Instituto Politécnico
de Castelo Branco
Escola Superior
de Artes Aplicadas

Bordure Basse
Projeto Têxtil

Ana Margarida Lopo

Inês Botas

Liliana Lopes

Madalena Nunes

Mafalda Fialho

Mariana Cardoso

Orientadores

Ana Margarida Fernandes

Júlia Freire

Relatório 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 Professora Doutora Ana Margarida Fernandes e pela Professora Especialista Júlia Freire, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Julho de 2018

Composição do júri

Presidente do júri

Professora Doutora Madalena Ribeiro

Arguente

Professora Doutora Alexandra Cruchinho

Orientadoras

Professora Doutora Ana Margarida Fernandes

Professora Especialista Júlia Freire

Agradecimentos

Gerais:

Instituto Politécnico de Castelo Branco;

Escola Superior de Artes Aplicadas;

Fundação Manuel Cargaleiro;

Orientadoras de Projeto: Ana Margarida Fernandes e Júlia Freire;

Alunos de 2º e 3º ano, 2017/2018, da Escola Superior de Artes Aplicadas.

Empresas:

Helix - Indústria de Confeções SA.;

FabLab Castelo Branco;

Workjunior - Papelaria, Centro De Cópias E Loja Académica, Unipessoal Lda.;

Carneiro & Sá S.A.;

Senhor do Armazém de Pevidém.

Pessoais:

Patrícia Ferreira e Carla Mileu;

Avós, pais, irmãos, namorados, amigos e animais de estimação das criadoras: Inês Botas, Liliana Lopes, Madalena Nunes, Mafalda Fialho, Margarida Lopo e Mariana Cardoso;

Segurança Luís;

Filipa Amaral, Esmeralda Ferreira, Hítalo, Cristina Patrício, Leandro Freitas, Daniel Moreira, Carlos Reis, Alexandra Cruchinho;

Mariana Fernandes, e Brian Oliveira;

Hélder Serviços Gráficos.

Resumo

Bordure Basse é um projeto final de curso que pretende unir a Arte com o Design de Moda, através da área têxtil, de uma forma sustentável. Este surge da necessidade de exploração das diversas áreas abrangidas pelo curso de Design de Moda e Têxtil.

Nos capítulos seguintes deste relatório estará descrito todo o processo e elaboração de produto deste projeto, que apesar de muito extenuante, foi, sobretudo, bastante gratificante depois de completo.

Palavras chave

Sustentabilidade – Arte – Design – Têxtil – Moda

Abstract

Bordure Basse is an academic graduation Project that tends to unite Art with Fashion Design through textile, in a sustainable way. This born out of the necessity to explore the subjects taught to us throughout this course.

In the next chapters of this report, we will describe all the process involve on the project, which was very extenuate but, above all, very rewarding after complete.

Keywords

Sustainability – Art – Design – Textile - Fashion

Índice

Bordure Basse I
Projeto Têxtil I
Composição do júri III
Agradecimentos V
Resumo VI
Palavras chave VI
Abstract VII
Keywords VII
1. Introdução 1
1.1. Problema 1
1.2. Definição do Problema 2
1.3. Componentes do Problema 2
1.4. Metodologia 2
1.5. Hipóteses de Trabalho 3
1.6. Estrutura do Trabalho 3
1.7. Análise de Mercado 6
1.8. Definição de Mercado-alvo 10
1.9. Materiais 12
1.10. Técnicas e Tecnologias 12
2.Estado da Arte 14
2.1. Sustentabilidade 15
2.2. Arte 17
2.3. Design 19
2.4. Moda 22
2.5. Têxtil 23
3.Processo Criativo Produto Arte 24
3.1. Pesquisa 24
3.2. Inspiração 25
3.3. Experimentação 31
3.4. Definição de Forma 34
3.5. Montagem 37

3.6. Produto Final 43
3.7. Fichas Técnicas 48
3.8. Ilustrações 71
4. Processo Criativo Linha Comercial 82
4.1. Pesquisa 82
4.2. Inspiração 83
4.3. Definição de Coleção 83
4.4 Ficha Técnicas 84
4.5. Elaboração de Tapeçarias 99
4.6. Modelação 100
4.7. Produto Final 101
4.8. Ilustração 110
5.Comunicação 118
5.1. Logotipo 118
5.2. Redes Sociais 120
5.3. Editorial 121
5.5. *Lookbook* 124
5.4. Etiquetagem 128
5.6. *Packaging* 130
5.7. Exposição 130
6. Logística e Gestão 131
6.1. Gestão de Recursos 131
6.2. Orçamentação 132
7.Conclusão 135
7.1. Respostas e Objetivos 135
7.2. Benefícios 136
7.3. Fatores Críticos de Sucesso e Insucesso 137
7.4. Perspetivas Futuras 139
8.Bibliografia 140
9.Webgrafia 141
10.Anexos 142

10.1. Catálogo para Exposições 142
10.2. Editorial Arte 142
10.3. *Lookbook* Comercial 142
10.4. Manual de Normas 142

Índice de Figuras

FIg.1. Organograma (Fonte: Própria) 4

Fig.4 WANDER GLAM #StazLindes by #CameronMcCool wears #BALMAINSS18 7

Fig.3 HUED FANTASY #AlexinaGraham in #BALMAINNSS18 Look 72. 7

Fig.2 WANDER GLAM #StazLindes by #CameronMcCool wears #BALMAINSS18 7

Fig.5 Constanca Entrudo, Youtube 2017 7

Fig.6 Imagem retirada do instagram de Faustine Steinmetz 8

Fig.7 Moodboard 1(Fonte: woolandthegang.com) Fig.8 Moodboard 1 (Fonte: rachelmanns.com) 8

Fig.10 Painel de Técnicas do artística El Anatsui (Fonte Própria) 9

Fig.11 Painel Público-alvo Geral (Fonte Própria) 10

Fig.12 Painel Publico –alvo Linha Comercial (Fonte Própria) 11

Fig.13 Painel Público-alvo Linha Arte (Fonte Própria) 11

Fig.14 Quadro de tapeçarias do espolio Manuel Cargaleiro (Fonte: mtportalegre.pt) 13

Fig.15 Quadro de tapeçarias do espolio Manuel Cargaleiro (Fonte: mtportalegre.pt) 13

Fig.16 Tear Vertical(Fonte: Própria) 14

Fig.16 Tear Pequeno (Fonte: Própria) 14

Fig.17 Moodboard 1 (Fonte Própria) 26

Fig.18 Moodboard 2 (Fonte Própria) 26

Fig.19 Moodboard 3 (Fonte Própria) 27

Fig.20 Moodboard 4 (Fonte Própria) 27

Fig.21 Moodboard 5 (Fonte Própria) 28

Fig.22 Moodboard 6 (Fonte Própria) 28

Fig.23 Moodboard 7 (Fonte Própria) 29

Fig.24 Moodboard 8 (Fonte Própria) 29

Fig.25 Moodboard 9 (Fonte Própria) 30

Fig.26 Moodboard 10 (Fonte Própria) 30

Fig.27 Moodboard 11 (Fonte Própria) 31

Fig.28 Montagem de recolha de material (Fonte Própria) 32

Fig.29 Amostras 1 (Fonte Própria) 33

Fig.30 Amostras 2 (Fonte Própria) 33

Fig.31 Imagens de processo de exploração de *styling* de tangram em manequim pequeno 34

Fig.32 Imagens de processo de exploração de *styling* 34

Fig.33 Imagens de processo de construção do Tangram 35

Fig.34 Imagens de discussão e escolha de tangram final 35

Fig.35 Tangram (Fonte Própria) 36

Fig.36 Processo de Montagem 1 (Fonte Própria) 37

Fig.37 Processo de Montagem 2 (Fonte Própria) 38

Fig.38 Processo de Montagem 3 (Fonte Própria) 38

Fig.39 Processo de Montagem 4 (Fonte Própria) 38

Fig.40 Processo de Montagem 5 (Fonte Própria) 39

Fig.41 Processo de Montagem 6 (Fonte Própria) 39

Fig.42 Processo de Montagem 7 (Fonte Própria) 40

Fig.43 Processo de Montagem 8 (Fonte Própria) 40

Fig.44 Processo de Montagem 9 (Fonte Própria) 40

Fig.45 Processo de Montagem 10 (Fonte Própria) 41

Fig.46 Processo de Montagem 11 (Fonte Própria) 41

Fig.47 Processo de Montagem 12 (Fonte Própria) 41

Fig.48 Processo de Montagem 13 (Fonte Própria) 42

Fig.48 Ilustração 1 (Fonte Própria) 71

Fig.49 Ilustração 2 (Fonte Própria) 73

Fig.50 Ilustração 3 (Fonte Própria) 73

Fig.51 Ilustração 4 (Fonte Própria) 74

Fig.52 Ilustração 5 (Fonte Própria) 75

Fig.53 Ilustração 6 (Fonte Própria) 76

Fig.54 Ilustração 7 (Fonte Própria) 77

Fig.55 Ilustração 8 (Fonte Própria) 78

Fig.56 Ilustração 9 (Fonte Própria) 79

Fig.57 Ilustração 10 (Fonte Própria) 80

Fig.58 Ilustração 11 (Fonte Própria) 81

Fig.59 Painel de Marcas Concorrentes (Fonte Própria) 82
Fig.60 Elaboração de Tapeçarias – Linha Comercial (Fonte Própria) 99
Fig. 61 Elaboração dos moldes para a Linha Comercial (Fonte Própria) 100
Fig. 62 T-shit 1 (Fonte Própria) 101
Fig. 63 T-shirt 1 Close-Up (Fonte Própria) 102
Fig. 64 T-shirt 1 c/aplicação da tapeçaria (Fonte Própria) 103
Fig. 65 T-shirt 2 Estampada (Fonte Própria) 104
Fig. 66 Meias (Fonte Própria) 105
Fig. 67 Tote Bag (Fonte Própria) 106
Fig. 68 T-shirt Tapçaria (Fonte Própria) 107
Fig. 69 Chapéu Reversível 1 (Fonte Própria) 108
Fig. 70 Chapéu Reversível 2 (Fonte Própria) 108
Fig. 71 Sweat (Fonte Própria) 109
Fig. 72 Ilustração Comercial 1 (Fonte Própria) 110
Fig. 73 Ilustração Comercial 2 (Fonte Própria) 111
Fig. 74 Ilustração Comercial 3 (Fonte Própria) 112
Fig. 75 Ilustração Comercial 4 (Fonte Própria) 113
Fig. 76 Ilustração Comercial 5 (Fonte Própria) 114
Fig. 77 Ilustração Comercial 6 (Fonte Própria) 115
Fig. 78 Ilustração Comercial 7 (Fonte Própria) 116
Fig. 79 Ilustração Comercial 8 (Fonte Própria) 117
Fig. 80 Tipografia (Fonte Própria) 119
Fig. 81 Identidade da Marca (Fonte Própria) 119
Fig.82 Moodboard de ideias para Styling_1 (Fonte Própria) 122
Fig.83 Moodboard (Fonte Própria) 122
Fig. 84 Moodboard Cabelos_editorial 2 (Fonte Própria) 126
Fig. 85 Moodboard Make-up_editorial 2 (Fonte Própria) 126
Fig. 86 Moodboard Poses_editorial 2 (Fonte Própria) 127
Fig. 87 Moodboard Tipos de Fotos_editorial 2 (Fonte Própria) 127
Fig. 88 Moodboard Cabelos_editorial 2 (Fonte Própria) 128
Fig. 89 Exemplos de etiquetagem (Fonte Própria) 129

Fig. 90 Ficha de Orçamentação 1 (Fonte Própria) 133
Fig. 91 Ficha de Orçamentação 2 134

Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos

ESART – Escola Superior de Artes Aplicadas

IPCB – Instituto Politécnico de Castelo Branco

1. Introdução

Bordure Basse é um projeto desenvolvido para a unidade curricular de Projeto, do 3º ano da licenciatura em Design de Moda e Têxtil, na Escola Superior de Artes Aplicadas, pelas alunas : Ana Margarida Lopo, nº20150421, Inês Botas, nº20150420, Liliana Lopes, nº201504, Madalena Nunes, nº2015042, Mafalda Fialho, nº20150425 e, Mariana Cardoso, nº 20140440 ; tendo como orientadores as Professoras Ana Margarida Fernandes e Júlia Freire.

Este projeto nasce da necessidade de ligação entre as seis alunas, tendo em conta as diferenças sociais e demográficas dos contextos de cada uma, bem como a vontade de exploração mais profunda de várias áreas do curso, sendo a principal, o têxtil.

Ao procurar elementos comuns referentes ao percurso na Escola Superior de Artes Aplicadas, do instituto Politécnico de Castelo Branco(IPCB) e, àquilo que somos enquanto pessoas e criativos, percebeu-se que o elo de ligação, de momento, é o facto de estudar na cidade de Castelo Branco. Esta tem várias identidades culturais que não passaram despercebidas, sendo uma das figuras mais proeminentes, o artista Mestre Manuel Cargaleiro, no qual recaiu a escolha para figura principal e fonte de inspiração.

1.1. Problema

Este Projeto resulta de uma pesquisa conjunta sobre alguns problemas na indústria têxtil e do vestuário que, consequentemente, influenciam a Arte.

Procurou-se criar um projeto com uma vertente sustentável, tendo em conta que é um aspeto emergente das áreas que se pretendeu abordar. Mas também, advém de uma certa consciencialização do mundo global e dos seus problemas, cada vez mais graves, em relação à poluição, desperdícios que afetam o meio ambiente. Ainda pretendeu-se debater e, de certa forma, honrar a sustentabilidade social e humana nestas industrias, recorrendo assim a técnicas artesanais e através do reconhecimento de todas as partes e entidades adjuvantes ao processo.

Para além destes pontos, pretende-se discutir os conceitos e, demonstrar que os preconceitos existentes relativos às áreas da Arte e Design, bem como, Moda e Têxtil, que são normalmente abordados como distintos e, quase como, opostos, podem-se conjugar para um fim.

1.2. Definição do Problema

Bordure Basse nasceu da palavra Beira Baixa, na língua francesa, devido à ligação do projeto com o Mestre Cargaleiro, tendo este vivido e um gosto especial pelo país francês.

Este artista surge como base de toda a inspiração do projeto, mas não com o intuito de copiar o seu trabalho e a sua arte, mas sim inspirando na sua filosofia de vida e de trabalho e, na sua estética – formas e paleta cromática.

1.3. Componentes do Problema

Este projeto tem dois grandes focos, distintos, mas que estão interligados – componente artística e uma componente de design comercial.

A primeira consiste no desenvolvimento de uma coleção têxtil, composta por 11 peças de tapeçaria contemporânea e estamparia artesanal, que conjuntamente formam uma instalação artística.

A segunda consiste numa linha comercial exclusiva, constituída por peças básicas de vestuário que vão aliar pormenores da parte artística em peças comercializáveis, para um público-alvo especifico.

1.4. Metodologia

Este trabalho foi desenvolvido segundo uma metodologia mista intervencionista, inspirada em Bruno Munari, onde:

Foi identificado um problema; é possível desenvolver coleções entre a Arte e o Design? Para dar resposta ao problema inicial pensou-se nos componentes que iriam fazer parte para cada área – uma instalação têxtil e uma pequena linha comercial – , seguidamente fizemos uma pesquisa intensiva sobre o que existia no mercado, que tipo de instalações têxteis existiam e que linhas comerciais integravam uma parte têxtil mais artística, sendo que depois disto, verificou-se o que poderia resultar dentro do trabalho. Na fase seguinte, começou-se por experimentações criativas, partindo dos dados anteriormente estudados. Com a recolha de materiais efetuada, definiu-se as melhores matérias-primas para integrarem o projeto, maioritariamente focando nas técnicas e tecnologias na coleção têxtil, que foram elaboradas com grande apreço. Após acabadas, pediu-se a várias pessoas para darem o *feedback* para perceber de que forma o público poderia rececionar este produto. Para, posteriormente ser identificado os mais apreciados e integra-los de alguma forma na coleção comercial, fazendo assim uma reestruturação para esta.

Por fim conseguiu-se chegar a uma solução com a coleção têxtil de tapeçaria, por via de uma instalação artística, que foi posteriormente usada para integrar uma sessão de cariz design de moda, mas também uma linha comercial, através da elaboração de peças com a integração de elementos de tapeçaria artística – unindo assim o têxtil com a moda e, a arte com o design, numa simbiose harmónica e coerente.

1.5. Hipóteses de Trabalho

Ao longo deste projeto foram definidas algumas hipóteses futuras deste trabalho, entre as quais: expor conjuntamente com Manuel Cargaleiro, na sua fundação, pois completaria todo o nosso processo, sendo um dos maiores desejos, a primeira exposição. Poderá começar um novo ciclo de projeção visual deste trabalho. Considerando o Mestre uma referência cultural, pretende-se que este projeto, a longo prazo, se torne uma referência cultural para o público que o vê e absorve.

Mas também, ter a possibilidade de concorrer a diversos espaços culturais, no espaço nacional e internacional, não limitando apenas a museus e galerias.

Assim, pretendeu-se abrir novos horizontes e criar pontes de ligação entre o Têxtil, a Moda, a Arte e o Design, pois é algo que ainda não foi explorado com o Mestre Cargaleiro, tanto no mercado artístico, como no mercado do vestuário.

Com este projeto procurou-se ter algum retorno monetário, através da coleção comercial, de forma a poder-se continuar a desenvolver futuramente, tanto mais produtos da componente artística, como dar continuidade aos produtos da linha comercial.

1.6. Estrutura do Trabalho

O presente organograma, mostra os departamentos e divisões que foram necessários à organização e realização do trabalho,

Para uma melhor organização foram escolhidos, pelos membros do grupo, responsáveis para organizar cada área.

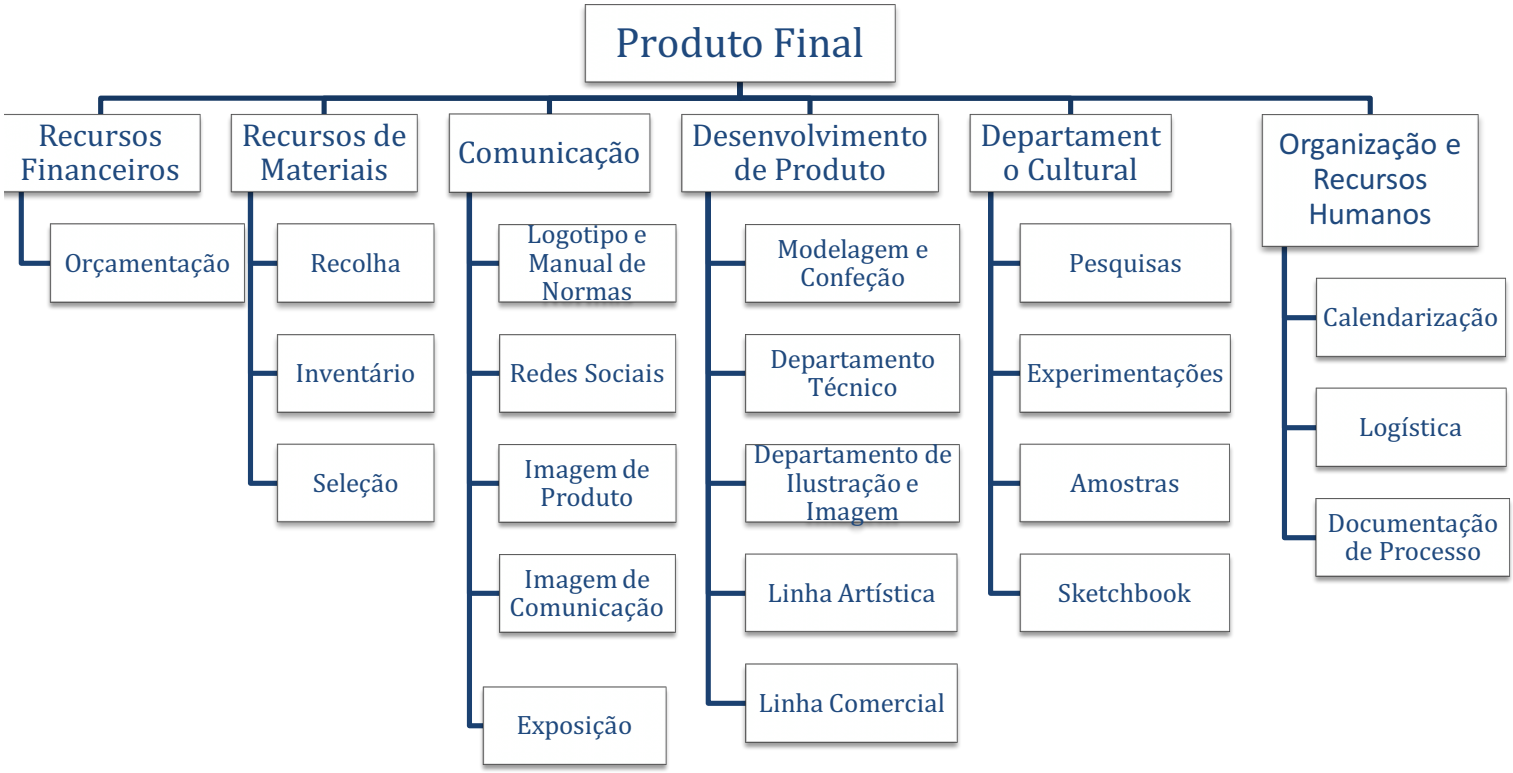


FIg.1. Organograma (Fonte: Própria)

Recursos Financeiros:

Orçamentação - (coordenado por Mariana Cardoso) – desenvolvimento de tabelas de custos, métodos e tempos.

Recursos de Materiais:

Recolha – (coordenado por Madalena Nunes) – organização e recolha dos materiais nos lugares de origem.

Inventário – (coordenado por Mariana Cardoso) – levantamento de todos os materiais recolhidos.

Seleção – processo que envolveu todos os membros do grupo para a seleção de materiais para cada tapeçaria.

Comunicação:

Logotipo e Manual de Normas – (coordenado por Liliana Lopes) – desenvolvimento do nome e dos logotipos e elaboração do manual de normas referente aos mesmos.

Redes Sociais – (coordenado por Margarida Lopo) – desenvolvimento, manutenção e criação de conteúdo para o *instagram*.

Imagem de Produto – (coordenado por Liliana Lopes) - desenvolvimento de etiquetagem e *packaging*.

Imagem de Comunicação – (coordenado por Inês Botas) – desenvolvimento de editorial e *lookbook* correspondentes das duas linhas.

Exposição – (coordenado por Margarida Lopo e Mafalda Fialho) – projeção de possível exposição e, desenvolvimento de comunicação e organização da mesma.

Desenvolvimento de Produto:

Modelagem e Confeção – (coordenado por Madalena Nunes e Mariana Cardoso) – desenvolvimento da modelagem e confeção da linha comercial e formas base da linha artística.

Departamento Técnico – (coordenado por Madalena Nunes e Mariana Cardoso) – desenvolvimento de fichas técnicas das duas linhas.

Departamento de Ilustração e Imagem – (coordenado por Margarida Lopo) – desenvolvimento de ilustrações artísticas e técnicas e imagem da linha comercial.

Linha Artística – (coordenado por Liliana Lopes, Margarida Lopo, Mafalda Fialho) – desenvolvimento de conceito, técnicas e tapeçarias.

Linha Comercial – (coordenado por Liliana Lopes, Madalena Nunes, Mafalda Fialho, Margarida Lopo, Mariana Cardoso) – desenvolvimento de croquis e esboços de básicos e das tapeçarias adjacentes a essas peças.

Departamento Cultural:

Pesquisas – (coordenado por Mafalda Fialho) – desenvolvimento de pesquisas e painéis para as duas linhas.

Experimentações – (coordenado por Liliana Lopes, Mafalda Fialho, Margarida Lopo) – experimentação de múltiplas técnicas, análise dos seus resultados e, escolha de finais.

Amostras – processo que envolveu todos os membros do grupo para a realização de amostras de e para cada tapeçaria.

Sketchbook – (coordenado por Margarida Lopo) – Plataforma de exploração de todo o processo criativo.

Organização e Recursos humanos:

Calendarização – (coordenado por Margarida Lopo e Mariana Cardoso) – desenvolvimento e organização de um calendário e estabelecimento de prazos para cumprimento de tarefas.

Logística – (coordenado por Mariana Cardoso e Madalena Nunes) – Ponto de ligação das diversas áreas e organização de transporte.

Documentação do Processo – (coordenado por Margarida Lopo e Mariana Cardoso) – recolha por escrito das várias fases do projeto.

1.7. Análise de Mercado

Uma das fases iniciais deste projeto consiste numa pesquisa do conteúdo existente no mundo e no mercado. Este exercício torna-se importante para compreender e valorizar a indústria têxtil, de vestuário, artesanal e, neste caso a tapeçaria.

Durante a pesquisa notou-se que cada vez mais é valorizado o trabalho manual e a procura de novas técnicas na área têxtil, o que serve como afirmação de artistas plásticos e marcas nacionais/ internacionais. Outra grande preocupação passa pela sustentabilidade, em que em cada dia existe uma procura constante de materiais e opções amigas e favoráveis ao ambiente. O que pode ser através de uso de matérias primas diferentes, tingimentos naturais, a possível redução de água e eletricidade, a redução de fabricação excessiva, havendo, assim, menos desperdício têxtil e de recursos.

Um aspeto muito importante, relacionado com este projeto, consiste no crescente apoio que é dado aos jovens criadores. Existem inúmeros concursos e plataformas a expandir a nova geração, algo que há alguns anos seria impensável. Este "sangue novo" que se está a expandir no mercado e a marcá-lo fortemente com a sua presença é um ótimo ponto de partida para um projeto, tão abrangente e multicultural que explora diversas e diferentes áreas da indústria, e para a sua continuação e expansão.

Para este fim, realizou-se uma análise do mercado atual, de modo a perceber o que já existe, e em que meios é que se pode inovar.

Encontra-se, para demonstrar esta filosofia e estética, uma marca francesa, três jovens designers e duas artistas plásticas, que incidem, exatamente, nestas preocupações: a sustentabilidade, a exclusividade, a relação arte-design, com uma visão atual da moda.

A marca que apresentada como exemplo é a *Balmain*. Esta está cada vez a explorar mais a alta costura com adaptação das tendências, e com a junção de um estilo punk aliado à beleza romântica e aos detalhes e acabamentos pormenorizados.

