



Instituto Politécnico de Castelo Branco
Escola Superior de Artes Aplicadas



[En]Contraste

Projeto de conclusão de Licenciatura de Design de Moda e Têxtil

Alunos

Cátia Alexandra dos Santos Pereira

Maria Carolina Martins Quintas

Orientadores

Professora Doutora Alexandra Isabel Cruchinho Barreiros

Professora Especialista Alexandra Eduarda Botelho Moura

Professor Licenciado Joaquim Edgar Martins Correia

Trabalho de projeto apresentado à Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Licenciado em Design de Moda e Têxtil, realizado sob a orientação científica da Professora Doutora Alexandra Isabel Cruchinho Barreiros, a Professora Especialista Alexandra Eduarda Botelho Moura e o Professor Licenciado Joaquim Edgar Correia

Junho de 2017

I. Composição do Júri

Presidente do júri

Doutor, Ana Margarida Pires Fernandes

Arguente

Mestre, Maria Cristina Duarte Gomes Patrício

Vogais

Doutor, Alexandra Isabel Cruchinho Barreiros

Prof. Adjunto, Escola Superior das Artes Aplicadas

Especialista, Alexandra Eduarda Botelho Moura

Prof. Adjunto Convidado, Escola Superior das Artes Aplicadas

Licenciado, Joaquim Edgar Martins Correia

Assistente Convidado, Escola Superior das Artes Aplicadas

II. Agradecimentos

Em primeiro lugar queremos agradecer a todos os docentes que contribuíram para que a realização do curso fosse possível, assim como, todos os conhecimentos que nos transmitiram para que, no futuro, arranjassemos com mais facilidade, soluções para cada problema que nos ocorresse, e que nos prepararam efetivamente para nos tornarmos melhores profissionais. Queremos agradecer em especial, aos nossos orientadores, Professora Alexandra Isabel Cruchinho Barreiros, à Professora Alexandra Eduarda Botelho Moura, e ao Professor Joaquim Edgar Martins Correia, por nos terem orientado até à concretização das nossas ideias. Queremos também agradecer ao nosso especial apoio, João Carvalho, por nos ter recebido no seu atelier com a maior simpatia e disponibilidade, pois sem o seu patrocínio não seria possível realizarmos o nosso projeto.

De seguida, queremos agradecer à nossa família, por acreditarem em nós e nos nossos sonhos, pela força que nos proporcionaram para a realização e finalização do curso, e também à nossa segunda família em Castelo Branco, por nos terem proporcionado momentos inesquecíveis e por todo o positivismo e disponibilidade ao longo destes três anos.

Muito obrigada!

III. Resumo - Palavras-Chave

Este relatório é referente ao processo de desenvolvimento da criação de uma marca de acessórios, que consistiu na concepção de uma coleção cápsula, com o intuito de criar um produto, neste caso malas, cuja multifuncionalidade e o *design*, juntos, criam uma certa coerência e harmonia entre elas.

O projeto nasceu com o objetivo, não só de completar as duas coleções finais de curso, cujos conceitos de ambas estabelecem, conseqüentemente, uma ligação que contribuiu para que se dissipasse este conjunto de ideias que contribuiu para a criação da marca, [En]Contraste.

Assim, para este efeito, foi realizada uma pesquisa exaustiva no âmbito das matérias-primas a utilizar, para que fosse possível a concepção dos nossos produtos. Primeiro procuramos matérias-primas sustentáveis, como a *Pinatex*, cujas fibras são de origem do ananás, mas entretanto, surgiu a oportunidade de utilizarmos pele de origem animal, fornecidas pelo nosso apoio João Carvalho, que nos facultou os conhecimentos e o material necessário para a realização do nosso projeto. No processo criativo foi necessário desenvolver o conceito e as apologias da marca, acompanhado pelos respetivos painéis de inspiração, que consistiu em pesquisa de tendências, marcas concorrentes, público-alvo e imagens que iam de encontro com os estilos em que a marca está inserida, como a fusão do minimalismo e o romantismo, para a concepção desses mesmos painéis (*mood board, trend board, brand board, profile board, story board*). Em seguida, foram desenvolvidos estudos de forma e de cor, assim como, respetivas fichas técnicas de cada produto e os seus protótipos. Após a confecção dos produtos finais foi concebido uma sessão fotográfica para divulgação dos mesmos, através de um site, uma revista e um editorial.

Palavras-Chave

Design; Acessórios; Multifunção; Malas; Inovação; Minimalismo VS Romantismo.

IV. Abstract - Keywords

This report and reference on the development process of the creation of a brand of accessories, which consist of the design of a collection of capsules, in order to create a product, in this case suitcases, the whole of the multifunctionality and the design together create a Certain coherence and harmony between them.

The project was born with the objective not only of completing as two final collections of course, whose concepts of both institutions, consequently, a connection that helps to dissipate this set of ideas that contributes to a creation of the brand, [En]Contraste.

Thus, for this purpose, an exhaustive research was conducted without feedstocks of raw materials to use, so that a design of our products could be possible. First we look for sustainable raw materials, such as Pinatex, whose fibers are of an origin, but in the meantime, offering the use of materials of animal origin, provided by our support João Carvalho, who provided us with the knowledge and material necessary for our accomplishment project. There is no creative process for the need to develop the concept of brand apologies, accompanied by respected panels of inspiration, which consists of trend-finding, competing brands, target audiences, and images that wish to find the styles in which they are written, such as A fusion of minimalism and romanticism, for the conception of the same panels (humor board, trend board, brand name plate, profile board, story board). Afterwards, studies of form and color were developed, as well as the respective datasheets of each product and its prototypes. After a confection of the final products, a photo session was designed to promote them through a website, a magazine and an editorial.

Keywords

To draw; Accessories; Multifunction; Bags; Innovation; Minimalism VS Romanticism.

V. Índice Geral

I.	Agradecimentos	III
II.	Resumo - Palavras-Chave	VII
III.	Abstract - Keywords	IX
IV.	Índice Geral	XI
V.	Índice de Imagens.....	XIII
1.	Introdução.....	1
2.	Metodologia do Projeto	2
3.	Definição do problema	3
4.	Matéria-Prima: Pele	4
5.	Design	8
6.	Identidade da Marca.....	10
7.	Marcas Concorrentes.....	11
8.	Preço de Consumo (Tabela).....	12
9.	Cracked Skin.....	13
10.	Processo Criativo	15
11.	Produto Final.....	17
12.	Descrição dos produtos.....	18
13.	Editoriais de Moda	24
14.	Produção de moda - Lookbook	26III
15.	Divulgação e Comunicação.....	30
16.	Conclusão.....	32
17.	Web grafia	33

VI. Índice de Imagens

Imagem 1	4
Imagem 2	6
Imagem 3 e 4	15
Imagem 5 e 6	16
Imagem 7 e 8	17
Imagem 9 e 10	18
Imagem 11 e 12	19
Imagem 13 e 14	20
Imagem 15 e 16	21
Imagem 17	22
Imagem 18 e 19	23
Imagem 20 e 21	26
Imagem 22 e 23	27
Imagem 24 e 25	28
Imagem 26 e 27	29
Imagem 28	30
Imagem 29	31

VII. Índice de Moodboards

Moodboard 1.....	10
Moodboard 2.....	12
Moodboard 3	14
Moodboard 4	24
Moodboard 5.....	25

1. Introdução

Desde sempre, a mala é indispensável em múltiplos momentos da vida e é considerado um objeto extremamente útil, pois permite a qualquer indivíduo, transportar os seus bens de um lado para o outro. É considerado um produto com muita tradição, especialmente, as malas de viagem. Atualmente, existem vários modelos e estilos de malas que podem ser utilizadas conforme o estilo de cada pessoa. A criação de novos modelos que se adaptam às necessidades de cada indivíduo, é cada vez mais ampla, assim como as matérias-primas que podemos utilizar para a confecção de novos produtos. O couro é considerado um material bastante tradicional utilizado nas malas por ser, extremamente resistente e com durabilidade. As características que esta matéria-prima contém, combinadas com inovação e design, podem resultar num produto ultra moderno em contraste com um material, considerado antigo.

