



Instituto Politécnico
de Castelo Branco
Escola Superior
de Artes Aplicadas

Acessorização da Coleção Final “Sair da Casca” Projeto Final de Curso

Inês Sofia Moreira Almeida

Orientadores

Professora Especialista Brígida Isabel Gonçalves Ribeiros

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, realizada sob a orientação científica da categoria profissional da Mestre Brígida Isabel Gonçalves Ribeiros, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Junho de 2024

Composição do júri

Presidente do júri

Professora Doutora, Ana Sofia Moreira Mena

Prof. Adjunta Convidada, Instituto Superior de Castelo Branco

Vogais

Professora Especialista, Carla Isabel Roque Rodrigues

Prof. Adjunta, Instituto Superior de Castelo Branco

Professora Especialista, Brígida Isabel Gonçalves Ribeiros

Prof. Adjunta Convidada, Instituto Superior de Castelo Branco

Agradecimentos

Primeiramente gostaria de agradecer à minha orientadora, Professora Mestre Brígida Ribeiros, pelo apoio e ideias dadas ao longo deste projeto. Também à Professora Especialista Carla Rodrigues pela ajuda dada na execução dos moldes, mesmo fora do seu horário e ao Professor Doutor João Machado pela revisão da escrita deste trabalho.

Por último, mas não menos importante, às minhas colegas, Filipa Bento, Marta Mateus, Bruna Lucas e Juliana Amaro, por todo o apoio e por responderem sempre às minhas questões mais idiotas. E claro, ao meu namorado Bruno Passos, por ajudar sempre que possível e lidar com o meu mau feitio (quase sempre sem se queixar).

Resumo

Este projeto pretende criar uma linha de acessórios conceptuais para a marca pessoal "ALMEIDA". O trabalho visa não apenas desenvolver acessórios de forma criativa, mas também conectar-se com a coleção de roupa principal "Sair da Casca", mantendo uma estética e uma narrativa consistente em toda a linha de produtos.

Esta coleção visa explorar criticamente e de forma satírica a sociedade portuguesa contemporânea, fazendo referência a eventos históricos como o 25 de abril, o movimento Surrealista Português e as revistas Orpheu e Portugal Futurista.

Palavras-chave

Acessórios, reaproveitamento de tecidos, conceptualismo, acessórios conceptuais.

Abstract

This project aims to create a line of conceptual accessories for the personal brand "ALMEIDA". The work seeks not only to develop accessories creatively but also to connect with the main clothing collection "Sair da Casca", maintaining a consistent aesthetic and narrative throughout the product line.

This collection aims to critically and satirically explore contemporary portuguese society, referencing historical events such as the April 25th Revolution, the Portuguese Surrealist movement, and the magazines Orpheu and Portugal Futurista.

Keywords

Accessories, reuse of fabrics, conceptualism, conceptual accessories.

Índice

1º Capítulo: Pesquisa.....	XVIII
1. Introdução	1
2. Planeamento Inicial	1
3. Justificação e Motivação para o Projeto	2
4. História dos Acessórios	3
4.1 Introdução.....	3
4.2 Joalheria e Bijuteria.....	3
4.3 Chapéus.....	5
4.4 Carteiras.....	8
4.5 Sapatos	10
4.6 Cintos	11
4.7 Lenços.....	12
4.8 Luvas	12
4.9 Relógios.....	13
5. Arte Conceptual	14
6. Moda Conceptual.....	15
2º Capítulo: Processo Criativo	18
7. Marca “ALMEIDA”	19
7.1 Sobre a Marca	19
7.2 Manifesto da Marca	19
7.3 Missão e Valores	20
7.3 Análise SWOT	20
8. Coleção Final “SAIR DA CASCA”	21
8.1 Memória Descritiva	21
8.2 Moodboard da Coleção.....	21
8.3. Scrapbook.....	22
9. Cores	24
10. Público-Alvo	25
11. Marcas Concorrentes	25
11.1. Grace Ling.....	25
11.2. Kofta Studio	26
11.3 IENKI IENKI	27

12. Materiais e Aviamentos	28
12.1 Materiais Têxteis e Aviamentos.....	28
12.2 Componentes	30
3º Capítulo: Metodologia Projetual	31
13. Esboços	32
14. Line-Up.....	33
15. Ilustrações Finais	34
16.Fichas Técnicas	35
16.1 1º Coordenado- Carteira Cubo.....	35
16.2. 2º Coordenado- A Carteira Portuguesa	37
16.3 3º Coordenado- Colar Sair da Casca.....	39
16.4 4º Coordenado.....	41
16.5 5º Coordenado.....	43
16.6 6º Coordenado.....	45
16.7 7º Coordenado.....	47
16.8 8º Coordenado.....	49
16.9 9º Coordenado.....	51
16.10 10º Coordenado	53
17.Modelagem	55
18.Prototipagem e Peças Finais.....	56
19. Orçamentação	59
19.1 Carteira Cubo	59
19.2 A Carteira Portuguesa	60
19.3 Colar Sair da Casca.....	61
20. Conclusão	62
21. Bibliografia	63
22. Webgrafia.....	63

Índice de figuras

Figura 1- Colar feito de dentes de animais e madeira esculpida.....	4
Figura 2- Mulher de Viana do Castelo.....	5
Figura 3- Imagens do filme "The roaring twenties"	6
Figura 4- SHOE HAT, uma colaboração de Elsa Schiaparelli e Salvador Dalí.....	7
Figura 5- Malas de viagem Louis Vuitton do séc.XIX.....	8
Figura 6- Chanel 2.55.....	9
Figura 7- New Look, Dior.....	10
Figura 8- Evening belt, The Met, Schiaparelli.....	11
Figura 9- Marilyn Monroe nos anos 50.....	12
Figura 10- Cartier Clássico.....	13
Figura 11- Joseph Kosuth Clock.....	14
Figura 12- "A Fonte" de Marcel Duchamp.....	14
Figura 13- The Skeleton Dress de Elsa Schiaparelli e Salvador Dalí.....	16
Figura 14- Body Meets Dress–Dress Meets Body, S/S 1997, Comme des Garçons..	17
Figura 15- Moodboard Sair da Casca.....	21
Figura 16- Página 1 do scrapbook.....	22
Figura 17- Página 1 do scrapbook.....	22
Figura 18- Página 3 do scrapbook.....	22
Figura 19- Página 4 do scrapbook.....	22
Figura 20- Página 5 do scrapbook.....	23
Figura 21- Página 6 do scrapbook.....	23
Figura 22- Página 7 do scrapbook.....	23
Figura 23- Página 8 do scrapbook.....	23
Figura 24- Página 9 do scrapbook.....	24
Figura 25- Página 10 do scrapbook.....	24
Figura 26- Cores escolhidas para a colação.....	24
Figura 27- Moodboard Público-Alvo.....	25
Figura 28- Human Mesh Bag 827,95€.....	26
Figura 29- Butt Bag 920,95€.....	26
Figura 30- Mesh Hand Bag 441,95€.....	26

Figura 31- Ass Case 1.000€.....	27
Figura 32- Bend Backpack 1.100€.....	27
Figura 33- Horopter 1.200€.....	27
Figura 34- Hustka Hood 390€.....	28
Figura 35- Bear Hat 360€.....	28
Figura 36- Tecidos e Aviamentos.....	29
Figura 37- Componentes.....	30
Figura 38- Esboço 1.....	32
Figura 39- Esboço 2.....	32
Figura 40- Esboço 3.....	32
Figura 41- Esboço 4.....	32
Figura 42- Esboço 5.....	32
Figura 43- Esboço 6.....	32
Figura 44- Esboço 7.....	32
Figura 45- Esboço 8.....	32
Figura 46- Esboço 9.....	32
Figura 47- Esboço 10.....	33
Figura 48- Esboço 11.....	33
Figura 49- Esboço 12.....	33
Figura 50- Esboço 13.....	33
Figura 51- Line-up final.....	33
Figura 52- Ilustrações Finais.....	34
Figura 53- Molde Cubo.....	55
Figura 54- Presilha.....	55
Figura 55- Molde Carteira Portuguesa.....	55
Figura 56- Vista.....	55
Figura 57- Patas.....	56
Figura 58- Protótipo Final Cubo.....	56
Figura 59- Desfile 1.....	56
Figura 60- Desfile 2.....	57
Figura 61- Primeiro Protótipo.....	57

Figura 62- Protótipo Final ACP.....	57
Figura 63- Desfile 3.....	58
Figura 64- Protótipo Final Colar.....	58
Figura 65- Desfile 4.....	58

Lista de Tabelas

Tabela 1- Gráfico de Gantt (Fonte: Autor).....	1
Tabela 2- Missão e Valores da Marca (Fonte: Autor).....	20
Tabela 3- Análise SWOT (Fonte: Autor).....	20

1º Capítulo: Pesquisa

1. Introdução

No âmbito da unidade curricular de Projeto, presente no 3º ano da Licenciatura de Design de Moda e Têxtil, foi proposto a realização de um trabalho que coloca em prática o processo de criação, enquanto designer, e que pretende dar a resolução a um problema de forma criativa.

A resposta a este problema pode ser algo completamente inovador ou a correção de um problema para o qual ainda não tenha sido encontrado uma solução 100% viável. Para a realização deste trabalho, é necessário abraçar várias áreas presentes no mundo da moda.

Neste nosso projeto, pretende-se criar uma linha de acessórios para a marca pessoal “ALMEIDA”. Esta coleção será lançada juntamente com a coleção Fall Winter 24/25 “Sair da Casca”, que está a ser realizada na disciplina de Atelier de Design de Moda.

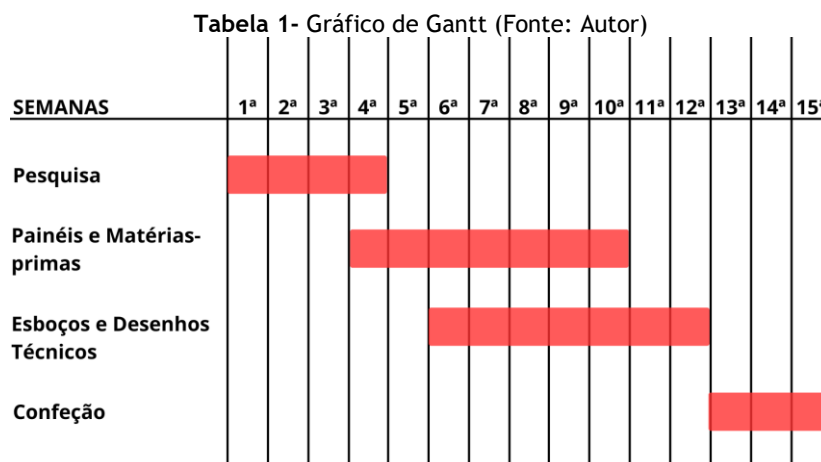
Esta coleção olha de uma forma crítica e com uma certa sátira para o Portugal dos dias de hoje, sem esquecer o passado e anteriores formas de Manifestação, nomeadamente o 25 de abril, o movimento Surrealista Português e as revistas Orpheu e Portugal Futurista, aproveitando estes acontecimentos e formas de arte, como inspiração.

O pretendido é que a coleção de acessórios acrescente valor à marca Almeida, ao crescer para uma outra linha dentro da moda, mantendo, ainda assim, a ligação e inspirações da coleção “Sair da Casca”.

2. Planeamento Inicial

De forma a organizar mais eficientemente, este projeto, foi dividido por fases. Este planeamento foi realizado pelo gráfico de Gantt.

Ao longo destas 15 semanas, nem sempre foram cumpridos os tempos idealizados, tendo existido momentos em que diferentes fases se cruzaram.



3. Justificação e Motivação para o Projeto

Esta ideia surgiu de uma enorme vontade de experimentar/trabalhar a área dos acessórios. Para mim, este tipo de complemento, é uma forma de acrescentar valor e uma maior autenticidade aos coordenados de roupa.

No caso da marca Almeida, ou como qualquer marca pequena e que está a começar no mercado, é preciso encontrar o seu posicionamento de forma eficiente. Ao acrescentar mais uma vertente de mercado, conseguimos criar mais uma forma de nos estabelecermos dentro do mercado de moda, o que pode levar a um maior crescimento.

Para complementar, um dos outros problemas que encontramos dentro da marca, é o desperdício dos materiais utilizados nas coleções. Dando um novo uso a este material estaríamos a responder a um problema, que não só é interno, mas também mundial. Desta forma, a coleção de acessórios será realizada com os mesmos têxteis, sendo assim possível reaproveitar das roupas para os acessórios e acrescentar o mínimo possível de materiais necessários. Seria também uma forma de poupar a nível monetário.

Para o caso específico da coleção Sair da Casca, e tendo em conta as suas características críticas (ou sátiras), a parte dos acessórios poderá ser uma forma de exprimir, de forma mais clara ao público aquilo que a coleção pretende expressar. Os acessórios desta coleção serão idealmente criados por designs mais explícitos, ainda assim, sem perder a sua plasticidade e criatividade.

Assim como na roupa, estes acessórios devem ser algo provocador e inusitado, que faça as pessoas pensarem sobre o tema a ser discutido, no caso, as condições de vida em Portugal. Estas que são cada vez mais, um motivo de protesto e descontentamento do povo português.

A coleção de acessórios seria abrangente, podendo conter carteiras, bijuteria ou chapéus. O que irá definir o avanço de um design será a quantidade de retalho de tecido existente da coleção principal.

Através de uma pesquisa sobre novas marcas existentes e aquilo que elas trazem de novo ao nível do upcycling, é clara uma grande tendência para a técnica do patchwork e a utilização do deadstock de empresas têxtil, como resposta à sustentabilidade. Contudo, estas focam-se apenas num setor específico, ou seja, trabalham apenas roupa ou acessórios.

4. História dos Acessórios

4.1 Introdução

No dicionário de língua portuguesa¹, podemos encontrar a palavra “acessório” com as seguintes entradas:

“Adjetivo: não fundamental; secundário; adicional, suplementar; anexo.”

“Nome masculino: o que completa; complemento; objeto de adorno”.

Apesar destas características serem de facto verdadeiras, o aparecimento dos acessórios surgiu como resposta às necessidades que o ser humano foi encontrando ao longo dos tempos.

Historicamente, a grande maioria dos acessórios que conhecemos nos dias de hoje foram criados pelas civilizações mais antigas: sumérios, persas, egípcios, gregos, cretenses e romanos. Estas civilizações (apesar da distância geográfica e temporal entre elas e das grandes nuances existentes na composição e plasticidade) criaram acessórios para servir sempre as mesmas finalidades. Alguns dos acessórios encontrados dessas épocas foram: sandálias e botas, cintos, joias, chapéus, adornos para a cabeça, como, travessões, ganchos e até mesmo perucas.

Com o crescimento das civilizações e tendo em consideração que todos os aspetos da cultura se alimentam daquilo que está a acontecer na sociedade à sua volta, a moda acaba também por ser um reflexo dos seus tempos e das suas necessidades. Aquilo que usamos é, de certa forma, adaptado de algo que já existiu anteriormente.

Neste estudo, houve uma focalização nos acontecimentos do século XX. Teve-se em consideração acontecimentos que mudaram a forma de vermos o mundo, como, as duas guerras mundiais, a emancipação da mulher, a Revolução Industrial, assim como a variação do poder de compra, fruto das conjunturas, tudo reflexo de um século com as maiores e mais rápidas alterações já historiadas a nível global.

4.2 Joalheria e Bijuteria

Existem exemplos de acessórios, como é o caso da joalheria e bijuteria, que nos podem remeter para algo meramente decorativo, mas, para as antigas civilizações, os colares e pulseiras eram feitos de dentes, conchas, barbas de ossos, penas de pássaros, madeira esculpida e outros elementos naturais, servindo como forma de assustar animais selvagens ou para se disfarçarem melhor com o seu meio ambiente.

¹ Infopédia- Porto Editora



Figura 1- Colar feito de dentes de animais e madeira esculpida (Fonte: Ancient Circles, Pinterest)

Os pingentes, que outrora consistiam em elementos ou partes de animais, foram trocados por pedras preciosas, medalhas de ouro, pérolas e missangas de vários materiais. O material principal na sua construção era o metal, o ouro, o cobre e outros metais preciosos. Estes materiais, trabalhados pelo homem, permitiam criar novas tipologias de joias, mais ou menos preciosas, tornando-se assim uma forma de mostrar o estatuto social da pessoa e também uma nova forma de comércio. Estas formas de accessorização como demonstração de estatuto foram bastante notórias em povos como os egípcios e os romanos.