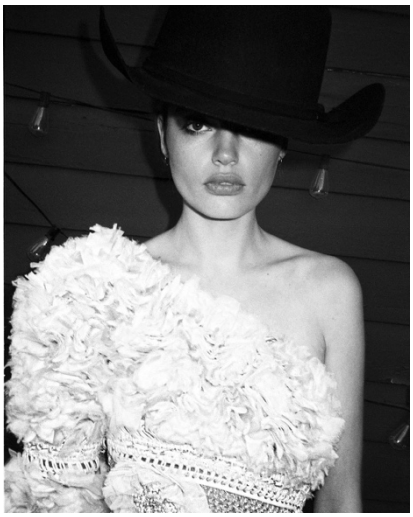


Fig.2 WANDER GLAM #StazLindes by #CameronMcCool wears #BALMAINSS18

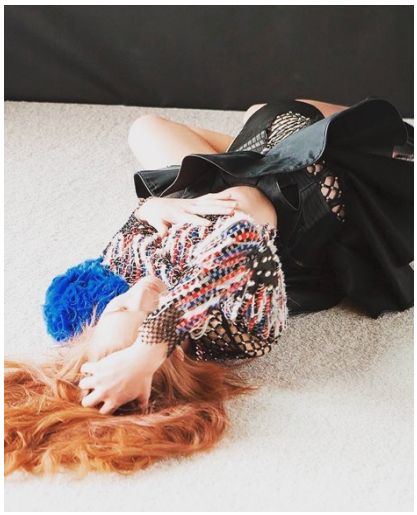


Fig.3 HUED FANTASY #AlexinaGraham in #BALMAINNSS18 Look --



Fig.4 WANDER GLAM #StazLindes by #CameronMcCool wears #BALMAINSS18

Foca-se, agora, uma grande inspiração nossa e, uma nova designer na industria, a Constança Entrudo. Uma jovem criadora portuguesa, recém-licenciada na enigmática Central Saint Martins, em Londres, onde se lançou no mercado com uma identidade têxtil e de relação moda-arte muito própria por ter desenvolvido uma nova técnica de criação dos seus tecidos utilizados nos projetos através de fibras e restos de tecidos, desenvolvendo, assim peças sempre únicas.



Fig.5 Constanca Entrudo, Youtube 2017

Um dos nomes mais salientados na área têxtil, no momento, e relacionado com a sustentabilidade é Faustine Steinmetz. Foi premiada recentemente pelo seu trabalho, onde transforma jeans em várias peças recorrendo a manipulações têxteis do denim. O fundamento do seu conceito e da sua marca surgiram pelo interesse no têxtil artesanal e na sua exploração, tendo agora criado o seu próprio estúdio. Faustine não é uma designer de produção em massa, e, isso foi algo que nos despertou atenção.

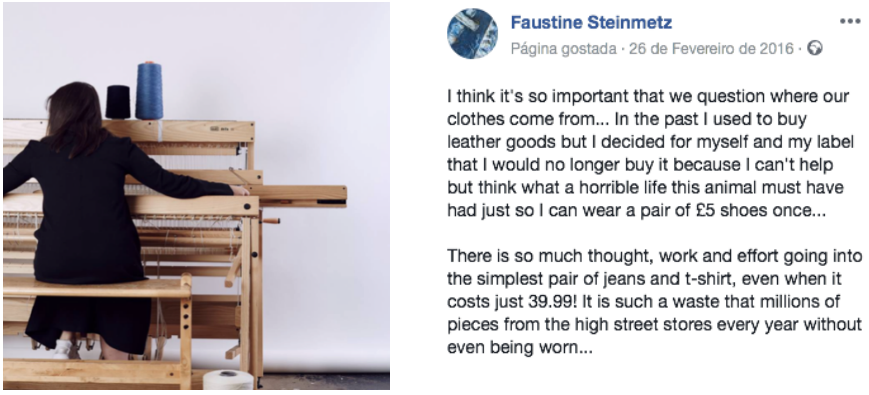


Fig.6 Imagem retirada do instagram de Faustine Steinmetz

Outra designer a referir, é Katie Jones. Com a sua singularidade e estilo irreverente, é destacada no mercado, assim como pelo facto de utilizar materiais não convencionais, tornando-os em vestuário comercial e único. O que mais brota interesse nesta artista, não é necessariamente as suas técnicas, mas sim, a filosofia "waste not" e, o carácter que isto oferece a cada peça, tornando-as únicas e inigualáveis.





Fig.7 Moodboard 1(Fonte: woolandthegang.com) **Fig.8** Moodboard 1 (Fonte: rachelmanns.com)

Victoria Udondian, é uma artista, no qual o seu interesse pelos têxteis começou há muito tempo atrás enquanto estudava para ser alfaiate. Exerceu durante uns tempos a profissão de designer de moda, mas, o seu interesse pela identidade cultural permaneceu e, assim, sentiu necessidade de procurar uma nova forma de expressão, o que resultou na exploração do seu amor pelas artes têxteis, aproveitando materiais ocidentais para passar mensagens fortes, procurando mudança nas mentes do expectador.




Fig. 9 Badary Green, 2013(fonte:victoriaudondian.com)

Esta obra consiste numa instalação colocada num dos maiores mercados de roupas em Lagos. Neste mercado, como diz o artista, as pessoas frequentam-no para procurar roupa em segunda mão, levando-a de seguida a alfaiates permitindo, assim, a sua transformação. Esta peça foi colocada em vários espaços do mercado, permitindo interação e discussão do público.

El Anatsui conhecido pela sua grande ligação com a Nigéria. Os seus últimos trabalhos são possíveis de encontrar em vários museus do mundo. Este trabalha com diversos materiais, não somente fibras, mas também madeira, argila e, até mesmo caricas de garrafas, fazendo reciclagem de praticamente tudo o que utiliza e encontra. O seu trabalho pretende realçar o problema do desperdício e questionar porquê tanto consumismo globalmente.



Fig.10 Painel de Técnicas do artística El Anatsui (Fonte Própria)

1.8. Definição de Mercado-alvo

Bordure Basse foi criado como um projeto intra-geracional, que cativa grupos sociais com interesse no que é artístico, que valorizam o trabalho e técnicas artesanais, procurando a sua manutenção e duração. O projeto apela, também, a pessoas com preocupações com a sustentabilidade quer do mundo, meio ambiente, a nível social e humano.

O mercado alvo deste projeto, pode-se dividir em dois grandes grupos, tendo em conta que isto acontece com as componentes do mesmo.

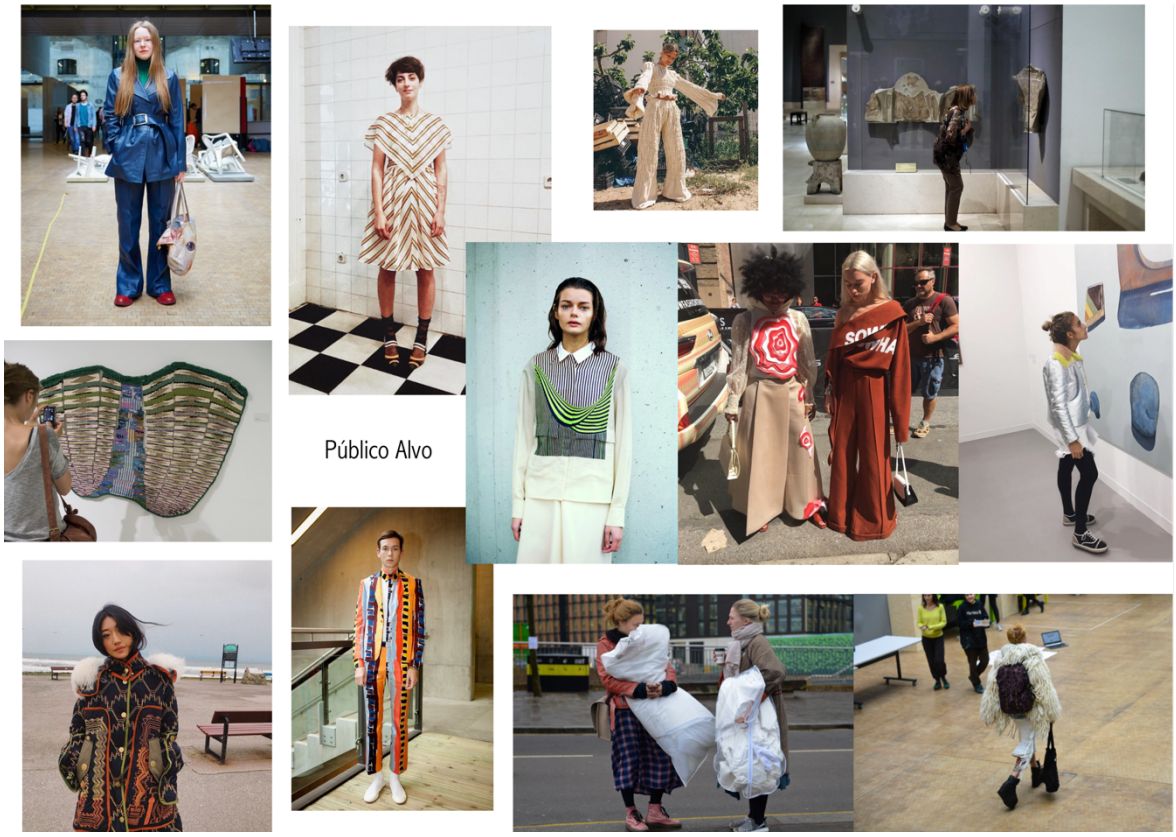


Fig.11 Painel Público-alvo Geral (Fonte Própria)

Para a vertente artística, o público alvo é mais abrangente, contendo pessoas de idades distintas e interesses variados, sempre com uma preocupação e interesse para o têxtil, a arte e o artesanal. Pode ser tanto para famílias ou grupos que apreciam ir a um museu descobrir novas formas artísticas e novos artistas, assim como para colecionadores de arte e profissionais de esta e outras áreas relacionadas.

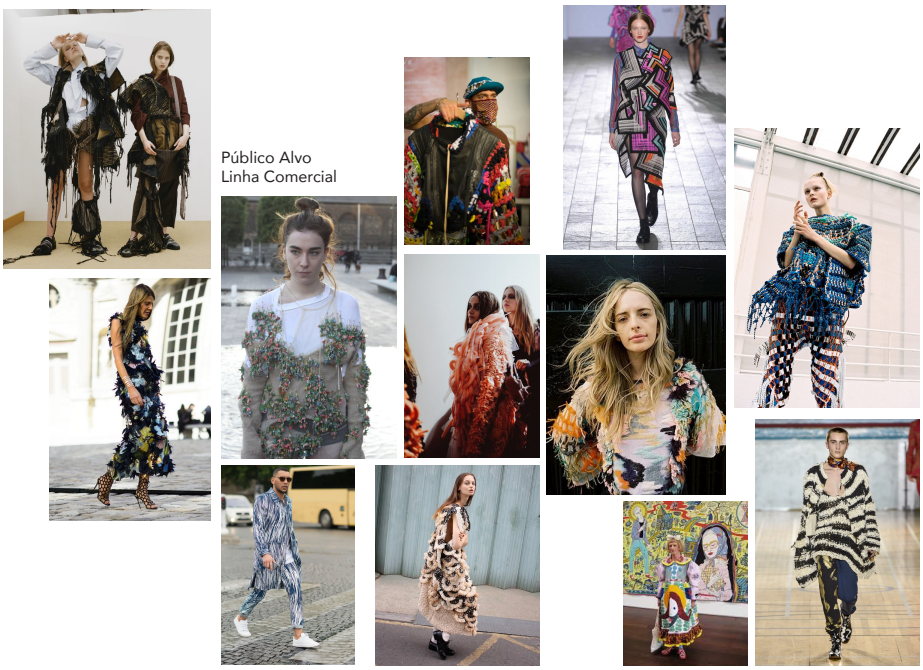


Fig.12 Painel Publico -alvo Linha Comercial (Fonte Própria)

Na linha comercial, o público é o mesmo, mas o cliente, possível comprador/colecionador das peças pertence a um meio social com valores culturais, e com poder económico. A coleção apresentada é constituída por peças exclusivas e feitas manual e artesanalmente, o que aumenta o custo e o valor do produto final. As peças são unissexo, logo, não existe qualquer especificação de género do público.

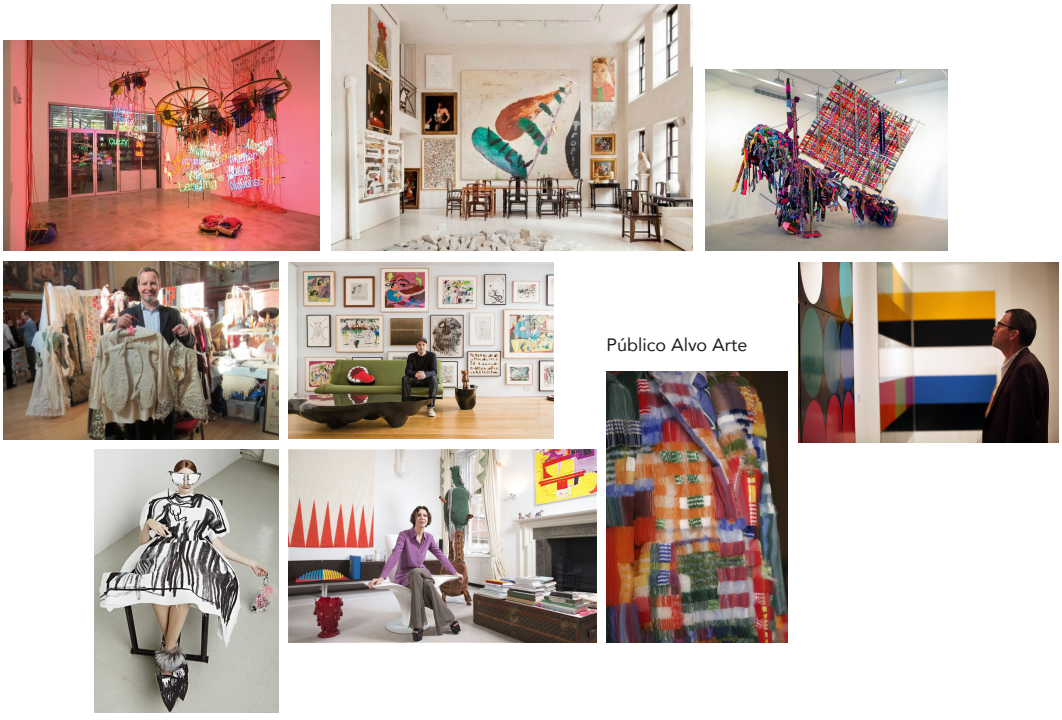


Fig.13 Painel Público-alvo Linha Arte (Fonte Própria)

1.9. Materiais

O ponto central deste projeto, são os materiais, pois sem estes nada faria sentido. Tendo em conta que um dos objetivos é a sustentabilidade, a seleção e escolha das matérias-primas recaiu muito sobre este conceito.

Sendo a professora Júlia Freire, diretora criativa de uma marca portuguesa solicitou-se a possibilidade de dispensar os desperdícios de corte da fábrica, de forma a poder-se começar a explorar diferentes materiais e, diferentes técnicas, para análise do comportamento destes. No entanto, como estava limitada a tipologia da matéria que era oferecida pela empresa, nomeadamente rendas elásticas e malhas, decidiu-se procurar restos de tecido de exercícios anteriores. Para além disto, conseguiu-se ainda, falar com os colegas de turma de 3º ano, bem como com os alunos de 2º ano, para, sempre que possível doarem os restos de corte dos tecidos das suas coleções ou exercícios efetuados durante o período letivo.

Com isto, teve-se tanta aderência que se gerou uma quantidade avultada de matéria-prima, tanto da parte dos colegas, como da empresa. O que se considerou excelente, por permitir desenvolver a parte criativa, da linha arte e da vertente comercial, livremente, pela diversidade de cores e tipologias dos tecidos.

Por outro lado, também teve-se uma grande quantidade de material, que não se conseguiu usar e, desta forma, passou para *stock* e, terá de lhe ser dado um novo destino e propósito.

1.10. Técnicas e Tecnologias

Neste projeto a técnica mais utilizada, consiste no cruzamento entre os fios da teia e a trama , para a elaboração das tapeçarias.

A nível global esta é conhecida por ser uma das técnicas mais antigas de artesanato. A arte de criar imagens com lãs ou restos de tecidos, fundamentando um jogo de cores, é um dos objetivos mais aplausíveis da criação destas peças

Em Portugal, sempre existiu uma grande produção têxtil, onde até o Marquês de Pombal, após o terramoto, decidiu fundar duas fábricas de tapeçarias, uma em Lisboa e outra em Tavira, de acordo com o site de Tapeçarias de Portalegre, do qual não duram muito tempo.

Há várias localidades no nosso território conhecidas pelas suas tapeçarias, as mais conhecidas são as de Portalegre e da Arraiolos. Por acaso, a inspiração desde projeto, Mestre Manuel Cargaleiro chegou a fazer parcerias de trabalho com eles.



Fig.14 Quadro de tapeçarias do espolio Manuel Cargaleiro (Fonte: mtportalegre.pt)

Sendo que as tapeçarias são peças criadas para adornar divisões, sendo uma arte artesanal e muito demorada, o seu trabalho pode ser muito dispendioso.

Trabalhou-se esta técnica pelo seu processo de trabalho, complexidade e a relação constante com o têxtil, ainda por cima ser algo tão amado em Portugal.

A estamparia que se trabalhou consiste numa técnica manual, usando os materiais mais simples e sem grandes investimentos. Desta forma usou-se possibilidades a criar mais diversidade sobre as matérias primas, sem recorrer a grandes avanços tecnológicos. Assim foi-se em busca dos primórdios da estamparia, onde com pouco conseguiu-se muito.

Apenas é necessária tinta para tecido e formas para carimbar, neste caso usou-se batatas e cebolas já fora de validade, podendo produzir pinturas mais orgânicas.



Fig.15 Quadro de tapeçarias do espolio Manuel Cargaleiro (Fonte: mtportalegre.pt)

Tecnologias

Os teares verticais de grande dimensão.



Fig.16 Tear Vertical(Fonte: Própria)

Teares pequenos para realizar amostras de pequena dimensão.



Fig.16 Tear Pequeno (Fonte: Própria)

2.Estado da Arte

Para a elaboração deste projeto, foi necessário associar palavras chave, de modo a criar uma ligação coerente e intrínseca entre estas e este trabalho, através de uma pesquisa intensiva de fatos e, revisões literárias de autores, que suportam os mesmos ideais.

2.1. Sustentabilidade

Sustentabilidade é um conceito recente falado, que ganhou forças a partir da realização da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, em 1987, na cidade de Estocolmo, onde se define como "Desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades das gerações atuais sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atenderem às suas necessidades e aspirações", no documento intitulado "Nosso Futuro Comum". Este abriu asas à necessidade de interligar este conceito com as demais áreas existentes, nas diversas sociedades do mundo, pois a ideia nele explicita promove uma exploração menos prejudicial do meio ambiente e das comunidades humanas, com o intuito de preservar para um possível futuro, integrando, também, estratégias e atitudes ecologicamente corretas, economicamente viáveis, socialmente justas e culturalmente diversas.

No entanto, a sustentabilidade na área das Artes só surge em 1998, novamente em Estocolmo, aquando da Conferência sobre Políticas Culturais para o Desenvolvimento, realizada pela UNESCO, onde se reconhece que "nós devemos aproveitar ao máximo a diversidade cultural, por que isso fomenta o desenvolvimento e a coesão social" (tradução: própria).

"Se o planeta possibilita a vida, e a vida é vivida e manifestada por meio da arte, é crucial falarmos de sustentabilidade." (Revolução Artesanal, 2018)

De facto, a necessidade da procura de novas estruturas estéticas, que vão de encontro às novas preocupações e, consequentes reflexões, ligadas às alterações climatéricas resultantes das sociedades consumistas, bem como a busca pela transformação dos valores destas, está a influenciar artistas, que envolvem nas suas obras, de modo direto ou indireto, o tema da sustentabilidade, de forma a evidenciar a importância que este tema tem para a nossa realidade atual e, para a realidade das gerações futuras. Existe claramente uma ligação entre recursos, ferramentas e a forma como criamos, recriamos e transformamos o produto final, especialmente se esse processo de produção for feito de forma consciente, nomeadamente, um dos maiores exemplos ser utilizar matérias-primas que já serviram um propósito anterior e o descarte é o seu destino. "Entendi que o trabalho com lixo ou desperdício podia ter um potencial conceptual muito interessante, porque se está a trabalhar com um problema para criar uma imagem também ela relacionada com o problema." (Bordalo II, Gulbenkian,2018)". A mudanças destes ciclos de vida e o reaproveitamento, proporcionam novas oportunidades de nos expressarmos, como o exemplo deste artista português.

Uma das maiores industrias ligadas a este tema, é a industria têxtil, sendo considerada a segunda mais poluente do globo terrestre. (transcrever do livro madalena)

O têxtil, como sendo o principal foco do nosso projeto, tem um grande impacto nesta temática da sustentabilidade. Este pertence a todas as vertentes, sendo elas, artística ou comercial, pois integra as matérias-primas, as formas e tecnologias de produção, para a elaboração do produto final, seja ele de natureza arte ou vestuário.

Na década de 60 e 70, apareceram as primeiras sérias preocupações, pelos ambientalistas, acerca do impacto da industria têxtil e do vestuário e, da devastação que uma sociedade crescentemente consumista, apresentavam.

Começando nos materiais, pelo constante uso de pesticidas e do excesso de água nas plantações de algodão, às fibras geneticamente modificadas, às condições de trabalho e ao uso de preços não justos aos plantadores, passando pelo bem estar dos animais e, ao uso de petróleo para a criação de materiais sintéticos; o uso de produtos químicos nos tratamentos de têxteis, o uso de agua energia consumidas pelos processos têxteis, o desperdício de tecidos e de recursos, as condições de trabalho nas fabricas.(Gwilt,2014) Começaram a surgir novas estratégias mais sustentáveis, que procuravam evitar os impactos ambientais que estavam associados a estas industria, como o caso de vários grupos como a Greenpeace, e o Friends of the Earth, ou até mesmo Victor Papanek, escritor do livro Design for the Real World, que incentivaram a alterações e fizeram grandes apelos relativos ao design e a cadeias de produção sustentáveis.

“Entre os muitos níveis de mercado diferentes que a industria da moda mantém hoje, há um crescimento para a moda sustentável(…)Mesmo que o foco ainda esteja centrado na seleção de materiais adequados, a industria moderna da moda já percorre hoje muitos outros caminhos diferentes que vão além da preocupação com o material correto” como o exemplo do Projeto Design for Change, de Clara Vuletich, que reutiliza restos de denim, que são recolhidos de várias empresas para criar uma linha de acessórios.

“De acordo com a Real Academia de la Lengua Española, moda é um uso, modo ou costume” (Salcedo,2014) que está em destaque durante um determinado período, ou num determinado país, sobretudo no que se refere a tecidos, roupas e acessórios.

Como tal esta área é uma das mais responsáveis por profundos e difusos impactos no ambiente tanto na sua cadeia de produção, como na extração das diversas matérias-primas utilizadas na fabricação das peças até ao seu descarte.

Vive-se numa fase onde as roupas são cada vez mais baratas, e as modas são cada vez mais rápidas, implicando assim uma maior produção e um maior consumo. Tudo isto corresponde a um novo sistema de moda, que aparentemente veio para ficar: o Fast Fashion.

Esta pratica causa alguns benefícios no que diz respeito á economia, mas também traz algumas desvantagens no que toca á produção, mais precisamente na industria têxtil.

Pois esta é uma das responsáveis pela insustentabilidade do sistema.

Os principais efeitos da industria têxtil, centram-se sobre o bem-estar ambiental e social do planeta.

De tal forma, que esta industria, é responsável por 20% da contaminação das águas em todo o mundo, isto acontece através do uso intensivo de produtos químicos, tanto na extração como no cultivo de matérias-primas. Outro dos fatores é o consumo intensivo de agua, por exemplo para produzir uma camisola de algodão são necessários 2.700 litros de água, isto implica um gasto de mais de 387 bilhões de agua por ano, que pode levar á escassez desse bem. Os gases de estufa, são mais um fator que prejudica o ambiente, devido á quantidade e tipo de energia utilizados, nas fases de produção, transportes, uso e manutenção das peças. Cerca de 58 % das fibras têxteis produzidas mundialmente, derivam do petróleo, um recurso, que requer o uso cada vez mais da terra e impossibilita o aproveitamento de terras para cultivos alimentares. Por fim, o conceito de monocultura, tem influenciado a biodiversidade, devido à busca por eficiência e eficácia, nos processos produtivos e geração de economia em grande escala, exemplo, a contaminação pelo algodão transgénico BT, que tem como consequente a perda das sementes originais. No que toca ao impacto social, as condições de trabalho nem sempre são as melhores, e os salários, rondam entre 1% a 2% o valor de uma peça feita. A identidade cultural, é desvalorizada devido a grande discrepância monetária dos países, por exemplo, cerca de 40% dos resíduos têxteis, são exportados de países desenvolvidos para países de terceiro mundo, como o continente africano. (Salcedo,2014)

2.2. Arte

Ao longo da história, a palavra arte sofreu uma pesquisa constante sobre a sua definição. Para muitos filósofos e críticos de arte, daí surgirem todo o tipo de teorias para explicar este conceito, até hoje questiona-se qual a melhor definição. Ora, enquanto grupo teve-se em busca da definição que fosse a mais correta e de certa forma complementasse o projeto e reforçasse a visão perante esta área.

Todas enquanto grupo concordaram que a arte nos influencia enquanto ser humano, quer isto dizer, é um ensino dado desde que se nasce até ao final das nossas vidas. No fundo tudo o que joga com os sentidos, ver, ouvir, tato, olfato, ou até o paladar, ajuda a ser uma melhor pessoa, aliás a construir enquanto ser.

Esta é a base da Arte, sabendo que pode-se perder um pouco a beleza ao ser citado desta maneira, quase dá a abordagem que tudo é arte, mas irá-se abordar esse campo mais artístico. O importante é compreender que a Arte não é uma atividade planeada nos quotidianos, mas sim consumir-se sem se quer dar por ela, claro para uns fica na memória, para outras não. O autor Liev Tolstói, desenvolveu ao longo da sua vida uma teoria da arte, dando origem a publicação do seu livro “O que é a Arte?” em 1897. Enquanto grupo, o autor mais compatível com as nossas mentes. No seu livro cita: “o

significado da comida é alimentar o corpo, no instante em que deixaram de considerar que a finalidade desta atividade é o prazer. O mesmo acontece com a arte."

Uma das principais razões de se ter desenvolvido nesta coleção de tapeçarias artísticas serve para transmitir ao público, o que se sente, a necessidade de experimentação, como descreve Liev Tolstói no capítulo V do seu livro «(…) de modo a outras pessoas serem contagiadas pelos mesmos sentimentos, vivendo-os também (…) não é, acima de tudo, um prazer; é antes um meio de comunicação indispensável para a vida (…)». Quer isto dizer, estar a desenvolver este projeto para chamar mais pessoas a conhecer as inúmeras possibilidades do mundo têxtil e ganharem interesse para a vida do artista que se está a trabalhar, Manuel Cargaleiro. Tornou-se inspiração para este projeto, o seu impacto visual, contacto com diversas áreas artísticas e a sua filosofia de vida deu força para explorar o interior e a necessidade de expressar certas frases do autor, interpretadas pelos elementos do grupo.