No âmbito da unidade curricular de Projeto, foi proposto pelas discentes, o desenvolvimento de uma marca de acessórios, com o intuito de aplicar os conhecimentos adquiridos nos respetivos anos de licenciatura, e também obter acessórios para as suas coleções finais de curso. O objetivo do projeto, foi explorar outras vertentes da área da moda como os acessórios, mais precisamente, malas. Consistindo na ideia de criar uma marca de acessórios e identificar o seu público-alvo, a identidade da marca, as marcas concorrentes, o preço de consumo e a sua forma de divulgação.

2. Metodologia do Projeto

O objetivo da metodologia do projeto serviu para nos facultar e organizar as diferentes tarefas a desenvolver durante a execução deste projeto, estabelecendo assim as atividades necessárias para garantir o cumprimento das tarefas a realizar.

Na primeira fase do projeto foi constituído um problema, que seria o facto de as coleções de ambas não terem nenhum tipo de acessório e também, a curiosidade de desenvolver acessórios nunca, anteriormente realizados. Após o desenvolvimento de algumas ideias que nos interessava desenvolver, foi realizado o planeamento de todas as atividades necessárias para a conceção do projeto.

Processo Criativo:

1. Desenvolver o conceito e apologias da marca através da recolha de dados, acompanhados por painéis de inspiração, de tendências, marcas concorrentes, público-alvo, possíveis matérias-primas e respetivos aviamentos;
2. Procuramos por materiais resistentes e de boa qualidade, para que pudessem resultar um produto com bastante durabilidade, no qual foi escolhido a utilização de couro;
3. Pesquisa e parceria com possíveis fornecedores no que resultou com o apoio de João Carvalho;
4. Desenvolvimento de esboços e outras alternativas
5. Preocupação de verificar a compatibilidade entre a matéria-prima, o design e a sua confeção – protótipos;
6. Desenhos técnicos e respetivas fichas técnicas com a descrição de cada produto;
7. Divulgação da marca via online e através de uma revista
8. Preparação de elementos visuais para a apresentação

3. Definição do problema

Durante o decorrer do curso, sempre nos interessou explorar outros conteúdos que envolvem a indústria da moda, nomeadamente, acessórios. Contudo, com o desenvolvimento das coleções finais de curso, sentimos a necessidade de criar os acessórios respetivos para ambas as coleções. Para isso, tínhamos que desenvolver acessórios cujo *design* fosse de encontro com as coleções e respetivos conceitos.

Por consequência, decidimos criar uma marca de acessórios, cujo objetivo seria, criar novos produtos de uma maneira inovadora e multifuncional, de modo a se destacarem um pouco de produtos mais comuns.

Para esse efeito, analisámos várias opções através de estudos, pesquisas e esboços, que consistiam na fusão do gosto de ambas e mais precisamente, tendo em conta o público-alvo. Os estilos com que nos identificámos para a realização dos nossos produtos foi, primeiramente o minimalismo, porém, a necessidade de manter um pouco a diferença, todos os detalhes introduzidos nos nossos acessórios vão de encontro com o romantismo.

4. Matéria-Prima: Pele

4.1. Origem da Matéria-prima

Couros e Peles:

O couro é a pele do animal preservada da putrefação por um processo denominado curtimento. A pele curtida se torna flexível e macia, pronta para ser utilizada na confecção de calçados, bolsas, carteiras, roupas e malas, no revestimento de estofados, na produção de chapéus, bolas, tapetes e outros vários produtos. Podem ser curtidas as peles de bovinos, ovelhas, cabras, lhamas, camelos, porcos, cobras, cavalos, búfalos, cangurus, crocodilos, peixes, rãs, aves, como o avestruz, e outros animais.



Imagem 1 - Couro Bruto

As civilizações antigas já conheciam técnicas de preparação e curtimento de peles e couros. Existem registros do uso de couros para confecção de sandálias no Antigo Egito, Pérsia, China e durante o império romano. Hoje a indústria do couro emprega alta tecnologia, e começa a adotar práticas de produção que levam em conta a preservação do meio ambiente.

Processamento:

Para ser utilizada na confecção de calçados, bolsas e outros produtos, a pele tem que passar por um processo de tratamento, desde que é retirada do animal até ficar pronta para o uso. O processamento mantém a natureza fibrosa da pele e, com o uso de produtos químicos, retira o tecido interfibrilar, passível de putrefação.

O processamento tem uma série de etapas e operações, e se inicia com a esfolagem, que consiste na remoção da pele do animal. Ao ser retirada, a pele é submetida a processos de conservação com sal comum (cloreto de sódio) ou por secagem. Também podem ser utilizados sistemas de conservação de curta duração, mais modernos, com o emprego de agentes antissépticos, sem a utilização de sal, que é muito poluente. A finalidade da conservação é impedir a decomposição da pele até o

início dos processos que irão transformá-la pelo curtimento em um material resistente.

Chama-se "flor" a camada superior do couro. A flor contém o desenho da superfície da pele formado pelas aberturas dos folículos pilosos e poros após a retirada dos pêlos (depilação). O desenho é mantido após o curtimento e cada tipo de pele possui sua característica própria. Assim, o couro de boi apresenta uma flor característica e o de ovelha outra, por exemplo.

Após o processo de conservação tem-se a chamada pele crua. Para se obter o couro acabado, pronto para o uso, as peles cruas são submetidas a uma série de processos divididos em três etapas essenciais, denominadas **operação de ribeira, curtimento e acabamento**.

Ribeira

A pele é constituída por três camadas: epiderme, derme e hipoderme. Na operação de ribeira é feita a limpeza e eliminação dos componentes da pele que não poderão estar no produto final. Nesta etapa do processo, a epiderme e a hipoderme devem ser removidas e a derme, parte mais importante e que será transformada em couro, vai ser preparada para o curtimento. As etapas nas operações de ribeira são, pela ordem:

- **remolho** que consiste na lavagem da pele para retirada do sal, reposição do teor de água e limpeza, efetuado em um equipamento denominado fulão.

- **depilação-caleiro** tem o objetivo de retirar o pelo ou a lã da pele, remover a epiderme e separar as fibras e fibrilas do colagénio presente no tecido conjuntivo dos animais. A depilação normalmente é feita em um banho de sulfeto de sódio, aminas ou enzimas para remoção dos pelos e camadas da pele. Os pelos são formados quase que totalmente por queratina, que é dissolvida pelo composto sulfurado. Nas peles em que se deseja preservar a epiderme, pelos ou lã deve-se empregar sistemas de trabalho sem depilação. O caleiro é o momento em que se adiciona cal hidratada para provocar o intumescimento da pele e promover a limpeza entre as fibras, permitindo que os próximos processos tenham mais eficácia.

- O **descarne** vem a seguir. É uma operação mecânica para eliminar restos aderidos ao carnal, tecido subcutâneo e adiposo. O descarne retira resíduos de gorduras para facilitar a penetração dos produtos químicos que serão aplicados nas etapas posteriores do processamento.

