerado um sistema de cores, atualmente standard, que veio facilitar o trabalho de várias indústrias nomeadamente a de moda e têxtil e da indústria gráfica.

As cores Pantone tornaram-se imprescindíveis, pois a escolha de uma cor num determinado país coincidirá na exata cor em todas as partes do mundo. Assim a empresa criou “Guias Pantone” que eram a compilação de todas as cores disponíveis em formato de livro, a mesma empresa apresentava novas edições do seu livro pois com o passar do tempo as cores desvaneciam-se.

Atualmente a Pantone não é só indispensável nas áreas da moda e têxtil e na indústria gráfica, é muito usada nas tecnologias e entre outras.

### ***Print screen***

É uma opção comum em todos os computadores e similares que através da pressão exercida numa tecla ou numa combinação de teclas captura uma imagem com todos os elementos presentes naqueles instantes na tela do monitor.

### ***Ready-to-wear***

O ready-to-wear surge a seguir ao final da segunda guerra mundial quando as empresas decidem padronizar os tamanhos da roupa.

Com este acontecimento o processo de produção ficou mais rápido e mais fácil e sobretudo muito mais barato que encomendar roupa por medida a pessoas especializadas.

Em inglês a palavra ready-to-wear significa pronto para usar contudo, mais tarde a expressão prêt-à-porter surgiu como um sinónimo ao ready-to-wear.

### **Sample Sales**

Venda de peças de vestuário de estações passadas a preço reduzido.

### ***Slow fashion***

O slow fashion contraria o fast fashion, defende a reciclagem, roupa com qualidade que dure mais tempo e defende principalmente a responsabilidade ambiental inerente a todas as pessoas habitantes do planeta terra.

Este movimento quer consciencializar os indivíduos para os processos industriais prejudiciais para o ambiente e para as futuras gerações.

### **Stock**

A fim de uma entidade não sofrer um esgotamento de uma peça ou de um determinado numero da mesma e/ou similares foram criados sítios para armazenar peças a mais com intuito de poder oferecer ao cliente os números e as quantidades de peças e/ou produtos que o mesmo deseja adquirir.

### **Street Style**

Estrangeirismo que remete ao modo de vestir da população nas ruas. O mesmo é determinante para o desenvolvimento de novas tendências na área da moda.

Street – Rua; Style – Estilo

### ***Swarovski***

É uma marca conhecida na produção de cristais que são frequentemente usados no mundo da moda, seja em roupa como em acessórios.

## 8. Anexos

Dear Marios ,

How are you?

From here it's Vanessa Rosário, from Portugal, do you remember?  
I'm writing this email because I would like to have your opinion on a project that I am developing to complement my master thesis.  
The project comes up as a complement and it involves a casual line for Marios Schwab brand and the main goal is to extend the Marios Schwab target.

Thus, I would really appreciate it if you would follow with this project and give your opinion.

Best Regards.  
Vanessa Rosário

Hi Vanessa,

As Marios is really busy at the moment travelling and working on various projects there is not much free time.


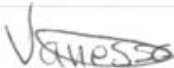
Please could you send me what questions you would like to ask? If you can try to keep it as short and concise as possible that would be really helpful.

I will then do my best to get the answers for you.

Thanks,

Eve Shillingford  
Studio Assistant

Documento escrito pela coordenadora no estágio em Londres, Izzy Higgs, sobre as capacidades demonstradas pela mestranda.