Tolstói afirma ser contra as escolas de arte ou qualquer método educativo sobre a arte. Esta opinião gere alguma discussão, mas ao ler a sua explicação podemos encontrar paz na sua linha de pensamento. Acontece que todo o exercício e meio de comunicação feito pela arte, ao entrar num ensino acaba por ser programado e entrar nos nossos inconscientes. A questão aqui não está na valorização história, como os artistas mais conhecidos serem falados e relatados, isso é bastante importante e faz parte de todos. Ninguém nasce ensinado. Tem haver com o conceito de ensinarem o que é bom ou mau. Como Tolstói afirmava, «Nenhuma escola pode provocar sentimentos numa pessoa e ainda menos pode ensinar-lhe aquilo que é a essência da arte: manifestar o sentimento do modo que lhe é próprio.»

A escolha de fazer na unidade curricular de Projeto, algo tão radical num curso como Design Moda e Têxtil tem haver com isto mesmo, o fato de se poder definir a própria finalidade desta e, enquanto alunos escolhermos o que nos incompleta, tornando-nos preenchidas no que toca ao ensino no final do curso. Esta possibilidade de escolher o nosso espaço, tempo para trabalhar e estamos livre de métodos, levou a tratar de algo mais profundo e mais sensível, que é desenvolver produtos Arte. Para além de ser um exercício mental por si só, é um desafio no que toca executar as próprias peças. Arte não é possível agradar a todos, muito menos no que toca há estética, a questão de Arte ter de ser bela, ou passar um cânone de beleza já é uma definição muito retrógrada. Foi muito importante haver uma partilha constante com as orientadoras de projeto, ou, até mesmo de membros da turma, permitindo também como artistas ter uma receção do público, porque Arte não serve para satisfazer o artista, serve para contagiar o recetor.

Concluindo, a arte é uma forma de comunicação, onde qualquer pessoa que cria contagia com seus sentimentos, valores ou simplesmente algo a dizer, os recetores das obras, criando uma junção de sentimentos e interligações. "Por isso, a arte tem uma função moral e social.", palavras de Aires Almeida.

2.3. Design

"Uma antologia de textos sobre DESIGN deve ser (...) uma série 'em aberto'; o 'estado da arte'." (DESIGN EM ABERTO - UMA ANTOLOGIA, introdução,9) E é com esta citação que começamos a debater o DESIGN, e desde já a perceber que existe uma busca intensa sobre esta definição, talvez uma contradição ou uma mistura de várias hipóteses.

Mas é bom sinal que assim seja, pois, o DESIGN "tem como componente um certo 'deslumbramento' e um sentido de integralidade que não encontramos noutros setores. O DESIGN dá-nos a possibilidade de fazer coisas novas a partir do nada ou de as refazer; além disso, faz-nos sentir uma satisfação profunda, que só se atinge com a concretização de uma ideia e subsequente aplicação prática." (DESIGN EM ABERTO - UMA ANTOLOGIA, 109)

Até se pode fazer uma comparação, à sensação da construção e lançamento de um papagaio de papel: dá um enorme prazer e satisfação. Pois esforça-se e cria-se algo, que enriquece, tanto humana como profissionalmente.

"Mas não é, de facto, este um dos objetivos do DESIGN? Não é através dele que devemos procurar 'viver a vida' e não 'estar na vida'? Não é ao designer que compete também parte importante da tarefa fascinante de ensinar os homens a viver melhor? Não é a eles - em sentido lato: a urbanística, a arquitetura, as estruturas coletivas - que compete organizar espaços: o da escola, o da habitação, o do trabalho, abrangendo o espaço social na sua totalidade - e contribuindo assim para que se caminhe numa melhor 'qualidade de vida'? Não arrastam eles consigo, por formação técnica, intelectual, estética e ideológica, uma justa e harmoniosa noção da maneira de situar o homem num ambiente mais humano, o que quer dizer mais livre?" (DESIGN EM ABERTO - UMA ANTOLOGIA, 108)

Coloca-se imediatamente a questão do desassossego, pois deve-se ser designers inquietos, teóricos e críticos entusiasmados, produtores reticentes e públicos culturais. "O 'DESIGN' (...) é desígnio e desenho, é mais do que representar uma forma desenhando-a; é equacionar e solucionar um problema de alguma maneira novo ou não resolvido antes, é conceber a forma arriscando-a como hipótese, relacionando os fins propostos e os meios possíveis." (DESIGN EM ABERTO - UMA ANTOLOGIA, 232)

Ou seja, podemos enumerar, rapidamente uma série de tópicos que o DESIGN vai assumir:

"responder antes de tudo às necessidades humanas fundamentais, tanto a nível individual, como a nível da sociedade;"

"adaptar o objeto ao homem, e não o homem ao objeto;"

"não sacrificar o interesse público em benefício de uma rentabilidade indevida;"

"estar consciente do facto de que a procura importante do público não confere automaticamente ao objeto um critério de qualidade;"

"conciliar simultaneamente os imperativos técnicos e económicos, a fim de se conceber um objeto acessível ao maior número possível de consumidores;"

"afirmar o acordo entre função, forma e materiais;" (DESIGN EM ABERTO - UMA ANTOLOGIA, 109) Estas são definições encontradas para esta designação, que em Portugal é confundida com Desenho, mas DESIGN é muito mais que isso, tendo uma gigantesca importância para os seres humanos no seu quotidiano. Já referindo uma série de conclusões sobre esta designação, temos rapidamente pôr em evidência a figura do Designer, que debate sobre a sociedade, a sua vocação e a sua eficácia. O QUE FAZ O DESIGNER? Viver harmoniosamente com a inovação e a qualidade deve ser um dos principais pilares da sociedade de hoje. Com as considerações anteriores sobre 'O que é o DESIGN?', torna-se mais explicito definir que "um designer é um ser humano que percorre com êxito a estreita ponte que liga aquilo que nos foi deixado pelo passado às possibilidades futuras." Se tentarmos definir as capacidades e o talento de um designer podemos constatar que incluem as seguintes características:

1) "Aptidão para pesquisar, organizar e inovar; 2) Capacidade para elaborar soluções adequadas para problemas novos ou apenas emergentes; 3) Ciência para pôr à prova estas soluções através de experimentação, simulações informáticas, realização de protótipos e de testes propriamente ditos; 4) Competência para comunicar os progressos efetuados, através de desenho, maquetes, modelos, estudos de viabilidade, vídeos ou filmes, por escrito, oralmente ou por computador; 5) Sabedoria para relacionar entre si idealizações, rigorosas considerações técnicas, fatores humanos e sociais e sensibilidade estética; 6) Sagacidade para antecipar as consequências ideológicas, económicas, energéticas sociais e políticas da intervenção do design; 7) Proficiência para trabalhar com pessoas das mais diversas áreas." (DESIGN EM ABERTO - UMA ANTOLOGIA, 216)

"O trabalho do designer será (então) um trabalho de projetista", ou seja, aprofunda simultaneamente mercado, produtos e inovação, preços e lucros, marca, publicidade e promoção e ainda a política de distribuição." (DESIGN EM ABERTO - UMA ANTOLOGIA, 131)

A Globalização do Mundo levou a profundas alterações nas estruturas e processos empresariais. Este método de desenvolvimento, onde tudo foi acelerado, implica sobretudo uma produção mais apoiada no DESIGN, pois as agências de publicidade e os artistas tiverem de começar a trabalhar em conjunto, rumo à criação e promoção de um produto que "fosse tão atraente quanto útil" e "conseguir o máximo de qualidade com um mínimo de custos de produção". (Christopher Lorenz, A DIMENSÃO do DESIGN, introdução)

Com a chegada de ciclos de desenvolvimento mais curtos e a necessidade de melhorar radicalmente a comunicação entre as diferentes especialistas, as capacidades interdisciplinares e multidimensionais únicas do designer tornam-se valiosas. Pois é a única pessoa que está envolvida com um novo produto, ao longo de todo o processo de desenvolvimento e produção, desde o conceito, ao lançamento no mercado. "Quatro fatores que fazem do DESIGN um só processo: *projeto, produção, venda e consumo*." (DESIGN EM ABERTO - UMA ANTOLOGIA, 144)

Outro dos grandes motivos para o designer se destacar é a aplicação das tecnologias no seu processo, desde o desenvolvimento à produção, ou seja, o uso da produção assistida por computador. "(...) oferecem a oportunidade de: conceber e desenvolver produtos mais rapidamente que no passado; adaptar os designs aos segmentos de mercado-alvo de uma forma muito mais precisa e económica; melhorar radicalmente o processo do design-para-fabrico, de modo a evitar trabalhos de reprocessamento dispendiosos e morosos. (Christopher Lorenz, A DIMENSÃO do DESIGN, conclusão,154 e 155)

"Seja como substituto da visão do marketing ou como componente-chave de uma estratégia de marketing devidamente desenvolvida, a imaginação do DESIGN tornou-se uma arma competitiva vital na luta para satisfazer o cliente e vencer a concorrência." (Christopher Lorenz, A DIMENSÃO do DEISGN, Rumo a uma Nova Era, 49)

"Design é um termo que não tem o mesmo significado para todas as pessoas. Segundo os vários pontos de vista, evoca uma imagem de moda feminina, de design de roupas, mobiliário, tecidos, interiores ou mesmo objetos. Para alguns, abrange a arquitetura, para outros, a faceta criativa engenharia: a engenharia de design. Para muito poucos, sugere a atividade que abrange tanto a forma como a função dos produtos manufaturados, o design industrial."

(Christopher Lorenz, A DIMENSÃO do DEISGN, introdução)

Este projeto foca-se em duas grandes vertentes do DESIGN, a principal é o universo da moda, que procura a maleabilidade e a expressão da aparência humana. Pois poder-se-á chamar à moda a construção de uma comunicação cromática, matéria e "formal", portanto tem um contexto comunicacional.

O design de moda requer um estudo anatómico e um estudo de tecidos, pois "(...) a roupa desenha um corpo assim como todo corpo é desenhado pela roupa." (Kathia Castilho, MODA E LINGUAGEM, 9). Vivemos num mundo em que todos se vestem e adornam o corpo, onde o DESIGN, vai ser a arte de inovar a moda para esta ganhar diferentes sentidos e estéticas.

A outra vertente do projeto foca-se no DESIGN de comunicação, mas se analisar-se bem, as duas completam-se, pois, a moda é uma forma de comunicação, e quem fizer uma boa comunicação acaba com uma excelente moda.

"Mas não se esperem 'milagres' do design - que ele não nasce feito. Temos que ser nós próprios a definir e a fazer, responsavelmente, o design que nos serve e nos convém." (DESIGN EM ABERTO - UMA ANTOLOGIA, 136)

2.4. Moda

A moda é algo que não tem um conceito definido, pois é tão subjetivo.

Cada um tem a sua definição de moda, mas mesmo, falando no coletivo, moda é algo que está constantemente a ser modificada, por consequência, é difícil arranjar palavras certas para dizer o que é moda ou não.

O que é moda?

"Moda vem do latim *modus e* significa "modo", "maneira" e "comportamento". Em francês: "mode": uso, hábito ou estilo. Em inglês a etimologia da palavra *"fashion"* remete ao latim *factio*, que significa fazendo ou fabricando, com caráter industrial.

Moda é a ligação entre o vestuário e o período histórico em que vivemos. "(http://modahistorica.blogspot.com/2013/05/o-que-e-moda.html)

Isto é, moda, não tem haver com as peças que vestimos em si, mas o que nós queremos transmitir através delas. Vários livros o indicam, que a moda sempre teve lado a lado com a evolução histórica.

"Durante centenas de anos, as roupas cumpriram, basicamente, as funções de proteger o corpo e de diferenciar classes sociais. Foi no século XVIII que a diversidade de gostos passou a ditar o dinamismo nas criações." (Pezzolo,2013)

Antes dos séculos XVIII as pessoas só pensavam na roupa como meio de proteger o corpo do trabalho ou até mesmo diferenciar as pessoas pelas suas classes sociais. A partir do século XVIII, as pessoas começaram a ver a roupa como um método de revolução e de expressão, daí surgiu a ligação de moda com a arte, vários pintores começaram a inspirar-se nos desenhos dos tecidos para as suas telas e vice-versa, costureiros procuraram inspiração nos quadros.

"A efemeridade da moda, associada á sua teatralidade, enquanto representação do eu para os outros, nunca lhe permitiu alcançar o estatuto de arte, até o exercício da costura entrar em interligação com o da pintura: foi quando os costureiros começaram a pensar em "quadros visuais", procurando inspiração na arte, e, por sua vez, artistas cm Klimt pintaram retratos de clientes vestidas por costureiros." (Duarte,2004).

"E o sedutor estudo dessa "linha do tempo" revela mais do que o pensamento de uma época influenciando o modo de vestir. A evolução da moda acaba tendo reflexos na própria maneira de um artista plástico conceber sua obra." (Pezzolo,2013).

"Uma analise nos campos paralelos da moda e da arte indica haver nítida interação entre ambos. Na criação da imagem desejada, a pesquisa, a inspiração, a criação, e a

adaptação dão sentido a linhas, formas, a volumes, a cores, a texturas e até a materiais." (Pezzolo,2013).

Com a leitura destas citações, ficamos a entender que moda, não é só roupa por cima de um corpo, moda é uma forma de te expressares como pessoa, como na pintura, escultura, e em todo tipo de a arte, é um sistema onde podes ser tu mesmo, e expressares o que queres, a partir das cores, das texturas (quer nos tecidos, quer na rugosidade da parede de um edifício), das formas, etc.

Todo o artista gosta de transmitir algo a partir das suas peças, desse modo não podemos dizer que moda não é uma arte, pois quando se cria uma coleção existe sempre uma história por de trás de cada coleção, e peça a peça, o criador ambiciona passar essa historia ou essa sensação ao público.

"A moda documenta o passado, mas também assinala transformações da época em que vivemos. Assim, é possível afirmar que moda é sinônimo de mudança. Para melhor compreensão das suas engrenagens, evolução e poder, é necessário buscar suas origens." (Pezzolo,2009).

Resumidamente, moda é algo que está em constante mudança e sempre com uma mensagem a transmitir.

Visto que foi reconhecido, em vários livros, que moda primeiramente foi usada apenas como proteção e função de diferenciação, mas que também tem a sua arte, de queres expressar algo. "O Vestuário, como campo privilegiado, não só para os sonhos, na sua frente mais onírica, mas também de observação das raízes do ser social, permite-nos construir toda uma historia das sensibilidades: conforme as épocas e as décadas, assim vai predominar um modo de sentir, de viver, de existir." (Duarte,2004).

2.5. Têxtil

O sector têxtil é, em Portugal, e em vários países do mundo, um fator de exploração e crescimento, tanto económico, cultural e social, mas de onde se desenvolveu estas ideias e técnicas exploradas por artistas de todo o mundo e, pela indústria do calçado e vestuário.

No inicio, apesar de cada qual ter a sua expressão e assinatura, os temas e desenhos tinham todos a mesma base e referências, e eram, quase, só explorados no Oriente. O Homem sentiu a necessidade de captar sons, cores e imagens da natureza de modo a se tornarem usáveis. O interesse em criar uma marca própria e única, em algumas tribos e povos do passado, fez com que houvesse uma enorme exploração de técnicas e materiais que tornassem possíveis essa marca ser feita por eles mesmos e deixada nas roupas e adornos que usavam. Grande parte das descobertas, nesta área, foram feitas, na maioria das vezes, sem se estar à espera, lidando com objetos e plantas e comida do dia a dia. "(...) os produtos finais da tinturaria têxtil contemporânea são frescos, novos

e ousados, mas o tingimento em si continua a ser um processo primitivo e místico". - Textile Dyeing, Kate Broughton, Rockport, 1996.

Só após a Revolução Industrial, é que estas técnicas chegaram e foram aprofundadas (no fim do século XVIII) no resto do mundo, e foi, também, quando se compreendeu que, era importante, ter/criar um tecido estampado ou tingido como um ornamentado, pois era reflexo de importância, riqueza, inteligência e arte.

Hoje em dia, com a renovação da importância, em termos sociais, (quer por parte dos museus, do público em geral e da industria artística), das obras feitas "à mão", está, cada vez mais, a ser visível um crescendo em como os artistas (e não artistas) sentem a necessidade de se (voltar) a expressar pelo meio têxtil, quer seja por meio da tinturaria, como da estamparia, como da tapeçaria, e mostrar com as texturas, os desenhos e as cores, a expressividade e a realidade/realização daquilo que sentem e criam no seu imaginário.

3.Processo Criativo Produto Arte

Para o desenvolvimento de um produto são necessárias várias etapas especificas, que estão diretamente relacionadas com a metodologia. Estas serão desenvolvidas nos pontos abaixo.

3.1. Pesquisa

O Mestre Cargaleiro é um pintor e ceramista português, que nasceu na Beira Baixa, em 1927. Inscreveu-se na Faculdade de Ciências de Lisboa e chegou a trabalhar num banco, mas a sua paixão pela arte foi sempre mais importante. Dessa maneira, frequentava as aulas livres da Academia das Belas Artes em Lisboa e o atelier de olaria de José Trindade.

Com todo o historial de um artista que marcou a arte portuguesa, mas que se destacou na época, pelo seu sucesso lá fora, o Mestre tem inúmeros fases que inspiraram para o processo criativo no produto arte.

Para este projeto, a Fundação Cargaleiro, em Castelo Branco, foi um dos pontos de partida. A exposição conta com mais de três centenas de obras que evidenciam as características distintas da Coleção numa retrospetiva que tem por base a Vida e Obra de Manuel Cargaleiro. Na exposição destacam-se três núcleos que centram as obras em exibição, designadamente: Núcleo Manuel Cargaleiro, Núcleo de Cerâmica e Núcleo de Cerâmica Contemporânea.

A Coleção evidencia uma grande versatilidade do artista, através das obras que criou, a pesquisa e desenvolvimento das obras que desenvolveu, assumindo, ainda que de modo despretensioso e com fins didáticos, o papel de colecionador.

O objetivo genérico da Fundação é seguir naturalmente o percurso artístico de Manuel Cargaleiro, nas diversas fases de linguagens artísticas que atravessa, e nos contactos que realiza no decorrer da sua interação com o mundo da Arte. Para além das suas obras, é expresso pelo artista um interesse em múltiplas perspetivas da criação artística, destacando-se a integração de diversos núcleos de obras de arte que remetem para áreas e épocas históricas distintas. É, por isso, marcante o trabalho de pesquisa e estudo que Manuel Cargaleiro permanentemente realiza, não só para desenvolver a sua produção artística como para estudar e conservar as obras de outros artistas nacionais e estrangeiros.

Com a visita à Fundação, sentiu-se a necessidade de conhecer o mestre como pessoa, a maneira de agir e o seu pensamento no trabalho e na vida. Para isso procurou-se entrevistas e documentários, que ajudaram a entender que Cargaleiro é muito mais do que um artista, mas sim um apaixonado por arte, que gosta de partilhar as suas paixões, não só pelo seu trabalho, mas principalmente pelo trabalho dos outros.

Outras das grandes pesquisas para este processo, além do Mestre Cargaleiro, foi os processos para realizar as tapeçarias.

Focou-se neste projeto processos artesanais, tanto na montagem dos teares verticais e horizontais, com diferentes fios para diferentes suportes, como na utilização de carimbos para a estampagem

3.2. Inspiração

O fascínio com o pensamento do Mestre, levou a utilizar citações referidas por ele, em entrevistas e documentários, para a inspiração de cada tapeçaria.

As citações escolhidas, foram retiradas de entrevistas no Jornal Público, na RTP e na Rádio Renascença. Passa-se a citá-las:

"Pintar é tão necessário como comer.";



Fig.17 Moodboard 1 (Fonte Própria)

"Há pintores que gostam da pintura deles. Eu gosto da pintura dos outros"

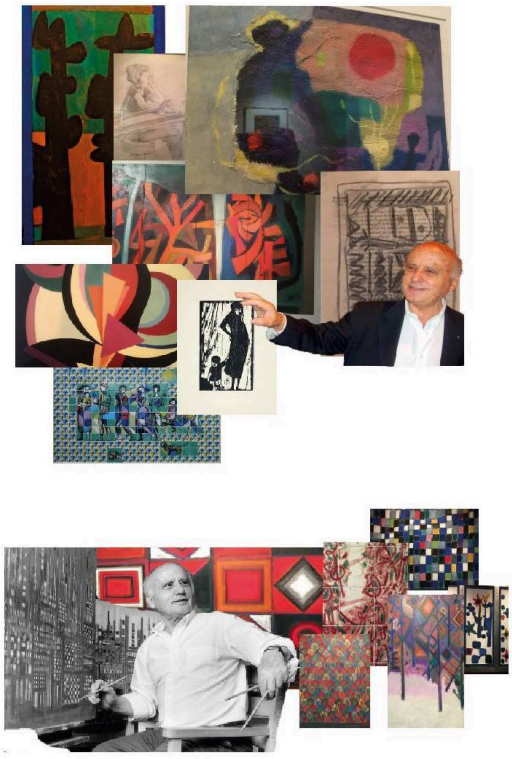


Fig.18 Moodboard 2 (Fonte Própria)

"As composições figurativas chateavam-me.";



Fig.19 Moodboard 3 (Fonte Própria)

"O matisse disse que era preciso estar a trabalhar quando o génio aparecesse"



Fig.20 Moodboard 4 (Fonte Própria)

"o que eu ia dizer ao Picasso? Nada."



Fig.21 Moodboard 5 (Fonte Própria)

"Lutou contra as ideias familiares, abraçou a arte como uma doença para a vida."



Fig.22 Moodboard 6 (Fonte Própria)

"Se eu fizesse um painel monocromático? Já o fiz, mas voltava a faze-lo, e era igualmente azul";



Fig. 23 Moodboard 7 (Fonte Própria)

"Não me considero alguém que saiba tudo, nada disso, tenho consciência daquilo que sei, daquilo que sou, mas de uma maneira muito simples"

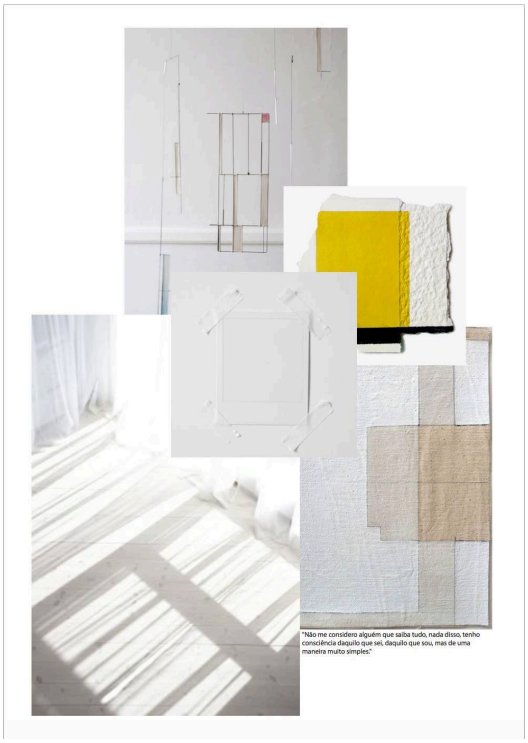


Fig. 24 Moodboard 8 (Fonte Própria)

"As sensações podem-se transmitir por linhas”

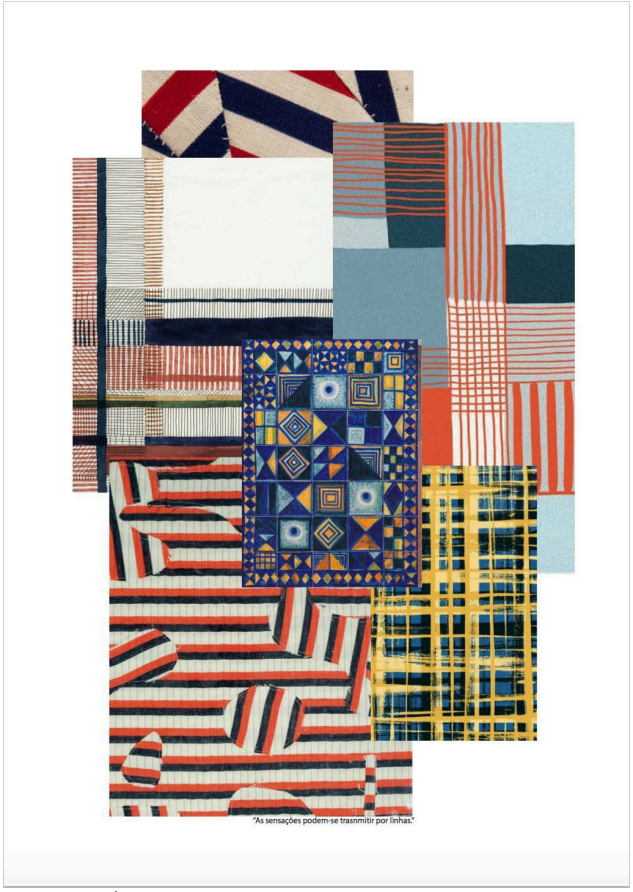


Fig.25 Moodboard 9 (Fonte Própria)

"A minha pintura, a minha arte, é tudo baseado em algo que não transige num milímetro- a minha liberdade”



Fig.26 Moodboard 10 (Fonte Própria)

"Temos de ter a coragem dentro do sofrimento, para propor qualquer coisa de positivo”



Fig.27 Moodboard 11 (Fonte Própria)

3.3. Experimentação

Tapeçaria

Em seguida, seguiu a fase da experimentação. Cada elemento do grupo recolheu desperdício têxtil da turma ou de membros exteriores, através disso foi possível realizar um inventário para perceber quantidades, tipo de fibras e fios que se tinha ao dispor, para organizar por sacos de acordo com a paleta cromática.

Esta divisão irá ajudar depois na criação do produto final. Há que referir que a recolha de material durou bastante tempo e não foi coesa, pois cada aluno do 3ºano estava a cortar os tecidos da coleção final, ia doando os restos de matérias primas ao longo das semanas.