Com o passar do tempo, a tipologia joalheria e bijuteria serviu para dividir as classes sociais. A bijuteria é conhecida por imitar peças de joalheria (que são feitas de materiais nobres e preciosos), com materiais mais simples e baratos.

No início do século XX, exibidas por famílias nobres, as joias tinham vários designs, dependendo da ocasião.

No entanto, após os anos 20, começaram a ser produzidos, de forma massiva, bijuterias. Esta forma de acessórios mais acessíveis, veio satisfazer uma classe média e o capitalismo emergente. Para a democratização destes acessórios, em muito contribuiu Coco Chanel que, em 1924, criou uma coleção que juntava a joalheria e a bijuteria. Nesta época, a moda da joalheria, era mais simplificada, composta por brincos pequenos, colares de pérolas e pulseiras finas.

Já nos anos 30, a bijuteria era a mais utilizada e tinha como características a junção de diferentes materiais, preciosos e baratos. Os colares de brilhantes (podiam ser verdadeiros ou não) eram usados por todas as mulheres, assim como os broches com as bases de metal.

Durante a guerra, os tecidos eram escassos e a criação de roupa limitada ou simplificada, o que trouxe aos acessórios um papel fundamental na indumentária das senhoras, que os usavam como forma de embelezar os seus *looks*.

Com a moda do corte de cabelo *la garçonne*, nos anos 50, os brincos e colares aumentaram, devido ao destaque do pescoço que estava mais à vista.

Nos anos 60, o estilo espacial trouxe de volta os materiais como o plástico para a bijuteria. Já nos anos 70, a cultura hippie priorizava as peças feitas à mão. Era comum utilizarem vários acessórios ao mesmo tempo como pulseiras, colares, anéis e até acessórios de cabelo, que muitas vezes eram feitos com flores, missangas, ou couro, e decoravam os cabelos compridos de homens e mulheres. Ainda na mesma década, apareceram os punks que utilizavam correntes, pingentes religiosos e piercings.

Apesar de a bijuteria ser bastante popular, joias de materiais preciosos e designs intemporais, como colares de pérolas e fios de ouro com pingentes, do mesmo material ou de pedras preciosas, são nos dias de hoje, populares e tem um grande valor monetário e simbólico, pois costumam ser deixados como herança, passando de mães para filhas. Em Portugal, temos o caso das mulheres vianesas, que fazem deste passar de gerações uma grande festa e dão ao público uma oportunidade de apreciar peças de ouro portuguesas (lembramos os famosos pingentes com o coração de Viana, todos trabalhados em filigrana).



Figura 2- Mulher de Viana do Castelo (Fonte: Folclore, Trajes, Danças e outros, Pinterest)

Como afirma Victoire de Castellane, diretora criativa da Dior Joaillerie, “As joias são eternas; usar uma peça de joalheria é uma maneira de viver um pouco eternamente” (cit. Arroyo, 2012).

4.3 Chapéus

Os chapéus, apesar de terem sempre a mesma funcionalidade, a de proteger a cabeça do sol direto, são das peças que tiveram mais diferenças ao nível de formato, de

uma forma inicial pela localização geográfica onde eram realizados. Mas as verdadeiras mudanças deram-se quando o chapéu começou a ser visto como um acessório de moda masculino e feminino, que existia para completar cada *look*.

Apesar de a sua utilização estar presente durante toda a história da moda, foi no século XX que estes ganharam maior projeção. Em 1900, por uma questão de etiqueta, nenhuma senhora saía de casa sem o seu chapéu. Estes eram mandados fazer nas modistas e muitas vezes pensados de forma que conjugassem com as roupas também encomendadas. Assumiram assim um simbolismo de riqueza.

Com a utilização diária, começaram a existir chapéus para diferentes ocasiões, desde grandes festas a funerais. Neste período da *Belle Époque*, os chapéus eram especialmente exuberantes, consistiam em abas gigantescas ornamentadas com penas de avestruz ou com fitas, flores, plumas, laços e pássaros.

Com o início da 1ª Guerra Mundial, apareceram dois novos modelos de chapéus, o *Homburg* e *Borsalino*, utilizados até aos dias de hoje por homens mais clássicos. O *Homburg* é arredondado, feito em feltro duro, e tem uma aba pouco dobrada para cima que cria uma aparência mais formal. Já o *Borsalino* foi uma variante mais descontraída do *Homburg*, também confeccionado em feltro escuro, tinha abas largas e viradas para cima, e ainda uma concavidade em forma de triângulo no topo.



Figura 3- Imagens do filme "The roaring twenties" (Fonte: Gettyimages)

Já nos anos 20, e com o final da guerra, Coco Chanel destacou-se ao desenvolver roupas e chapéus mais apropriados às mulheres trabalhadoras - um segmento de mercado que aumentou substancialmente naquela época. Tendo em consideração que o penteado popular era *à la garçonne* (também adaptado ao mundo do trabalho), Coco Chanel criou um design que se adaptava e, de certa forma, favorecia esse tipo de corte de cabelo. Estes chapéus, idealizados para serem usados todos os dias, tinham um

design tipo *cloche*, em forma de sino e justos, poderiam ter uma pequena aba ou nenhuma e eram feitos em feltro, veludo ou palha.

Nos anos 30, e com a grande depressão, existiam um enorme sentimento de incerteza, que se tornou em excentricidade no mundo das artes. Na moda, isso não foi exceção e a Designer Elsa Schiaparelli criou o chapéu em forma de sapato invertido.



Figura 4- SHOE HAT, uma colaboração de Elsa Schiaparelli e Salvador Dalí (Fonte: palaisgalliera)

Até ao fim da 2ª Guerra Mundial, manteve-se a ideia de que uma senhora não deveria sair de casa sem chapéu, e que este devia condizer com a sua indumentária e a ocasião. Durante este tempo, designers, como, Christian Dior e Givenchy, ganharam reconhecimento e criaram alguns dos seus mais icónicos modelos. Dior com os seus chapéus que pareciam esculturas e Givenchy com modelos de formas geométricas.

Nos anos 60, a moda dos chapéus perdeu força e foi substituída pelos lenços de cabeça, sobressaindo apenas os chapéus de cabedal e os de palha, utilizados pelos *hippies*.

Nos anos 70, os chapéus de senhora foram inspirados nos chapéus de homem dos anos 20: os chamados chapéus de coco ou *Stetson*.

Com a popularidade do desporto, começaram a surgir novos chapéus mais adaptados a esta prática. Os bonés para os mais jovens e as boinas para os mais velhos. Nos anos 80, o boné de basebol tornou-se popular.

Do mundo da música (hiphop, rap e techno), também começaram a surgir referências para o mundo da moda e aqui os acessórios mais conhecidos de cabeça foram os *beanies*, que eram unisexo.

Atualmente, e independentemente do sexo, os chapéus mais populares são as boinas e os bonés, mas com designs característicos dos tempos mais contemporâneos.

4.4 Carteiras

As carteiras são dos acessórios mais importantes e necessários da atualidade. Pode afirmar-se que qualquer mulher poderia confirmar a veracidade desta frase, independentemente do seu interesse ou gosto por moda. Desde a mulher com um estilo mais clássico, à mais *fashionista*, a carteira vai para além de um complemento do *look*, traz consigo todos os utensílios que são necessários ao dia-a-dia.

Um dos fatores impulsionadores do desenvolvimento das carteiras como as conhecemos hoje foi a popularização das viagens e dos meios de transporte, que se deu no século XIX. A Hermès e Louis Vuitton, que fabricavam os baús de viagem de Napoleão III, começaram a vender também artigos de viagem de luxo. Estas malas eram mais pequenas e ficaram conhecidas como malas de mão, pois foram criadas a pensar na comodidade dos viajantes que, durante viagens mais curtas, não precisariam de malas tão grandes e pesadas.

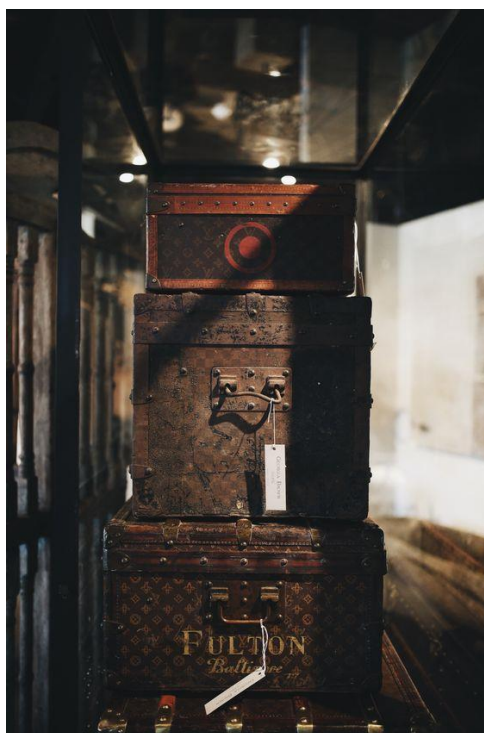


Figura 5- Malas de viagem Louis Vuitton do séc.XIX (Fonte: Louis Vuitton)

No início do século XX, as carteiras eram usadas pelas senhoras e serviam para transportar pouco mais do que algum dinheiro e uma esponja de pó de arroz. Eram bastante ornamentadas, pequenas e usavam-se com uma alça fina pendurada no pulso. Nas décadas de 20 e 30, as malas começaram a ser feitas em pele de reptéis, malha de metal, tecidos, ossos, carapaças de tartaruga e marfim. Durante esta época, era comum as carteiras terem um porta-moedas e um espelho embutidos.

Durante os anos 30, as armações, as alças e o embelezamento decorativo das carteiras foram mais suavizadas comparativamente às dos anos 20.

Com a Revolução Industrial, as carteiras começaram a ser produzidas com elementos feitos de plástico.

Com o início da guerra na Europa, as carteiras eram usadas para transportar os bens essenciais à família, como, documentos de identificação, cartas e fotos de familiares que se encontravam no estrangeiro. Com o foco principal na fabricação de armamento para a guerra, as carteiras passaram a ter um interior simplificado e eram produzidas a partir de materiais reciclados e sintéticos que tentavam replicar os materiais naturais.

O New Look, criado pelo estilista Christian Dior, trouxe carteiras mais pequenas com design rígido e estilo formal e acabou com a tendência de imitar os materiais naturais.

Já nos anos 50, foi a designer Coco Chanel que aproveitou a tendência das alças de ombro e criou a sua icónica mala (ainda atualmente vendida e símbolo da marca), de alças de corrente douradas e o logo Chanel também da mesma cor.



Figura 6- Chanel 2.55 (Fonte: Chanel)

Com o fim da guerra e o crescimento do poder económico, apareceram novas tendências de moda, principalmente em Inglaterra e Estados Unidos da América. Uma das tendências criadas nessa época e que se mantém relevante nas atuais é o *patchwork*, que muito de deveu à influência dos *hippies*. A marca Fendi valeu-se desta tendência e ficou reconhecida por criar carteiras de grandes dimensões em couro suave e camurça, realizadas em *patchwork*.

Ainda na década de 70 e devido à tendência dos jeans justos, os homens precisaram de se adaptar e começaram a usar porta-moedas. Estes porta-moedas foram também atualizados à época pelo aparecimento do cartão de crédito, o que implicou a criação de mais compartimentos no seu design.

Durante os anos 80, as carteiras de senhora continuavam grandes, dada a praticidade que dava, especialmente às mulheres trabalhadoras.

Miuccia Prada produziu uma pequena mochila preta, feita em nylon, com alças desportivas em pele, e com o nome Prada em destaque, que se tornou um enorme sucesso, não só por ter criado algo que juntava o design à praticidade e ao conforto, mas também por ser feita de um material extremamente duradouro.

Ainda com a influência da cultura *hippie*, nos anos 90, as malas mais procuradas eram as mais simples e pouco dispendiosas, como, as mochilas, sacos cilíndricos e sacas tipo carteiro e suspensas a tiracolo. Os designs eram, portanto, adaptados a estas tendências, os seus materiais eram mais leves e versáteis e recorriam maioritariamente às fibras sintéticas. A mala sintética com o fecho de velcro foi uma das principais tendências dos anos 90.

Atualmente, a carteira é um acessório indispensável e presente em todos os armários femininos, isto fez com que se tornasse uma categoria importante a nível de design para todas as marcas. Como refere Tom Ford, “Se uma bolsa é atrativa, faz-lhe sentir bem. Está relacionada com a proporção, a forma, a linha, o material, o equilíbrio. Se tudo for agradável, se venderá. Se for mais do que isso, elas tem [sic] que a ter, porque senão você morre.”

4.5 Sapatos

Uma curiosidade sobre os sapatos de salto alto, é que estes foram criados para o Rei Luís XIV, devido à sua insegurança em relação à sua altura. Desta forma, no século XVIII, os designados *pumps*, eram utilizados maioritariamente por homens.

Durante o século XX, foram vários os designers que elevaram os sapatos de estatuto de acessório para o de arte. Nos primeiros 40 anos do século, os nomes mais conhecidos foram André Perugia e Levine. Após a segunda guerra mundial, Roger Vivier, conhecido pelas suas criações mais esculturais, juntou-se a Christian Dior e complementou, com os seus sapatos, o *New Look*.



Figura 7- New Look, Dior (Fonte: Dior)

O *New Look*, marcou aquilo que era o ideal de beleza feminino à época e para isso muito contribuiu a sexualização do ato de usar salto alto. Esta intenção de utilizar peças

que transmitissem a sensualidade da mulher perduraram até meados dos anos 60, quando as mulheres emancipadas se voltaram para peças mais práticas e confortáveis.

A atriz Audrey Hepburn foi uma das influenciadoras nos saltos rasos femininos. O modelo mais conhecido foram os Tod's.

Em relação ao gênero masculino, no século XX, os modelos eram mais simples e discretos, em comparação com os femininos. Os modelos mais usados eram rasos e cómodos. Nos anos 70, e com a cultura *Punk*, os jovens, trouxeram a Dr. Martens, umas botas robustas, que eram utilizadas por operários fabris, para a moda de rua. Mais tarde, este calçado passou a ser utilizado também pelas mulheres.

Um tipo de calçado que também passou a ser utilizado, tanto por homens como mulheres, no dia-a-dia foi o calçado desportivo.

4.6 Cintos

O cinto, pode ser utilizado como uma peça funcional, que serve para segurar ou adaptar uma peça ao corpo, ou como peça decorativa, em que a intensão é apenas acrescentar um acessório diferente ao *look* ou até mesmo para realçar alguma parte do corpo.

No final do século XIX, os cintos eram feitos com o mesmo tecido das roupas utilizadas. Ainda no mesmo século, e com o aparecimento da Arte Nova, os cintos e fivelas passaram a ser mais decorados.

Já no século XX, e durante os anos 20, a moda era utilizar a cintura baixa e, por isso, os cintos perderam a relevância. Adaptando-se a esta moda, Coco Chanel criou o vestido camiseiro, em que uma faixa de tecido substituía o cinto.

Durante o resto do século, e conforme as tendências de moda, os formatos dos cintos foram se adaptando.

Após a segunda guerra mundial, os cintos eram largos, de forma a destacar as cinturas finas. Nos anos 50, estes mantiveram-se largos, mas ganharam elasticidade. Nesta tendência, destacou-se Schiaparelli, que criou a tendência do couro elástico. Ainda na época de 50, surgiu o cinto fino, que tinha apenas 1 cm de largura, e ficou famoso por ser utilizado por Audrey Hepburn.



Figura 8- Evening belt, The Met, Schiaparelli (Fonte: metmuseum)

Nos anos 70, assim como na moda, os cintos femininos tornaram-se mais masculinos. O estilo militar foi um dos mais utilizados na época, por ambos os sexos.

Atualmente, os cintos são utilizados de várias larguras, diferentes materiais e até mais do que um ao mesmo tempo. São uma peça que serve maioritariamente para decoração e complementar um coordenado.

4.7 Lenços

Os lenços e/ou écharpes, são multifuncionais, podendo ser utilizados de várias formas e até em diferentes partes do corpo (cabeça, pescoço, cintura, etc.).

Tendo em conta os diferentes formatos, este tipo de acessório pode ser dobrado de diferentes maneiras e juntar-se a outros acessórios, como, as carteiras e os acessórios de cabelo (ganchos e travessões, por exemplo).

4.8 Luvas

As luvas eram um dos acessórios fundamentais no armário das mulheres, do início do século XX. O par ideal era escolhido conforme as circunstâncias sociais do dia. Os materiais mais comuns para a sua realização eram: a pele de cabrito (as mais comuns), camurça e seda bordada. A nível de design, estas tinham uma abertura que se estendia desde o pulso pelo longo do braço, e eram fechadas por pequenos botões. Esta forma de abertura, servia para facilitar a colocação das luvas, tendo em consideração que os materiais utilizados à época não continham qualquer elasticidade.