- **divisão** - Quando se deseja obter couros mais leves, utilizados na produção de calçados e vestuário, a pele, que é bastante espessa, é dividida em duas lâminas em uma máquina especial. A lâmina superficial, denominada flor, é a mais valiosa, e a lâmina inferior é denominada raspa ou crosta. A espessura das lâminas vai depender do tipo de artigo que se deseja fabricar. A partir da camada inferior podem ser obtidos couros acamurçados e camurças para roupas ou calçados.

- A **desencalagem** é a próxima etapa da operação de ribeira, e visa a eliminação da cal. São usados agentes que reagem com a cal, que poderão ser retirados com uma lavagem posterior. Desta forma é revertido o inchamento da pele já desprovida de pêlos.

- A **purga** é o passo seguinte. A purga consiste em uma limpeza mais profunda, feita com enzimas proteolíticas que limpam a pele dos restos de epiderme, pelo e gordura, originando uma flor mais fina e sedosa. Durante a purga são retirados materiais queratinosos degradados, as gorduras são transformadas em ácidos graxos e glicerol e os fibroblastos são decompostos.

O **píquel**, última etapa da ribeira, tem como função preparar a pele para o curtimento. Em sua composição mais simples, o píquel consiste de um banho em uma solução salino-ácida que tem por objetivo ajustar o pH da pele para receber o tipo de curtente a ser empregado, normalmente sais de crômio.

Curtimento

No final da etapa de ribeira a pele já está limpa e livre de tudo o que não interessa no produto final. Mas não apresenta estabilidade, e assim como a pele fresca ou crua, também está sujeita à ação de agentes agressivos, à degradação e à putrefação. Com o curtimento, as peles adquirem estabilidade, e a partir daí recebem o nome de couro.



Imagem 2 - Pele ovina curtida

O curtimento envolve a reação de sais de metais ou de extratos tanantes vegetais ou sintéticos com grupos reativos na estrutura proteica. Existem muitos tipos de curtimento, mas o mais utilizado é o curtimento com sais de crômio. Também pode-se fazer o curtimento com taninos naturais para obtenção de couros pesados, como couros industriais e solas. Os produtos inorgânicos mais utilizados como curtentes são os sais de crômio, de zircônio, de alumínio e de ferro, e os produtos orgânicos utilizados são os curtentes vegetais, sintéticos, aldeídos e parafinas sulfocloradas.

Os couros curtidos com crômio são chamados de wet blue. São couros prontos para serem submetidos a tingimentos, curtimento e acabamento, que irão conferir as características desejadas ao produto final.

O wet blue não é o único produto obtido após o processo inicial de curtimento. Existem também o wet white e o wet brown, resultantes de diferentes curtentes. O wet white é obtido quando se pré-curte a pele com um aldeído ou um tanino sintético fenólico. Ele ganhou esta denominação porque o couro adquire uma coloração clara. Quando a pele é curtida com tanino vegetal ela adquire um tom castanho claro, e se chama wet brown.

O enxugamento é uma etapa mecânica para eliminar o excesso de água e facilitar a etapa seguinte, o rebaixamento do couro. Este é feito em uma máquina que uniformiza a espessura do couro.

Acabamento

Na etapa de acabamento são executados tratamentos complementares às operações anteriores, que darão o aspeto final ao couro pronto.

O acabamento inclui as operações de curtimento, quando são feitas correções da flor para reparar arranhões e defeitos e definir características como maciez, elasticidade, enchimento, toque e tamanho do poro da flor, tingimento, que confere cor, engraxe, que influi em características como resistência à tração, impermeabilidade, maciez, flexibilidade, toque, elasticidade, secagem, lixamento e acabamento propriamente dito. A última etapa do processamento acontece quando são aplicados produtos sobre a flor para melhorar o seu aspeto e aumentar a proteção para o couro.

4.2. Natural vs Sintética

Nos últimos anos, em virtude de ser um material de custo alto, pela tendência da moda e outras exigências da vida moderna, ampliou-se consideravelmente o mercado de materiais diversos, sintéticos e naturais, em substituição ao couro. Também alcançou grande projeção no mercado o couro reconstituído ("recouro"), um misto de aparas de couro, resinas e outros produtos.

É importante salientar que é proibido por lei o uso da palavra "couro", como por exemplo "couro sintético" ou "couro vegetal" para qualquer material que não seja de origem animal, de acordo com a lei 11/211 de 2005.

De qualquer forma, o couro não perdeu sua posição de material nobre, sendo requisitado para a confecção de estofados (moveleiro e automotivo), calçados, vestuário e acessórios (cintos, carteiras, malas) no mundo inteiro.

O couro bovino é o mais utilizado, devido a ser o mais abundante do mercado e ao preço mais baixo. O segundo mais utilizado é o couro caprino, devido também à facilidade de obtenção, que torna os preços competitivos, e principalmente pela sua qualidade, que é maior do que a do couro de vaca. Entretanto, também tem crescido a procura pelos couros suíno, ovino e de outras espécies de animais como o jacaré, cobra e leitões, mais recentemente, de rã e peixe.

5. Design

5.1. Acessórios e o Design: breve história

Moda é arte, design, um meio de comunicação, uma manifestação sociocultural, uma linguagem! Afinal a moda é tudo isto e muito mais, são todos estes sentidos que merecem uma atenção especial para que o termo Moda seja compreendido na sua plenitude. A variedade de interpretações que o termo sugere está, intrinsecamente relacionado com as alterações socioculturais. A moda é um fenómeno artístico e criativo que engloba quase a totalidade das artes. É um universo com um carácter essencialmente interdisciplinar, onde a sociologia, história, economia, religião, estética e as artes (design, pintura, escultura, cinema, teatro e artes performativas) são fundamentais para definição da mesma.

O homem sempre teve a necessidade de se diferenciar, esta inadaptação ao seu corpo aliada à vontade de se distinguir dos demais é uma das razões que levou o homem a vestir-se e adornar-se. Desta necessidade de se enfeitar e adornar começam a surgir os acessórios de moda junto com o vestuário e desta união fez-se a moda.

O adorno, também conhecido como acessório de moda é definido, em termos de moda, como *“um item que complementa o visual de um look. Desde a viragem do milénio, todas as casas de moda passaram a dar grande importância aos acessórios, como ferramentas comerciais que consolidam uma maior exposição da marca de forma geral. Uma das razões para este fenómeno é que os acessórios, mais que as roupas, são verdadeiros ícones da essência de um determinado estilo. A estética e o impacto dos*

acessórios transmitem informações que se desdobram no contexto do tempo e das tendências de moda contemporânea. Os acessórios podem ser compreendidos como uma metáfora, como palavras isoladas na complexa linguagem da moda, que comunica certas facetas da pessoa que a usa. Estes servem para criar uma imagem externa do usuário e, portanto, o situa no contexto atual da moda, sendo uma forma de satisfazer a grande necessidade de percepção da individualidade e de singularidade.” (Feyerabend)

Os acessórios de moda sempre foram parte de destaque na moda, no entanto na conjuntura atual estes ganharam ainda mais importância. Não se limitando apenas a adornar/ornamentar as peças de vestuário, eles também demarcam um estilo, desempenhando um papel de destaque na moda contemporânea.

A Mala

Os estilos/modelos que constituem o universo das malas são a Mala, acessório de moda, bolsa, carteira, mala de viagem, pasta, mochila, pochete, saco, maleta, entre outros. Definir mala é extremamente complexo, uma vez que a cada estilo/modelo pode-se associar uma descrição e, conseqüentemente uma definição diferente.

As malas são objetos de culto, quase fetichista, que desperta uma reação instintiva, primária, que nos envia uma única mensagem: "eu quero." São indispensáveis em qualquer guarda-roupa feminino. Em cada estação são propostas novas tendências, modelos renovados e reinterpretações dos clássicos. As malas são sempre desejadas e tal como os diamantes são para sempre!