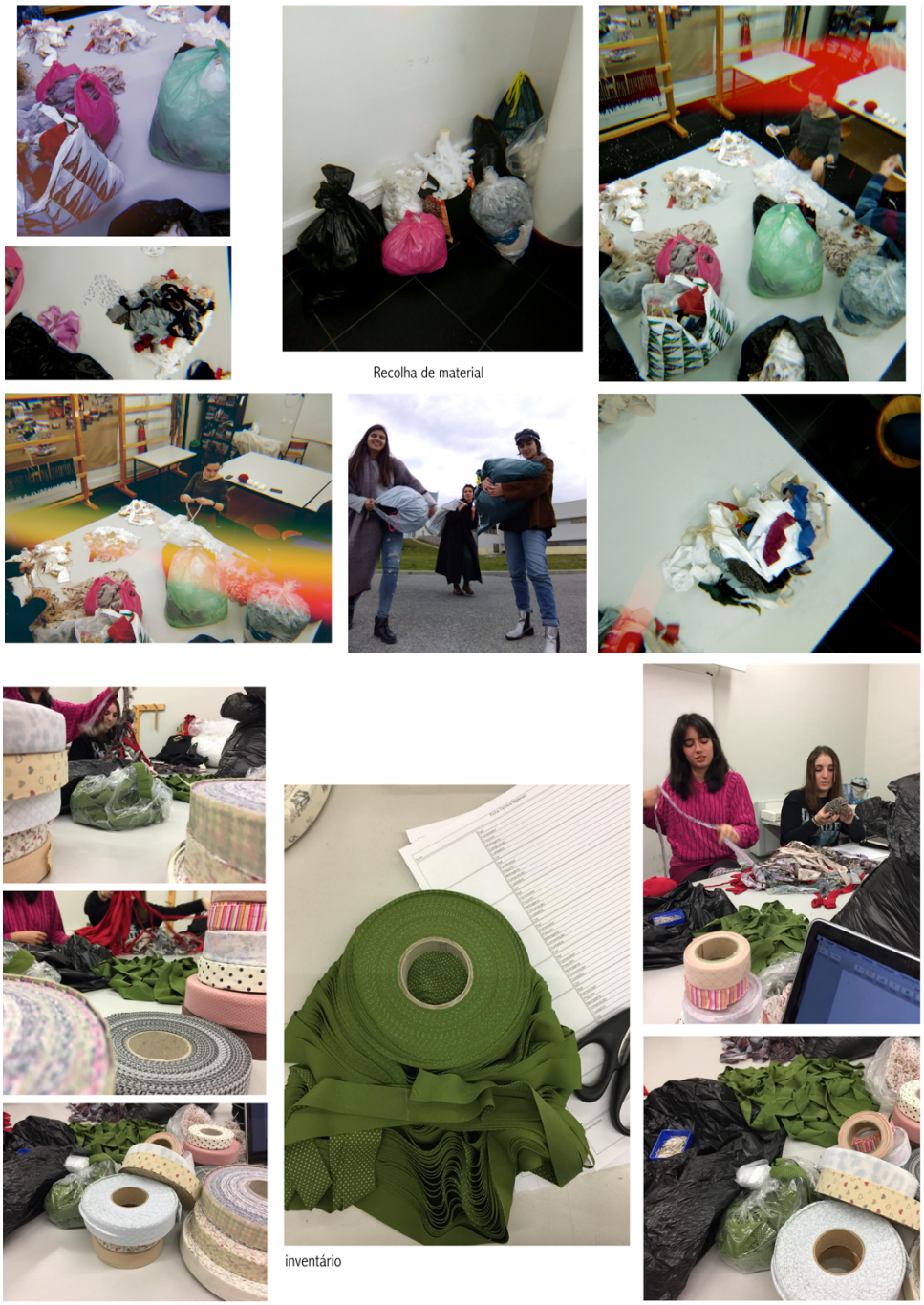


Fig.28 Montagem de recolha de material (Fonte Própria)

Depois desta fase, ocorreram as férias da páscoa, onde cada elemento do grupo realizou amostras num tear vertical para testar os tecidos como teia ou restos de fios. Num fundo, estas amostras iram ajudar a compreender como se comportam os materiais, com elastano, os sarjados ou até mesmo os tafetás quando são colocados num tear. Ver o seu jogo visual e estrutura de cada peça. Todos estes componentes iriam influenciar as escolhas de produto final de arte.



Fig.29 Amostras 1 (Fonte Própria)

Estamparia

Ainda na experimentação fizeram-se testes de carimbos à mão, por exemplo, com batatas e cebolas, podendo dar ainda mais expressão aos tecidos e às peças. Indo sempre buscar as referências geométricas e a pintura do Mestre Cargaleiro.



Fig.30 Amostras 2 (Fonte Própria)

3.4. Definição de Forma

Depois de explorada a inspiração, decidiu-se realizar 11 tapeçarias, recorrendo aos 11 pensamentos escolhidos, dividindo-os por todos os elementos do grupo.

Para unificar todas as tapeçarias decidiu-se recorrer à utilização/invenção de um tangram. O tangram tem origem chinesa e é qualificado como um quebra-cabeças geométrico, que junto de maneiras diferentes pode criar inúmeras combinações. Este jogo desenvolve a criatividade, o raciocínio lógico e a inteligência, que remetem as áreas de estudo do Mestre Cargaleiro. Tomou-se também como inspiração devido as obras do Mestre sempre repletas de formas geométricas que juntas formam um todo, a obra.

Após explorar vários tipos de tangram como, o tangram russo de 12 peças, o tangram de Fletcher, o tangram mínimo de Brugner e o tangram pitagórico. Sendo um dos objetivos do projeto conjugar as peças de tapeçaria artística por meio de *styling*, fez-se experimentações disto com os diferentes tipos de tangram, para perceber qual resultaria melhor. Ao ter esta experiência apercebeu-se que não estava a resultar como pensado e graças a isso sentiu-se a necessidade de criar um novo.



Fig.31 Imagens de processo de exploração de *styling* de tangram em manequim pequeno



Fig.32 Imagens de processo de exploração de *styling*

Durante este processo foram encontradas várias dificuldades, como por exemplo tentar projetar com 11 peças, meio-círculos, criando formas diferentes, mas com tamanhos aproximados. Todos os elementos do grupo participaram ativamente na construção\criação\experimentação de várias hipóteses de tangram.

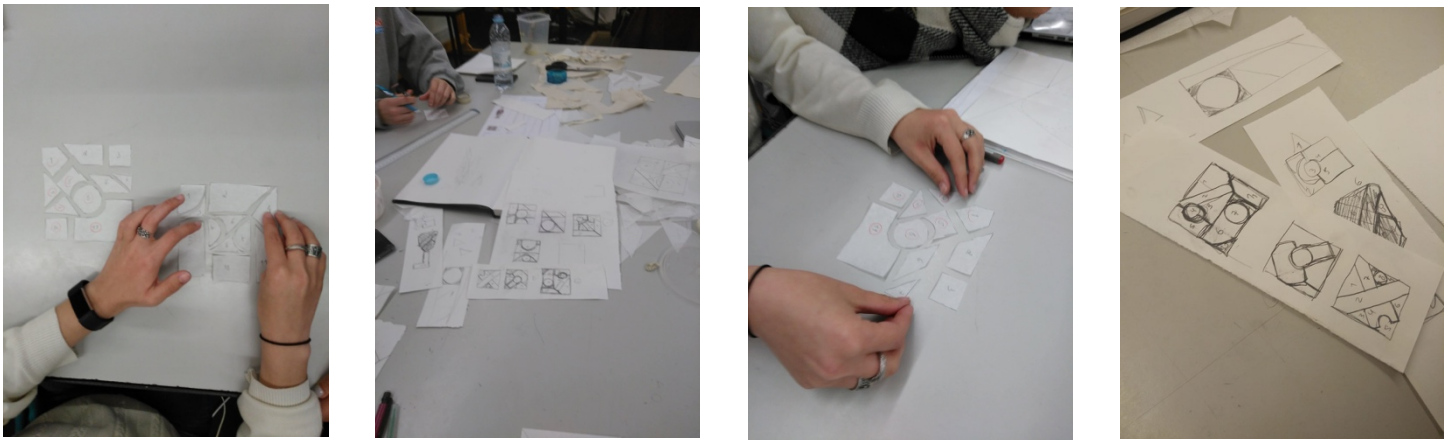


Fig.33 Imagens de processo de construção do Tangram

Ao ter conseguido alcançar o objetivo, ocorreu uma votação para definir o tangram final, entre duas hipóteses respeitando o critério da semelhança com as obras do Mestre. A dificuldade da votação remetia a escolha de um tangram final entre dois, que se adequavam de maneiras diferentes ao que era desejado. Um deles era mais interessante com as peças individuais, mas que no seu todo não remetia adequadamente aos trabalhos do artista; pelo o contrário a outra opção funcionava da forma inversa. Ao pensar no que resultaria melhor como futura exposição, optamos por eleger o tangram com maior complexidade nas formas separadas.

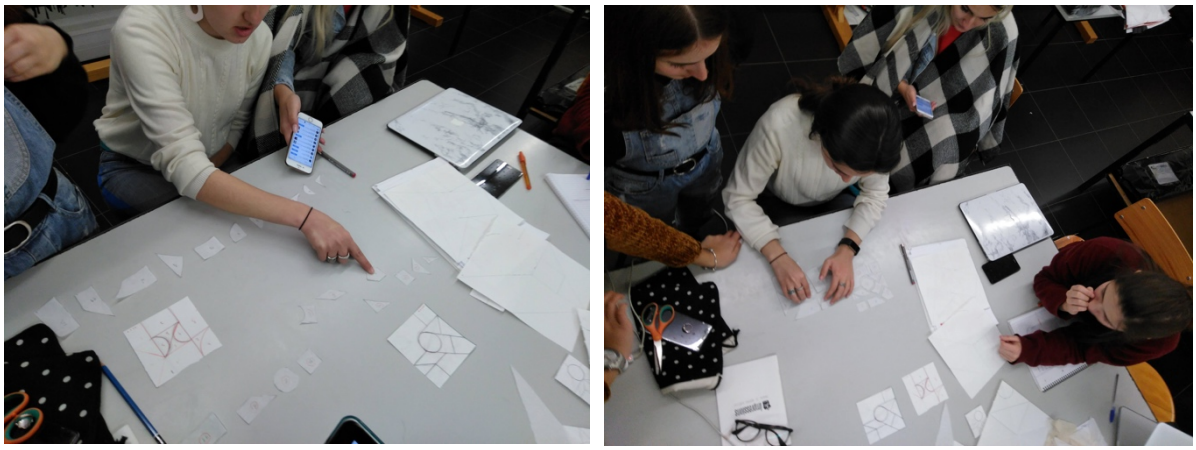


Fig.34 Imagens de discussão e escolha de tangram final

Por fim, foi montado, em papel de modelagem, numa parede, o tangram à escala real com 225cm de cada lado, que, no seu interior foi dividido em 3 partes iguais com 75cm de lado, para facilitar a divisão da figura. As peças foram divididas, de forma aleatória, por frase de inspiração, e por pessoa responsável, para o trabalho e elaboração da mesma.

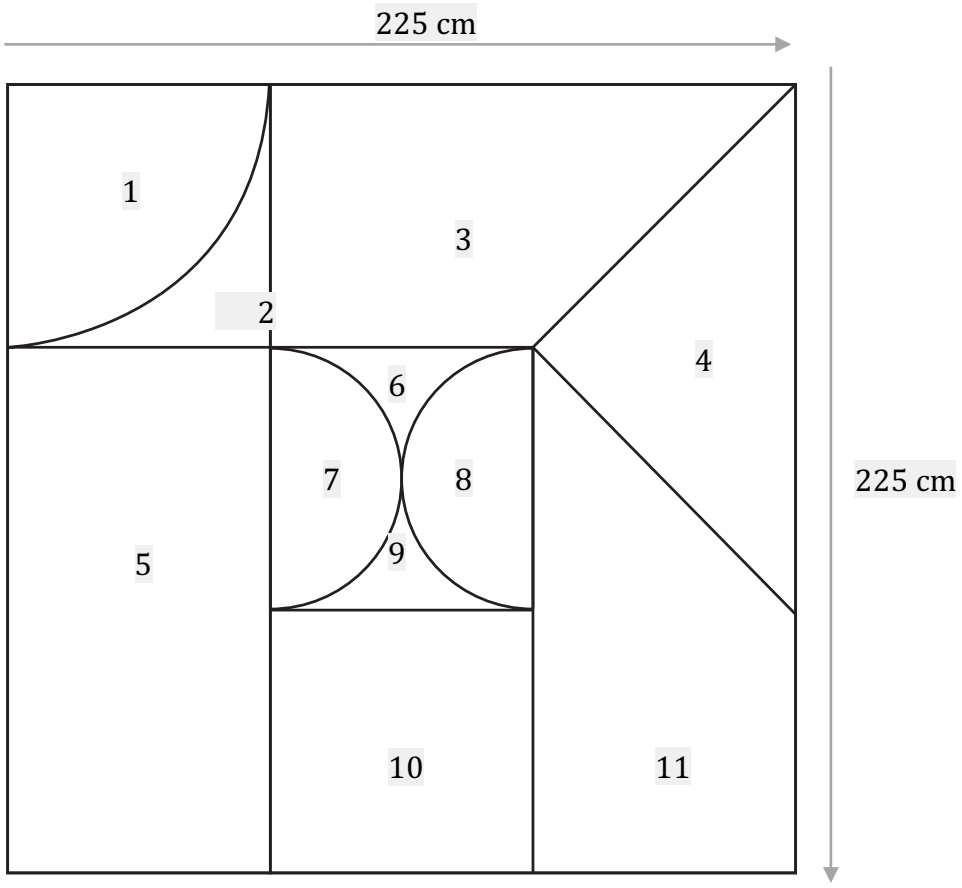


Fig.35 Tangram (Fonte Própria)

1- "Pintar é tão necessário como comer."(Cargaleiro,Público,2017)
2- "A minha pintura, a minha arte, é tudo baseado em algo que não transige num milímetro- a minha liberdade."(Cargaleiro,RTP1,2009)

3- "O Matisse disse que era preciso estar a trabalhar quando o génio aparecesse." Cargaleiro, RTP1,2009)

4- "As sensações podem-se transmitir por linhas." (Cargaleiro, Público,2017)

5- "Lutou contra as ideias familiares, abraçou a arte como uma doença para a vida."(Cargaleiro, Villas&Golfe,2016)

6- "Se fizesse um painel monocromático? Já o fiz, mas voltava a faze-lo, e era igualmente azul"(Cargaleiro, RTP1,2009)

7- "Há pintores que só gostam da pintura deles, eu gosto da pintura dos outros." (Cargaleiro, Público,2017)

8- “Não me considero alguém que saiba tudo, nada disso, tenho consciência daquilo que sei, daquilo que sou, mas de uma maneira muito simples.” (Cargaleiro, Espiral do Tempo,2017)

9- “As composições figurativas chateavam-me.” (Cargaleiro, Público,2017)

10- “Temos que ter coragem, dentro do sofrimento, para propor qualquer coisa de positivo.”(Cargaleiro, Espiral do Tempo,2017)

11- "O que eu ia dizer ao Picasso? Nada." (Cargaleiro, Público,2017)

3.5. Montagem

Para a execução das peças finais Arte, foi necessário passar por vários processos, mas cada tapeçaria acaba por ter o seu próprio método e arranjo pessoal. Tudo começa com a escolha da teia, onde cada aluno seleciona o fio ou fibra para iniciar a montar os teares. Nesta fase foi crucial a ajuda de todos os elementos do grupo, incluindo trabalhar em várias salas para haver espaço de manobra para medir as teias e estender.

Na montagem é essencial pelo menos duas pessoas a montar os fios no tear, duas pessoas a medir, devido ao tamanho de cada tapeçaria, uma das razões que reforça o grupo ser composto por seis elementos. A 1º fase consiste em medir o tamanho de cada fio para a teia, 2ºfase colocar no tear esticando ao máximo, criando alguma tensão, atenção quem começava este passo tinha de realizar até ao fim, visto que cada um tem uma tensão diferente, e, 3º fase colocar uma linha a definir a forma, este é especialmente importante pois é um dos pontos que dá mais estabilidade a tapeçaria final. Assim o vertical está pronto.

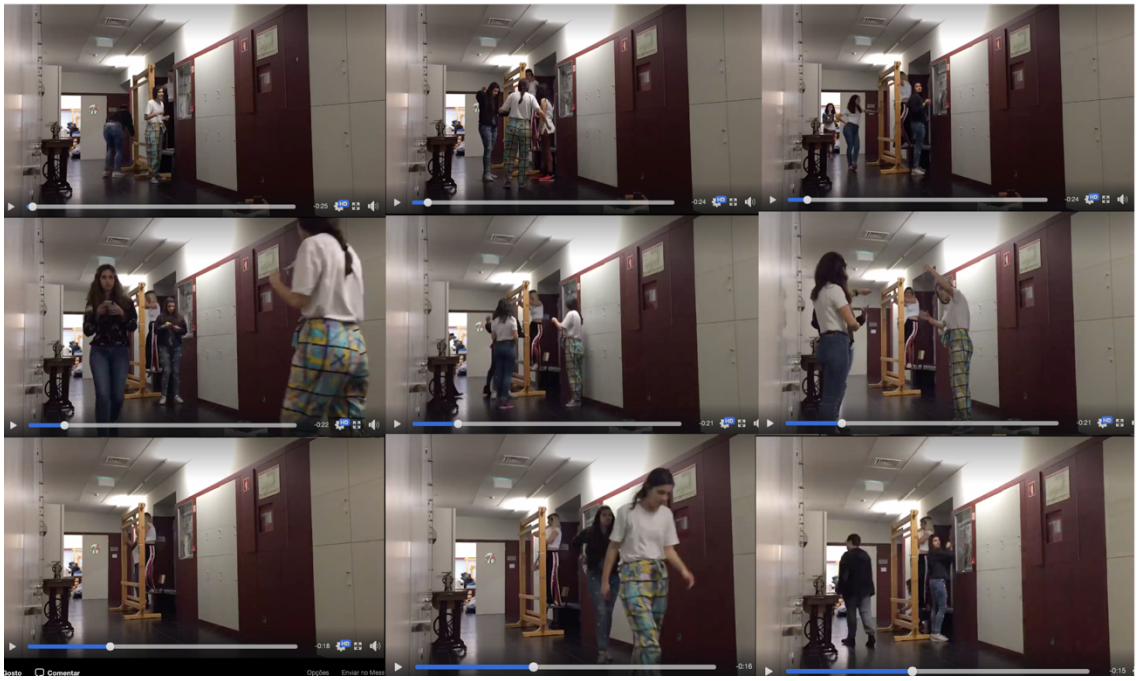


Fig.36 Processo de Montagem 1 (Fonte Própria)



Fig.37 Processo de Montagem 2 (Fonte Própria)

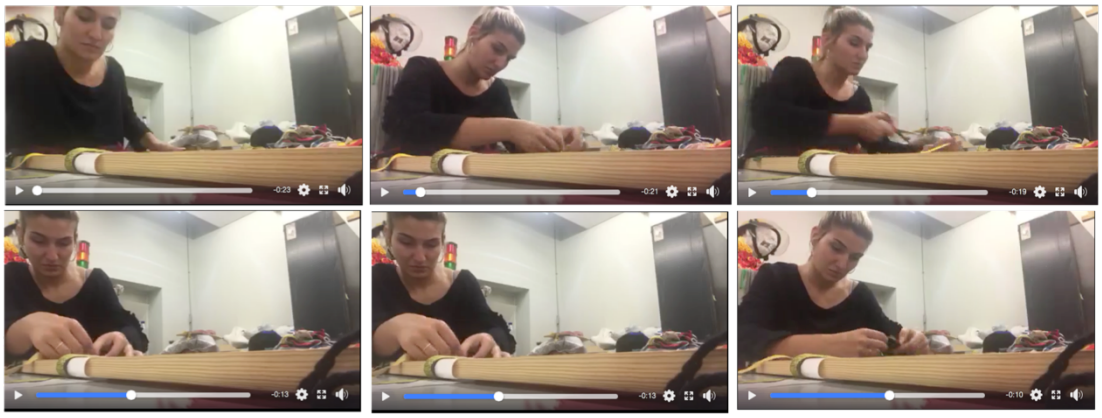


Fig.38 Processo de Montagem 3 (Fonte Própria)



Fig.39 Processo de Montagem 4 (Fonte Própria)



Fig.40 Processo de Montagem 5 (Fonte Própria)



Fig.41 Processo de Montagem 6 (Fonte Própria)



Fig.42 Processo de Montagem 7 (Fonte Própria)



Fig.43 Processo de Montagem 8 (Fonte Própria)



Fig.44 Processo de Montagem 9 (Fonte Própria)

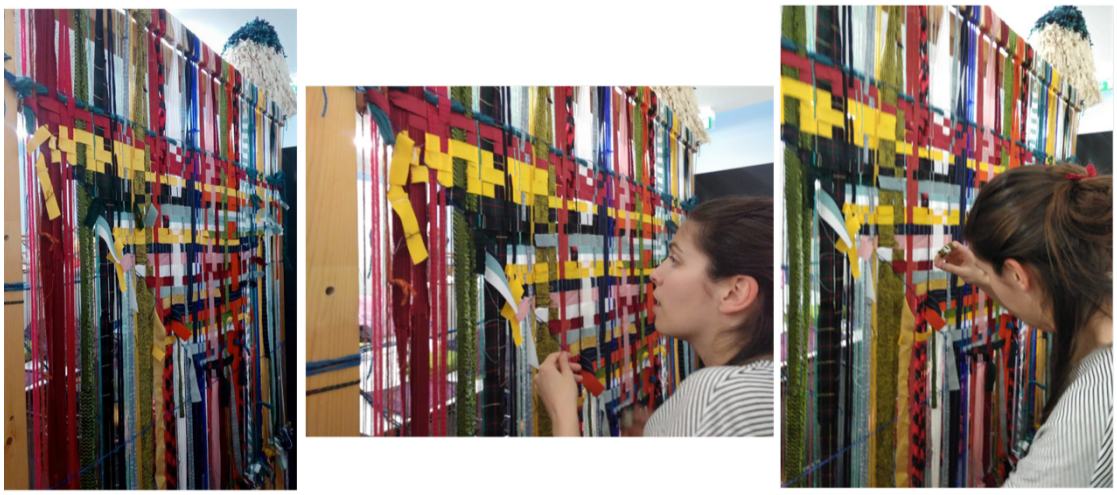


Fig.45 Processo de Montagem 10 (Fonte Própria)

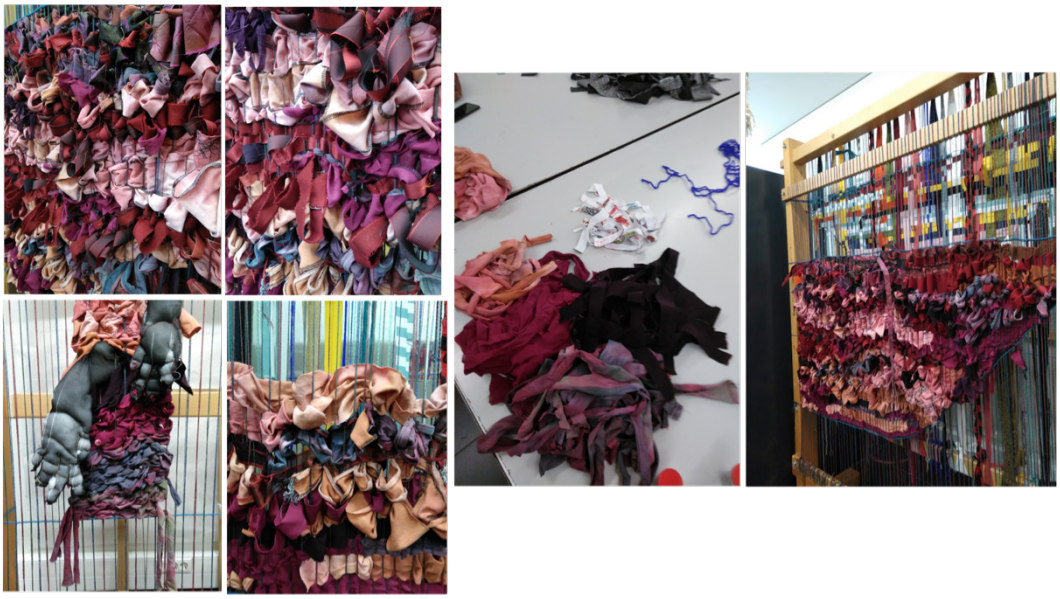


Fig.46 Processo de Montagem 11 (Fonte Própria)

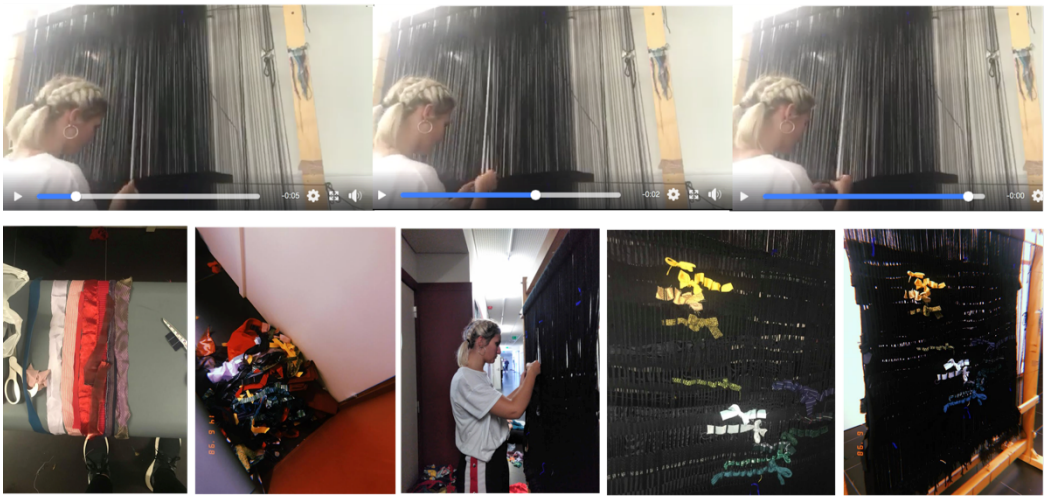


Fig.47 Processo de Montagem 12 (Fonte Própria)

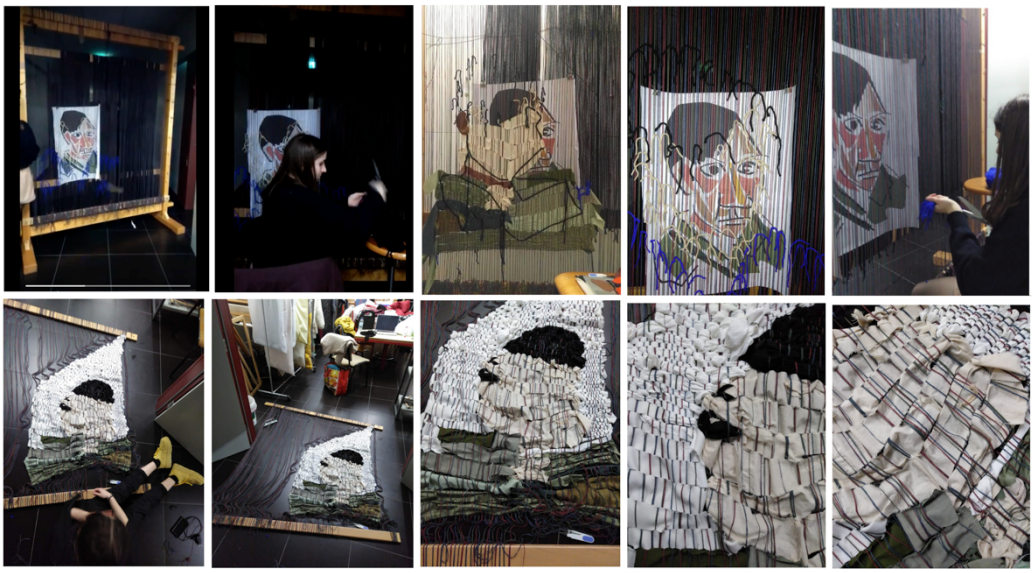


Fig.48 Processo de Montagem 13 (Fonte Própria)

3.6. Produto Final

Na frase “Pintar é tão necessário como comer”, usou-se a técnica explorada anteriormente nas amostras - estamparia à mão com cebolas e batatas. Ora achou-se ideal unir esta citação com esta técnica. Recolheu-se todas as matérias primas brancas e criou-se através delas uma tela, e estampou-se por cima, usando sempre as cores primárias: amarelo, azul ciano e magenta. Juntou-se aos brancos elastómeros de tom de pele claro, dando pontos de profundidade à peça e uma textura visual. Por fim, concluiu-se que a parte mais divertida desta tapeçaria foi sem duvida a estampagem sobre a teia e a trama, pois foi realizada anteriormente à montagem, criando sempre uma imprevisão sobre o resultado final.