Nos anos 20 e 30, as luvas passaram a ser de lã. Até ao fim da Segunda Guerra Mundial, mantiveram-se tricotadas e multicoloridas, devido ao reaproveitamento de tecidos.

Já com o pós-guerra, houve um retorno a um formato mais formal e decorativo, assim como aos materiais, a camurça e a pele de cabrito. Na década de 50, era costume utilizar luvas com as pulseiras e anéis por cima.



Figura 9- Marilyn Monroe nos anos 50 (Fonte: Flash)

5. Arte Conceptual

A Arte Conceitual é um movimento histórico e artístico, que se deu entre as décadas de 1960 e 1970. O que distingue os artistas conceptuais é a sua forma de repensar a criação da obra de arte e reconhecerem que toda a arte é essencialmente conceptual. Mas, para enfatizar este facto, muitos artistas conceptuais reduziram a presença material da obra ao seu mínimo absoluto, transferindo o valor e a qualidade da obra de arte do objeto físico para o conceito imaterial- uma tendência que alguns chamaram de “desmaterialização” da arte.

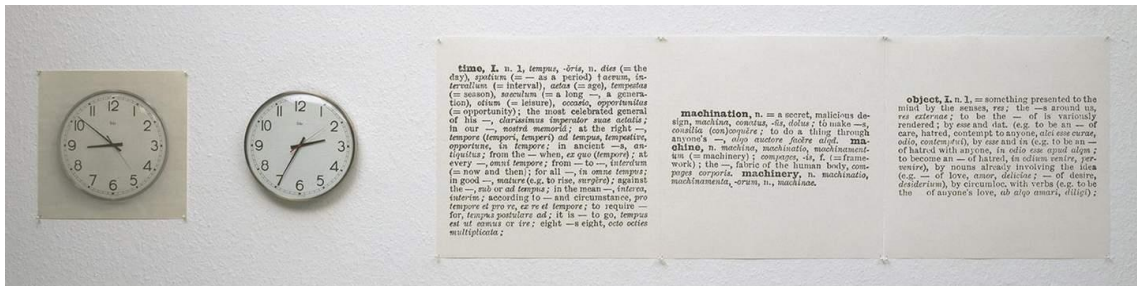


Figura 11- Joseph Kosuth Clock (One and Five), English/Latin Version (1965), (Fonte: tate)

O termo “Concept Art”, foi escrito pela primeira vez por Henry Flynt, nos Estados Unidos da América, na década de 60. A sua intenção era explicar aos espectadores esta arte, que tinha como característica principal a criação de arte por si só. Um termo que mudaria para Arte Conceptual, dado o reconhecimento dos artigos do artista Sol Lewitt, “Parágrafos sobre Arte Conceptual” de 1967 e “Sentenças sobre Arte Contemporânea” de 1969. Contudo, foi com a publicação no jornal Art-Language pelo coletivo de artistas ingleses Art & Language, com o título “The Journal of Conceptual Art” que o nome ficou definitivo e assim conhecido no glossário de arte, até aos dias de hoje.

Marcel Duchamp (primeiro dos artistas dadaístas) e os seus *ready-made* tiveram claramente uma grande influencia nas inspirações para as gerações de artistas que criaram a Arte Conceptual.



Figura 12- "A Fonte" de Marcel Duchamp (fonte: felipezamana)

Outra das grandes inspirações para esta arte foram os artistas minimalistas. Esta arte estava quase intrínseca à arte conceptual, sendo que alguns dos seus artistas, são reconhecidos dentro destas duas categorias de arte. Esta arte caracteriza-se por uma simplicidade radical e abstração pura. Estes artistas foram grandes impulsionadores das instalações de arte, algo também muito apreciado na arte conceptual.

Estando em épocas e categorias diferentes de arte, todas estas artes bebem da mesma ideologia de que o que constitui uma obra é o seu contexto e as suas ideias.

A Arte conceptual evoluiu até aos dias de hoje, manifestando-se na arte contemporânea e dentro de todos os tipos de arte, como a pintura, escultura, arquitetura, e a moda. Ao evoluir, ela adaptou-se aos cenários e mudanças da arte e cultura em geral, sendo agora também reconhecida como Arte Neoconceptual.

6. Moda Conceptual

Como foi anteriormente mencionado, o século XX foi um período de mudanças, e para a moda isso não foi diferente. Se, no início do século, a moda era maioritariamente dominada pela alta-costura, com o crescimento do *prêt-à-porter*, na década de 1960, passou a existir uma democratização no mundo da moda. Foi esta tendência que em muito contribuiu para aquilo que conhecemos hoje na moda, como *fast fashion*.

O crescimento deste tipo de consumo de moda abriu portas a uma das maiores discussões existentes no mundo da moda. Será então a moda uma arte, ou mais um produto que só serve o intuito de solucionar um problema?

Paralelo a estes desenvolvimentos, surgiu uma nova categorização: a moda conceptual. Tendo este tipo de moda andado a par com aquilo que foi também a arte conceptual, existiram vários momentos de controvérsia sobre de que forma pertencia realmente à categoria moda e não apenas ao mundo da arte.

Ao longo do tempo, designers e artistas mudaram estas ligações entre moda e arte, sendo que essa controvérsia continua entre os novos designers de moda. Esta ligação esta inteiramente ligada aquilo que foi e é a alta-costura.

Apesar de a arte conceptual só ter de facto aparecido na década de 60, como já foi mencionado anteriormente, esta foi uma arte que bebeu muito das artes vanguardistas (Dadaísmo, Surrealismo, Minimalismo), que deram origem ao que é o conceptualismo.

Podemos assim assumir que o trabalho realizado por Elsa Schiaparelli, em colaboração com o artista surrealista Salvador Dalí foi a porta de entrada para a moda conceptual.



Figura 13- The Skeleton Dress de Elsa Schiaparelli e Salvador Dalí (Fonte: collections.vam)

Desta forma, Schiaparelli criou uma ligação entre designers e artistas. Exemplos que se seguiram foram Yves Saint Laurent, que usou nos seus designs obras de Georges Braque e Pablo Picasso. Outro exemplo foi Marc Jacobs que, durante o seu tempo como diretor criativo da marca, convidou vários artistas para colaborações que juntavam a arte e a moda. Esta forma de ligação entre as duas, apesar de dar ao público um desdobramento de culturas bastante interessante, nem sempre pode ser considerada como moda conceptual.

Para o design com um pensamento voltado para aquilo que é o conceptualismo, temos duas grandes referências no design, os japoneses Miyake e Rei Kawakubo. De forma contraditória aos valores da moda tradicional ocidental, Miyake criou roupas com silhuetas que não pretendiam dar destaque à forma feminina, e assim nasceu uma nova linguagem, mais escultural. Este tipo de desconstrução da silhueta sustenta até aos dias de hoje aquilo que é a moda conceptual e que inspirou o seu colega Rei Kawakubo, que, com a sua marca “Comme des Garçons”, desenvolveu também o seu trabalho, de forma muito distante daquilo que é o convencional.

Com este tipo de abordagem sobre a moda, Kawakubo traz por vezes questões de usabilidade às suas peças, mas, acima de tudo, questiona a própria natureza da moda e a relação com o corpo no espaço. Atualmente, quando falamos de moda conceptual, Rei Kawakubo é o primeiro designer que nos vem à mente, por todo o seu trabalho de excelência.



Figura 14- Body Meets Dress-Dress Meets Body, S/S 1997, Comme des Garçons (Fonte: Aesthetica Magazine)

Outros designers que também valorizam a performance na sua linguagem criativa foram Martin Margiela e Hussein Chalayan. No entanto, estes continuam a fornecer essencialmente designs vestíveis e uma moda comercial, mantendo esta correlação entre a parte artística e a praticidade que o consumidor precisa para o dia-a-dia.

Tendo em conta o estudo realizado pela Business of Fashion, a moda conceptual, apesar de ainda não estar completamente assente naquilo que são as suas práticas e onde está colocada dentro do mundo da moda, revela grande interesse pela ligação entre a arte e a moda nas novas gerações de designers. Foram consideradas três das mais consagradas escolas de moda do mundo, a Royal College of Art (em Londres), a Central St Martins, University of Arts (Londres) e a Royal Academy of Fine Arts (Antuérpia). Apesar de não apresentarem departamentos de Artes, é notório que o que as separa é algo muito ténue e o que os seus alunos são sempre bastante incentivados a ter essa parte da experimentação, tanto a nível de design, como nos materiais.

Podemos assim considerar que a moda conceptual pertence aos dois mundos, é o quebrar da barreira que os separa e cria assim uma simbiose única. É a forma de criar moda da forma mais artística, e como todas as artes a sua missão principal é fazer-nos pensar e olhar para as questões sociais, políticas e culturais à nossa volta.

2º Capítulo: Processo Criativo

7. Marca “ALMEIDA”

7.1 Sobre a Marca

A marca homônima “ALMEIDA”, pretende criar coleções relevantes e que referenciem acontecimentos marcantes para a sociedade. Acreditamos que a moda, como qualquer outra forma de arte, deve ser utilizada como uma voz social, crítica e política. Desta forma, junta o mundo das artes ao design criativo.

Apesar de muito recente, a marca, sediada no Porto, já conta com duas aparições em diferentes desfiles. O primeiro, internacional, deu-se no Ljubliana Fashion Week, com um coordenado feito de desperdícios de fábricas têxteis, que promovia a sustentabilidade. O segundo, e maior, com três coordenados, que transmitem um manifesto daquilo que são as nossas missões, assim como da sua fundadora.

Levamos a arte como principal fundamento, e assim sendo, as criações da marca Almeida, priorizam a criação de designs com um fundo conceptual. Sendo estes produtos originais e intemporais.

Neste momento, a nossa principal intensão é produzir uma linha de acessórios, que tenha a mesma linguagem que a coleção de roupa. Queremos desta forma abrir o leque na nossa produção a um potencial aumento de clientes.

A nossa marca traz aos armários opções criativas e perspectivas fortes e críticas sobre a nossa sociedade. Um lugar onde a voz dos nossos clientes é ouvida e ampliada.

7.2 Manifesto da Marca

Somos herdeiros da tradição, do conformismo e da saudade. Somos herdeiros da revolta glorificada, mas reféns do conformismo, este que é o inimigo da inovação, da liberdade e da evolução. O conformismo prospera quando as perguntas são evitadas. Com este manifesto pretende-se que, não perdendo as nossas raízes, deixemos para trás este conformismo do “podia ser pior” para alcançar o cidadão completo. Como cita Almada-Negreiros “Dispensae os velhos que vos aconselham para vosso bem e atirae-vos independentes prá sublime brutalidade da vida. Criae a vossa experiencia e sereis os maiores.”

7.3 Missão e Valores

Tabela 2- Missão e Valores da Marca (Fonte: Autor)

Missão

- Transmitir uma mensagem à comunidade, com cada coleção.
 - A marca existe para criar moda de forma dinâmica mas também confortável.
 - Priorizar a empregabilidade em Portugal.
-

Valores

- Promover e sensibilizar a inclusividade das minorias, de forma pública e crítica.
- Preocupação com a pegada ambiental.
- Manter a produção da confeção em Portugal.

7.3 Análise SWOT

Tabela 3- Análise SWOT (Fonte: Autor)

<p><u>Forças</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Produtos de qualidade;• Marca Sustentável;• Peças únicas e intemporais;• Produção em Portugal.	<p><u>Fraquezas</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Estamos condicionados às quantidades de desperdício existentes;• As marcas concorrentes já tem um público forte.
<p><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Criar uma silhueta ou design inovador;• Reconhecimento numa nova área do design;	<p><u>Ameaças</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Público-alvo pouco abrangente;• O custo das peças coloca-as numa classe alta.

8. Coleção Final “SAIR DA CASCA”

8.1 Memória Descritiva

A coleção “Sair da Casca” pretende chamar a atenção para o Portugal dos dias de hoje, olhando para o passado e anteriores formas de Manifestação. Nomeadamente o 25 de abril, o movimento Surrealista Português, as revistas Orpheu e Portugal Futurista. Tendo estes acontecimentos e formas de arte, como inspiração, entende-se assim, que esta situação de descontentamento com o que é ser português nunca teve um início ou fim, dando uma sensação de constante loop. Mudando-se o tema de discussão, nunca saímos dele na verdade. O descontentamento e incertezas que existiam no século passado, atualizando-se o tema, são ainda assim o que nos torna cidadãos incompletos. E é com este sentimento que os portugueses tem de viver, rodeados de turistas que nos dizem que este é o melhor país do mundo para viver.

8.2 Moodboard da Coleção



Figura 15- Moodboard Sair da Casca (Fonte: Autor)

8.3. Scrapbook

Como a coleção de acessórios é um complemento à coleção de roupa, uma das formas de inspiração utilizadas foi o mesmo scrapbook. Desta forma, foi mais fácil manter uma coerência visual e plástica ao longo de toda a coleção.



Figura 16- Página 1 do scrapbook (Fonte: Autor)

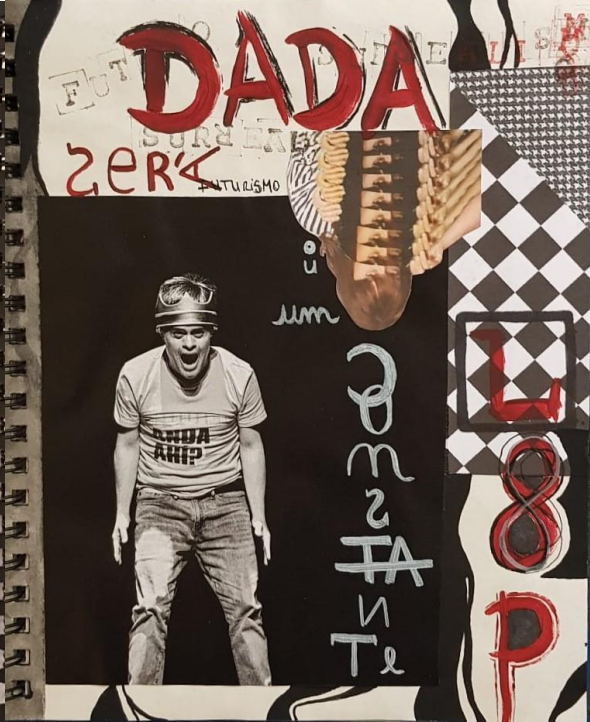


Figura 17- Página 1 do scrapbook (Fonte: Autor)

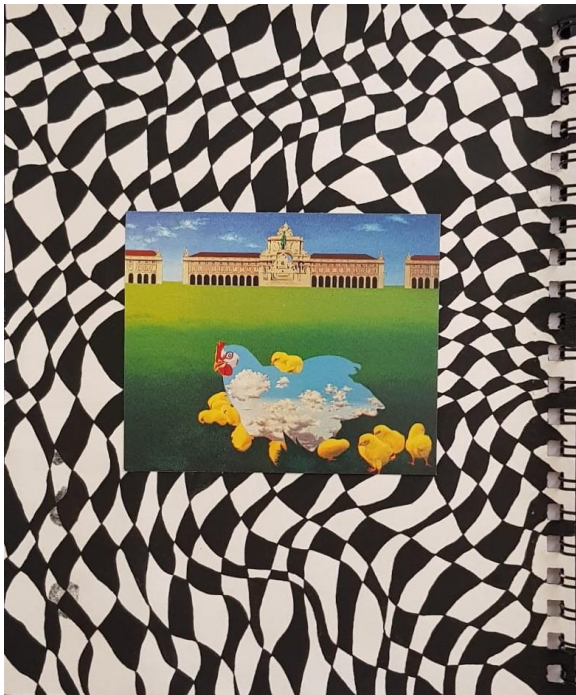


Figura 18- Página 3 do scrapbook (Fonte: Autor)

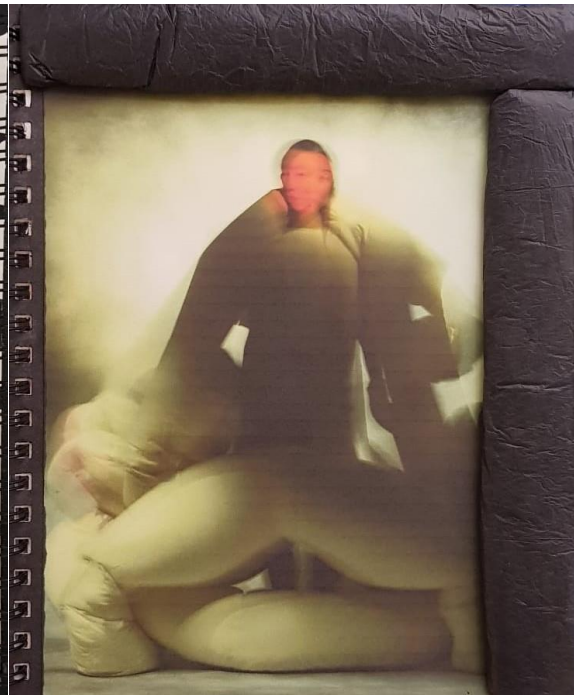


Figura 19- Página 4 do scrapbook (Fonte: Autor)