dd mm aaaa	dd mm aaaa	
<i>NB : Headings marked with an asterisk are mandatory.</i>		
<b>5.a DESCRIPTION OF SKILLS AND COMPETENCES ACQUIRED DURING THE EUROPASS MOBILITY EXPERIENCE (No )</b>		
Activities/tasks carried out		
(29a)	<p>Vanessa assisted the Studio and design teams throughout her internship. Tasks include design research, trim and fabric sourcing, machine stitching on industrial equipment and hand embroidery. She was also involved heavily in pattern cutting and altering and developing designs through sampling.</p> <p>Job-related skills and competences acquired</p>	
(30a)	<p>Vanessa improved a lot with her communication and organisational skills whilst here. She has a better understanding of how businesses work.</p> <p>Language skills and competences acquired (if not included under 'Job-related skills and competences')</p>	
(31a)	<p>Her english improved dramatically and she became easier and faster to communicate with the whole team.</p> <p>Computer skills and competences acquired (if not included under 'Job-related skills and competences')</p>	
(32a)	<p>Vanessa worked competently with computers, using Microsoft well and I was confident she could use emails and email on behalf of the company. She also use Illustrator and Photoshop very well.</p> <p>Organizational skills and competences acquired (if not included under 'Job-related skills and competences')</p>	
(33a)	<p>Her attention to detail increased dramatically, as did her organisation. She works in a thorough and organised manner.</p> <p>Social skills and competences acquired (if not included under 'Job-related skills and competences')</p>	
(34a)	<p>Vanessa worked well with the whole team and communicated effectively. She is a pleasure to have in the studio.</p> <p>Other skills and competences acquired</p>	
(35a)	<p>She showed clearly she has an eye for design and worked competently in this area.</p>	
Date	Signature of the reference person/mentor	Signature of the holder
(36a)* 27 01 2016 dd m aaaa	(37a)* 	(38a)* 
<i>NB : This table is not valid without the signatures of the mentor and of the holder of the Europass Mobility. Headings marked with an asterisk are mandatory.</i>		

## 9. Bibliografia

FAERM, Steven (2013), "Curso de design de moda: Princípios, prática e técnicas", Barcelona, Editorial Gustavo Gili, ISBN 978-84-252-2460-7

LEHNERT, Gertrud (2001), "História da Moda do século XX", Colônia, Konemann, ISBN 3-8290-8266-5

DUARTE, Cristina L (2004), "Moda", Quimera, ISBN 972-589-124-4

PEZZOLO, Dinah Bueno (2009), " Por dentro da moda: definições e experiências", São Paulo, Senac, ISBN 978-85-73598-50-6

CALANCA, Daniela (2008), " História social da moda", São Paulo, Senac, ISBN 978-85 73597-57-8

GROSE, Virginia (2013), "Merchandising de moda", Barcelona, Editorial Gustavo Gili, ISBN 978-85-65985-13-0

MUNARI, Bruno (1981), "Das coisas nascem coisas", Lisboa, Edições 70, ISBN 972-44-0160-X

SORGER, Richard ; UDALE Jenny (2009), "Fundamentos de design de moda", Porto Alegre, Bookman, ISBN 978-85-7780-355-2

ERNER, Guillaume (2005), "Victimas da moda? Como a criamos, porque a seguimos", São Paulo, Senac, ISBN 85-7359-454-3

BLANCHARD, TAMSIN (2008), "Eco-chic : como mudar o mundo com estilo", Alfragide, Estrela polar, ISBN 978-989-820606-0

DORFLES, Gillo (1995), "A moda da moda", Lisboa, Edições 70, ISBN 972-44-0488-9

SIMMEL, GEORG (1957), " The american journal of sociology", Vol.62, No.6 (Maio, 1957), 541-558.

## 10. Referências bibliográficas

Web grafia

<http://www.vogue.co.uk/spy/biographies/marios-schwab>

<http://meetthedesigner.co.uk/2012/10/5-things-you-didnt-know-about-marios-schwab/>

<http://www.fiorelli.com/pages/heritage>

<http://www.vogue.co.uk/news/2009/10/29/marios-schwab-swarovski-looks/gallery/429706>

<http://www.asos.com/about/>

<http://jahelguerra.com/Client-Work/Design>

[http://www.swarovski.com/Web\\_PT/en/brand](http://www.swarovski.com/Web_PT/en/brand)