"Há pintores que só gostam de pintura deles, eu gosto da pintura dos outros." Nesta tapeçaria, o objetivo principal desta rege na frase acima transcrita, apostando no elemento chave, que une o Mestre Cargaleiro com os artistas que trabalha, a Cor. Como tal, foi escolhida uma paleta de cores fortes, de modo a proporcionar um registo característico, mas mutuamente diferente, de quem vê.

Para desenvolver esta tapeçaria inspirei me na frase "as composições figurativas chateavam-me ". Nesta tapeçaria, o objetivo é usar a pintura abstrata como uma necessidade básica / bem essencial, ignorando as formas figurativas. Desta forma, criou-se uma tapeçaria que incluía na sua base, apenas o branco, como suporte. Deixando o elemento essencial da pintura abstrata, a cor, ao critério de cada membro do grupo, proporcionado a possibilidade, de representação de sensações transmitidas pelas cores através das formas.



"Se fizesse um painel monocromático? Já o fiz, mas voltava a faze-lo, e era igualmente azul"



Azul sempre foi uma das cores preferidas do Mestre, explorando-a ao máximo ao ter uma relação intrínseca com a mesma. Ser todo o painel/tapeçaria centrado na mesma cor, permite uma maior exploração de técnicas e texturas dos próprios elementos.

Para captar as diferentes formas geométricas das obras do Mestre Cargaleiro, usaram-se métodos e "brincadeiras" no entrançar dos fios na tapeçaria para remeterem a estruturas distintas e esteticamente interessantes, sem nunca saírem e tirarem importância à cor

.



"Não me considero alguém que saiba tudo, nada disso, tenho consciência daquilo que sei, daquilo que sou, mas de uma maneira muito simples."

É também, de uma maneira, simples que nasce esta tapeçaria. Depois de observar e remexer todo o inventário de matéria-prima, decidiu-se que o material mais elementar, que demonstrava características de pura simplicidade era o pano cru, feito de 100% algodão, sem qualquer acabamento ou tratamento especial. Este material é a característica chave desta peça. Mas também, após um longo estudo das obras do Mestre Cargaleiro, a forma, por ele, mais usada é o quadrado, assim decidiu-se, fazer uma espécie de tapeçaria de base Esmirna, só que em vez de usar fio, utilizou-se faixas do material, entrelaçando-o um no outro, criando pequenos jogos de quadradinhos, onde posteriormente colocaram-se linhas desfiadas, como que as brincadeiras que encontramos na pintura sobre as figuras do Mestre.

"Lutou contra os ideias familiares, abraçou a arte como uma doença para a vida."



O Mestre Cargaleiro sempre foi influenciado pelo pai para seguir carreira na área da medicina, sendo um dos ideais familiares. Mas as brincadeiras no barro sempre foram mais fortes para o mestre. Já a sua mãe, estava ligada a área têxtil, pois fazia muito patchworks para oferecer ás amigas e familiares.

Os pais sempre acreditaram que seria uma brincadeira de criança, mas a paixão que ele tinha pela arte, tornou-se uma doença que o acompanhou toda a vida.

Pode-se afirmar esta paixão quando ele refere "LUTOU CONTRA OS IDEIAS FAMILIARES, ABRAÇOU A ARTE COMO UMA DOENÇA PARA A VIDA."

E esta citação foi o ponto de partida para a seguinte tapeçaria. Focou-se principalmente na palavra doença, e explorado através do inacabado e no desfiado das tiras de tecido.



"O que eu ia a dizer ao Picasso? Nada"

O Mestre Cargaleiro é apaixonado por muitos artistas da sua época, e um dos seus preferidos foi Picasso. Na sua juventude, teve a oportunidade de comunicar com ele e de ver o seu trabalho ao vivo em França.

Numa entrevista ao Mestre, perguntaram-lhe qual foi a reação a primeira vez que viu Picasso, e ele explicou que ficou quieto sem conseguir dizer nada pela admiração pelo seu trabalho, referindo " O QUE EU IA DIZER AO PICASSO? NADA".

A partir desta referência, decidiu-se fazer lhe uma homenagem, numa das tapeçarias deste projeto. Realizámos uma reinterpretação de um dos seus autorretratos, com restos de tecidos.

Para fazer um retrato em tapeçaria, foi necessário fazer pesquisas de artistas têxteis e, daí saiu o desafio.

A dificuldade principal foi realizar a tapeçaria com faixas de tecido, e não com fio, sendo mais difícil conseguir um grande perfeccionismo. A solução que se criou foi construir a cara com restos de tecidos bordados à mão, no fim da base estar realizada, formando facilmente os vários tons e volumetrias.



"As sensações podem-se transmitir por linhas."

Esta frase dita pelo Mestre foi o mote para a brincadeira criativa elaborada nesta tapeçaria. Começando primeiro por uma longa recolha especial de material que tivesse na sua génese riscas e, em longos blocos de cor, onde pespontou-se a linha colorida, em alguns, para criar texturas e estímulos visuais distintos, daí, também a escolha de cores vibrantes, mas também mais sóbrias, tanto para a teia como para a trama, sem uma qualquer preocupação da fibra componente e da tipologia do material usado. Ao elaborar a trama, deixou-se que a obsessão natural pela linha, fosse livre de entrelaçar as tiras e fios da teia, de forma a que fossem criadas, linhas imaginárias e brincadeira de cor na composição desta peça.



A frase "O Matisse disse que era preciso estar a trabalhar para que o génio aparece se.". Esta foi a frase escolhida para trabalhar nesta tapeçaria. Foi-se em busca de uma paleta de cores aconchegante e de certa forma muito ligada ao corpo humano, os tons rosa e roxos ligados ao cérebro e os laranjas a cor da pele. Quis-se brincar com a ideia do trabalho estar associado a algo manual e mental, daí o enrolado na tapeçaria dar a textura da mente, e as mãos virem ao de cima. O material escolhido nesta tapeçaria foram desperdícios têxteis, onde contém desde algodão, a restos de t-shirts, malhas tingidas, organzas, tules e fios de algodão na teia. As mãos foram feitas com collants rasgados com enchimento de *dracalon*.



Esta tapeçaria foi inspirada na frase, "A minha pintura, a minha arte, é tudo baseado em algo que não transige num milímetro- a minha liberdade." , esta tapeçaria tem base de brancos e beijes, com diferentes tecidos e texturas, um deles sendo renda, simbolizando a liberdade através da cor. E a teia da tapeçaria é mais larga criando buracos na tapeçaria inspirado na parte da frase onde diz "não se transige num milímetro.

"Temos de ter a coragem dentro do sofrimento, para propor qualquer coisa de positivo", esta foi a frase de inspiração da próxima tapeçaria, para isso, a tapeçaria tinha como base cor preta de vários tecidos e de diferentes texturas, para simbolizar o sofrimento, pois o preto esta associado a tristeza, à morte, entre outros. E para ir de encontro com a frase onde diz "propor qualquer coisa de positivo" inseriram-se laços pela tapeçaria, usando diferentes cor, tecido e texturas, transmitindo, a felicidade e que temos de achar sempre algo de positivo quando algo não está a correr bem.



3.7. Fichas Técnicas

A elaboração de uma ficha técnica, consiste no processo de comunicação, onde se encontra toda a informação especifica, necessária ao desenvolvimento do produto, bem como um desenho tecnicamente representativo do mesmo, de forma a facilitar a comunicação entre as várias fases projetuais, mas também auxiliar no gerenciamento de recursos gastos em cada peça.

AUTOR: BASSE
BORDURE BASSE

REFERÊNCIA: 001

NOME DA PEÇA: TAPEÇARIA 1

DESCRIÇÃO DA PEÇA:
TAPEÇARIA ARTÍSTICA E CONTEMPORÂNEA.

ILUSTRAÇÃO



DESENHO TÉCNICO



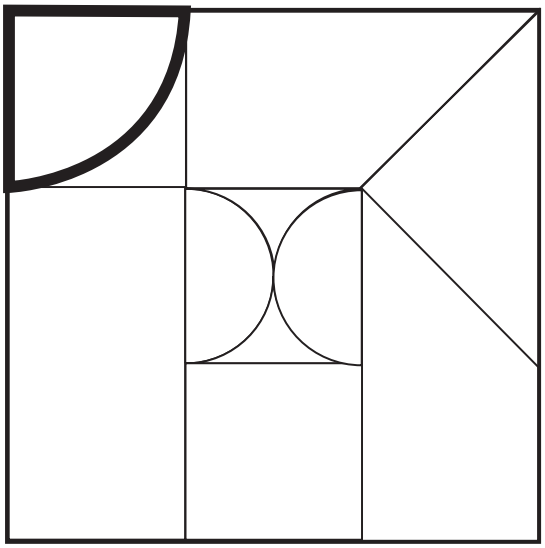
MATERIAIS

-RESTOS DE DESPERDÍCIOS VARIADOS.
-TINTAS DE ÁGUA PARA TECIDO.

TÉCNICAS

-TÉCNICA DE TECELAGEM, ASSOCIADA À TAPEÇARIA.

SEQUÊNCIA DE MONTAGEM



ETIQUETAGEM

BASSE

"Pintar é tão necessário como comer"
Mestre Cargaleiro

AGRADECIMENTOS (SPECIAL THANKS)

· Instituto Politécnico de Castelo Branco
· Escola Superior de Artes Aplicadas
· Fundação Manuel Cargaleiro
· Orientadoras de Projeto: Ana Margarida e Júlia Freire
· Patrícia Ferreira e Carla Mileu
· Helix - Indústria de Confeções SA.
· FabLab Castelo Branco
· Alunos de 2º e 3º ano, 2017/2018, da Escola Superior de Artes Aplicadas
· Amigos e familiares das criadoras: Inês Botas, Liliana Lopes, Madalena Nunes, Mafalda Fialho, Margarida Lopo, Mariana Cardoso
· Segurança Luís

PRODUTO FINAL



OBSERVAÇÕES:

DATA: 20/062018

AUTOR: BASSE
BORDURE BASSE

Referência: 002

Nome da Peça: Tapeçaria 2

Descrição da Peça:
Tapeçaria artística e contemporânea.

ILUSTRAÇÃO



DESENHO TÉCNICO



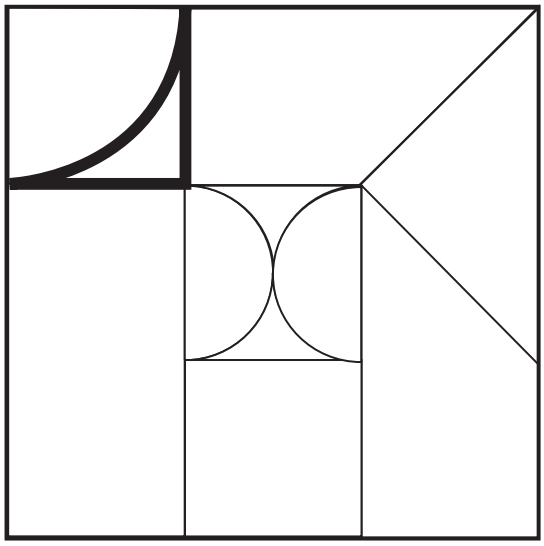
MATERIAIS

-Restos de desperdícios variados.

TÉCNICAS

-Técnica de tecelagem, associada à tapeçaria.

SEQUÊNCIA DE MONTAGEM



ETIQUETAGEM

BASSE

"A minha pintura, a minha arte, é toda baseada em algo que não transige num milímetro - a minha liberdade."
Mestre Cargaleiro

AGRADECIMENTOS (SPECIAL THANKS)

. Instituto Politécnico de Castelo Branco
. Escola Supeiror de Artes Aplicadas
. Fundação Manuel Cargaleiro
. Orientadoras de Projeto: Ana Margarida e Júlia Freire
. Patrícia Ferreira e Carla Mileu
. Helix - Indústria de Confeções SA.
. FabLab Castelo Branco
. Alunos de 2º e 3º ano, 2017/2018, da Escola Superior de Artes Aplicadas
. Amigos e familiares das criadoras: Inês Botas, Liliana Lopes, Madalena Nunes, Mafalda Fialho, Margarida Lopo, Mariana Cardoso
. Segurança Luís

PRODUTO FINAL



OBSERVAÇÕES:

DATA: 20/062018

AUTOR: BASSE
BORDURE BASSE

Referência: 003

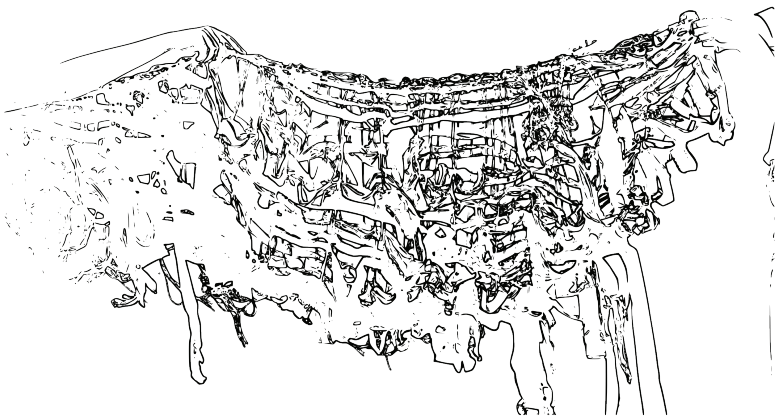
Nome da Peça: Tapeçaria 3

Descrição da Peça:
Tapeçaria artística e contemporânea.

ILUSTRAÇÃO



DESENHO TÉCNICO



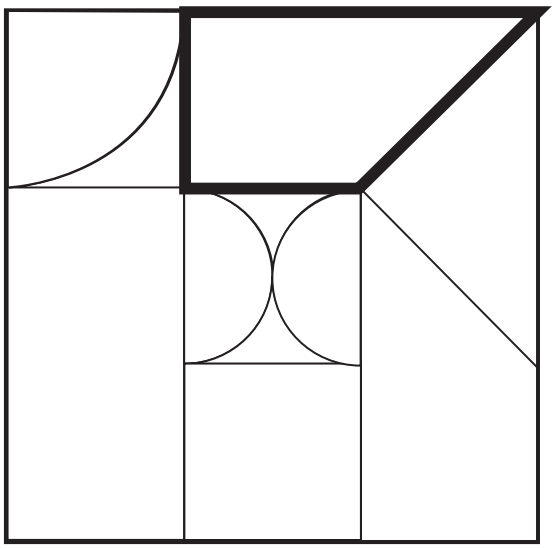
MATERIAIS

-Restos de desperdícios variados.

TÉCNICAS

-Técnica de tecelagem, associada à tapeçaria.
-Aplicação de uma manipulação de collants.

SEQUÊNCIA DE MONTAGEM



ETIQUETAGEM

BASSE

"O matisse dizia que era preciso estar a trabalhar quando o génio aparecesse."
Mestre Cargaleiro

AGRADECIMENTOS (SPECIAL THANKS)

- Instituto Politécnico de Castelo Branco
- Escola Supeiror de Artes Aplicadas
- Fundação Manuel Cargaleiro
- Orientadoras de Projeto: Ana Margarida e Júlia Freire
- Patrícia Ferreira e Carla Mileu
- Helix - Indústria de Confeções SA.
- FabLab Castelo Branco
- Alunos de 2º e 3º ano, 2017/2018, da Escola Superior de Artes Aplicadas
- Amigos e familiares das criadoras: Inês Botas, Liliana Lopes, Madalena Nunes, Mafalda Fialho, Margarida Lopo, Mariana Cardoso
- Segurança Luís

PRODUTO FINAL



OBSERVAÇÕES:

DATA: 20/062018

AUTOR: BASSE
BORDURE BASSE

Referência: 004

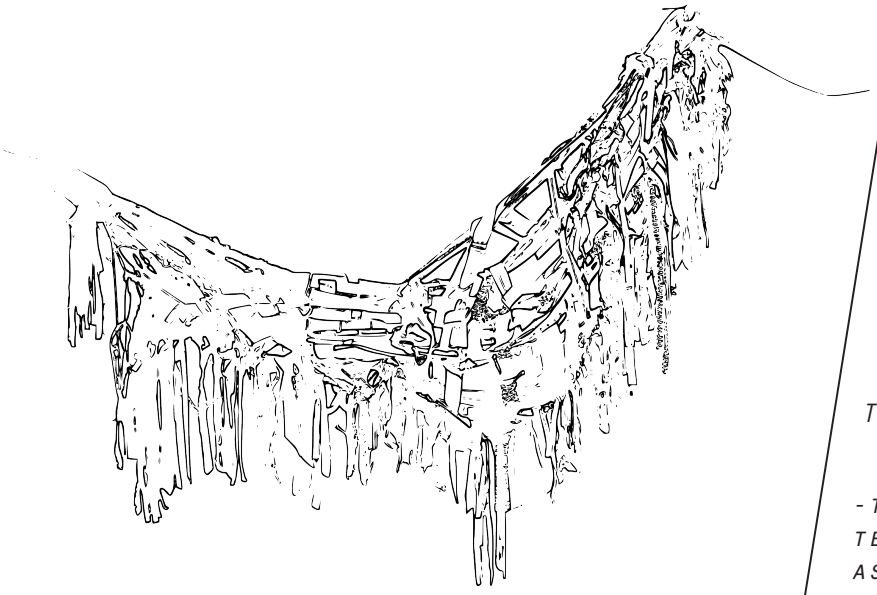
Nome da Peça: Tapeçaria 4

Descrição da Peça:
Tapeçaria artística e contemporânea.

ILUSTRAÇÃO



DESENHO TÉCNICO



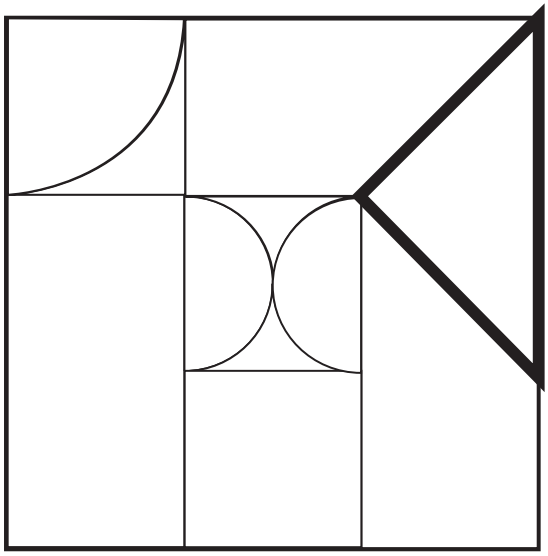
MATERIAIS

-Restos de desperdícios variados.

TÉCNICAS

-Técnica de tecelagem, associada à tapeçaria.

SEQUÊNCIA DE MONTAGEM



ETIQUETAGEM

BASSE

"As sensações podem se transmitir por linhas"
Mestre Cargaleiro

AGRADECIMENTOS (SPECIAL THANKS)

· Instituto Politécnico de Castelo Branco
· Escola Superior de Artes Aplicadas
· Fundação Manuel Cargaleiro
· Orientadoras de Projeto: Ana Margarida e Júlia Freire
· Patrícia Ferreira e Carla Mileu
· Helix - Indústria de Confeções SA.
· FabLab Castelo Branco
· Alunos de 2º e 3º ano, 2017/2018, da Escola Superior de Artes Aplicadas
· Amigos e familiares das criadoras: Inês Botas, Liliana Lopes, Madalena Nunes, Mafalda Fialho, Margarida Lopo, Mariana Cardoso
· Segurança Luís

PRODUTO FINAL



OBSERVAÇÕES:

DATA: 20/062018

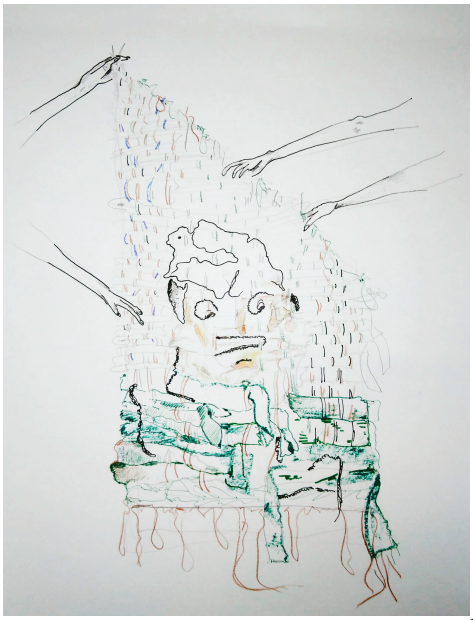
AUTOR: BASSE
BORDURE BASSE

Referência: 005

Nome da Peça: Tapeçaria 5

Descrição da Peça:
Tapeçaria artística e contemporânea.

ILUSTRAÇÃO



DESENHO TÉCNICO



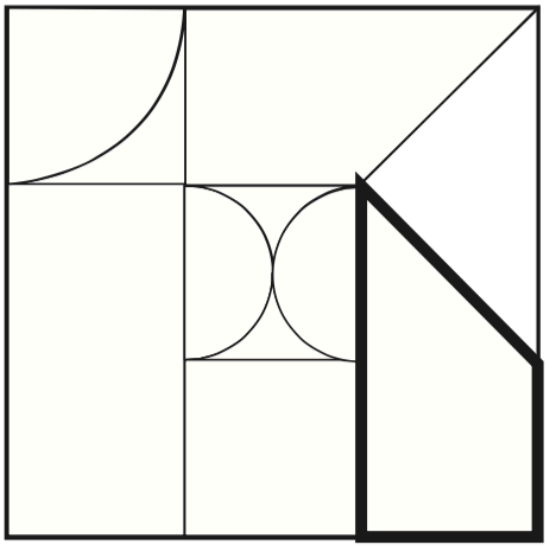
MATERIAIS

-Restos de desperdícios variados.

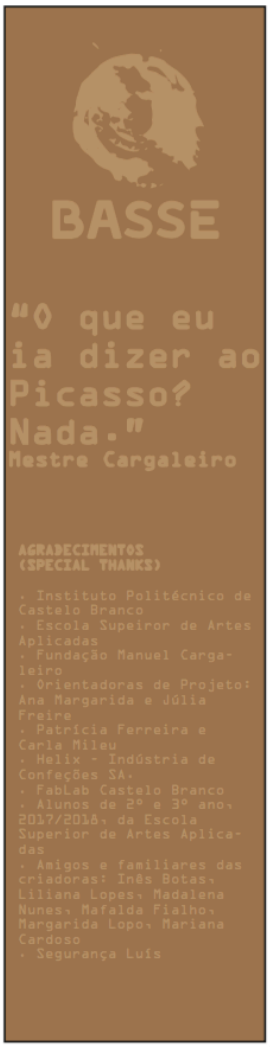
TÉCNICAS

-Técnica de tecelagem, associada à tapeçaria.
-Pesponto manual

SEQUÊNCIA DE MONTAGEM



ETIQUETAGEM



PRODUTO FINAL



OBSERVAÇÕES:

DATA: 20/062018

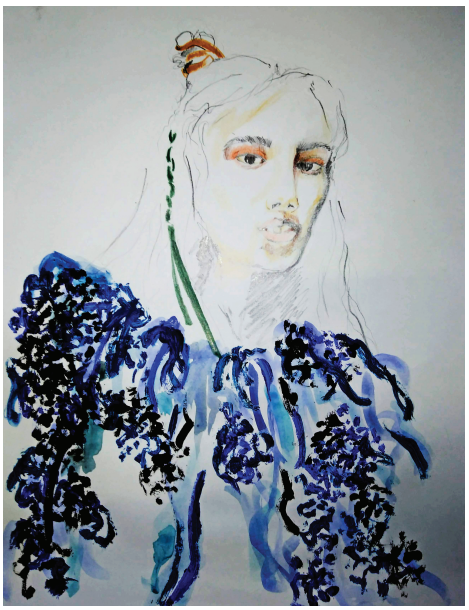
AUTOR: BASSE
BORDURE BASSE

REFERÊNCIA: 006

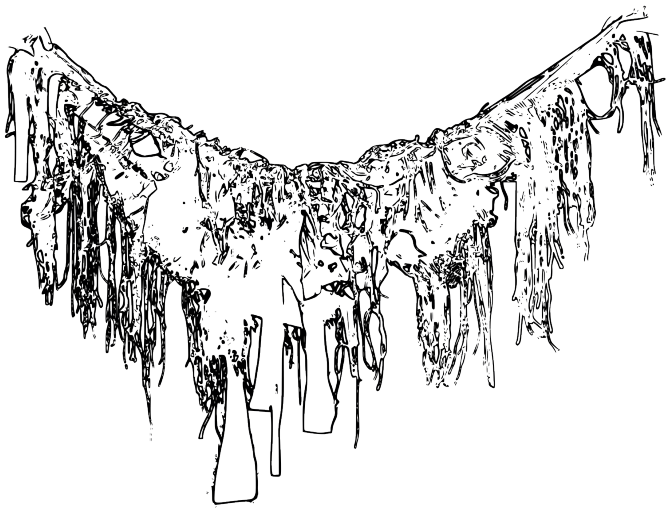
NOME DA PEÇA: TAPEÇARIA 6

DESCRIÇÃO DA PEÇA:
TAPEÇARIA ARTÍSTICA E CONTEMPORÂNEA.

ILUSTRAÇÃO



DESENHO TÉCNICO



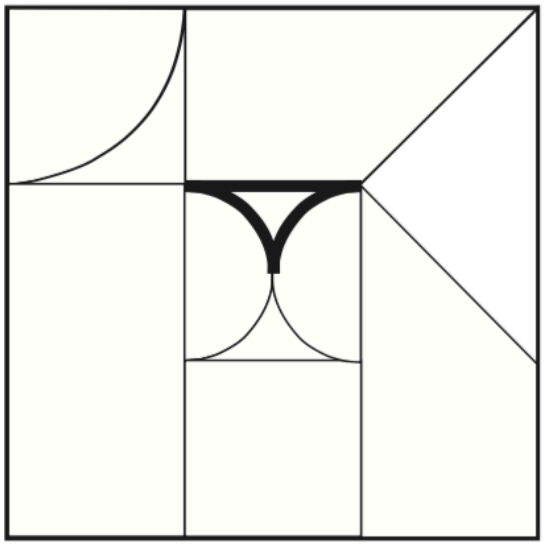
MATERIAIS

-RESTOS DE DESPERDÍCIOS VARIADOS

TÉCNICAS

-TÉCNICA DE TECELAGEM, ASSOCIADA À TAPEÇARIA.