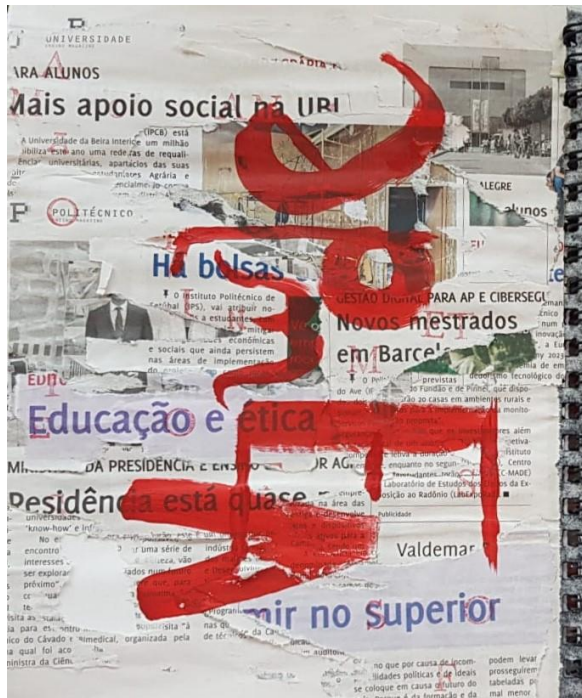


Figura 20- Página 5 do scrapbook (Fonte: Autor)



Figura 21- Página 6 do scrapbook (Fonte: Autor)



Figura 22- Página 7 do scrapbook (Fonte: Autor)



Figura 23- Página 8 do scrapbook (Fonte: Autor)

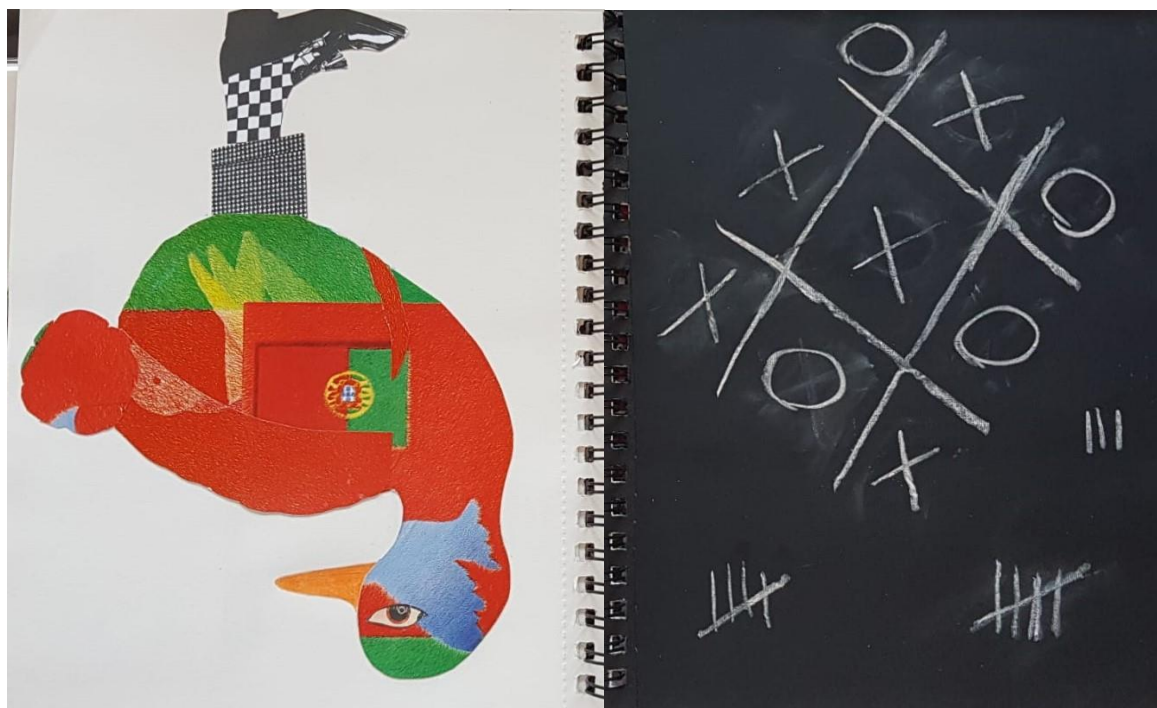


Figura 24- Página 9 do scrapbook (Fonte: Autor)

Figura 25- Página 10 do scrapbook (Fonte: Autor)

9. Cores



Figura 26- Cores escolhidas para a colação (Fonte: Autor)

10. Público-Alvo

Destinado a pessoas com um olhar crítico e informado sobre o mundo que expressam a sua voz de forma construtiva. Idades a começar nos 20 e de géneros variados. Trabalham em áreas com ligação a moda ou outras áreas criativas, podem ou não ter uma grande exposição social. São espíritos livres e opinativos que se gostam de expressar também pela roupa. Têm uma boa formação académica e são viajados.



Figura 27- Moodboard Público-Alvo (Fonte: Autor)

11. Marcas Concorrentes

11.1. Grace Ling

A marca homônima, da singapuriana com bases em Nova York, Grace Ling, foi fundada em 2020. A marca caracteriza-se pela utilização de tecnologias 3D, software CAD e CGI para a produção de peças de alta-costura, com uma política de zero desperdício. Os seus acessórios apresentam composições muito explícitas e impactantes.

Sobre a designer, pelas suas próprias palavras:

“Elegância excêntrica e feminilidade inteligente. Absurdo, mas sofisticado. Tenho uma profunda ressonância com o movimento artístico surrealista e o racional – ou irracionalismo – por trás dele tornou-se uma espécie de filosofia para mim.” G.Ling para Vogue Singapura.



Figura 28- Human Mesh Bag 827,95€

(Fonte: Grace Ling)



Figura 29- Butt Bag 920,95€

(Fonte: Grace Ling)



Figura 30- Mesh Hand Bag 441,95€

(Fonte: Grace Ling)

Vantagens:

- Reconhecimento por revistas como Vogue e Forbes da própria designer e por já existir artistas de renome a utilizar a marca;
- Reaproveitamento de materiais;
- A marca está virada para a classe alta a muito alta, ao estar centralizada em Nova York, está perto de uma grande parte dos seus consumidores.

Desvantagens:

- Esta presa a um consumidor de classe alta a muito alta.
- Não tem um formato standard, ou seja, não é funcional para o dia-a-dia.

11.2. Kofta Studio

Com sede na Ucrânia, a Kofta foi criada em 2010 e já conta com vários prémios, não só na área da moda, mas também da arte. Esta marca define-se como um estúdio de alta-costura independente, especializado no uso da pele natural. A Kofta prioriza a arte do artesanato para a sua confeção, mas é através dos designs futuristas que acrescenta valor e criatividade à marca.

O designer Konstantin Kofta cita “Our bags serve as a canvas for expressing our creative intentions through properties that they did not initially possess” (in IGNANT, 2019)



Figura 31- Ass Case 1.000€

(Fonte: IGNANT)



Figura 32- Bend Backpack 1.100€

(Fonte: IGNANT)



Figura 33- Horopter 1.200€

(Fonte: IGNANT)

Vantagens:

- Reconhecimento internacional, tanto no mundo da moda, como no artístico;
- A utilização da pele como material principal. Sendo um material duradouro, garante a qualidade do produto;

Desvantagens:

- Nicho de mercado muito reduzido;
- Não tem um formato standard, pode não ser funcional para o dia-a-dia;
- O uso de materiais naturais pode ser controverso e insustentável a nível ambiental.

11.3 IENKI IENKI

A marca foi fundada por Dmitriy Ievenko, em Kiev, no ano de 2016. Tem como principal inspiração as origens Siberianas do designer. A sua filosofia baseia-se em criar peças com silhuetas inovadoras, mas usáveis. As proporções quase extremas das suas peças *puffer* dão um efeito cómico que, juntamente com as cores fortes, criam a identidade da marca.

Como refere o designer à Haper’s Bazar “A cor está no cerne da marca – fazia parte do nosso conceito original para Ienki Ienki e nos torna instantaneamente reconhecíveis”, diz ele. “Enquanto continuamos a evoluir em termos de novas formas, tecidos e tecnologias, a cor sempre será o ponto focal de alguma forma.”



Figura 34- Hustka Hood 390€

(Fonte: IENKI IENKI)



Figura 35- Bear Hat 360€

(Fonte: IENKI IENKI)

Vantagens:

- Peças inovadoras, com materiais já usados para as peças de roupa;
- É uma marca com mais tempo de experiência na confecção de roupa;
- As suas peças já foram usadas por várias figuras conhecidas, o que dá um grande destaque à marca.

Desvantagens:

- Sendo uma marca de Kiev, devido à guerra, teve de se descentralizar.
- O formato pode ser considerado mais infantil.

12. Materiais e Aviamentos

12.1 Materiais Têxteis e Aviamentos

A ideia inicial seria a utilização dos desperdícios têxteis da marca Almeida. Contudo, no processo de pesquisa e procura dos materiais adequados, ficou claro que os tecidos existentes na coleção “Sair da Casca”, não seriam os mais indicados para a realização dos acessórios da mesma. Desta forma, realizou-se uma procura por materiais mais estruturados, mas ainda assim que respeitavam as cores e intensões da coleção de roupa.



Tecido: Enchimento Preto
Fornecedor: Tecidos do Castelo
Preço: 7 €



Tecido: Enchimento Vermelho
Fornecedor: Tecidos do Castelo
Preço: 7 €



Tecido: Vinil Vermelho
Fornecedor: Tecidos do Castelo
Preço: 13,90 €



Aviamento: Forro Preto
Fornecedor: Tecidos do Castelo
Preço: 3 €



Aviamento: Forro Vermelho
Fornecedor: Tecidos do Castelo
Preço: 3 €



Aviamento: Linha Preta
Fornecedor: ESART
Preço: 0 €



Aviamento: Linha Vermelha
Fornecedor: ESART
Preço: 0 €



Aviamento: Fecho de Metal
de 35 cm
Fornecedor: 3 Globos
Preço: 6 €



Aviamento: Fecho de Metal
de 30 cm
Fornecedor: 3 Globos
Preço: 5,90 €



Aviamento: Fecho de Metal
de 65 cm
Fornecedor: 3 Globos
Preço: 7,60 €



Aviamento: Fecho de Metal
de 80 cm
Fornecedor: 3 Globos
Preço: 8,90 €

Figura 36- Tecidos e Aviamentos (Fonte: Autor)

12.2 Componentes

Tendo em conta a mensagem forte de se expressar da marca e mais especificamente da coleção Sair da Casca, optamos pela utilização de materiais industriais. Esta opção justifica-se principalmente pelo tamanho dos materiais.



Outros Materiais: Corrente 6 mm
Indústrial Fornecedor: Leroy Merlin
Preço: 2,49 €



Outros Materiais: Corrente 4 mm
Indústrial Fornecedor: Maxmat
Preço: 2 €



Outros Materiais: Argolas 4 mm
Indústrial Fornecedor: Maxmat
Preço: 8 Unit. 6,59 €



Outros Materiais: Argolas 3 mm
Indústrial Fornecedor: Maxmat
Preço: 8 Unit. 5,59 €



Outros Materiais: Mosquetão
Indústrial Fornecedor: Leroy Merlin
Preço: 4,49 €



Gancho para brinco
Composição: 100% Aço
Inoxidável
Preto: Pack 20 por 1,50€

Figura 37- Componentes (Fonte: Autor)

3º Capítulo: Metodologia Projetual

13. Esboços

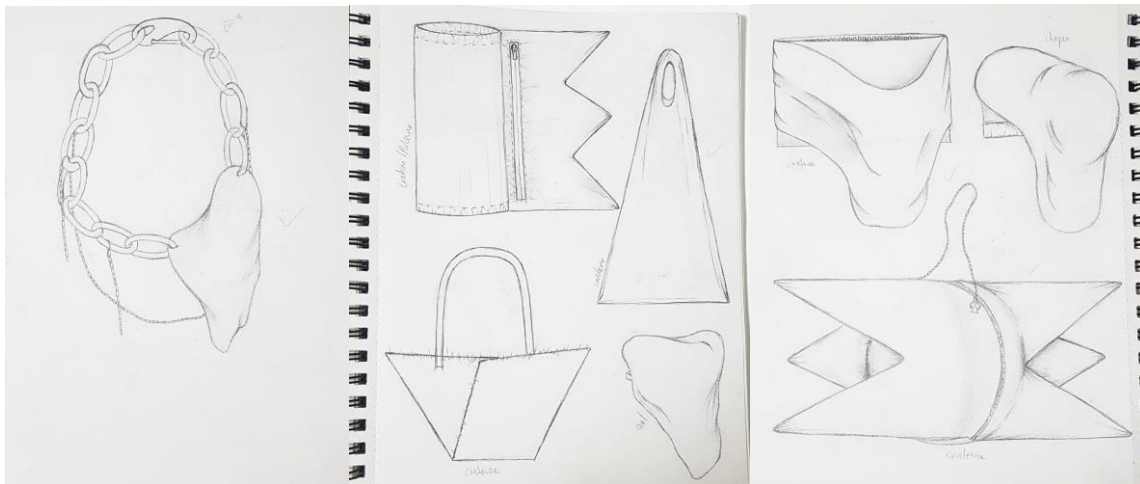


Figura 38- Esboço 1 (Fonte: Autor) Figura 39- Esboço 2 (Fonte: Autor) Figura 40- Esboço 3 (Fonte: Autor)

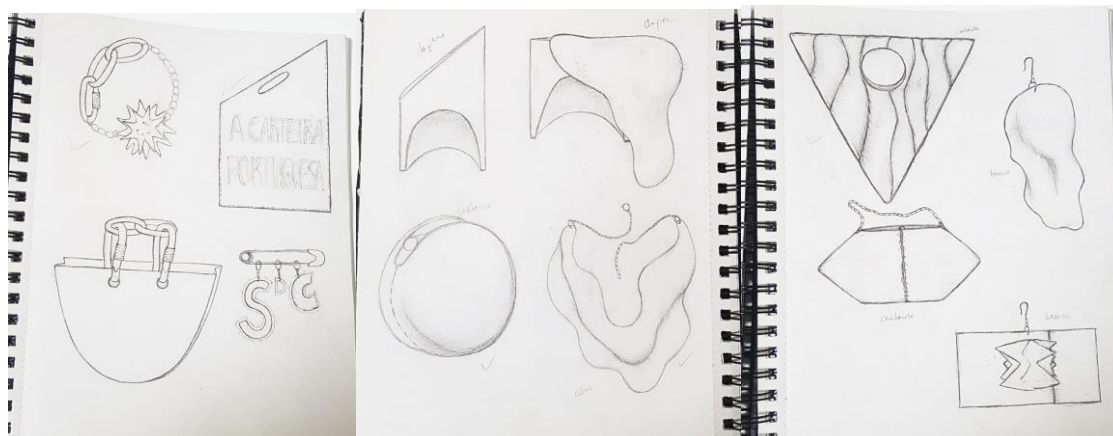


Figura 41- Esboço 4 (Fonte: Autor) Figura 42- Esboço 5 (Fonte: Autor) Figura 43- Esboço 6 (Fonte: Autor)

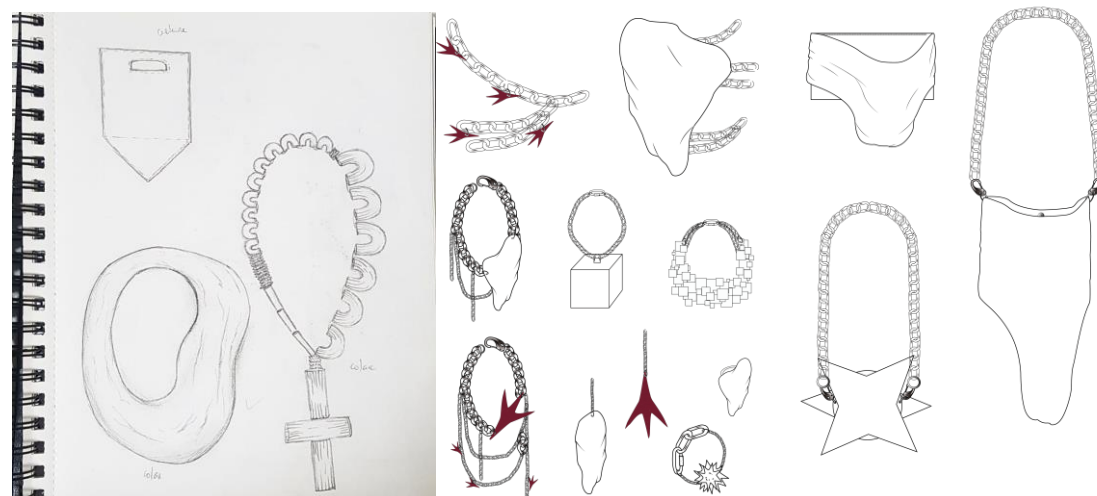


Figura 44- Esboço 7 (Fonte: Autor) Figura 45- Esboço 8 (Fonte: Autor) Figura 46- Esboço 9 (Fonte: Autor)



Figura 47- Esboço 10 (Fonte: Autor) Figura 48- Esboço 11 (Fonte: Autor) Figura 49- Esboço 12 (Fonte: Autor) Figura 50- Esboço 13 (Fonte: Autor)

14. Line-Up


Os 10 acessórios finais escolhidos, foram pensados para fazerem parte dos 10 coordenados finais da coleção de roupa.