5.3. Estilos de inspiração

Como já foi referido acima, há muitos modelos de malas, mas neste projeto o foco no tipo de mala que era pretendido, é bastante específico. Focamo-nos em três funções muito corriqueiras, pensando no uso, prática e versatilidade que estas poderiam vir a ter.



SHOULDERBAG



HANDBAG



BACKPACK



Moodboard 1 - Estilos/modelos de malas

6. Identidade da Marca

[En]Contraste pode ser interpretado por dois significados completamente distintos, como o próprio nome indica, simbolizando, conhecimentos e vivências completamente diferentes, que ambas as representantes experienciaram, assim como a sua personalidade, o contraste entre os seus mundos e perspectivas fundem-se entre as suas ideias e o seu gosto pelo mundo minimalista e romancista encontrando-se. A marca é apologista de uma paleta cromática em tons neutros e suaves, e é inserida dentro das linhas do estilo minimalista.

A marca [En]Contraste nasceu na necessidade de duas alunas estudantes de Design de Moda e Têxtil com o fim de desenvolverem o projeto final de Licenciatura, decidiram criar uma marca de malas como complemento para as suas coleções finais. Pode ser interpretado como “Em contraste” ou “Encontraste”, que por sua vez pode ser reconhecido nas malas, com contrastes de formas, padrões e cores, mas também porque cada mala é especial, podendo ser adequadas a todos os tipos de personalidade, pois cada mala tem o seu nome. Com isto pretendemos assim, que cada personalidade encontre a sua mala.

A identidade da marca vai de encontro com os seus valores no que diz respeito à introdução de acessórios simples com linhas minimalistas e geométricas, sendo definidas como peças básicas mas com um toque de estilo que pode ser adaptado, com mais facilidade, ao estilo de cada pessoa.

A sua complexidade casual do *design* deve-se ao facto de cada produto ser definido como simples e minimalista, mas que serão sempre destacados detalhes diferentes, modernos e que dificilmente vão contra as tendências.

O que também define a marca, é o estilo inspirado na arquitetura, no *design* e na arte ao jogar com volumes e proporções sem seguir específicas tendências de moda, criando estilos que duram mais do que uma temporada.

[En]Contraste é uma marca de acessórios de moda destinada a mulheres que se identificam com um *design* inovador, moderno, funcional. A marca segue uma linha em que são reinventadas formas clássicas, com um *design* mais moderno, essenciais para o guarda-roupa, e que são pensadas e produzidas para durar mais tempo, tanto a nível do material têxtil, como a nível do design tornando-o assim intemporal.

É também possível comprar os produtos *online*, no qual a marca garante que tem um cuidado específico para que tudo seja simples de usar e que os detalhes sejam destacados para que a compra seja segura, eficaz e fiel ao comprador.

7. Marcas Concorrentes

A [En]Contraste é uma marca de acessórios para mulheres, sendo os seus preços adequados para um público-alvo que está disposto a pagar um pouco mais para um produto com qualidade, durabilidade e resistência, mas comparando a [En]Contraste com outras marcas concorrentes que do ponto de vista estético e de valores são semelhantes, o poder de compra é relativamente mais alto comparado com os preços da marca.

As principais marcas concorrentes da [En]Contraste são a Céline, Comme des Garçons, Acne e Jil Sander, cujos fatores de inspiração são cores neutras e formas básicas inspiradas num estilo casual com um toque elegante, em que procuram reimaginar formas clássicas em acessórios inovadores, com o seu estilo pessoal, e outros fatores que marcam a diferença entre cada marca.

A diferenciação da [En]Contraste face a concorrência é a sua atenção à qualidade dos materiais, daí serem feitos à mão, e a inovação constante das suas coleções para que sejam sempre modernas, interessantes e que podemos utilizar consoante o estilo que pretendemos aplicar ou a ocasião. A marca procura sempre que os seus produtos sejam confortáveis e resistentes mas com o seu acabamento de alta qualidade, são considerados produtos confortáveis e versáteis.



Moodboard 2: Marcas concorrentes

8. Preço de Consumo

Dado que a marca utiliza materiais como couro, que é considerado luxuoso e resistente, e presa pela durabilidade da peça, também são confortáveis e como são considerados produtos como se tivessem saído da passerelle, os preços indicados são relativamente satisfatórios tendo em conta estes fatores. Por isso os preços são considerados razoáveis como por exemplo...

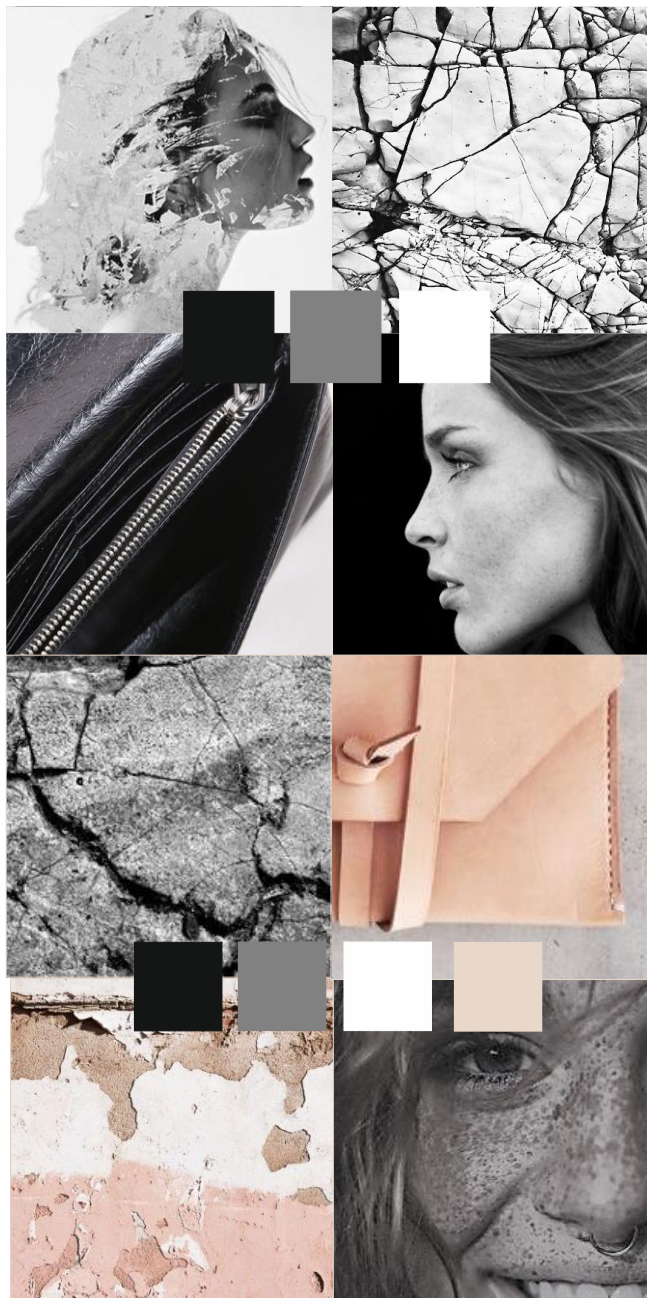
Matéria-Prima (A pele é medida em pés)						
	Matrioka (3 em1)	Double Side (2 em1)	Ruthmarie (2 em1)	Double Stripe	FullMoon	Halfmoon (2 em1)
Corpo	Pés € 1 — 6 3.5 — X X=21€ 21x3= 63€	Pés € 1 — 6 4 — X X=24€ 24x2= 48€	Pés € 1 — 6 6.5 — X X=39€ 1 — 6 2.5 — X X=15€ 39+15= 54€	Pés € 1 — 6 3 — X X=18€	Pés € 1 — 6 2.5 — X X=15€	Pés € 1 — 6 3 — X X=18€
	Pés € 1 — 6 2.5 — X X=15€	Pés € 1 — 6 2.5 — X X=15€	Pés € 1 — 6 2 — X X=12€	Pés € 1 — 6 2 — X X=12€	Pés € 1 — 6 2 — X X=12€	Pés € 1 — 6 2 — X X=12€
Total	63+15= 78€	48+15= 63€	54+12= 66€	18+12= 27€	15+12= 30€	15+12= 30€