SEQUÊNCIA DE MONTAGEM



ETIQUETAGEM

BASSE

"Se eu fizesse um painel monocromático. Já o fiz, mas voltava a fazê-lo, e era igualmente azul."
Mestre Cargaleiro

AGRADECIMENTOS
(SPECIAL THANKS)

. Instituto Politécnico de Castelo Branco
. Escola Superior de Artes Aplicadas
. Fundação Manuel Cargaleiro
. Orientadoras de Projeto: Ana Margarida e Júlia Freire
. Patrícia Ferreira e Carla Mileu
. Helix - Indústria de Confeções SA.
. FabLab Castelo Branco
. Alunos de 2º e 3º ano, 2017/2018, da Escola Superior de Artes Aplicadas
. Amigos e familiares das criadoras: Inês Botas, Liliana Lopes, Madalena Nunes, Mafalda Fialho, Margarida Lopo, Mariana Cardoso
. Segurança Luís

PRODUTO FINAL



OBSERVAÇÕES:

DATA: 20/062018

AUTOR: BASSE
BORDURE BASSE

REFERÊNCIA: 007

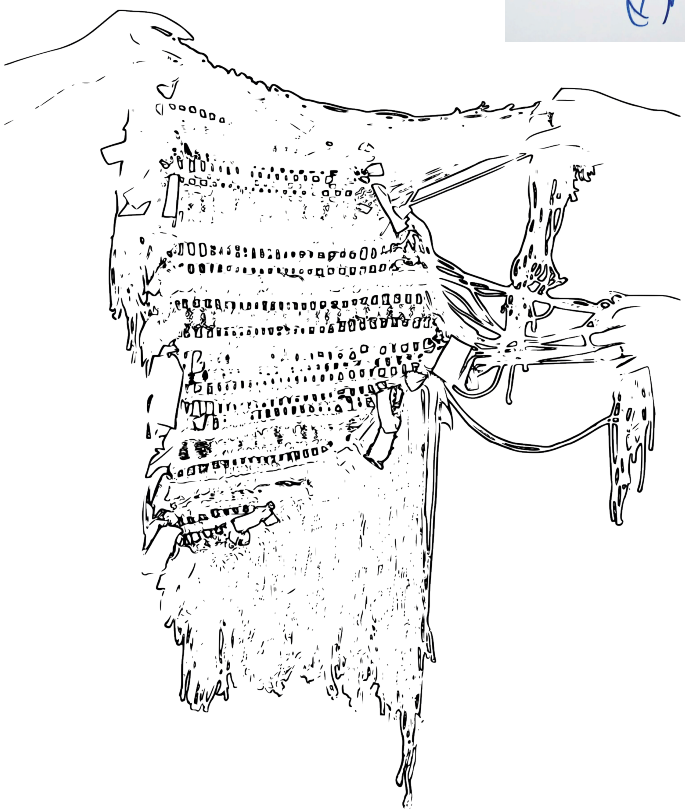
NOME DA PEÇA: TAPEÇARIA 7

DESCRIÇÃO DA PEÇA:
TAPEÇARIA ARTÍSTICA E CONTEMPORÂNEA.

ILUSTRAÇÃO



DESENHO TÉCNICO

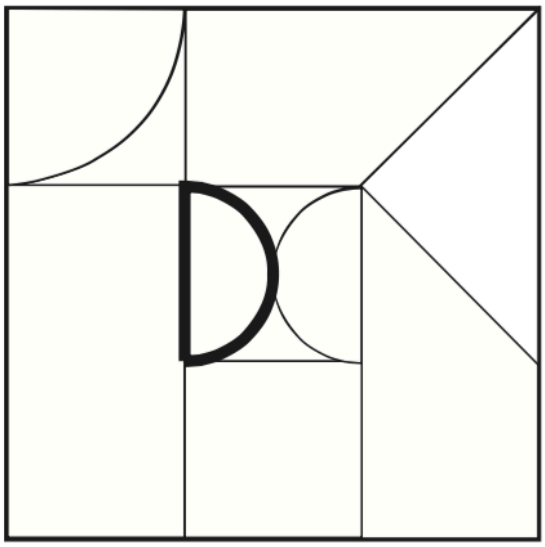


-RESTOS DE DESPERDÍCIOS VARIADOS.

TÉCNICAS

-TÉCNICA DE TECELAGEM, ASSOCIADA À TAPEÇARIA.

SEQUÊNCIA DE MONTAGEM



ETIQUETAGEM

BASSE

"Há pintores que só gostam da pintura deles. Eu gosto da pintura dos outros"
Mestre Cargaleiro

AGRADECIMENTOS
(SPECIAL THANKS)

- Instituto Politécnico de Castelo Branco
- Escola Superior de Artes Aplicadas
- Fundação Manuel Cargaleiro
- Orientadoras de Projeto: Ana Margarida e Júlia Freire
- Patrícia Ferreira e Carla Mileu
- Helix - Indústria de Confeções SA.
- FabLab Castelo Branco
- Alunos de 2º e 3º ano, 2017/2018, da Escola Superior de Artes Aplicadas
- Amigos e familiares das criadoras: Inês Botas, Liliana Lopes, Madalena Nunes, Mafalda Fialho, Margarida Lopo, Mariana Cardoso
- Segurança Luís

PRODUTO FINAL



OBSERVAÇÕES:

DATA: 20/062018

AUTOR: BASSE
BORDURE BASSE

Referência: 008

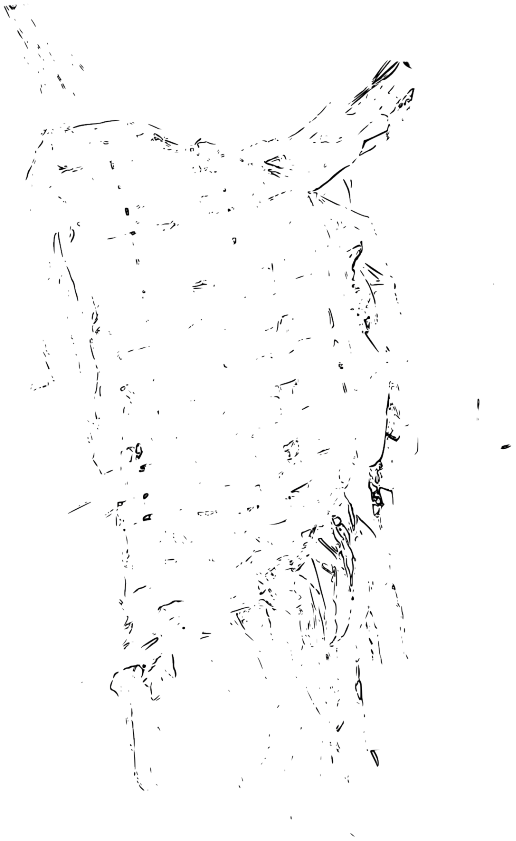
Nome da Peça: Tapeçaria 8

Descrição da Peça:
Tapeçaria artística e contemporânea.

ILUSTRAÇÃO



DESENHO TÉCNICO



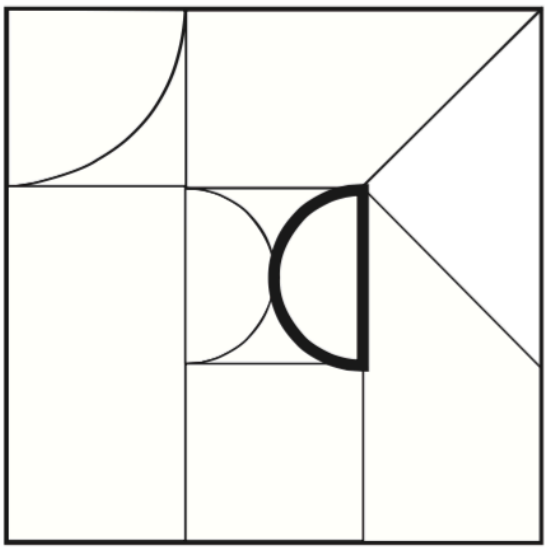
MATERIAIS

-Pano cru

TÉCNICAS

-Técnica de esmirna, com aplicação de fios soltos.

SEQUÊNCIA DE MONTAGEM



ETIQUETAGEM

BASSE

"Não me considero alguém que saiba tudo, nada disso, tenho consciência daquilo que sei, daquilo que sou, mas de uma maneira muito simples"
Mestre Cargaleiro

AGRADECIMENTOS
(SPECIAL THANKS)

- Instituto Politécnico de Castelo Branco
- Escola Superior de Artes Aplicadas
- Fundação Manuel Cargaleiro
- Orientadoras de Projeto: Ana Margarida e Júlia Freire
- Patrícia Ferreira e Carla Mileu
- Helix - Indústria de Confeções SA.
- FabLab Castelo Branco
- Alunos de 2º e 3º ano, 2017/2018, da Escola Superior de Artes Aplicadas
- Amigos e familiares das criadoras: Inês Botas, Liliana Lopes, Madalena Nunes, Mafalda Fialho, Margarida Lopo, Mariana Cardoso
- Segurança Luís

PRODUTO FINAL



OBSERVAÇÕES:

DATA: 20/062018

AUTOR: BASSE
BORDURE BASSE

Referência: 009

Nome da Peça: Tapeçaria 9

Descrição da Peça:
Tapeçaria artística e contemporânea.

ILUSTRAÇÃO



DESENHO TÉCNICO



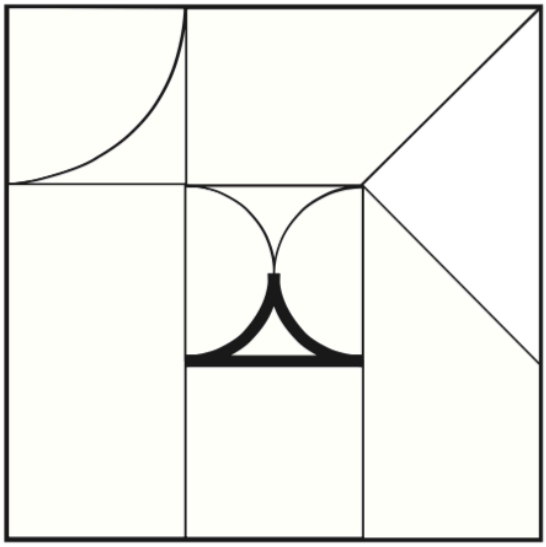
MATERIAIS

-Restos de desperdícios variados.
- Tintas de água para tecido.

TÉCNICAS

-Técnica de tecelagem, associada à tapeçaria.

SEQUÊNCIA DE MONTAGEM



ETIQUETAGEM

BASSE

"As com-
posições
figurativas
chateav-
am-me."
Mestre Cargaleiro

AGRADECIMENTOS
(SPECIAL THANKS)

· Instituto Politécnico de Castelo Branco
· Escola Superior de Artes Aplicadas
· Fundação Manuel Cargaleiro
· Orientadoras de Projeto: Ana Margarida e Júlia Freire
· Patrícia Ferreira e Carla Mileu
· Helix - Indústria de Confeções SA.
· FabLab Castelo Branco
· Alunos de 2º e 3º ano, 2017/2018, da Escola Superior de Artes Aplicadas
· Amigos e familiares das criadoras: Inês Botas, Liliana Lopes, Madalena Nunes, Mafalda Fialho, Margarida Lopo, Mariana Cardoso
· Segurança Luís

PRODUTO FINAL



OBSERVAÇÕES:

DATA: 20/062018

AUTOR: BASSE
BORDURE BASSE

REFERÊNCIA: 010

NOME DA PEÇA: TAPEÇARIA 10

DESCRIÇÃO DA PEÇA:
TAPEÇARIA ARTÍSTICA E CONTEMPORÂNEA.

ILUSTRAÇÃO



DESENHO TÉCNICO



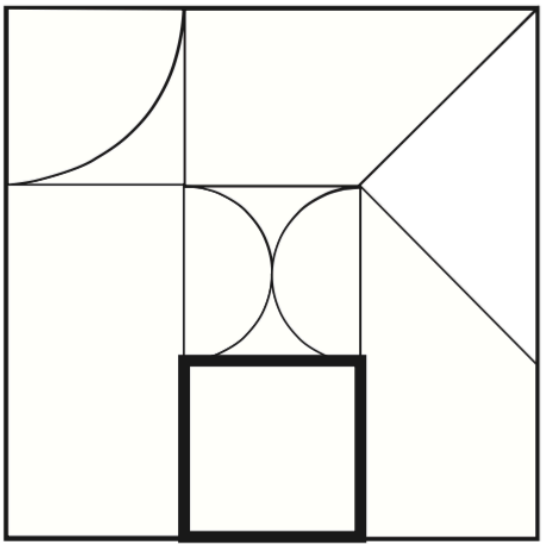
MATERIAIS

-RESTOS DE DESPERDÍCIOS VARIADOS.

TÉCNICAS

-TÉCNICA DE TECELAGEM, ASSOCIADA À TAPEÇARIA.

SEQUÊNCIA DE MONTAGEM



ETIQUETAGEM

BASSE

"Temos de ter a coragem dentro do sofrimento, para propor qualquer coisa de positivo"
Mestre Cargaleiro

AGRADECIMENTOS
(SPECIAL THANKS)

. Instituto Politécnico de Castelo Branco
. Escola Superior de Artes Aplicadas
. Fundação Manuel Cargaleiro
. Orientadoras de Projeto: Ana Margarida e Júlia Freire
. Patrícia Ferreira e Carla Mileu
. Helix - Indústria de Confeções SA.
. FabLab Castelo Branco
. Alunos de 2º e 3º ano, 2017/2018, da Escola Superior de Artes Aplicadas
. Amigos e familiares das criadoras: Inês Botas, Liliana Lopes, Madalena Nunes, Mafalda Fialho, Margarida Lopo, Mariana Cardoso
. Segurança Luís

PRODUTO FINAL



OBSERVAÇÕES:

DATA: 20/062018

AUTOR: BASSE
BORDURE BASSE

REFERÊNCIA: 011

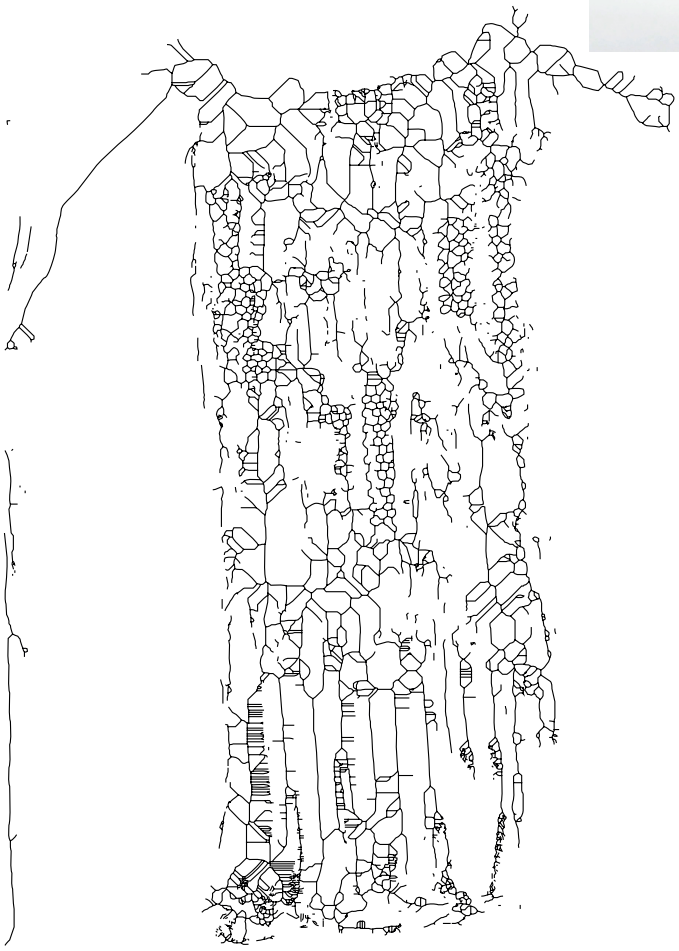
NOME DA PEÇA: TAPEÇARIA 11

DESCRIÇÃO DA PEÇA:
TAPEÇARIA ARTÍSTICA E CONTEMPORÂNEA.

ILUSTRAÇÃO



DESENHO TÉCNICO



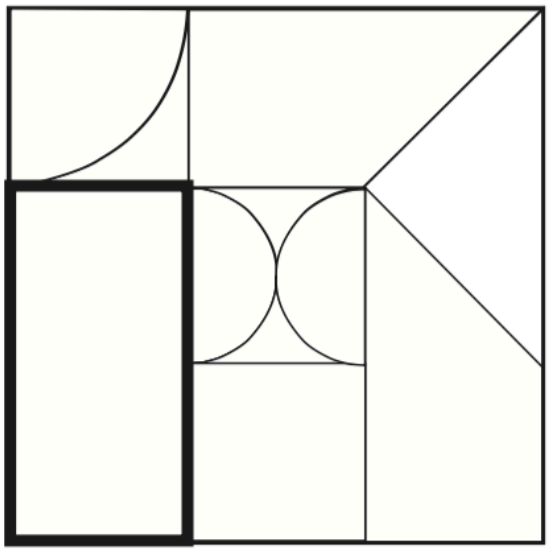
MATERIAIS

-RESTOS DE DESPERDÍCIOS VARIADOS.

TÉCNICAS

-TÉCNICA DE TECELAGEM, ASSOCIADA À TAPEÇARIA.

SEQUÊNCIA DE MONTAGEM



ETIQUETAGEM

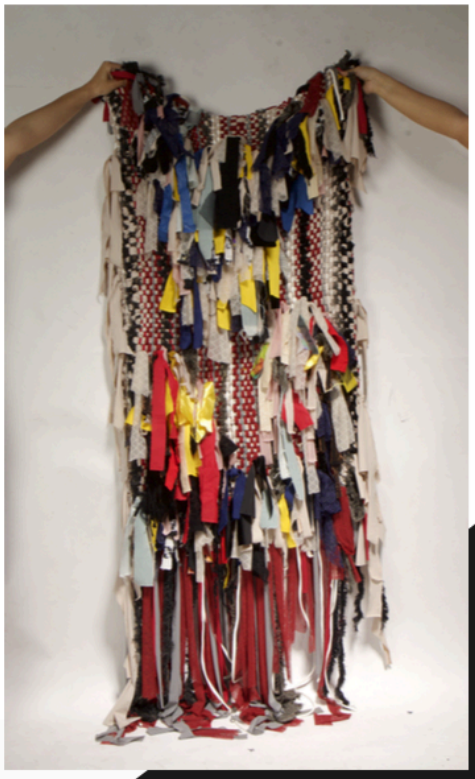
BASSE

"Lutou contra as ideias familiares, abraçou a arte como uma doença para a vida."
Mestre Cargaleiro

AGRADECIMENTOS (SPECIAL THANKS)

- Instituto Politécnico de Castelo Branco
- Escola Superior de Artes Aplicadas
- Fundação Manuel Cargaleiro
- Orientadoras de Projeto: Ana Margarida e Júlia Freire
- Patrícia Ferreira e Carla Mileu
- Helix - Indústria de Confeções SA.
- FabLab Castelo Branco
- Alunos de 2º e 3º ano, 2017/2018, da Escola Superior de Artes Aplicadas
- Amigos e familiares das criadoras: Inês Botas, Liliana Lopes, Madalena Nunes, Mafalda Fialho, Margarida Lopo, Mariana Cardoso
- Segurança Luís

PRODUTO FINAL



OBSERVAÇÕES:

DATA: 20/062018

3.8. Ilustrações



Fig.48 Ilustração 1 (Fonte Própria)



Fig.49 Ilustração 2 (Fonte Própria)



Fig.50 Ilustração 3 (Fonte Própria)



Fig.51 Ilustração 4 (Fonte Própria)



Fig.52 Ilustração 5 (Fonte Própria)



Fig.53 Ilustração 6 (Fonte Própria)



Fig.54 Ilustração 7 (Fonte Própria)



Fig.55 Ilustração 8 (Fonte Própria)

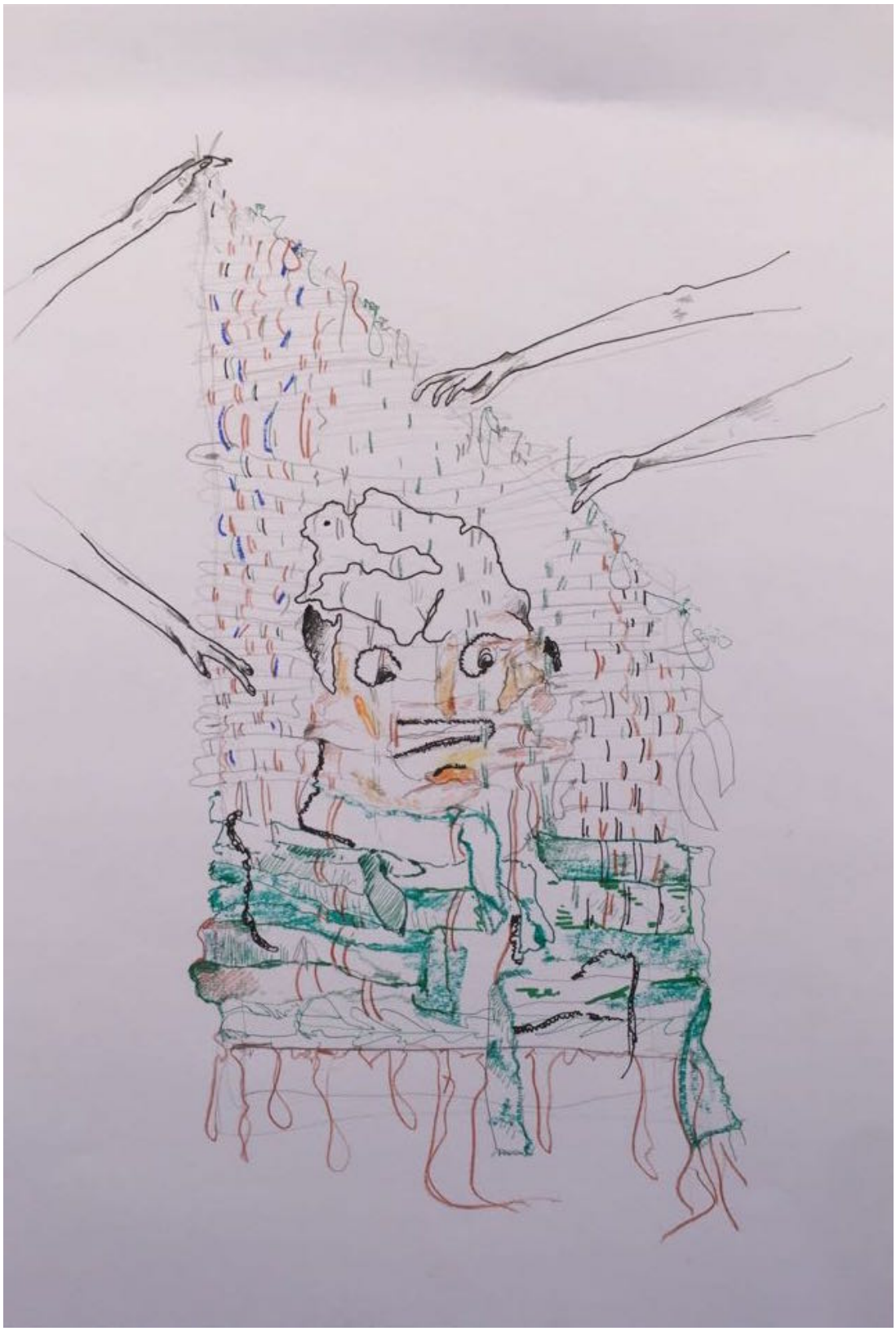


Fig.56 Ilustração 9 (Fonte Própria)



Fig.57 Ilustração 10 (Fonte Própria)



Fig.58 Ilustração 11 (Fonte Própria)

4. Processo Criativo Linha Comercial

Tal como no produto arte, na linha comercial existem etapas semelhantes que são transversais a ambos os produtos, contudo, apesar de beber do mesmo conceito, a linha comercial diverge na questão da forma de produção, pois contempla fases distintas, as quais são apresentadas a seguir.

4.1. Pesquisa

A linha comercial surge para criar um elo de ligação entre o design e arte. Tudo começou com uma pesquisa de tendências no mercado. Fez-se uma análise de vários produtos que estão a ser confecionados e vendidos ao público, assim tendo já uma visão das peças mais vendidas a nível global. Foram procurados produtos unissexo, dando um maior leque de opções de público; peças casuais, inspiradas nos *looks* de *street style*; assim focou-se em peças básicas mas com detalhes dados pelas tapeçarias. Como por exemplo, desde t-shirts, a *hoodies*, "sacos do pão", meias. Foi apresentado um moodboard com a pesquisa de marcas concorrentes.

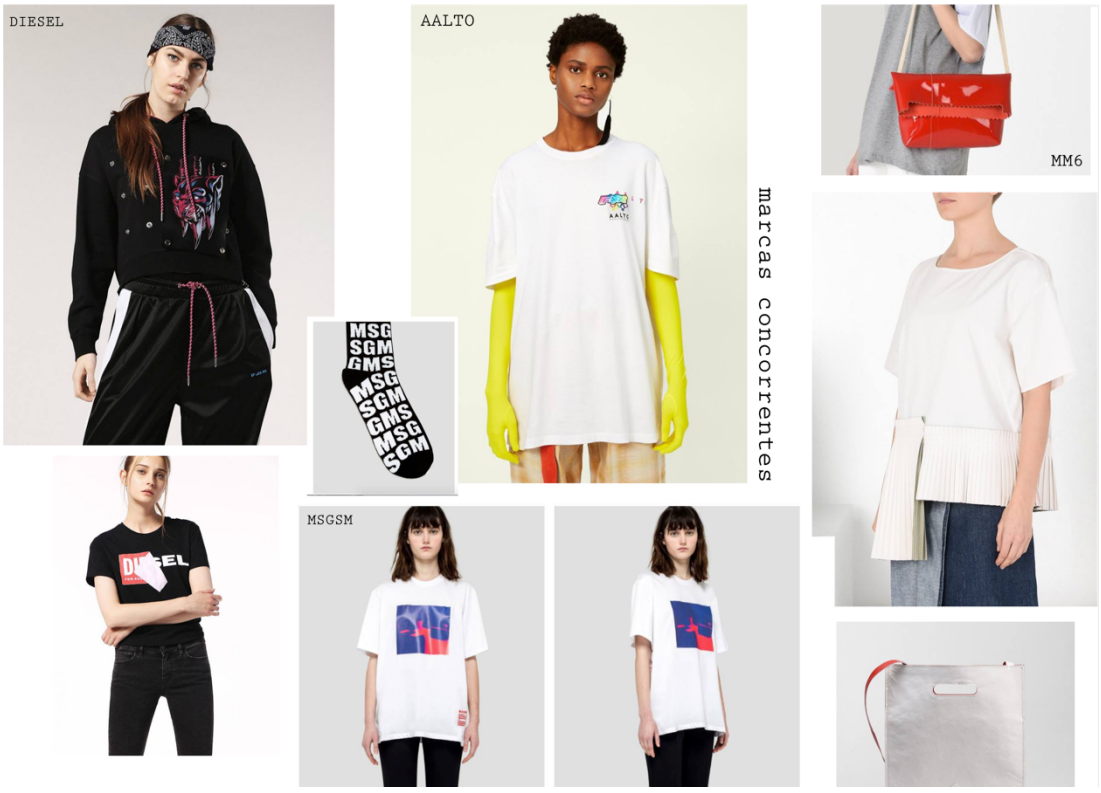


Fig.59 Painel de Marcas Concorrentes (Fonte Própria)

Nesta pesquisa foi crucial compreender formas, detalhes (incluindo etiquetas), paleta de cores, designs, peças, acessórios, tudo o tipo de apontamentos necessários para perceber os elementos característicos dando um carácter único e relevante.