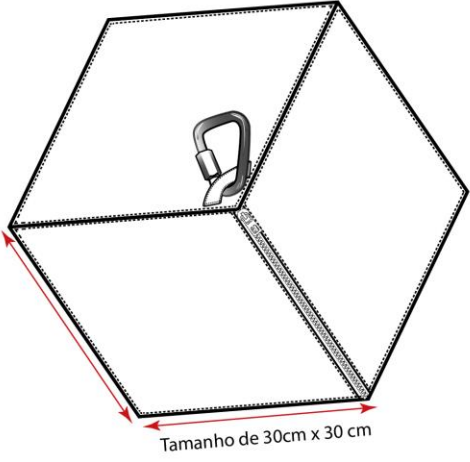
Figura 51- Line-up final (Fonte: Autor)

16. Fichas Técnicas

16.1 1º Coordenado- Carteira Cubo

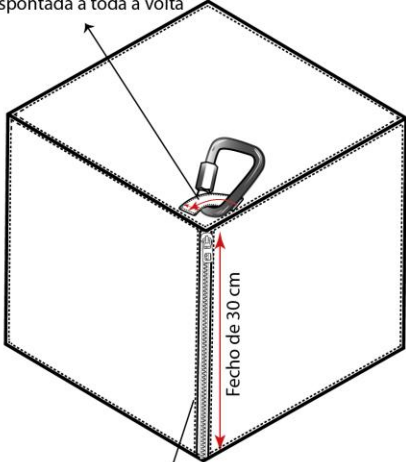
Ficha técnica do Produto – Product technical datasheet						
	Cliente/Marca Client/Brand	ESART	Modelo/Referência Sample/ Reference	#IA001	Data Date	31/05/2024
	Coleção Collection	Acessórios	Gama de tamanhos Size Range	Tam. Único	Marca Brand	ALMEIDA
	Estação Seasons	Outono/Inverno	Tamanho base Sample Size	Tam. Único	Data de revisão Date of revision	

Aparência quando segura pela pega:



Tamanho de 30cm x 30cm

Aparência quando pousada:








Presilha de 2cm x 10 cm
pespontada a toda à volta

Fecho de 30 cm


Pespontada a toda a volta,
incluindo no fecho

Materiais:

				
Tecido: Enchimento Preto Fornecedor: Tecidos do Castelo Preço: 7 €	Aviamento: Forro Preto Fornecedor: Tecidos do Castelo Preço: 3 €	Aviamento: Linha Preta Fornecedor: ESART Preço: 0 €	Aviamento: Fecho de Metal Fornecedor: 3 Globos Preço: 6 €	Outros Materiais: Mosquetão Indústria Fornecedor: Leroy Merlin Preço: 4,49 €

Descrição:

Mala de formato cúbico. A mala é aberta numa das laterais por um fecho metálico. A pega é um mosquetão de tamanho industrial, preso à carteira por uma presilha, colocada no quadrado acima do fecho.

Ficha técnica do Produto – Product technical datasheet						
	Cliente/Marca Client/Brand	ESART	Modelo/Referência Sample/ Reference	#IA001	Data Date	31/05/2024
	Coleção Collection	Acessórios	Gama de tamanhos Size Range	Tam. Único	Marca Brand	ALMEIDA
	Estação Seasons	Outono/Inverno	Tamanho base Sample Size	Tam. Único	Data de revisão Date of revision	

Abertura:

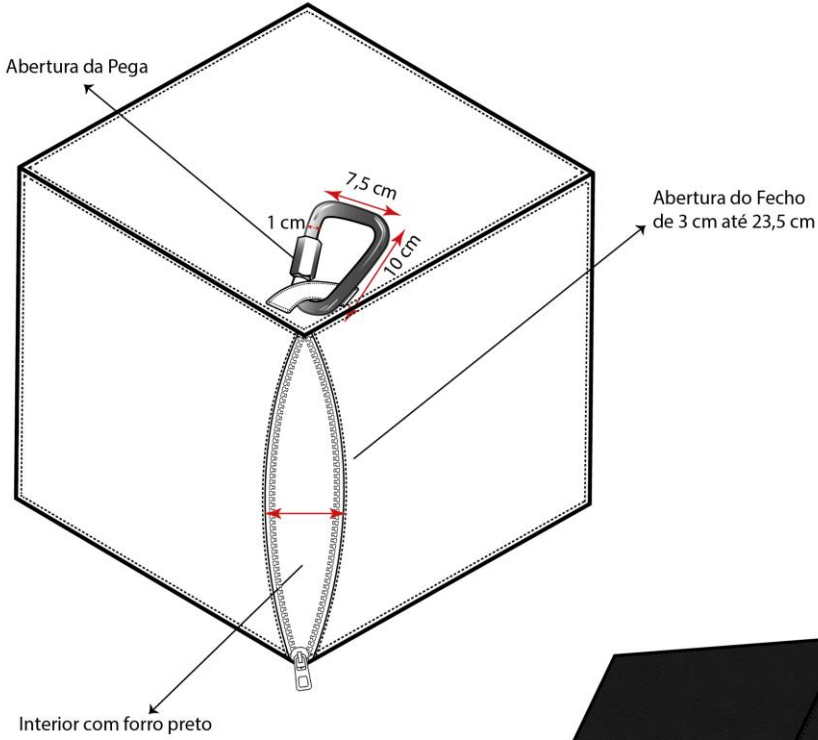
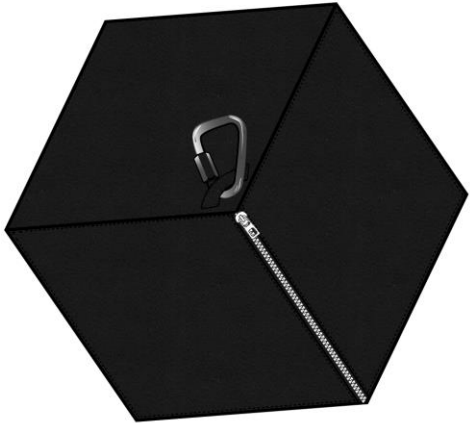
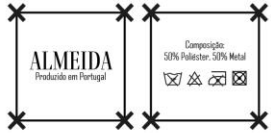



Ilustração:



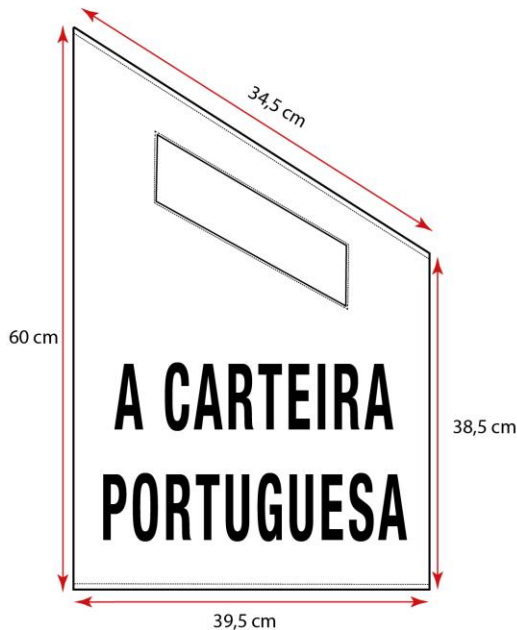
Etiquetagem:



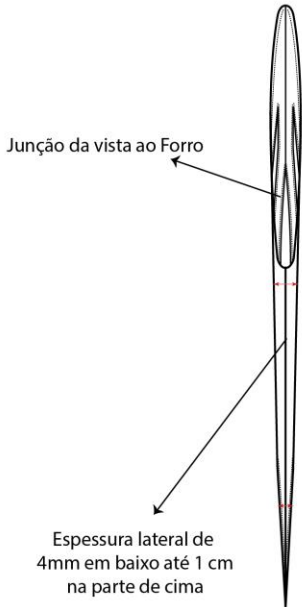
16.2. 2º Coordenado- A Carteira Portuguesa

Ficha técnica do Produto – Product technical datasheet						
	Cliente/Marca Client/Brand	ESART	Modelo/Referência Sample/ Reference	#IA001	Data Date	31/05/2024
	Coleção Collection	Acessórios	Gama de tamanhos Size Range	Tam. Único	Marca Brand	ALMEIDA
	Estação Seasons	Outono/Inverno	Tamanho base Sample Size	Tam. Único	Data de revisão Date of revision	

Aparência quando segura pela pega:







Aparência de lado:



Junção da vista ao Forro


Espessura lateral de 4mm em baixo até 1 cm na parte de cima

Materiais:

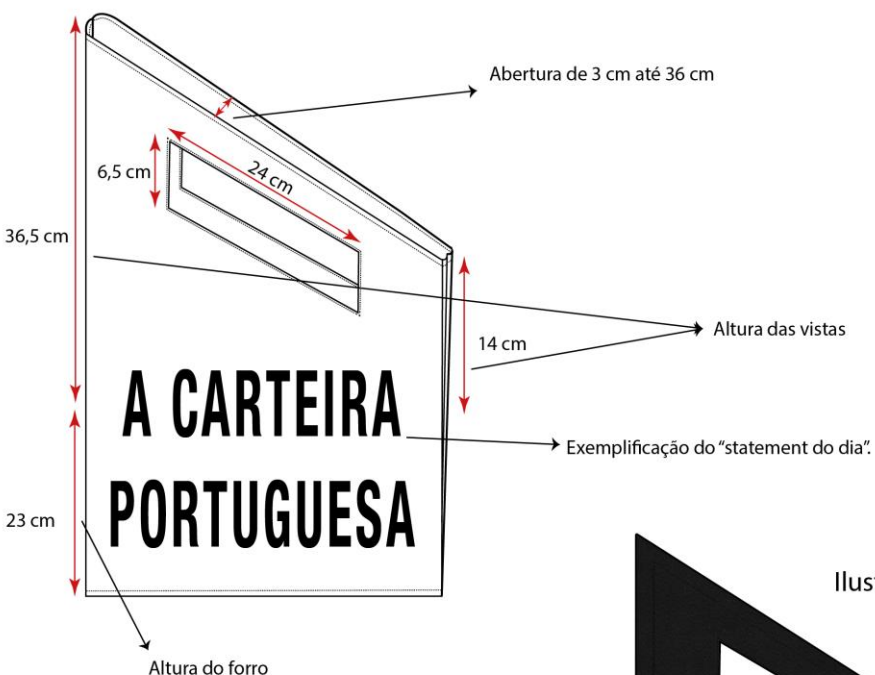
 Tecido: Ardódia Fornecedor: Tecidos do Castelo Preço: 14 €	 Aviamento: Forro Preto Fornecedor: Tecidos do Castelo Preço: 3 €	 Aviamento: Linha Preta Fornecedor: ESART Preço: 0 €	 Outros Materiais: 4 Cores de Giz Industrial Fornecedor: Ponto das Artes Preço: 4,49 €
---	---	--	---

Descrição:

Mala estreita. A mala é aberta por cima e não usa qualquer tipo de fecho. A pega dá-se por um recorte na parte de cima da carteira, devido ao tamanho dá também para utilizar ao ombro. Para esconder o forro na parte da abertura, leva uma vista e só na parte de baixo o forro. A carteira leva um kit de 4 gizos para o comprador poder personalizar com a sua “statement do dia”.

Ficha técnica do Produto – Product technical datasheet						
	Cliente/Marca Client/Brand	ESART	Modelo/Referência Sample/ Reference	#IA001	Data Date	31/05/2024
	Coleção Collection	Acessórios	Gama de tamanhos Size Range	Tam. Único	Marca Brand	ALMEIDA
	Estação Seasons	Outono/Inverno	Tamanho base Sample Size	Tam. Único	Data de revisão Date of revision	

Abertura:



Abertura de 3 cm até 36 cm

36,5 cm

6,5 cm

24 cm

14 cm

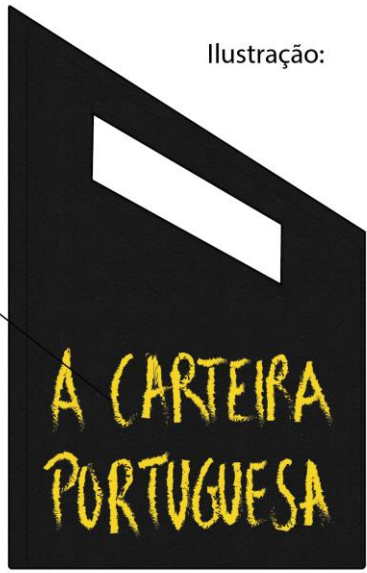
Altura das vistas

Exemplificação do "statement do dia".

23 cm

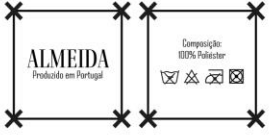
Altura do forro

Ilustração:


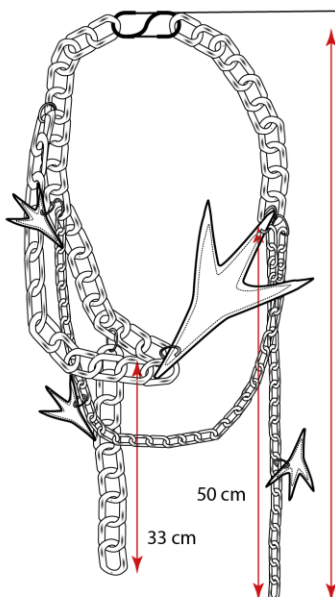
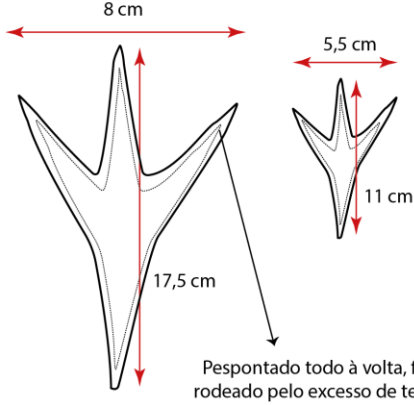









Statement escolhido para o desfile, em branco, e ilustração em amarelo para exemplificar as variações

Etiquetagem:



16.3 3º Coordenado- Colar Sair da Casca

Ficha técnica do Produto – Product technical datasheet						
	Cliente/Marca	ESART	Modelo/Referência	#IA001	Data	31/05/2024
	Coleção	Acessórios	Gama de tamanhos	Tam. Único	Marca	ALMEIDA
	Estação	Outono/Inverno	Tamanho base	Tam. Único	Data de revisão	
<p>Aparência de frente:</p>  <p>Confeção das patas:</p> 						
Materiais:						
 Tecido: Enchimento Vermelho Fornecedor: Tecidos do Castelo Preço: 7 €	 Aviamento: Linha Preta Fornecedor: ESART Preço: 0 €	 Outros Materiais: Corrente 6 mm Industrial Fornecedor: Leroy Merlin Preço: 2,49 €	 Outros Materiais: Corrente 4 mm Industrial Fornecedor: Maxmat Preço: 2 €	 Outros Materiais: Argolas 4 mm Industrial Fornecedor: Maxmat Preço: 8 Unit. 6,59 €	 Outros Materiais: Argolas 3 mm Industrial Fornecedor: Maxmat Preço: 8 Unit. 5,59 €	
Descrição:						
Colar com correntes industriais de duas espessuras diferentes. A corrente mais grossa é toda preta e a mais fina preta e amarela. Tem um mosquetão duplo para abertura, na parte de cima. Tem dois tamanhos de aplicações de patas.						