	Unidade	Preço	Ponderação para o Projeto	Ponderação por peça
Horas de trabalho(Design e Modelagem)	19h	10€/h	190€	31.76€
Horas de Confeção	4.22h	7.5h	—	31.73€
Materiais e despesas inerentes ao projeto		4.19€	25.14€	4.20€
			215.14€	67.69€

Preço Total do Produto					
Matrioka (3 em1)	Double Side (2 em1)	Ruthmarie (2 em1)	Double Stripe	FullMoon	Halfmoon (2 em1)
78€+67.69€ =145.69€	63€+67.69€ =130.69€	66€+67.69€ =133.69€	27€+67.69€ =94.69€	30€+67.69€ =97.69€	30€+67.69€ =97.69€

9. Cracked Skin

Cracked Skin é uma coleção cápsula de malas, inspirada no contraste de texturas entre os lisos, mates e o padrão de inspiração para a coleção que transmite a sensação que a pele, sendo esta a matéria-prima utilizada na realização das malas, está a partir.



Moodboard 3: Moodboard de inspiração da coleção

10. Processo Criativo

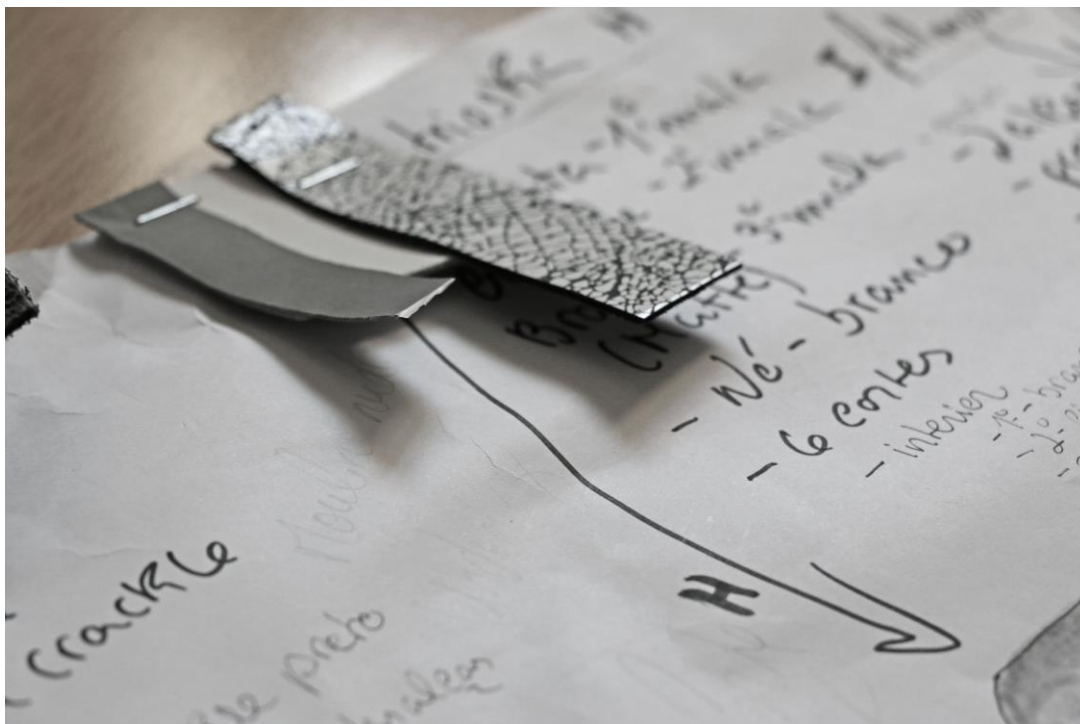


Imagem 3 - Processo Criativo



Imagem 4 - Processo Criativo

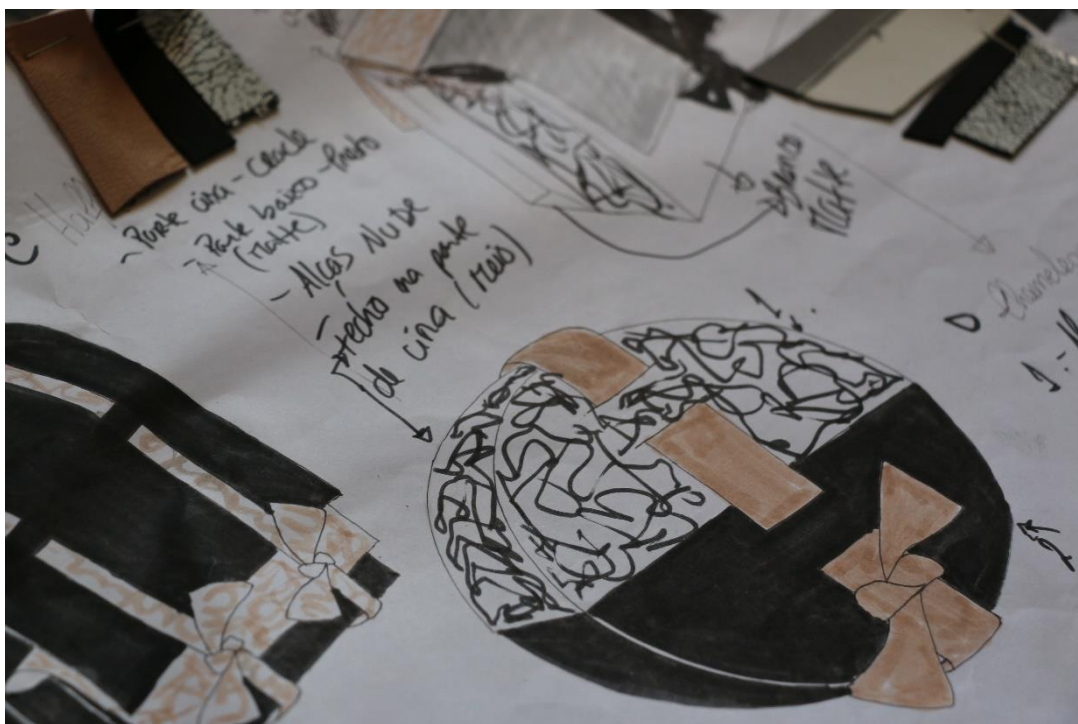


Imagem 5 - Processo Criativo



Imagem 6 - Processo Criativo

11. Produto Final



Imagem 7 - Produtos Finais



Imagem 8 - Produtos Finais

12. Descrição dos produtos

Double Side

Mala 2 em 1. São 2 malas que podem ser usadas em conjunto, mas também se pode optar por usar apenas uma, dependendo da preferência. Pode ser usada como mala de mão ou de ombro. Tem como efeito uma fita em volta que fecha em nó. Efeito craclé preto nas laterais de uma das malas e craclé de cor nude na frente superior da outra mala.