4.2. Inspiração

Para a mini-coleção comercial a fonte de inspiração foram as tapeçarias criadas na fase arte. Pois todos os estudos, os processos e o trabalho final, fizeram criar diferentes propostas e as mais acertadas. Conseguiu-se recolher bastante material para o projeto, e assim, adaptar o restante para esta fase comercial.

Para além disso, realizaram-se 11 tapeçarias, onde se percebeu os erros, os obstáculos nos materiais e, as falhas do processo de realização do produto final. Mas foi, também, daí que se escolheu as tapeçarias mais bem-sucedidas, tanto no jogo visual, de conforto e peso, e utilizado em proveito da mini-coleção. Isto ajudou a criar produtos mais fortes, com uma boa execução e acabamento.

Pode-se, desde já, concluir que a inspiração foi todo o trabalho e experimentação, tanto nas matérias como nas técnicas.

4.3. Definição de Coleção

As propostas de produtos para a mini-coleção, realizados para este projeto, são o início para uma futura coleção comercial mais forte.

Desta forma, salienta-se desde já que a coleção é limitada, com apenas 10 peças de 5 produtos diferentes. Isto por serem peças feitas à mão, únicas e exclusivas, pela recolha de materiais e os seus processos.

Para esta fase, realizaram-se 10 produtos, que serão peças exemplares da coleção:

Três t-shirts;

- Um hoodie com capuz;

- Quatro pares de meias;

- Uma tote bag;

- Um chapéu.

Todos os produtos ditados anteriormente são unissexo, com exceção das meias, onde foi necessário realizar diferentes tamanhos para homem e para mulher, para atingir vários públicos.

Dentro das três t-shirts, foram confeccionadas duas com a cor branca, onde foi explorado uma com tapeçaria e outra com estampagem, por carimbos artesanais e sustentáveis. Para a última foi eleita a cor preta e aplicadas molas de pressão na frente, onde os clientes poderão mudar a tapeçaria.

O hoodie com capuz foi projectado até à cintura, com molas de pressão na bainha e para compor o corpo até à anca foram realizadas as tapeçarias, que poderiam ser escolhidas pelo cliente consoante o seu gosto.

Para além disto, realizaram-se quatro pares de meias, duas para homem e duas para mulher, uma com proposta de estampagem e outra de tapeçaria.

Foi apenas realizado uma tote bag de exemplo, onde a alças são realizadas em tapeçaria, com a possibilidade de troca.

Por fim, realizou-se um chapéu de pescador reversível, com uma face de estamparia, e outra de tapeçaria, dando ao cliente da marca BASSE, a possibilidade de diferentes looks no seu dia-a-dia com um só produto.

4.4 Ficha Técnicas

A elaboração de uma ficha técnica, consiste no processo de comunicação, onde se encontra toda a informação especifica, necessária ao desenvolvimento do produto, bem como um desenho tecnicamente representativo do mesmo, de forma a facilitar a comunicação entre as várias fases projetuais, mas também auxiliar no gerenciamento de recursos gastos em cada peça.

AUTOR: BASSE
BORDURE BASSE

REFERÊNCIA:CH01

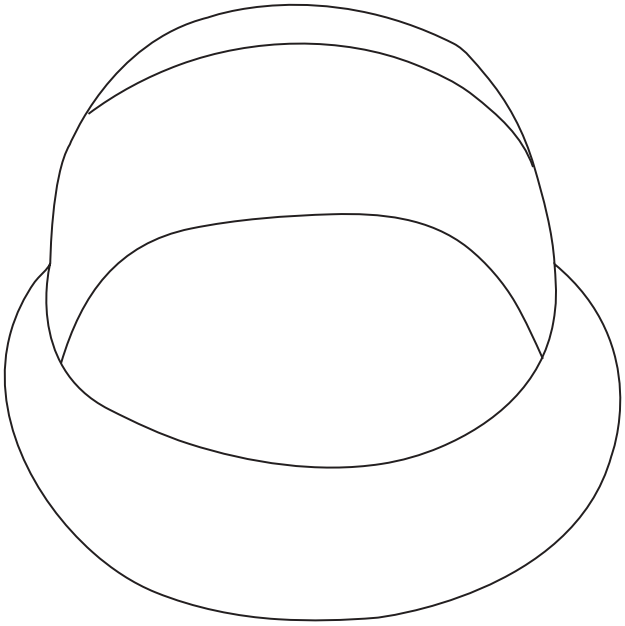
NOME DA PEÇA:CHAPEU DE PESCADOR

DESCRIÇÃO DA PEÇA:
CHAPEU DE PESCADOR REVERSIVEL, COM UM LADO ESTAMPADO E O OUTRO COM TAPEÇARIA APLICADA.

ILUSTRAÇÃO

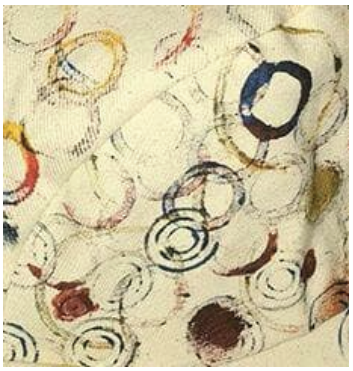


DESENHO TÉCNICO



DETALHES





MATERIAIS

SARJÃO
COMPOSIÇÃO- 100% CO

AMOSTRA



COR
CRU

ETIQUETAGEM



PRODUTO FINAL



OBSERVAÇÕES:

DATA:20/06/2018

AUTOR: BASSE
BORDURE BASSE

REFERÊNCIA: HD01

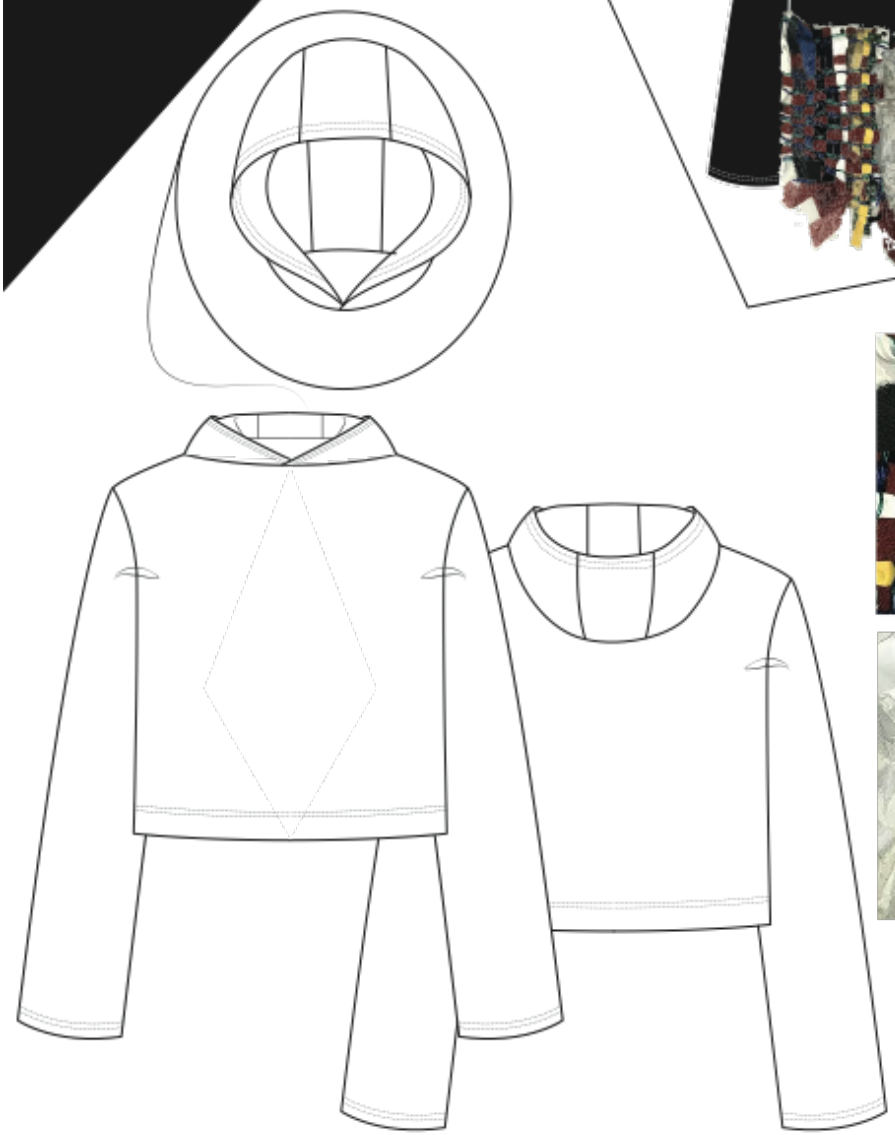
NOME DA PEÇA: HOODIE

DESCRIÇÃO DA PEÇA:
HOODIE, COM CARCELA INVISIVEL NA BAINHA E, APLICAÇÃO DE TAPEÇARIAS NESSA CARCELA

ILUSTRAÇÃO



DESENHO TÉCNICO



DETALHES





MATERIAIS

MALHA CARDADA
COMPOSIÇÃO- 100% CO

AMOSTRA



COR
PRETO

ETIQUETAGEM



PRODUTO FINAL



OBSERVAÇÕES:

DATA:20/06/2018

AUTOR: BASSE
BORDURE BASSE

REFERÊNCIA: TB01

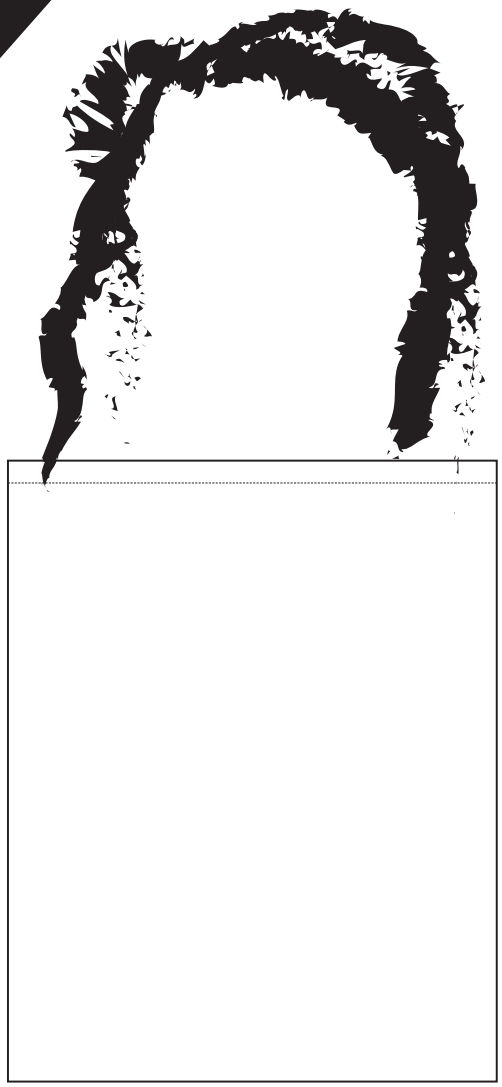
NOME DA PEÇA: TOTE BAG

DESCRIÇÃO DA PEÇA: TOTE BAG COM APLICAÇÃO DE TAPEÇARIAS NAS ALÇAS.

ILUSTRAÇÃO



DESENHO TÉCNICO



DETALHES





MATERIAIS

SARJÃO
COMPOSIÇÃO- 100% CO

AMOSTRA

COR
CRU

ETIQUETAGEM



PRODUTO FINAL



OBSERVAÇÕES:

DATA: 20/06/2018:

AUTOR: BASSE
BORDURE BASSE

REFERÊNCIA:ME01

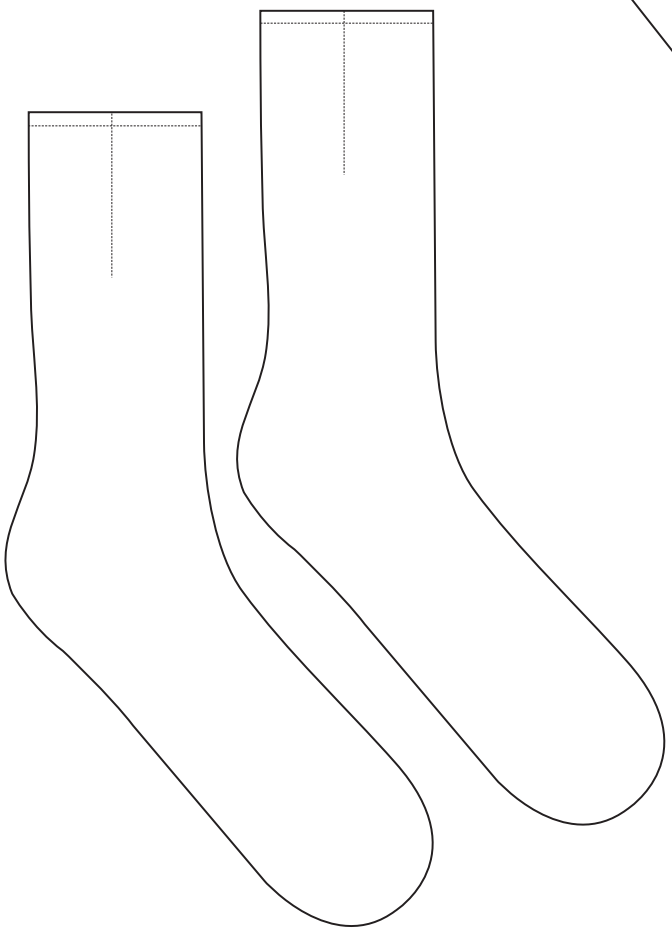
NOME DA PEÇA: MEIAS

DESCRIÇÃO DA PEÇA: MEIAS COM APLICAÇÃO DE TAPEÇARIA.

ILUSTRAÇÕES



DESENHO TÉCNICO



DETALHES



MATERIAIS

MALHA TRICOT CIRCULAR
Composição- 100% CO

AMOSTRA



COR
Branco

ETIQUETAGEM



PRODUTO FINAL



OBSERVAÇÕES:

DATA:20/06/2018

AUTOR: BASSE
BORDURE BASSE

REFERÊNCIA: TS01

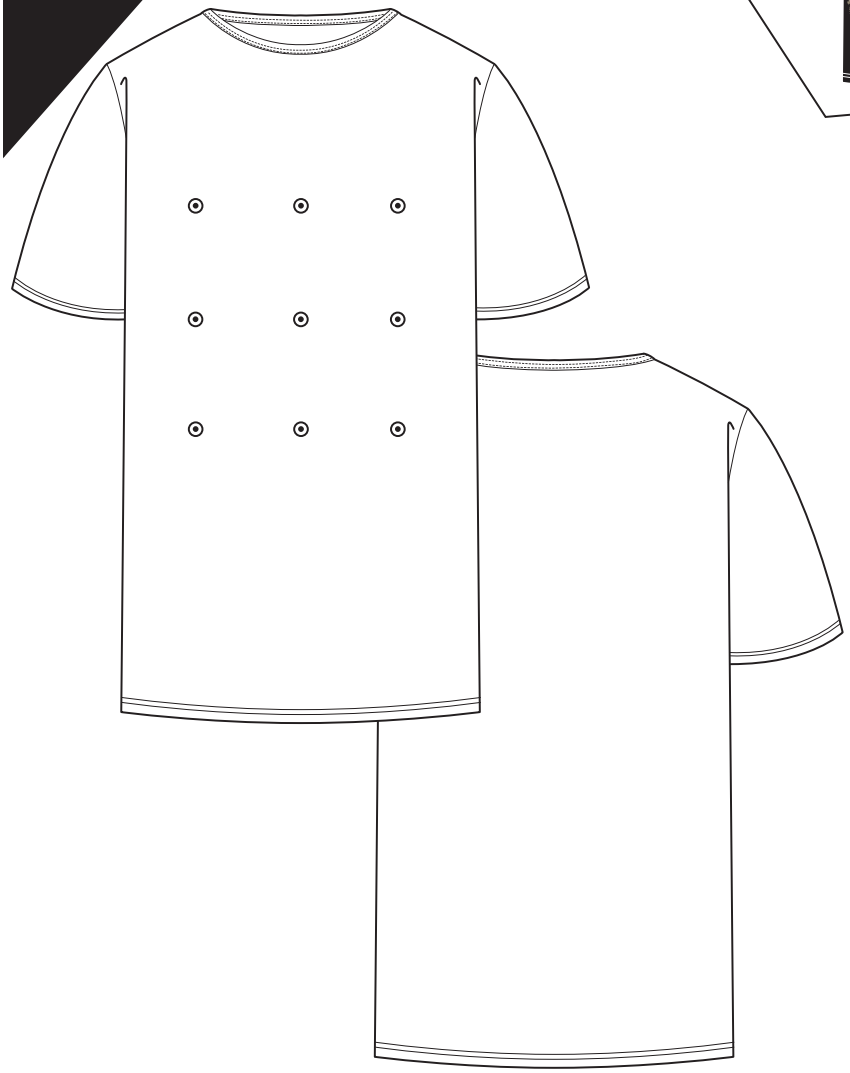
NOME DA PEÇA: T-SHIRT

DESCRIÇÃO DA PEÇA: T-SHIRT COM MOLAS DE PRESSÃO PARA COLOCAÇÃO DE TAPEÇARIAS AMOVÍVEIS.

ILUSTRAÇÃO



DESENHO TÉCNICO



DETALHES





MATERIAIS

MALHA JERSEY
COMPOSIÇÃO- 100% CO

AMOSTRA

COR
PRETO

ETIQUETAGEM



PRODUTO FINAL



OBSERVAÇÕES:

DATA: 20/06/2018

AUTOR: BASSE
BORDURE BASSE

REFERÊNCIA: TS02

NOME DA PEÇA: T-SHIRT COM TAPEÇARIA

DESCRIÇÃO DA PEÇA: T-SHIRT COM APLICAÇÃO DE TAPEÇARIA NA FRENTE.

ILUSTRAÇÃO



DESENHO TÉCNICO



DETALHES



MATERIAIS

MALHA JERSEY
Composição- 100% CO

AMOSTRA



COR
Branco

ETIQUETAGEM



PRODUTO FINAL



OBSERVAÇÕES:

DATA: 20/06/2018

AUTOR: BASSE
BORDURE BASSE

REFERÊNCIA: TS03

NOME DA PEÇA: T-SHIRT ESTAMPADA

DESCRIÇÃO DA PEÇA: T-SHIRT ESTAMPADA NA FRENTE E MANGAS.

ILUSTRAÇÃO



DESENHO TÉCNICO



DETALHES



MATERIAIS

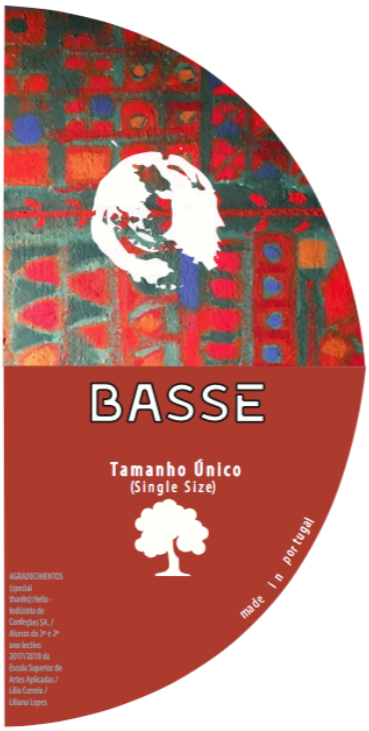
MALHA JERSEY
Composição- 100% CO

AMOSTRA



COR
Branco

ETIQUETAGEM



PRODUTO FINAL



OBSERVAÇÕES:

DATA: 20/06/2018

4.5. Elaboração de Tapeçarias

Para a elaboração desta mini-coleção comercial, foi necessário montar 11 teares, adaptados ao tamanho de cada peça. Consoante as aprendizagens da fase arte, conseguiu-se realizar tapeçarias consistentes, que deram resultado a um produto final excelente.

Para a elaboração das tapeçarias na parte da coleção comercial, foram definidas formas com o mesmo formato, nomeadamente o quadrado e o retângulo, exceto a tapeçaria para o chapéu, onde se desenvolveu a tapeçaria como se fosse um tecido e, depois foram cortados os moldes desta peça, dispostos em cima da forma artística.

Optou-se por fazer o quadrado e o retângulo, pois eram as figuras que se adaptavam mais para estar a trocar de tapeçaria, para além de encaixarem melhor a nível estético, pensando também, na parte em que quando é algo comercial tem de ser rápido de se fazer, daí não serem tapeçarias muito grandes, como as da parte artística, também para serem cómodas e era o tamanho que dava para fazer consequente aos teares disponíveis.



Fig.60 Elaboração de Tapeçarias - Linha Comercial (Fonte Própria)

4.6. Modelação

A Modelação no design de vestuário consiste na técnica responsável pelo desenvolvimento de moldes bidimensionais, que se traduzem em formas tridimensionais, a partir das medidas do corpo humano.

Para a linha comercial foram desenvolvidos moldes de t-shirt e *sweatshirt*, a partir de moldes base de corpo sem pinça de mulher, onde foram feitas alterações a nível do decote – aumento na altura e largura -, bem como nas cavas – desceram -,nas laterais frente e costas – aumentaram na largura e em altura-, sendo que a *sweat* difere na t-shirt em comprimento, pois a primeira a altura fica, num homem ligeiramente abaixo da cintura e, numa mulher nas pequenas ancas; no entanto, apresenta também uma carcela, com molas de pressão escondidas, onde posteriormente, foram colocados painéis de tapeçarias que aumenta a altura da *sweat*; e, a t-shirt apresenta um comprimento total pensado para assentar tanto na ergonomia do corpo de um homem, bem como no de uma mulher.

Também foram desenvolvidos acessórios como: uma *tote bag*, através de uma análise a vários tipos de *tote bags* que se encontravam no mercado, bem como um estudo ergonómico a malas e, às respetivas alças, para determinar o comprimento e largura ideais para transportar inúmeras coisas, admitindo que o pensamento recaiu particularmente nesta área de trabalho, pois diariamente transporta-se connosco vários tipos de materiais, que os formatos não são fáceis de guardar. Ainda, desenvolveu-se um chapéu "de pesca", através da destruição de um, que foi doado por uma colega de grupo, para entender a montagem e forma de confeção, para torna-lo reversível.

Para estas peças não foi necessária elaboração de protótipos, devido à simplicidade dos moldes desenvolvidos e, ao *know-how* adquirido durante o curso.

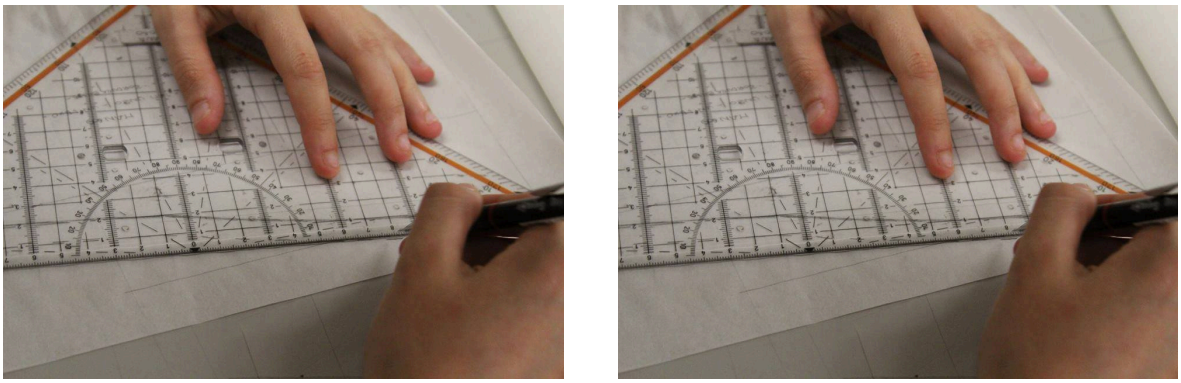


Fig. 61 Elaboração dos moldes para a Linha Comercial (Fonte Própria)

4.7. Produto Final

Nas seguintes imagens pode-se ver o resultado final da parte da coleção comercial, onde mostra as peças executadas e pormenores dos mesmos.