Ficha técnica do Produto – Product technical datasheet						
	Cliente/Marca Client/Brand	ESART	Modelo/Referência Sample/ Reference	#IA001	Data Date	31/05/2024
	Coleção Collection	Acessórios	Gama de tamanhos Size Range	Tam. Único	Marca Brand	ALMEIDA
	Estação Seasons	Outono/Inverno	Tamanho base Sample Size	Tam. Único	Data de revisão Date of revision	

Medidas e Materiais:

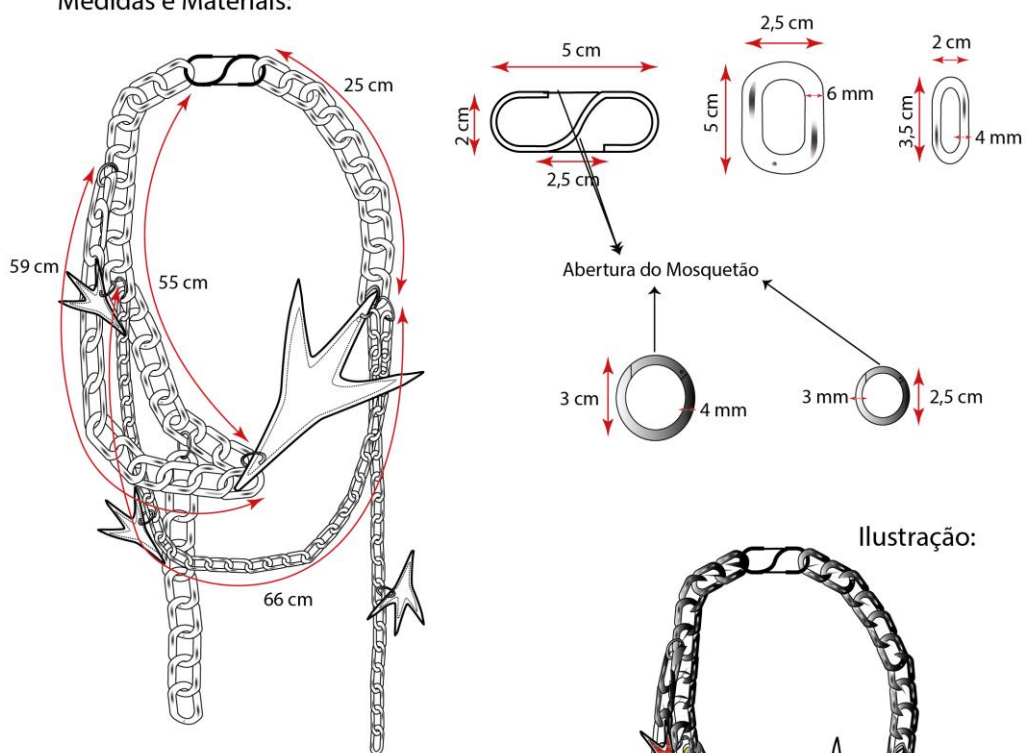
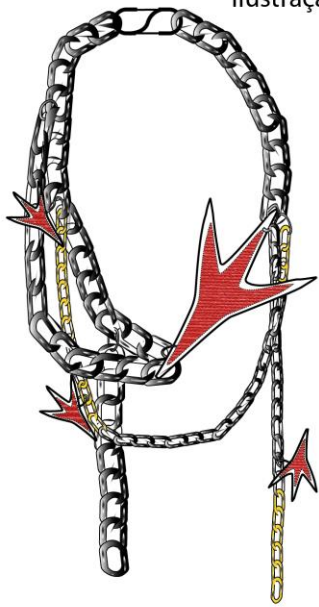




Ilustração:



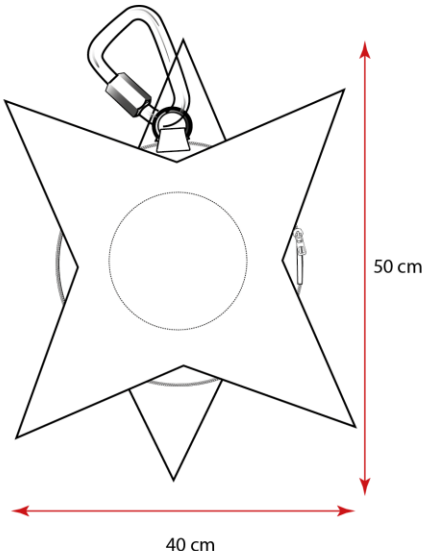
Etiquetagem:



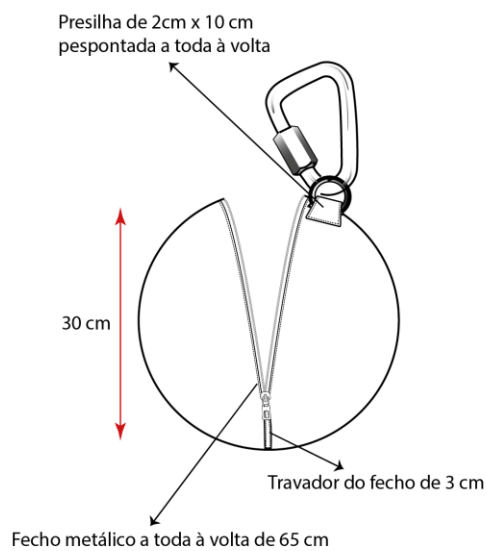
16.4 4º Coordenado

Ficha técnica do Produto – Product technical datasheet						
	Cliente/Marca Client/Brand	ESART	Modelo/Referência Sample/ Reference	#IA001	Data Date	31/05/2024
	Coleção Collection	Acessórios	Gama de tamanhos Size Range	Tam. Único	Marca Brand	ALMEIDA
	Estação Seasons	Outono/Inverno	Tamanho base Sample Size	Tam. Único	Data de revisão Date of revision	







Aparência quando segura pela pega:



Abertura:




Materiais:

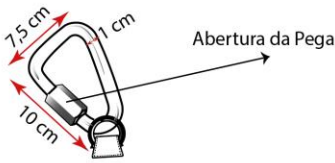
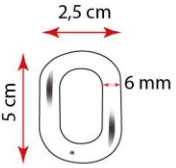
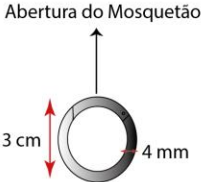
					
Tecido: Enchimento Preto Fornecedor: Tecidos do Castelo Preço: 7 €	Aviamento: Forro Preto Fornecedor: Tecidos do Castelo Preço: 3 €	Aviamento: Linha Preta Fornecedor: ESART Preço: 0 €	Aviamento: Fecho de Metal Fornecedor: 3 Globos Preço: 7 €	Outros Materiais: Mosquetão Industrial Fornecedor: Leroy Merlin Preço: 4,49 €	Outros Materiais: Argolas 4 mm Industrial Fornecedor: Maxmat Preço: 8 Unit. 6,59 €

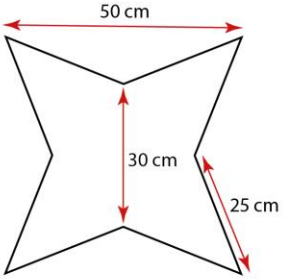
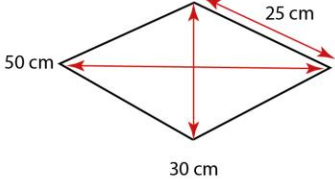
Descrição:

Mochila tem um formato base esférico. Nas pontas da frente, tem uma aplicação, diferente nos dois lados. A mala é aberta a toda a volta por um fecho metálico de 80 cm. A pega é um mosquetão de tamanho industrial, preso à carteira por uma presilha.

Ficha técnica do Produto – Product technical datasheet						
	Cliente/Marca Client/Brand	ESART	Modelo/Referência Sample/ Reference	#IA001	Data Date	31/05/2024
	Coleção Collection	Acessórios	Gama de tamanhos Size Range	Tam. Único	Marca Brand	ALMEIDA
	Estação Seasons	Outono/Inverno	Tamanho base Sample Size	Tam. Único	Data de revisão Date of revision	

Componentes:

Etiquetagem:

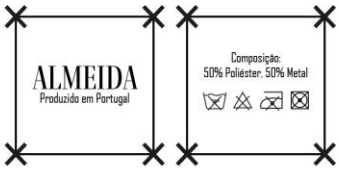




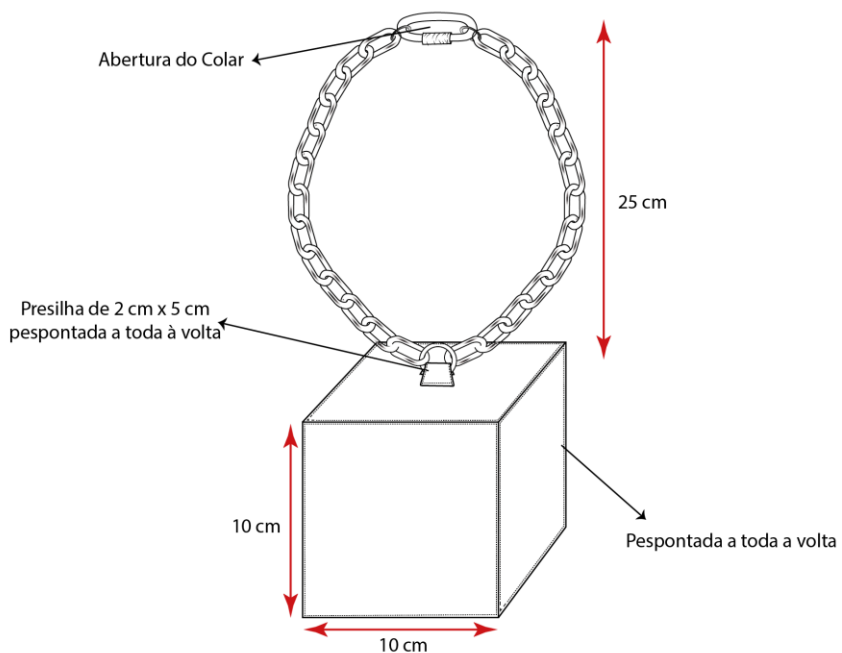
Ilustração:








16.5 5º Coordenado

Ficha técnica do Produto – Product technical datasheet						
	Cliente/Marca Client/Brand	ESART	Modelo/Referência Sample/ Reference	#IA001	Data Date	31/05/2024
	Coleção Collection	Acessórios	Gama de tamanhos Size Range	Tam. Único	Marca Brand	ALMEIDA
	Estação Seasons	Outono/Inverno	Tamanho base Sample Size	Tam. Único	Data de revisão Date of revision	

Aparência de frente e costas:




Materiais:

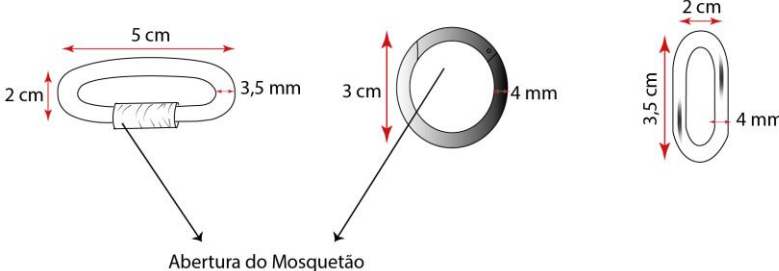
				
Tecido: Ardóia Fornecedor: Tecidos do Castelo Preço: 14 €	Aviamento: Linha Preta Fornecedor: ESART Preço: 0 €	Outros Materiais: Corrente 4 mm Indústrial Fornecedor: Maxmat Preço: 2 €	Outros Materiais: Argolas 4 mm Indústrial Fornecedor: Maxmat Preço: 8 Unit. 6,59 €	Outros Materiais: Mosquetão 3.5 mm Indústrial Fornecedor: Leroy Merlin Preço: 1,57 €

Descrição:

Colar com correntes industriais de duas cores. Tem um mosquetão com segurança, na parte de cima. O pendente é um cubo de 10 cm por 10 cm, pespontado a toda à volta. Para prender o pendentas as correntes tem uma presilha, com uma argola.


Ficha técnica do Produto – Product technical datasheet						
	Cliente/Marca Client/Brand	ESART	Modelo/Referência Sample/ Reference	#IA001	Data Date	31/05/2024
	Coleção Collection	Acessórios	Gama de tamanhos Size Range	Tam. Único	Marca Brand	ALMEIDA
	Estação Seasons	Outono/Inverno	Tamanho base Sample Size	Tam. Único	Data de revisão Date of revision	

Medidas e Materiais:

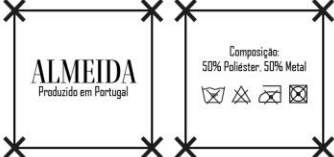


Abertura do Mosquetão


Ilustração:



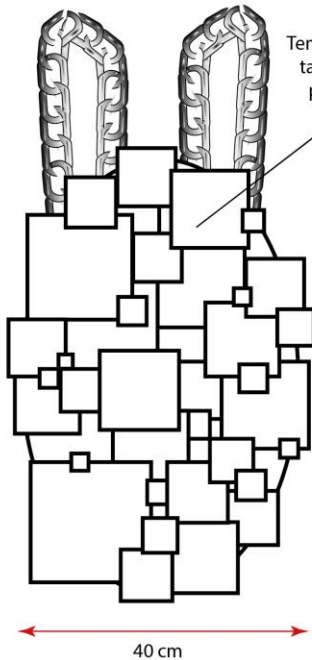
Etiquetagem:



16.6 6º Coordenado

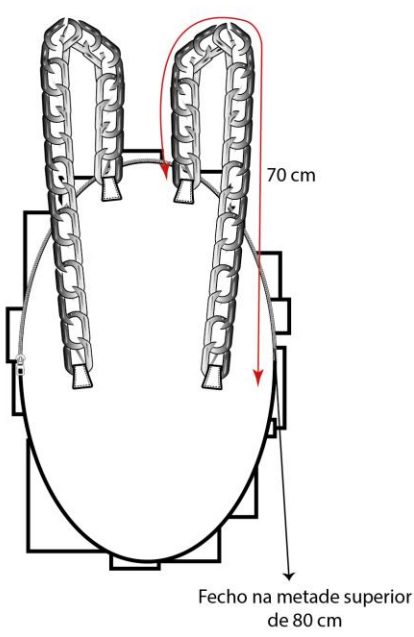
Ficha técnica do Produto – Product technical datasheet						
	Cliente/Marca Client/Brand	ESART	Modelo/Referência Sample/ Reference	#IA001	Data Date	31/05/2024
	Coleção Collection	Acessórios	Gama de tamanhos Size Range	Tam. Único	Marca Brand	ALMEIDA
	Estação Seasons	Outono/Inverno	Tamanho base Sample Size	Tam. Único	Data de revisão Date of revision	

Aparência Frente e Costas:



40 cm

60 cm









70 cm

80 cm

Tem quadrados de vários tamanhos espalhados pela parte da frente


Fecho na metade superior de 80 cm

Materiais:

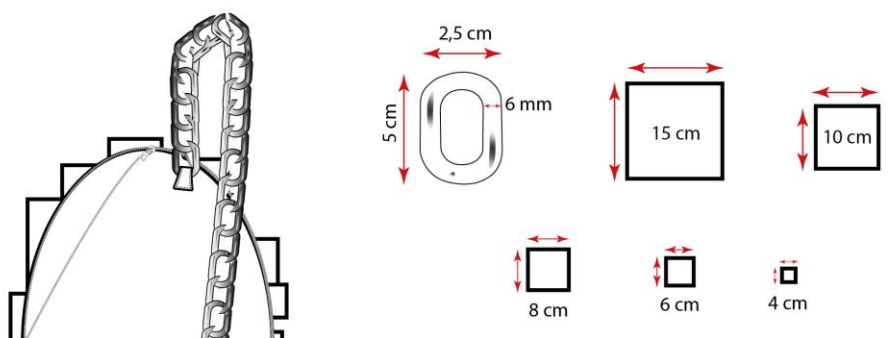
					
Tecido: Enchimento Preto Fornecedor: Tecidos do Castelo Preço: 7 €	Aviamento: Forro Preto Fornecedor: Tecidos do Castelo Preço: 3 €	Aviamento: Linha Preta Fornecedor: ESART Preço: 0 €	Aviamento: Fecho de Metal Fornecedor: 3 Globos Preço: 8 €	Outros Materiais: Corrente 6 mm Industrial Fornecedor: Leroy Merlin Preço: 2,49 €	Outros Materiais: Argolas 4 mm Industrial Fornecedor: Maxmat Preço: 8 Unit. 6,59 €

Descrição:

Mochila com formato base oval. Na parte da frente, é forrada com quadrados de diferentes tamanhos. A mala é aberta na metade superior por um fecho metálico de 80 cm. As alças são de argolas plásticas de 6 mm e tem o comprimento de 70 cm. Não tem qualquer tipo de sistema de ajuste.