Imagem 9 - Produto Final - Mala Double Side



Imagem 10 - Produto Final - Mala Double Side

Matrioska

Mala 3 em 1. Esta mala, pelo nome pode-se perceber que são todas podem ser usadas individualmente, só duas delas ou as três juntas. As três juntas têm uma fita que termina em nó. E a alça pode ser usada em qualquer uma das malas, podendo também serem usadas como mala de mão. Uma das malas têm o efeito Craclé, assim como a alça.



Imagem 11 - Produto Final - Mala Matrioska



Imagem 12 - Produto Final - Mala Matrioska

Double Stripe

Mala de costas preta, com cortes no seu design por onde passam duas fitas que terminam em nó. Efeito Craclé nas fitas.



Imagem 13 - Produto Final Double Stripe



Imagem 14 - Produto Final - Double Stripe

Ruthmarie

Mochila de cor preta que trás uma pequena mala agregada onde esta pode ser usada separadamente como clutch ou mala de ombro. As alças da mochila são removíveis e podem ser usadas na mala mais pequena. Para efeito e fecho ambas as malas são envoltas por duas fitas de terminam em nó com efeito cracklé nude.



Imagem 15 - Produto Final - Mala Ruthmarie



Imagem 16 - Produto Final - Mala Ruthmarie

Full Moon

Mochila redonda, de cor preta, com fecho metálico na sua abertura e com as alças com efeito nó. Alças ajustáveis.



Imagem 17 - Produto Final - Mala Full Moon

Half Moon

Mala 3 em 1. Duas mala em forma de meia lua, que juntas formam uma mala redonda. A meia-lua superior é de efeito craclé e a inferior é toda preta. Fechos de correr metálicos. A mala é envolvida por uma fita que termina com um nó. Pode ser usada com alça ao ombro ou sem alça, sendo clutch.



Imagem 18 - Produto Final - Mala Half Moon



Imagem 19 - Produto Final - Mala Half Moon

13. Editoriais de Moda

Tendo em conta que esta coleção cápsula foi desenhada para completar os coordenados das coleções finais de curso, aqui estão algumas imagens respetivas aos editoriais elaborados com as coleções de cada uma, *Nyctophilia* e *Endless Light*.

Nyctophilia (Foto e edição: Carolina Quintas)



Moodboard 4 - Editorial de Moda de *Nyctophilia* com as malas

Endless Light (Foto e edição: Cátia Pereira)



Moodboard 5 - Editorial de Moda de *Endless Light* com as malas

14. Produção de moda - Lookbook



Imagem 20 - Capa do Lookbook da coleção *Cracked Skin*

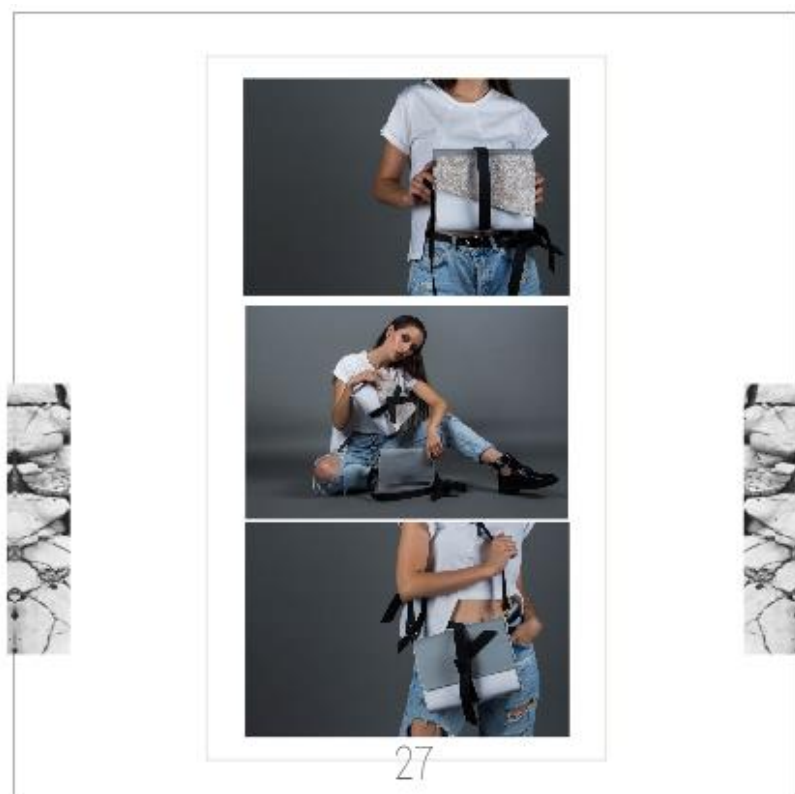


Imagem 21 - Lookbook: Mala Double Side

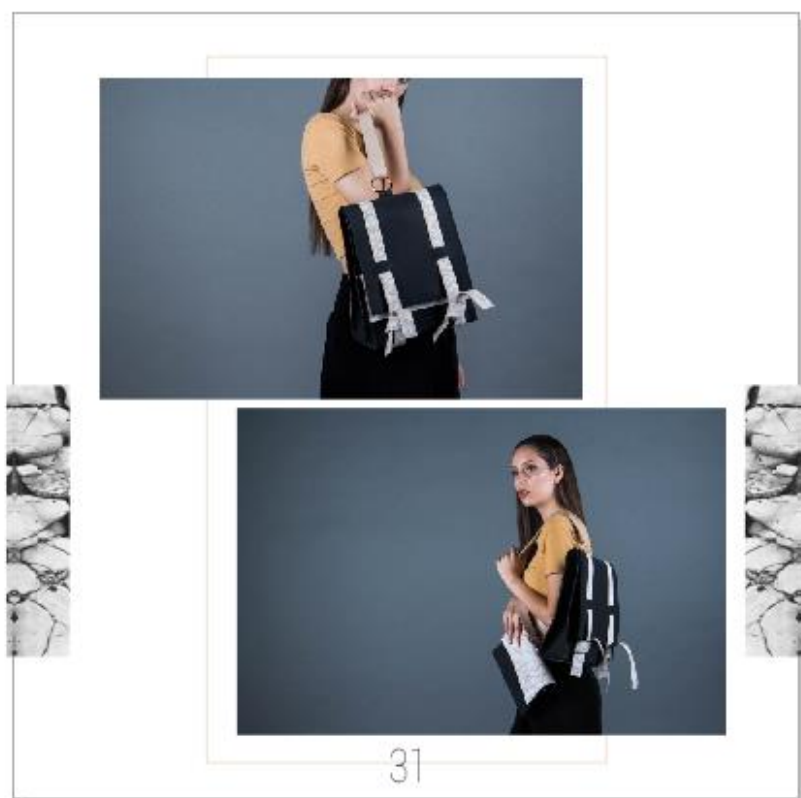


Imagem 22 - Lookbook: Mala Ruthmarie

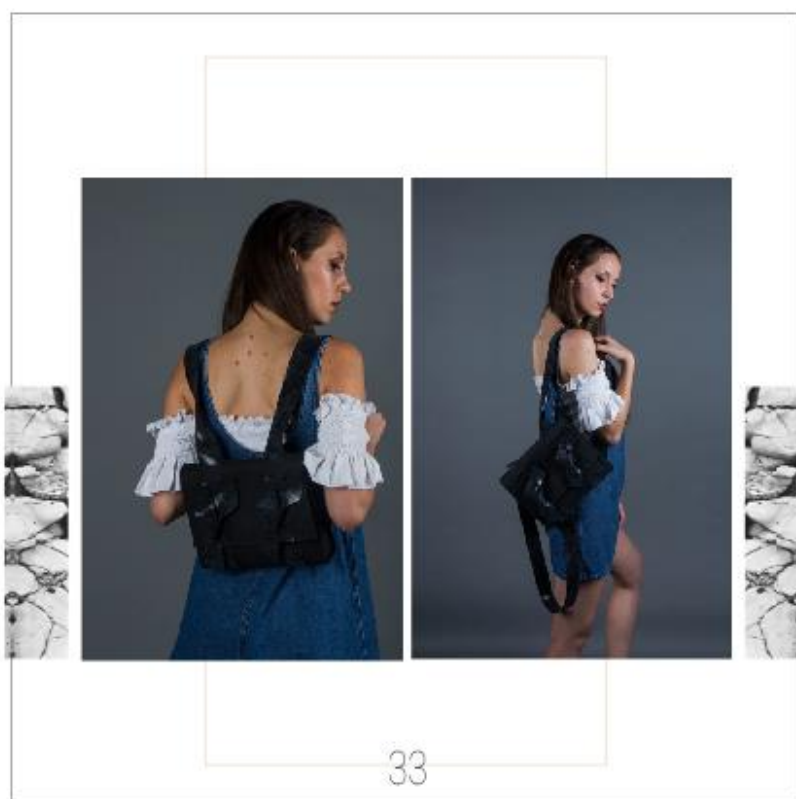


Imagem 23 - Lookbook Mala Double Stripe

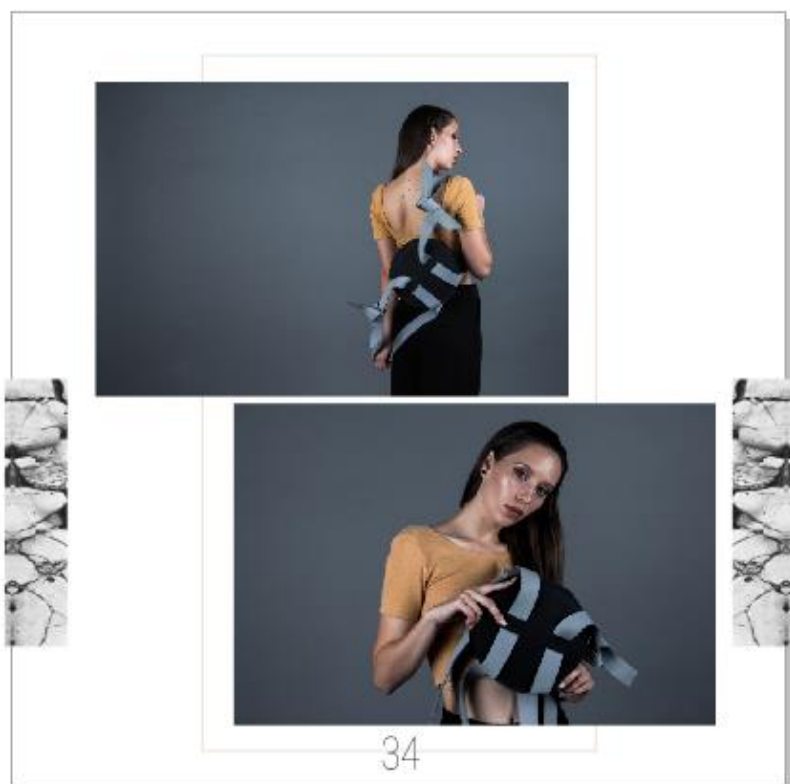


Imagem 24 - Lookbook: Mala Fullmoon

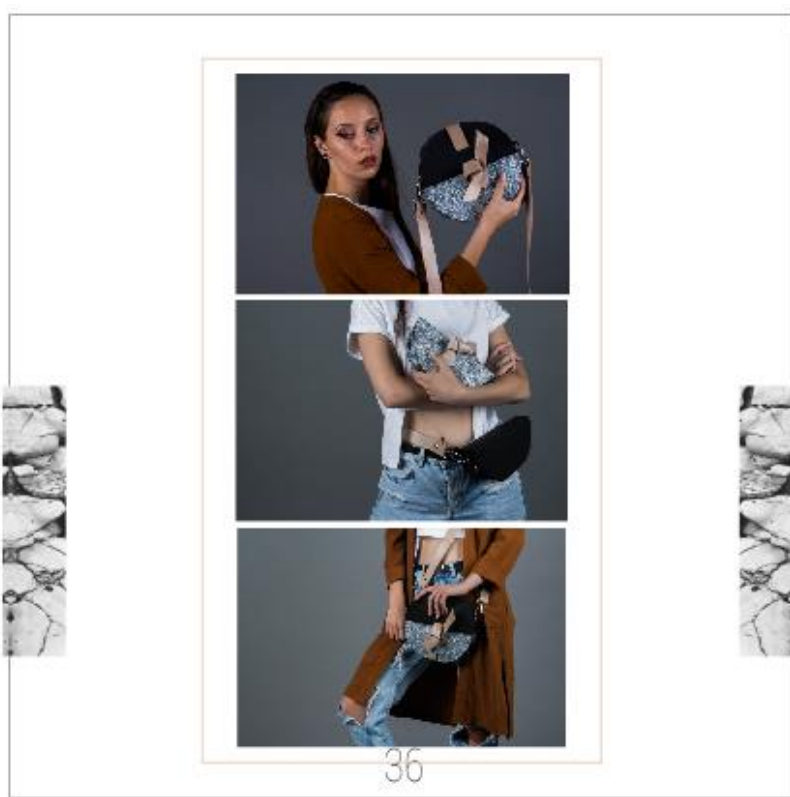


Imagem 25 - Lookbook :Mala Halfmoon

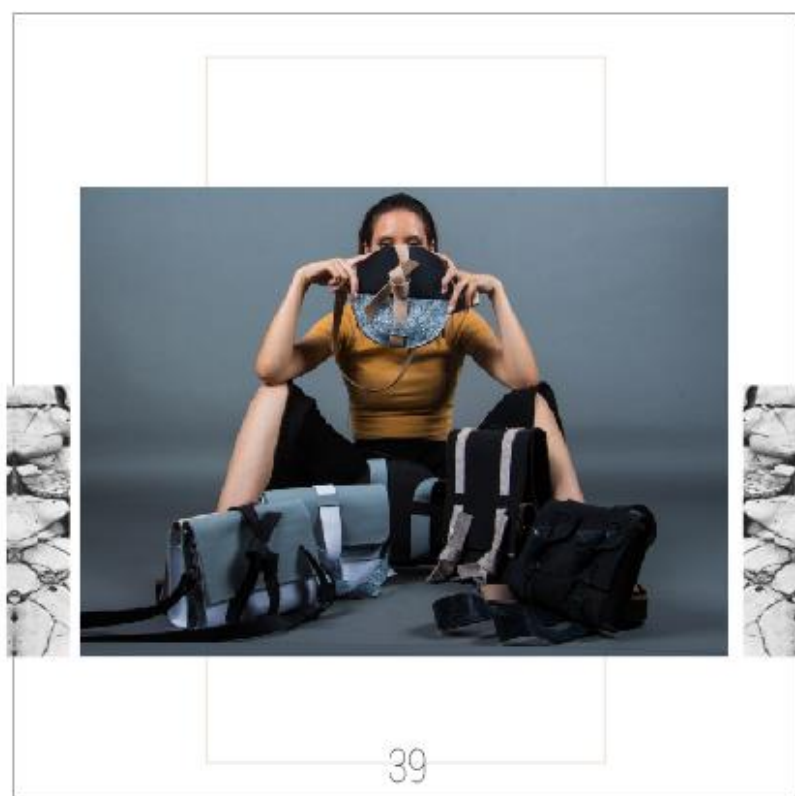


Imagem 26 – Lookbook

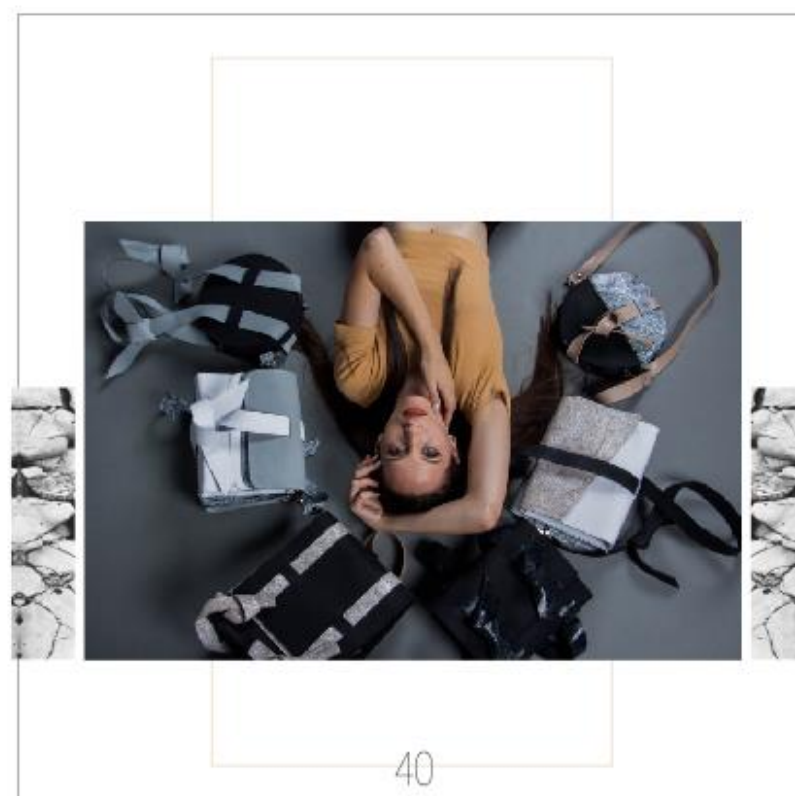


Imagem 27 - Lookbook

15. Divulgação e Comunicação

No que diz respeito à comunicação, a marca é a primeira a pensar nesse fator encontrando uma maneira simples mas ao mesmo tempo dinâmica e inovadora de transmitir os seus valores e inspiração para o público-alvo. Uma das formas de comunicação que a marca aposta é numa revista com o nome de cada coleção, onde o *design* de cada página não sai dentro do contexto de valores da marca.



Imagem 28 - Capa da Revista da marca [En]Contraste

Outra forma de comunicação indispensável, atualmente, são as redes sociais que são a forma mais rápida de transmitir ao público-alvo os novos produtos, campanhas ou mensagens que a marca pretende divulgar, permitindo um acesso à página *online* da marca mais rápido e eficaz.

O site da [En]Contraste é um site *clean* preservado pelo minimalismo e as linhas geométricas, tal como as suas peças, criando uma harmonia entre os produtos, a página e o público, podemos encontrar todas as informações sobre a marca, os materiais e a sua respetiva descrição.

As campanhas publicitárias são simples, geométricas, com tons cromáticos neutros e claramente harmoniosos, com pouca informação defendendo o *less is more*, conhecido especialmente na área do design.

Para ter acesso ao site basta ir ao Link:

<https://catias1993.wixsite.com/encontrastebags>

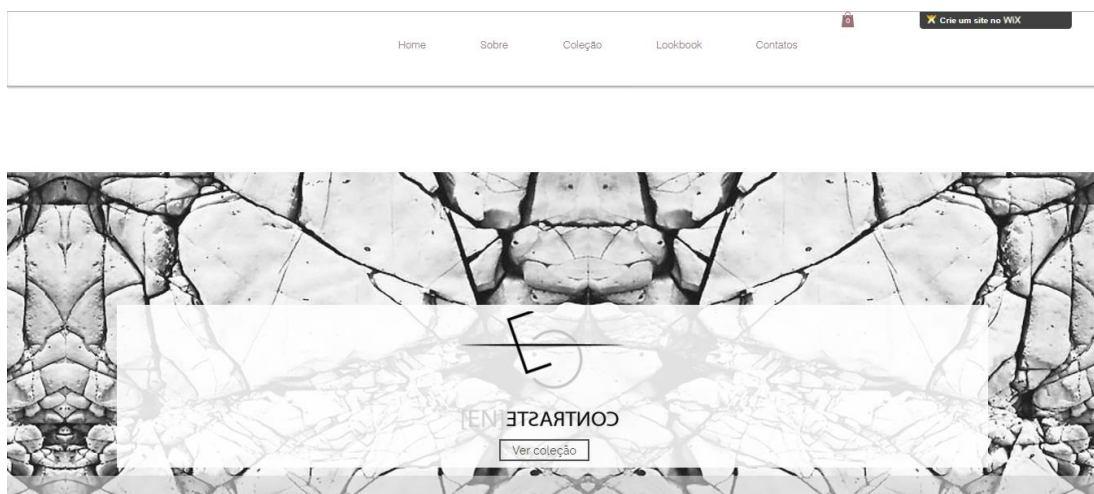


Imagem 29 - Página Home do Site/Loja Online da marca [En]Contraste

16. Conclusão