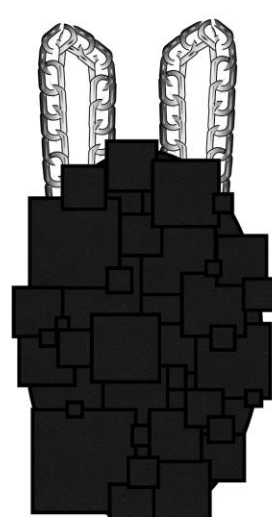
Ficha técnica do Produto – Product technical datasheet						
	Cliente/Marca Client/Brand	ESART	Modelo/Referência Sample/ Reference	#IA001	Data Date	31/05/2024
	Coleção Collection	Acessórios	Gama de tamanhos Size Range	Tam. Único	Marca Brand	ALMEIDA
	Estação Seasons	Outono/Inverno	Tamanho base Sample Size	Tam. Único	Data de revisão Date of revision	

Abertura:

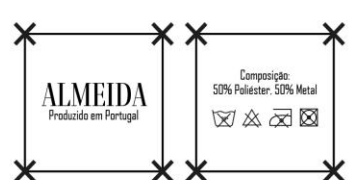


Presilha de 2cm x 10 cm pespontada a toda à volta


Ilustração:



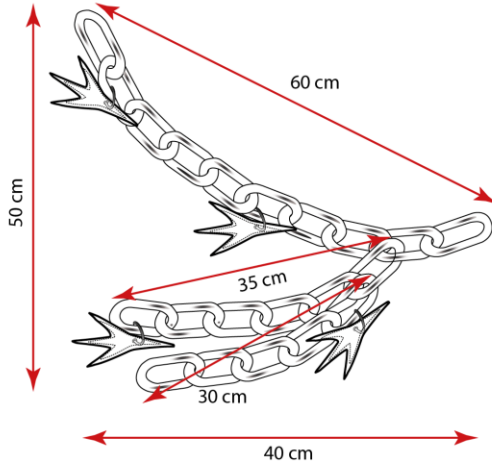
Etiquetagem:



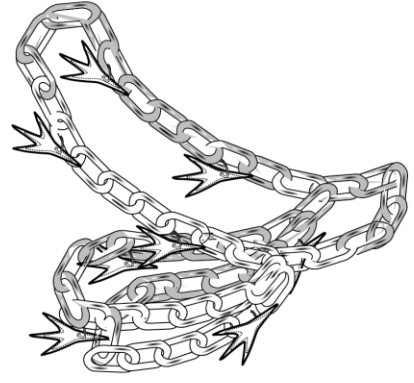
16.7 7º Coordenado

Ficha técnica do Produto – Product technical datasheet						
	Cliente/Marca Client/Brand	ESART	Modelo/Referência Sample/ Reference	#IA001	Data Date	31/05/2024
	Coleção Collection	Acessórios	Gama de tamanhos Size Range	Tam. Único	Marca Brand	ALMEIDA
	Estação Seasons	Outono/Inverno	Tamanho base Sample Size	Tam. Único	Data de revisão Date of revision	





Aparência de frente:



Aparência de frente e costas:




Materiais:

			
Tecido: Enchimento Vermelho Fornecedor: Tecidos do Castelo Preço: 7 €	Aviamento: Linha Preta Fornecedor: ESART Preço: 0 €	Outros Materiais: Corrente 4 mm Indústrial Fornecedor: Maxmat Preço: 2 €	Outros Materiais: Argolas 4 mm Indústrial Fornecedor: Maxmat Preço: 8 Unid. 6,59 €

Descrição:

Volta com correntes industriais de preta e amarela. Tem 4 aplicações de patas. Este acessório circunda a cintura, como tem bastante largura, não tem fecho para abrir. Deve ser vestido como uma camisola, por cima da roupa.

Ficha técnica do Produto – Product technical datasheet						
	Cliente/Marca Client/Brand	ESART	Modelo/Referência Sample/ Reference	#IA001	Data Date	31/05/2024
	Coleção Collection	Acessórios	Gama de tamanhos Size Range	Tam. Único	Marca Brand	ALMEIDA
	Estação Seasons	Outono/Inverno	Tamanho base Sample Size	Tam. Único	Data de revisão Date of revision	

Componentes:

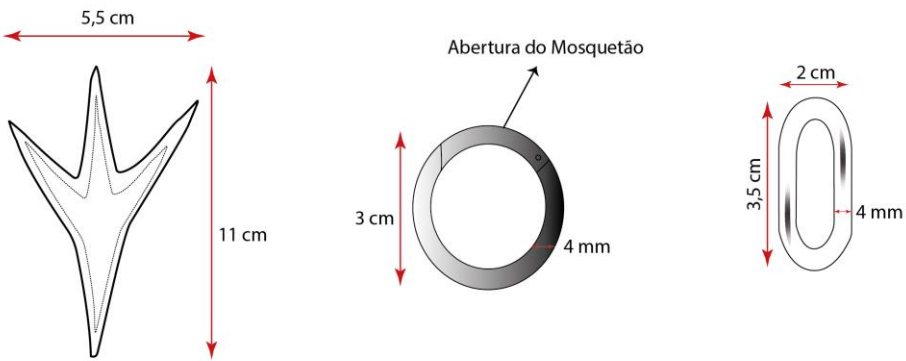

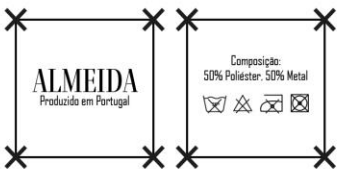



Ilustração:



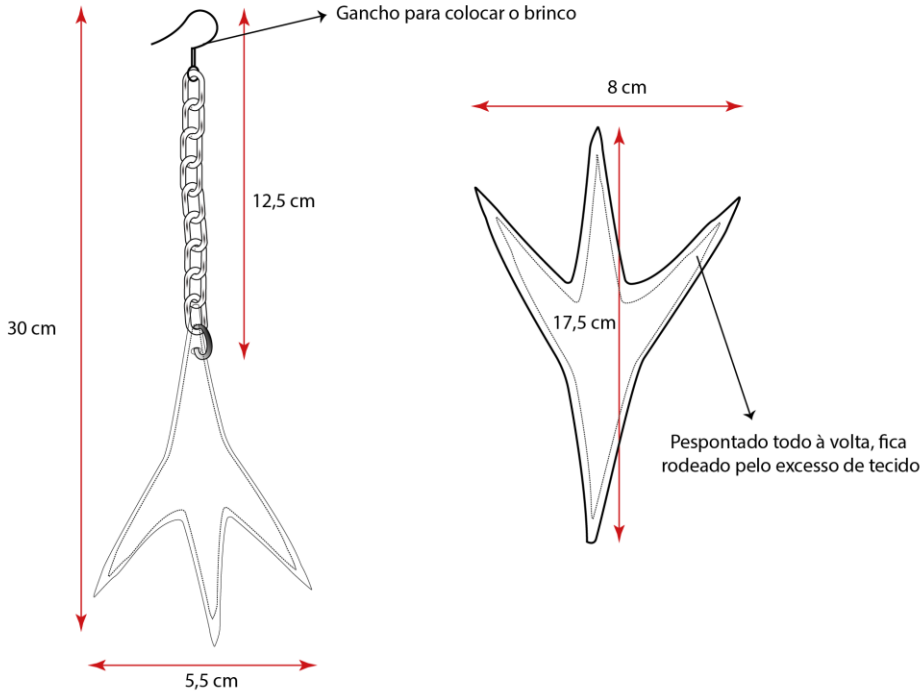
Etiquetagem:








16.8 8º Coordenado

Ficha técnica do Produto – Product technical datasheet						
	Cliente/Marca Client/Brand	ESART	Modelo/Referência Sample/ Reference	#IA001	Data Date	31/05/2024
	Coleção Collection	Acessórios	Gama de tamanhos Size Range	Tam. Único	Marca Brand	ALMEIDA
	Estação Seasons	Outono/Inverno	Tamanho base Sample Size	Tam. Único	Data de revisão Date of revision	

Aparência da frente e costas:




Materiais:

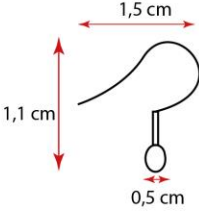
				
Tecido: Enchimento Vermelho Fornecedor: Tecidos do Castelo Preço: 7 €	Aviamento: Linha Preta Fornecedor: ESART Preço: 0 €	Outros Materiais: Corrente 4 mm Indústrial Fornecedor: Maxmat Preço: 2 €	Outros Materiais: Argolas 4 mm Indústrial Fornecedor: Maxmat Preço: 8 Unid. 6,59 €	Gancho para brinco Composição: 100% Aço Inoxidável Cor: Prateado

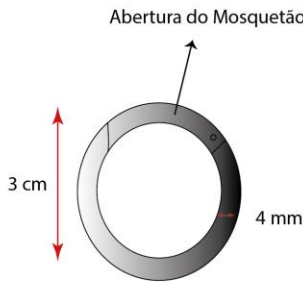
Descrição:

Brinco com pata de animal. Tem um comprimento de 20 cm. É composto por correntes de plástico de duas cores, podendo assim mudar as cores ou a forma como ficam na peça, na hora da confeção.

Ficha técnica do Produto – Product technical datasheet						
	Cliente/Marca Client/Brand	ESART	Modelo/Referência Sample/ Reference	#IA001	Data Date	31/05/2024
	Coleção Collection	Acessórios	Gama de tamanhos Size Range	Tam. Único	Marca Brand	ALMEIDA
	Estação Seasons	Outono/Inverno	Tamanho base Sample Size	Tam. Único	Data de revisão Date of revision	

Componentes:





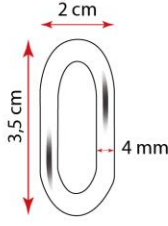





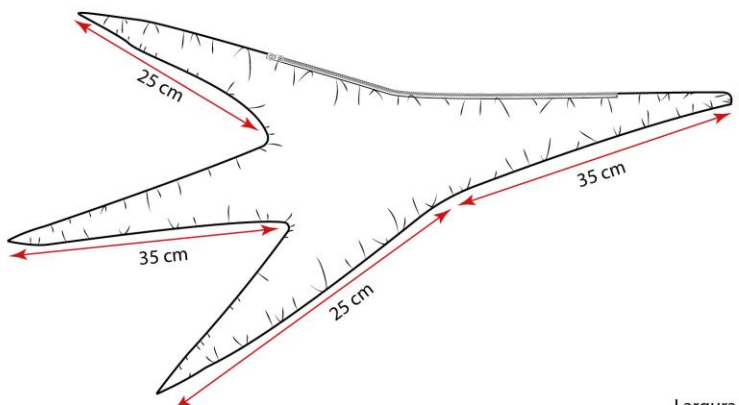
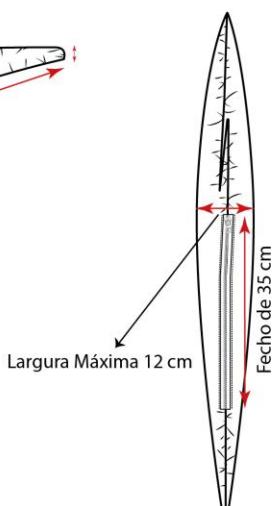












Ilustração:




Etiquetagem:



16.9 9º Coordenado

Ficha técnica do Produto – Product technical datasheet														
	Cliente/Marca Client/Brand	ESART	Modelo/Referência Sample/ Reference	#IA001	Data Date	31/05/2024								
	Coleção Collection	Acessórios	Gama de tamanhos Size Range	Tam. Único	Marca Brand	ALMEIDA								
	Estação Seasons	Outono/Inverno	Tamanho base Sample Size	Tam. Único	Data de revisão Date of revision									
<p>Aparência de frente e costas:</p>  <p>Vista da Lateral:</p> 														
<p>Materiais:</p> <table border="0"> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tecido: Enchimento Vermelho Fornecedor: Tecidos do Castelo Preço: 7 €</td> <td>Aviamento: Forro Vermelho Fornecedor: Tecidos do Castelo Preço: 3 €</td> <td>Aviamento: Linha Vermelha Fornecedor: ESART Preço: 0 €</td> <td>Aviamento: Fecho de Metal Fornecedor: 3 Globos Preço: 6 €</td> </tr> </table>											Tecido: Enchimento Vermelho Fornecedor: Tecidos do Castelo Preço: 7 €	Aviamento: Forro Vermelho Fornecedor: Tecidos do Castelo Preço: 3 €	Aviamento: Linha Vermelha Fornecedor: ESART Preço: 0 €	Aviamento: Fecho de Metal Fornecedor: 3 Globos Preço: 6 €
														
Tecido: Enchimento Vermelho Fornecedor: Tecidos do Castelo Preço: 7 €	Aviamento: Forro Vermelho Fornecedor: Tecidos do Castelo Preço: 3 €	Aviamento: Linha Vermelha Fornecedor: ESART Preço: 0 €	Aviamento: Fecho de Metal Fornecedor: 3 Globos Preço: 6 €											
<p>Descrição:</p> <p>Mala de formato de pata de animal. A mala é aberta numa das laterais por um fecho metálico. Por dentro tem um forro também vermelho.</p>														

Ficha técnica do Produto – Product technical datasheet						
	Cliente/Marca Client/Brand	ESART	Modelo/Referência Sample/ Reference	#IA001	Data Date	31/05/2024
	Coleção Collection	Acessórios	Gama de tamanhos Size Range	Tam. Único	Marca Brand	ALMEIDA
	Estação Seasons	Outono/Inverno	Tamanho base Sample Size	Tam. Único	Data de revisão Date of revision	

Abertura:

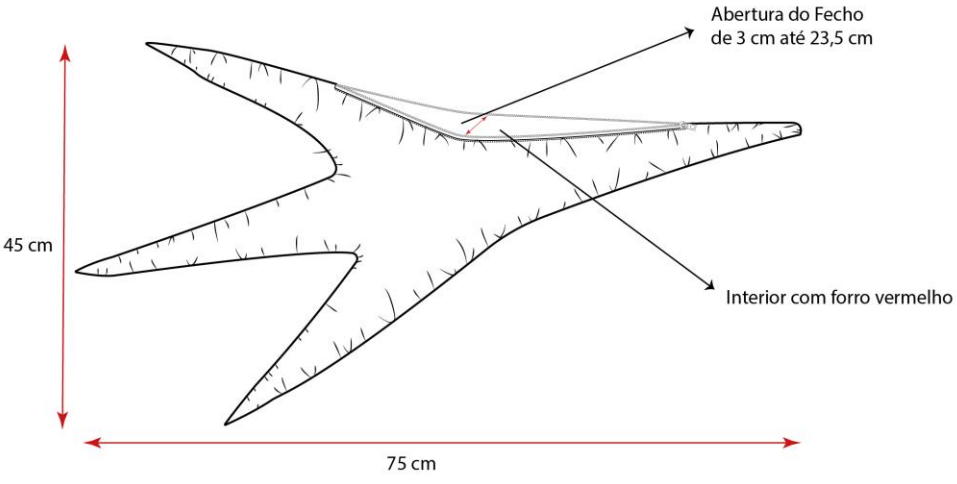

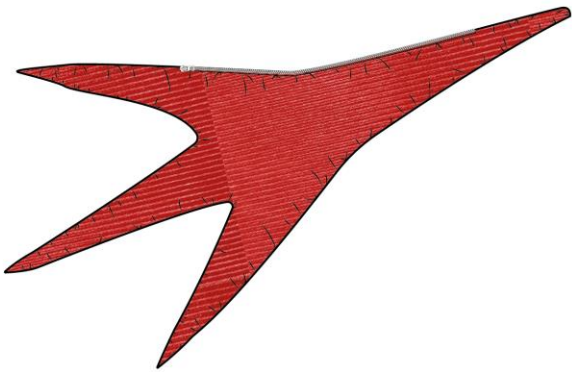



Ilustração:

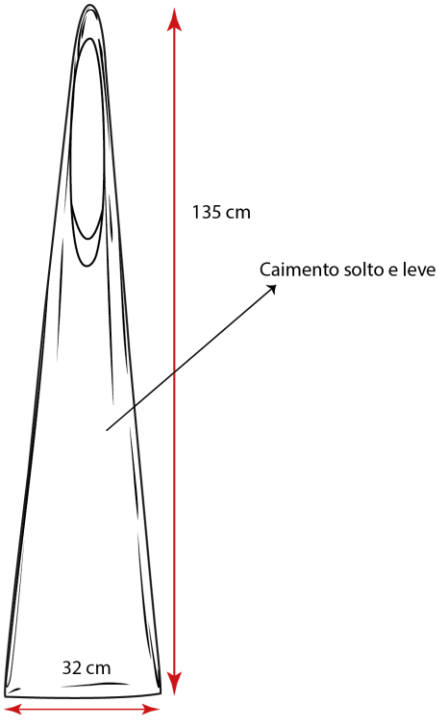
Etiquetagem:

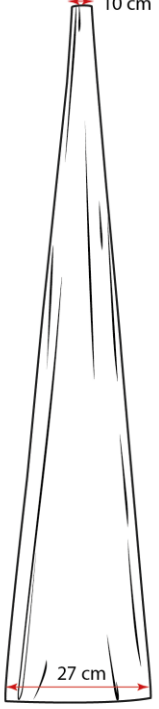
16.10 10º Coordenado

Ficha técnica do Produto – Product technical datasheet						
	Cliente/Marca Client/Brand	ESART	Modelo/Referência Sample/ Reference	#IA001	Data Date	31/05/2024
	Coleção Collection	Acessórios	Gama de tamanhos Size Range	Tam. Único	Marca Brand	ALMEIDA
	Estação Seasons	Outono/Inverno	Tamanho base Sample Size	Tam. Único	Data de revisão Date of revision	


Aparência da frente e costas:




Aparência da lateral:




Materiais:



Tecido: Vinil Vermelho
Fornecedor: Tecidos do Castelo
Preço: 13,90 €




Aviamento: Forro Vermelho
Fornecedor: Tecidos do Castelo
Preço: 3 €



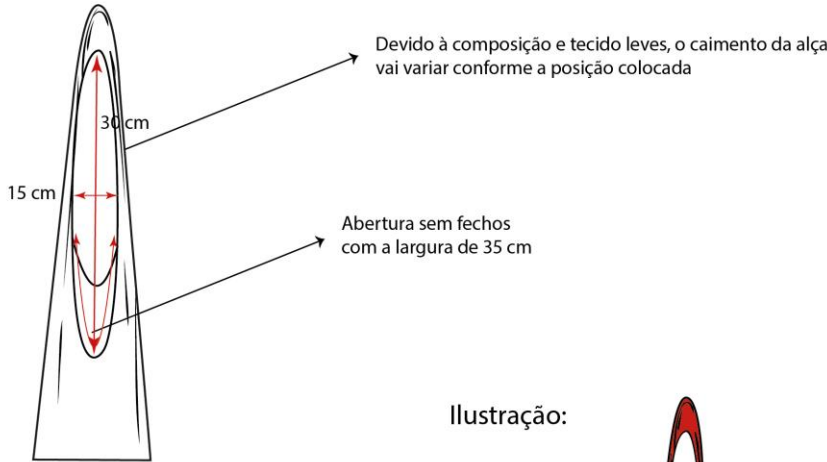
Aviamento: Linha Vermelha
Fornecedor: ESART
Preço: 0 €

Descrição:

Mala fluida até aos pés. A abertura da mala fica na parte de baixo da alça, sem qualquer tipo de fecho.. Devido à composição e tecido leves, o caimento da peça é leve e orgânico. Leva um forro da mesma cor na parte de dentro.

Ficha técnica do Produto – Product technical datasheet						
	Cliente/Marca Client/Brand	ESART	Modelo/Referência Sample/ Reference	#IA001	Data Date	31/05/2024
	Coleção Collection	Acessórios	Gama de tamanhos Size Range	Tam. Único	Marca Brand	ALMEIDA
	Estação Seasons	Outono/Inverno	Tamanho base Sample Size	Tam. Único	Data de revisão Date of revision	

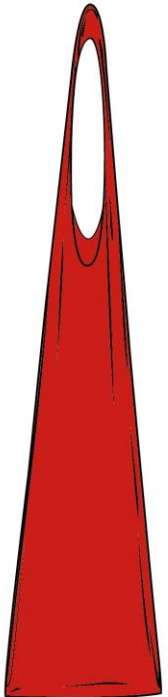
Abertura:



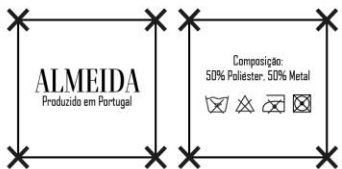
Devido à composição e tecido leves, o caimento da alça vai variar conforme a posição colocada

Abertura sem fechos com a largura de 35 cm

Ilustração:



Etiquetagem:



17. Modelagem

Moldes Carteira Cubo:

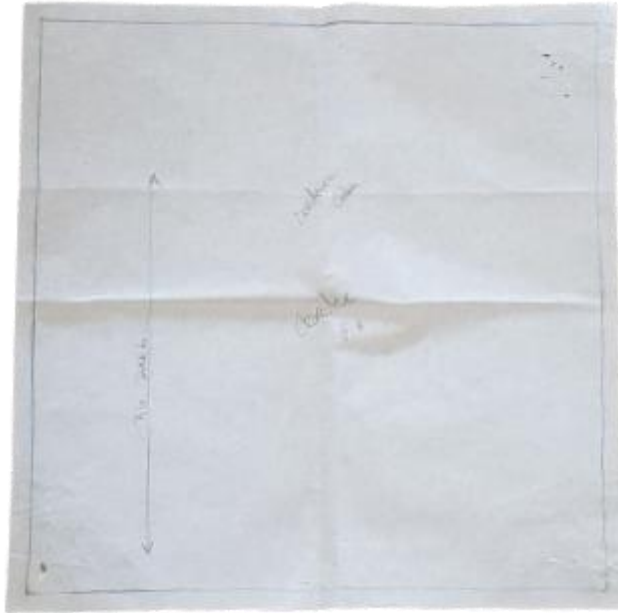


Figura 53- Molde Cubo (Fonte: Autor)

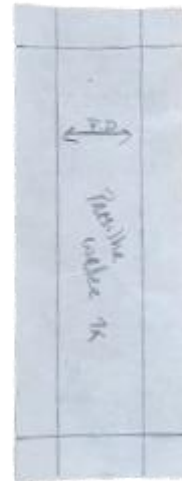


Figura 54- Presilha (Fonte: Autor)

Moldes Carteira Portuguesa:



Figura 55- Molde Carteira Portuguesa (Fonte: Autor)



Figura 56- Vista (Fonte: Autor)

Moldes Patas para Colar:



Figura 57- Patas (Fonte: Autor)

18. Prototipagem e Peças Finais

Peças que foram a desfile - Carteira Cubo:



Figura 58- Protótipo Final Cubo (Fonte: Autor)



Figura 59- Desfile 1 (Fonte: Autor)



Figura 60- Desfile 2 (Fonte: Autor)

Peças que foram a desfile - A Carteira Portuguesa:



Figura 61- Primeiro Protótipo (Fonte: Autor)



Figura 62- Protótipo Final ACP (Fonte: Autor)



Figura 63- Desfile 3 (Fonte: Autor)

Peças que foram a desfile - Colar Sair da Casca:



Figura 64- Protótipo Final Colar (Fonte: Autor)



Figura 65- Desfile 4 (Fonte: Autor)

19. Orçamentação

Preço de mão de obra:

Para definir o orçamento para o projeto apresentado, começamos por definir o custo hora dos trabalhadores da empresa Almeida. Ficou definido que realizaram um 8 horas de trabalho por dia. Tendo estes trabalhadores direito a 23 dias de férias, conforme o n.º1 do artigo 238º do código do trabalho, mais o dia de aniversário dado pela empresa, o que dá um total de 230 dias úteis (253 dias úteis em 2024 - 23 dias de férias).

Durante um ano realizam 1840 horas = 230 dias x 8 horas

O Instituto de Emprego e Formação Profissional (IEFP), diz-nos que um estagiário licenciado ganha um valor mínimo de 1018.52€. Tendo em conta que a Empresa é sediada no Porto, o salário base seria de 1300€, de forma a corresponder ao nível de vida da cidade.

$1300€ \times 14$ (12 meses + subsídio de natal e férias) = 18200€ por ano
 $18200€ / 1840$ horas por ano = 9.90€ por hora

Custo do Projeto

Componente Criativa:

- Pesquisa.....50 horas
- Pesquisa de materiais70 horas
- Painéis.....3 horas
- Criação e desenvolvimento de esboços70 horas
- Ilustrações3 horas
- Fichas técnicas50 horas
- Total: 246 horas

Valor do projeto – 246 horas x 9.90€ = 2435,4€

19.1 Carteira Cubo

Estes cálculos, tem em consideração os dados anteriormente citados. Assumindo que estas são as tabelas de preços fornecidas, de uma forma generalizada, da marca Almeida. As alterações que poderão ser realizadas é o tempo disponibilizado na componente criativa.

Componente Produtiva:

- Modelagem30 min

- Corte / Confeção do protótipo30 min
- Confeção final3 horas
- Total: 4 horas

Valor da componente produtiva - 4 horas x 9.90€ = 39,6€

Materiais:

- Tecidos7€
- Aviamentos.....9€
- Folhas de modelagem0,30€
- Outros materiais.....4,49€
- Total: 20,79€

Valor dos materiais e da componente produtiva - 39,6 + 20,79 = 60,39€

Valor final do projeto - 2435,4 + 39,6 + 20,79 = 2495.79€

Cálculo do preço de venda:

- Materiais por peça20,79€
- Corte + confeção4 horas

Valor corte e confeção - 4 horas x 9,90€ = 39,60€

Preço de custo = materiais + corte + confeção = 60,39€

Preço de custo + margem (50€) = 110,39€

Ponto crítico de vendas - 2495.79€ / 50€ = 49.916 (50 peças)

Tendo em conta os cálculos efetuados, é necessário vender mais de 50 peças, para obtermos lucro na venda da mala Cubo.

19.2 A Carteira Portuguesa

Estes cálculos, tem em consideração os dados anteriormente citados. Assumindo que estas são as tabelas de preços fornecidas, de uma forma generalizada, da marca Almeida. As alterações que poderão ser realizadas é o tempo disponibilizado na componente criativa.

Componente Produtiva:

- Modelagem2 horas
- Corte / Confeção do protótipo30 min
- Confeção final4:30 horas
- Total: 7 horas

Valor da componente produtiva - 7 horas x 9.90€ = 69,30€

Materialis:

- Tecidos.....14
- Aviamentos.....3
- Folhas de modelagem0,60€
- Outros materiais.....4,49€
- Total: 22,09€

Valor dos materiais e da componente produtiva - 69,30 + 22,09 = 91,39€

Valor final do projeto - 2435,4 + 69,3 + 22,09 = 2526.79€

Cálculo do preço de venda:

- Materiais por peça22,09€
- Corte + confeção7 horas

Valor corte e confeção - 7 horas x 9,90€ = 69,30€

Preço de custo = materiais + corte + confeção = 91,39€

Preço de custo + margem (50€) = 141,39€

Ponto crítico de vendas - 2526.79€ / 50€ = 50.536 (51 peças)

Tendo em conta os cálculos efetuados, é necessário vender mais de 51 peças, para obtermos lucro na venda da Carteira Portuguesa.

19.3 Colar Sair da Casca

Estes cálculos, tem em consideração os dados anteriormente citados. Assumindo que estas são as tabelas de preços fornecidas, de uma forma generalizada, da marca Almeida. As alterações que poderão ser realizadas é o tempo disponibilizado na componente criativa.

Componente Produtiva:

- Modelagem10 min
- Corte / Confeção final1 hora
- Total: 1:10 horas

Valor da componente produtiva - 1:10 horas x 9.90€ = 10,89€

Materialis:

- Tecidos2€
- Outros materiais.....16,67€
- Total: 18,67€

Valor dos materiais e da componente produtiva - $18,67 + 10,89 = 29,56\text{€}$

Valor final do projeto - $2435,4 + 10,89 + 18,67 = 2464,96\text{€}$

Cálculo do preço de venda

- Materiais por peça18,67€
- Corte + confeção1:10 horas

Valor corte e confeção - $1:10 \text{ horas} \times 9,90\text{€} = 19,89\text{€}$

Preço de custo = materiais + corte + confeção = $38,56\text{€}$

Preço de custo + margem (50€) = $88,56\text{€}$

Ponto crítico de vendas - $2464,96\text{€} / 50\text{€} = 49,299$ (50 peças)

Tendo em conta os cálculos efetuados, é necessário vender mais de 50 peças, para obtermos lucro na venda do colar Sair da Casca.

20. Conclusão

A realização deste projeto, tornou-se numa grande aprendizagem profissional, mas também pessoal. Algo enriquecedor no desenvolvimento deste trabalho, foi dar uma estrutura mais forte à marca Almeida, criando bases para uma possibilidade de crescimento como negócio. Para além disso, foi uma forma de trabalhar numa área, que nunca tinha trabalhado, no caso, os acessórios de moda.

A criação desta coleção tornou-se numa feliz descoberta, por uma área na qual me veria a trabalhar no futuro.

Durante a execução do projeto, surgiram alguns desafios, como por exemplo, já não existirem mais correntes pretas, das grossas, à venda em lojas físicas. Ainda assim, a maior mudança que existiu foi a de os tecidos escolhidos para os acessórios, não serem os mesmo da coleção de roupa, como inicialmente tinha sido idealizado.

Tendo em conta o design das peças de roupa, os seus acessórios também foram desenhados com a principal intenção de ser algo impactante. Desta forma, os materiais tiveram de corresponder a isso mesmo e considerando a tipologia (principalmente das carteiras) foram necessários materiais com uma maior estrutura.

No entanto, com estes obstáculos superados, este projeto foi concluído com sucesso, visto que os três acessórios finais foram a desfile com os seus coordenados correspondentes. Será assim um projeto do qual irei guardar um especial carinho e memórias felizes da sua execução.

21. Bibliografia

- Brand, J. e Teunissen, J. (2009). *Moda y accesorios*. GGmoda.
- Feyerabend, F.V. (2012). *Acessórios de moda – modelos*. GGmoda.
- Arroyo, N. (2012). *Atlas de acessórios de moda*. Paisagem Distribuidora De Livros LTDA
- Stupples, P. e Venis, J. (2007). *Art and Design: History, Theory, Practice*. Cambridge: Scholars Publishing.
- Lucas, D. (2010). *Estudo da Evolução dos Acessórios de Moda ao Longo do Século XX e Concepção de um Acessório com Propriedades de Conforto e Design Inovador*. Covilhã: Universidade da Beira Interior departamento de Engenharia.

22. Webgrafia

- Lau, J. (2012). *Basic Fashion Design 09: Designing Accessories: Exploring the design and construction of bags, shoes, hats and jewellery*. AVA. <https://books.google.com.br/books?id=wWVMAQAAQBAJ&lpg=PP1&ots=oQxdmzm0eb&dq=the%20emergence%20of%20fashion%20accessories&hl=pt-PT&pg=PA51#v=onepage&q&f=false>
- 440 Industries. (2022, dezembro 23). Fashion Accessories History- Through The Years. <https://440industries.com/fashion-accessories-history-through-the-years/>
- Delagrange, J. (2023). *What is Conceptual Art? Definition, Characteristics & Main Representatives*. CAI. <https://www.contemporaryartissue.com/conceptual-art-the-25-most-important-conceptual-artists/>
- Schellekens, E. (2022, março 23). *Conceptual Art*. *Stanford Encyclopedia of Philosophy*. Stanford Encyclopedia of Philosophy <https://plato.stanford.edu/entries/conceptual-art/>
- Wade, S. (2019, junho 10). Conceptual Art Meets Fashion In This Collection Of Sculptural Bags By Kofta Studio. *IGNANT*. <https://www.ignant.com/2019/07/10/conceptual-art-meets-fashion-in-this-collection-of-sculptural-bags-by-kofta-studio/>
- *The Odivo*. (2015). KONSTANTIN KOFTA IS ONE OF UKRAINE'S MOST INTRIGUING DESIGNERS. <https://www.theodivo.com/blog/kofta-fall-winter-2015>