Nesta fase do nosso relatório podemos declarar orgulhosamente que criámos a marca [En]Contraste e esta faz parte do nosso percurso académico e é consecutivamente com uma satisfação enorme que afirmamos que o mesmo se resume ao nosso projeto Final de curso.

No entanto, e apesar de termos sido duas a realizar e a organizar, podemos proclamar que nada disto seria possível sem a contribuição de terceiros. Este projeto é nosso, mas em parte é também de quem nos ajudou e o tornou, possível. Foi extremamente gratificante pensar em todos os obstáculos enfrentados e, neste momento estarmos a escrever a conclusão do relatório do nosso projeto que apesar de todo o trabalho e contratempos, é sobretudo satisfatório vislumbrar o produto final.

Foi deveras um projeto que implicou muito esforço de ambas as partes, muita cedência, muito trabalho e entreadjuada para que este se tornasse possível. Por vezes era de uma grande frustração, no que toca prazos, pois tínhamos prazos muito limitados para que tudo pudesse ser completado atempadamente, mas nunca reconsiderámos a realização deste projeto. Constitui sobretudo uma sucessiva e constante aprendizagem, visto que é uma área que nunca tínhamos experienciado. Aprendemos muito, acerca de diferentes temáticas, tais como: moldes de malas, fichas técnicas, tratamentos de peles e quais são as possíveis maneiras de trabalhar com esta matéria-prima, também aprendemos mais um pouco acerca de fotografia, edição, entre outras. Foi sem dúvida um projeto bastante enriquecedor a todos os níveis.

Para a concretização deste nosso projeto, os professores orientadores constituíram um papel fulcral na sua realização, bem como as opiniões e discussões para uma consolidação, pretendendo que este projeto pudesse ser concretizado da melhor maneira. Foi a experiência que concluiu a nossa Licenciatura e, pela qual, nos sentiremos privilegiadas e lisonjeadas por ser o nosso projeto final de curso, a nossa marca [En]Contraste.

17. Web grafia

- Breve introdução sobre malas: <http://www.laparola.com.br/uma-viagem-pela-moda-a-historia-das-malas-mais-iconeas-ate-os-dias-atuais>
- <http://centrodocouro.com.br/site/materia-prima/>
- [http://www.crq4.org.br/couros e peles](http://www.crq4.org.br/couros_e_peles)