Fig. 62 T-shit 1 (Fonte Própria)



Fig. 63 T-shirt 1 Close-Up (Fonte Própria)



Fig. 64 T-shirt 1 c/aplicação da tapeçaria (Fonte Própria)



Fig. 65 T-shirt 2 Estampada (Fonte Própria)



Fig. 66 Meias (Fonte Própria)



Fig. 67 Tote Bag (Fonte Própria)



Fig. 68 T-shirt Tapçaria (Fonte Própria)

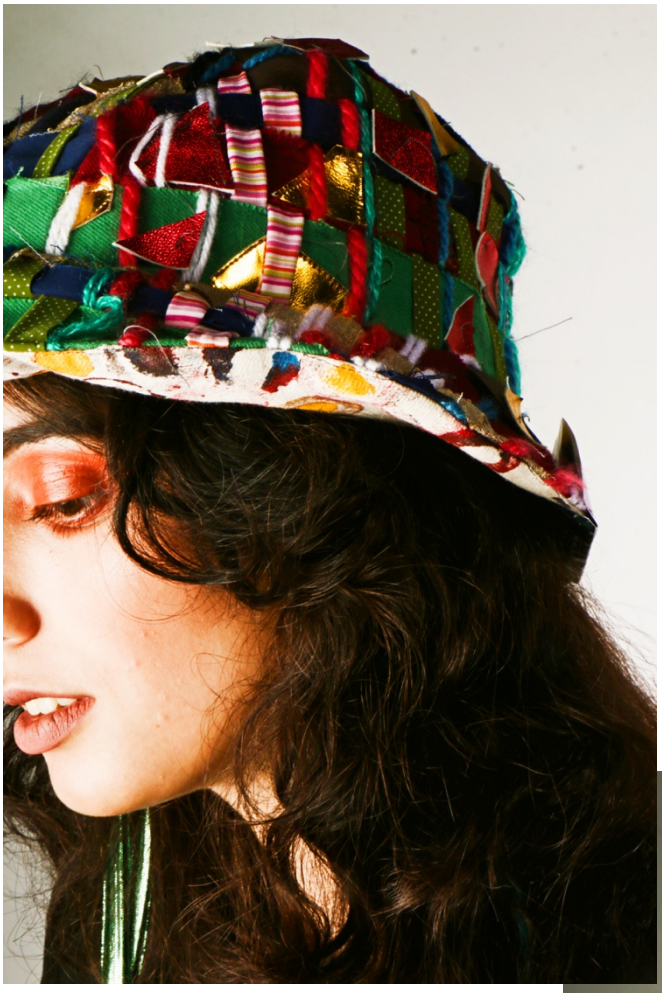


Fig. 69 Chapéu Reversível 1 (Fonte Própria)

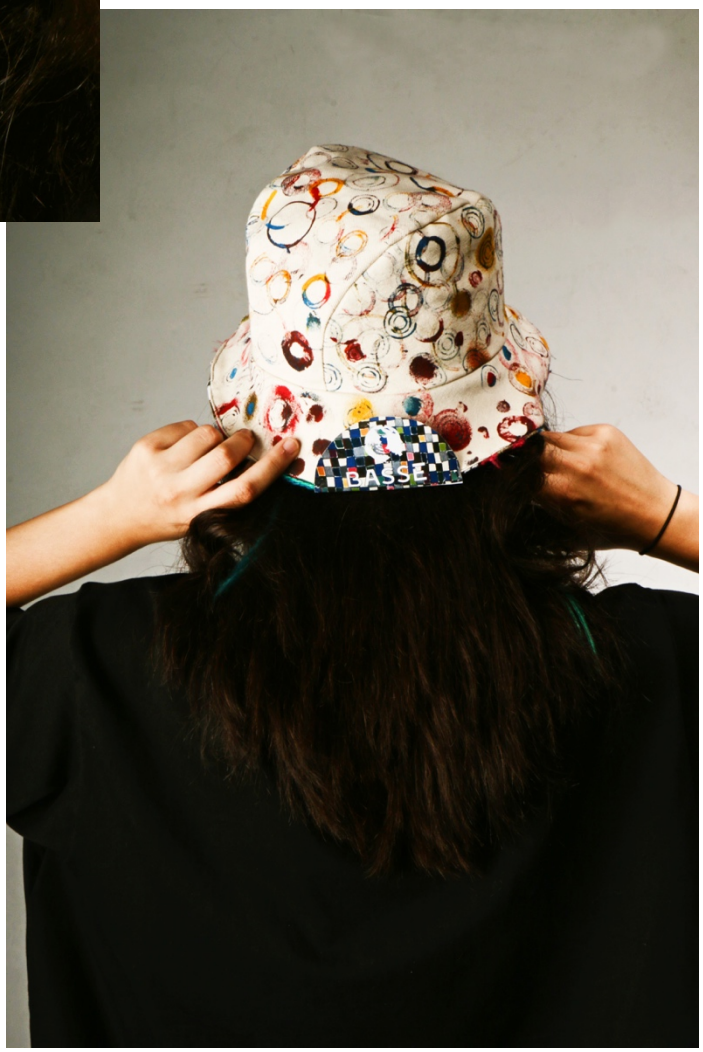


Fig. 70 Chapéu Reversível 2 (Fonte Própria)



Fig. 71 Sweat (Fonte Própria)

4.8. Ilustração

A ilustração é um meio de comunicar, visualmente, de uma forma artística e menos real, o produto final. Para a linha comercial, decidiu-se fazer ilustrações mais reais, não tão trabalhadas a nível de técnicas ilustrativas, mas sim a computador, para ter uma ligação com o aspeto mais prático do projeto.



Fig. 72 Ilustração Comercial 1 (Fonte Própria)



Fig. 73 Ilustração Comercial 2 (Fonte Própria)



Fig. 74 Ilustração Comercial 3 (Fonte Própria)



Fig. 75 Ilustração Comercial 4 (Fonte Própria)



Fig. 76 Ilustração Comercial 5 (Fonte Própria)



Fig. 77 Ilustração Comercial 6 (Fonte Própria)



Fig. 78 Ilustração Comercial 7 (Fonte Própria)



Fig. 79 Ilustração Comercial 8 (Fonte Própria)

5.Comunicação

5.1. Logotipo

Logotipo, ou logo, é um conceito na área da publicidade, marketing e *branding* que consiste na representação visual ou gráfica da identidade de uma marca ou empresa.

Tem o objetivo de a diferenciar dos seus concorrentes, criando uma ligação com os potenciais consumidores.

Para criar o logotipo deste projeto, foi necessária uma pesquisa sobre as regras e limitações, que dito seguidamente:

Pensar em todas a versões do logo (grande, pequeno, fundo de cor, fundo preto, etc.);

Consistência em fundo branco e em fundo preto;

Ter atenção às proporções entre as partes do logótipo para ser facilmente legível em qualquer tamanho;

Ter atenção à geometria implícita do logo;

Todos os elementos devem estar alinhados entre si;

Deve ser facilmente reconhecido com cores invertidas;

Conjugar com cuidado o símbolo com a tipografia e ter atenção à composição;

Não usar mais do que duas tipografias.

Todos estes pontos construem um manual de normas gráficas, que é um documento com linhas orientadoras para a correta aplicação do logótipo. Ou seja, todas as inúmeras vezes que a identidade seja aplicada, deve ter em consideração as normas registadas no manual.

Mas comunicação de uma marca é muito mais do que um logótipo, mas sim todo o conceito por detrás deste. E foi desta forma que se criou a marca BOURDURE BASSE, em português Beira Baixa.

Beira Baixa é a zona do interior que cobre o distrito de Castelo Branco, onde o Mestre Cargaleiro nasceu. Fez-se a tradução para francês desta região, pois França é o seu país de eleição.

Desta forma, o nome da marca representa a região de nascimento da fonte de inspiração do projeto, Mestre Cargaleiro, e além disso, foi onde todos os elementos do grupo se conheceram e uniram para o BOURDURE BASSE.

Seguidamente, é apresentado, então, o logo e o respetivo descritivo da marca. As fontes de tipografia utilizadas são:

QUICK (produzido por Muhammad Husni Haikal, download DAFONT.com)

LEIXO DEMO (produzido por Phitradesign, download DAFONT.com)

BASSE
BORDURE BASSE

Fig. 80 Tipografia (Fonte Própria)

Para uma identidade mais enriquecida foi criado um símbolo, feito com diferentes carimbos de batata estragada registados com tintas de água.

Surgiram formas abstratas no papel, posteriormente alteradas com mínima edição tecnológica, criando, desta forma, o símbolo da marca, apresentado seguidamente.

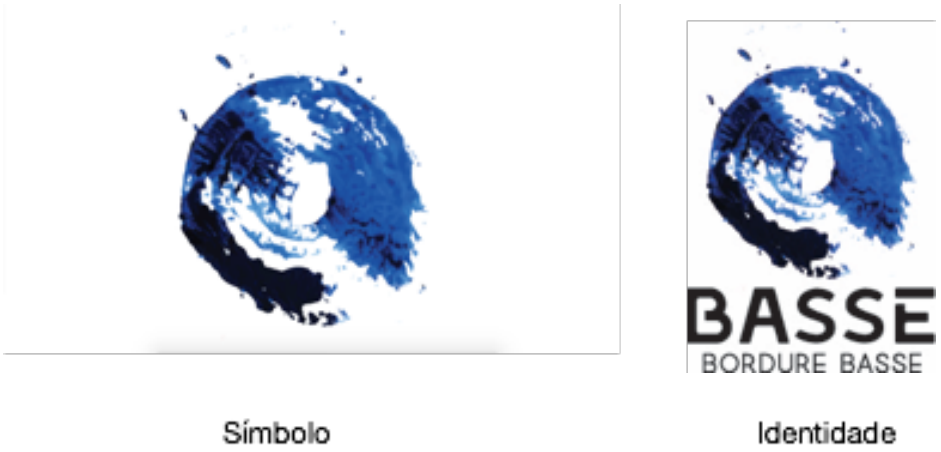


Fig. 81 Identidade da Marca (Fonte Própria)

A identidade escolhida para o logotipo representa a experimentação, o improviso e a busca pela arte neste projeto. O azul em homenagem ao Mestre Cargaleiro, por ser a sua cor de eleição. A forma em círculo torna a identidade intemporal, representando o infinito, a unidade e a harmonia.

E sem mais explicações, pode-se afirmar que a identidade escolhida para o projeto representa a sua plenitude, e todo o seu processo criativo e inovador.

5.2. Redes Sociais

O ser humano é uma entidade que sempre precisou de se relacionar, usando diversos meios, mas com a atualidade as pessoas deixaram de estabelecer o contacto pessoal, e passou a haver apenas contacto pelas redes sociais.

Por um lado, isso é mau, pois, as pessoas deixaram de ser sociais e de sair mais de casa, mas por outro, dado que quando as pessoas estão longe umas das outras, como quando alguém emigra é ótimo para manter o contato.

As redes sociais não são apenas usadas para comunicar com as pessoas, mas também para estar a par com tudo o que se passa no mundo, ver vídeos, ou até mesmo procurar emprego.

Após uma pesquisa entre os elementos do grupo a rede social escolhida foi o *instagram*, que consiste no compartilhamento de fotos e vídeos. Originalmente, uma característica distintiva era a limitação das fotos acerca do seu tamanho, que era o formato quadrado, semelhante com as *polaroids* antigas, e esse era o objetivo de quem criou o *instagram*, remeter para algo antigo.

O *instagram* é a aplicação mais usadas na atualidade, por todas as faixas etárias, até mesmo usado por marcas para promover a mesma, serve como montra daquilo que queremos tentar ser. Com mais de 700 milhões de utilizadores, o Instagram tem um papel fundamental na formação social e mental de muitos dos adolescentes e jovens que o usam diariamente, é uma boa influência em termos de autoexpressão e identidade pessoal, dizem os especialistas.

Segundo Simon Wessely, presidente do Colégio Real Britânico de Psiquiatria, "Tenho a certeza que as redes sociais têm um grande peso quando se fala de infelicidade, mas a sua utilização não tem só aspetos negativos… É necessário instruir e dar ferramentas às crianças para que aprendam a lidar com todos os aspetos das redes sociais – com o bom e com o mau – preparando-os para o crescente mundo digital. Há um certo perigo em culpar o meio pela mensagem".

Iniciou-se por partilhar o conceito, como se trabalhou o logo e a estamparia, através de batatas e cebolas fazendo cortes, mostrou-se, também, as tapeçarias e o editorial, foi, também, mostrado o dia a dia a trabalhar usando as *insta-stories*, isto é, fotos que são colocadas na nossa historia que irá durar apenas 24 horas. Para ter maior aderência utilizou-se o uso de *hashtags* para mais fácil procura. Tentando publicar todas as semanas para manter os seguidores interessados no projeto. Teve-se uma boa aderência à página, tivemos um certo número de seguidores que se pretendeu atingir, e felizmente superou-se esse número.

5.3. Editorial

Para realizar um editorial, tem que se respeitar algumas etapas fulcrais para melhor planeamento e realização do mesmo. Estas são as seguintes: propósito do editorial; pesquisa/referências; definição de conceito, elaboração de *moodboards*; escolha de local (*reperage*), shopping, casting de modelos, realização de editorial, escolha e pós-produção.

Propósito do editorial.

Este foi realizado com o intuito de criar uma plataforma e uma imagem de comunicação, do projeto. Para isto realizou-se um editorial em que se fez *styling* das várias tapeçarias (peça arte), em corpos humanos, de modo a torná-las usáveis e percetíveis, mantendo a sua linguagem artística.

Fase de pesquisa e procura de referências.

A pesquisa para um editorial de moda passa por explorar vários tópicos, não só ligados ao design de moda, mas também, o que é, provavelmente, mais importante, exercitar e enriquecer a cultura visual e artística. Para este fim, pesquisou-se várias referências em revistas, marcas e artistas que partilham o seu trabalho desta maneira. Criando uma base de "dados" com imagens interessantes e ideias que pudessem ser exploradas, tendo em conta as possibilidades, conhecimentos, meios e fins. Desta maneira, conseguiu-se, também, perceber exatamente o pretendido para o conceito e como o explorar.

Definição de Conceito

O conceito surgiu da necessidade de conjugar a arte com o design, mostrando que é possível a sua simbiose. Ao escolher misturar as peças por meio de styling, unificou-se a moda com o têxtil. Com isto, acabou-se por quebrar algumas barreiras sociais e de definição de conceitos, o que acompanha os objetivos do projeto.

Elaboração de moodboards

Nesta fase do processo, elaboraram-se dois *moodboards* para servirem de guia durante a execução do trabalho. Um deles é com exemplos e ideias de *styling* e de formas de conjugar as diferentes tapeçarias de forma a torna-las usáveis. O outro é com exemplos de poses e de tipo de fotografia para utilizar.



Fig.82 Moodboards de ideias para Styling_1 (Fonte Própria)

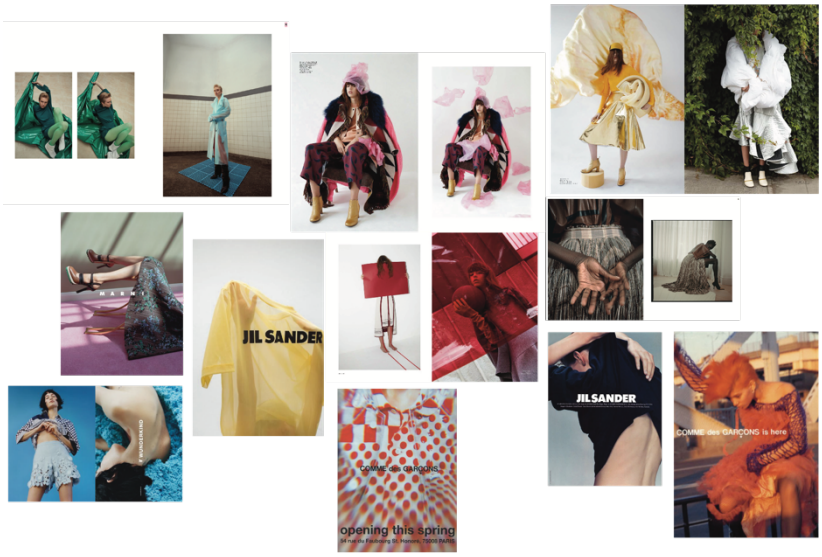


Fig.83 Moodboards (Fonte Própria)

Escolha de local

Para escolher o local pensou-se em três sítios diferentes, todos em Castelo Branco, devido ao final do semestre e, tendo uma coleção final e os trabalhos das outras disciplinas, não foi possível deslocar a um local mais longe para realizar o editorial. Acresce, também, o fato, de trabalhar com estruturas (relativamente) frágeis e cuidadas que, poderiam sofrer alguns danos no transporte e durante a rodagem do

editorial, se não fosse num espaço apropriado, tendo em conta que se trabalhou com peças têxteis.

Primeiro, pensou-se em dividir a produção em três locais distintos, sendo um mais próximo à linguagem natural e de simbiose com a natureza, outro num local "100%" humano, como por exemplo em casas, prédios ou museu e, o outro ser um intermédio dos dois para os interligar.

Ao fazer o *reperage* no local pensado como intermédio, percebeu-se que, não seria preciso nenhum dos outros locais, pois este, bem explorado, preenchia os requisitos de todos. O local escolhido foi o Barrocal, lugar com pedras gigantes em junção perfeita com a folhagem e, com a flora de Castelo Branco.

Shopping

O shopping, neste caso especifico, são as 11 tapeçarias realizadas na parte arte do projeto, e um look formado por calças de ganga denim e uma t-shirt preta ou bege.

Casting de modelos

Neste parâmetro, decidiu-se arriscar por modelos/pessoas com uma postura e imagem diferente, fora do normal e única. Para este meio, pediu-se a alguns membros da ESART para colaborarem neste processo. Os modelos foram, a professora Cristina Patrício, a aluna Esmeralda Ferreira, e o aluno Leandro Freitas. Neles encontrou-se aspetos únicos, como a diferença de idades, etnias e personalidade.

Realização de editorial

Para melhor aproveitar o dia e as diferentes luzes, iniciou-se o processo às seis horas da manhã, com transporte e preparação de local, modelos e tapeçaria, o qual se perlongou até às onze e meia horas da manhã, fazendo, depois uma pausa para escolha de primeiras imagens e, para ter um tempo disponível para realizar trabalhos para outras disciplinas. Como pretendeu-se utilizar a luz do fim do dia, voltou-se ao local, para trabalhar a partir das dezoito horas até às vinte e uma horas, parando depois, para voltar a escolher as fotografias, arrumar tudo e entregar o material necessário na ESART dentro das horas previstas.

Escolha e pós-produção

As fotografias para este editorial, foram escolhidas de forma a conseguir uma ligação entre as diferentes tapeçarias e conjugações, criando uma narrativa interessante a nível de imagem e moda. Procurando inserir pelo menos duas imagens com cada tapeçaria, mostrando de forma igual todo o trabalho. Estas tiveram pouca

edição, devido à falta de prática e pouco conhecimento, mas também pelo desejo de manter tudo a "nu" mostrando, assim a ideia numa linguagem muito simples e natural.

Este editorial pode ser consultado em Anexos.

5.5. *Lookbook*

L*ookbook,* pode ser traduzido como livro de *looks*, nada mais é do que um manual fotográfico para apresentar a marca, salientando as qualidades, detalhes, caimentos e movimentos dos produtos.

Este mesmo, apresenta ainda uma diversidade de *looks* que podem ser compostos com as peças e acessórios da coleção, auxiliando na escolha do cliente.

As peças geralmente são apresentadas vestidas em modelos ou manequins, o que torna mais fácil a visualização dos recortes e do *fitting*, assim como podem ser fotografadas em estúdio com fundo branco ou em outros ambientes que estejam em conformidade com a campanha e o conceito da coleção.

Propósito do lookbook

O lookbook ocorreu no estúdio da escola, pois já tinha sido explorado um editorial ao ar livre e, optou-se por fazer um em estúdio pois, este não cumpriu o resultado final esperado, visto que o espaço implicava uma equipa maior e mais dias de trabalho para captar registos diferentes, dado que são 11 peças com styling, o que dá variadíssimos looks e, também para haver mais tempo de explorar melhor o styling em si, acrescentando ainda as condições climatéricas.

Fase de pesquisa e procura de referencias

O desenvolvimento de um lookbook envolve não só o mostrar da peça, em si, mas também como vai funcionar o todo da fotografia, de cabelo, maquilhagem, poses, tipos de foto, espaço, luzes, tudo para que faça enaltecer a peça que se irá vender/mostrar ao cliente.

Para isso houve várias pesquisas, de artistas, de maquilhagem, de como seria o cabelo, o tipo de poses, styling, estudo de marcas concorrentes.

Após esse estudo, com as imagens e ideias que recolhidas, criaram-se moodboards dos mesmo para ser mais fácil de mostrar o pretendido.

Definição de Conceito

Neste processo determinou-se que se iriam escolher modelos/pessoas com uma imagem diferente, da típica "*girl next door*". Para isso foi pedido a quatro alunos da ESART para contribuírem neste lookbook. Os modelos foram, a aluna Esmeralda Ferreira, a aluna Mafalda Fialho, a aula Margarida Lopo e por fim o aluno Hítalo de Lacerda. Aproveitaram-se ao máximo as suas características únicas, desde a cor de pele, a estrutura da cara, até a sua personalidade.

Realização de Lookbook

Iniciado por volta das 10 horas da manhã com a preparação dos modelos, isto é, maquilhagem e cabelo, enquanto dois professores ajudavam com as luzes e, a coloca-las no sítio correto. Assim que os modelos ficaram prontos começou-se logo a fotografar, até à 13 horas da tarde, para se fazer uma pausa para o almoço, que se retomou logo a seguir. Assim que os modelos entraram em estúdio houve o retoque das maquilhagens para tirar os brilhos da pele, retocar a sombra e o batom, para continuar a fotografar, até as 17 horas da tarde. No final foi feita uma arrumação e limpeza do estúdio e devolveu-se todo o material da escola disponibilizado.

Escolha e Pós-produção

As fotografias para este lookbook foram selecionadas com o critério de tentar passar uma historia e, criar uma ligação entre elas, através do styling e, da sua junção em volta do modelo. Fotografou-se, também, a parte a coleção comercial onde se criou um elo de ligação entre o comercial e o artístico.

Elaboração de moodboards

Foram elaborados 5 moodboards que nos guiaram durante a realização do *lookbook*. E esses mesmos consistiam em ideias de maquilhagem, *hairstyle*, tipos de poses, tipos de fotografia e marcas concorrentes.



Fig. 84 Moodboard Cabelos_editorial 2 (Fonte Própria)



Fig. 85 Moodboard Make-up_editorial 2 (Fonte Própria)



Fig. 86 Moodboard Poses_editorial 2 (Fonte Própria)



Fig. 87 Moodboard Tipos de Fotos_editorial 2 (Fonte Própria)



Fig. 88 Moodboard Cabelos_editorial 2 (Fonte Própria)

Este *lookbook* pode ser consultado em Anexos.

5.4. Etiquetagem

Para qualquer produto comercial é necessário à sua etiquetagem, por ser um processo eficaz na sua identificação, com informações necessários para a venda e utilização deste.

Atualmente não basta ter um bom produto, é vital saber apresentá-lo ao mercado e a qualidade das etiquetas marca a imagem da empresa. Nada melhor do que uma embalagem inovadora e uma etiqueta atraente para levar o cliente a optar pelo produto.

Desta forma, com a inicial pesquisa de estudo de mercado, foram criados vários tipos de etiquetas para diferentes finalidades.

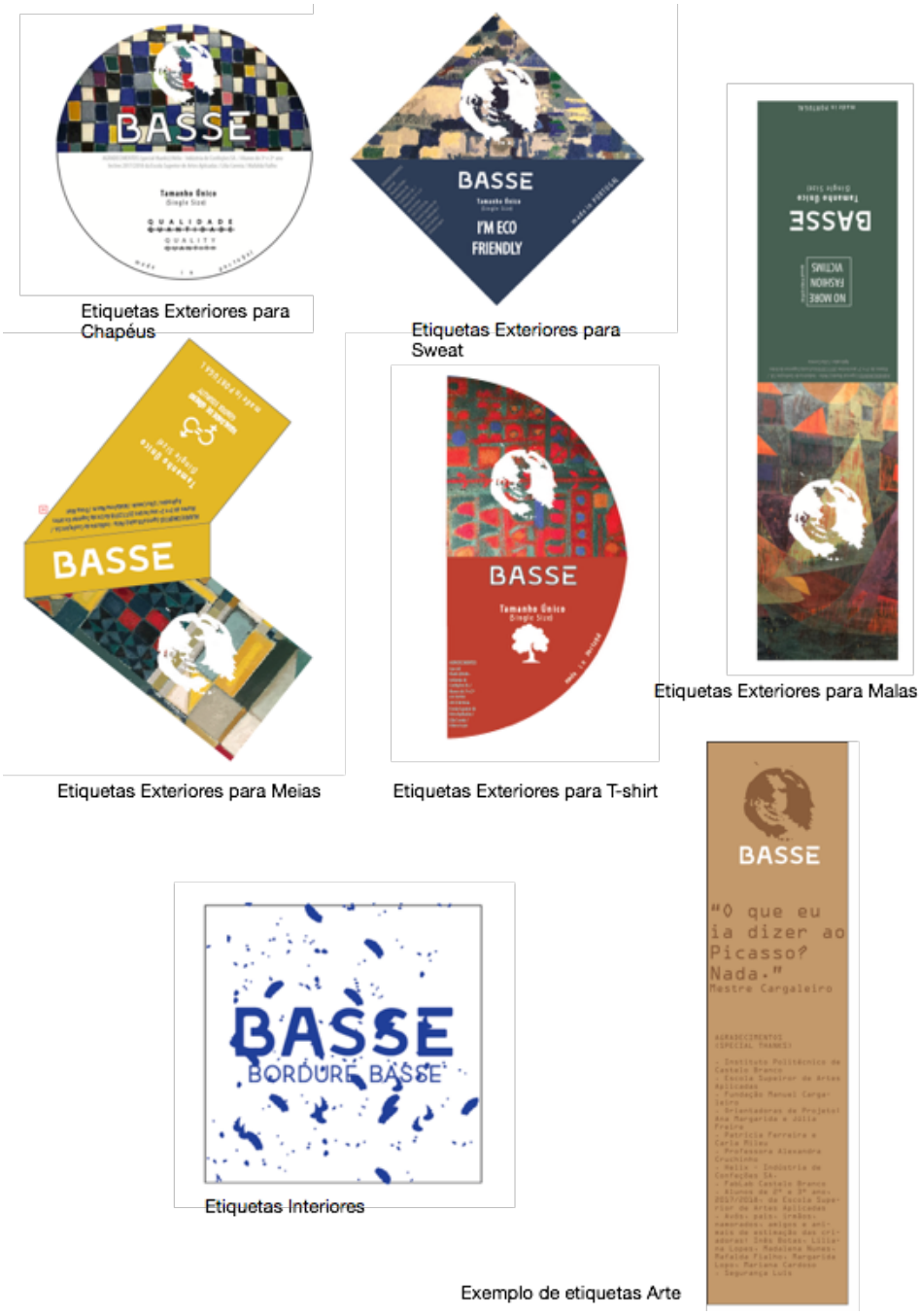


Fig. 89 Exemplos de etiquetagem (Fonte Própria)

Para a coleção comercial surgiu as etiquetas interiores, apresentada entre as seguintes figuras, estas são colocadas nas costas da roupa para identificação da marca. Foram também projetadas etiquetas exteriores, que identificam o tamanho da peça, o país de fabricação, ideias da marca e agradecimentos das ofertas para a criação da peça. Estas têm as formas do Tagran projetado para as tapeçarias.

5.6. *Packaging*

A palavra *packaging* pode ser traduzida em português, para embalagem, que é um recipiente ou envoltura que armazena os produtos temporariamente e serve principalmente para agrupar várias unidades de um produto, com o objetivo de criar melhores condições para distribuição, transporte e armazenagem. Outras funções da embalagem são: proteger o conteúdo, informar sobre as condições de uso, fazer a promoção do produto através de gráficos etc.

Com estas afirmações, sentiu-se que criar uma linha comercial não faria sentido, sem se pensar no seu *packaging,* pois só assim estaria completa.

A palavra chave da criação da embalagem, tal como de todo o projeto, foi a sustentabilidade, sendo o objetivo utilizar materiais pouco prejudiciais ao ambiente ou apenas embalagens que pudessem ser reutilizadas para armazenar outros produtos, dando-lhe, assim, um maior tempo de vida.

Foram criados diferentes *packagings* para cada produto, produzidos na mesma filosofia.

5.7. Exposição

Um dos objetivos deste projeto, é criar um produto arte, que pode ser exposto como tal, uma linha comercial, inspirada nesta arte, tornando-a exclusiva e com valor acrescentado e, partilhar a nossa visão de possível união entre os dois.

Realizar uma exposição, ou fazer parte de uma já existente com um conceito que abranja o nosso, sempre foi uma das metas a atingir.

Ao pensar-se/construir uma exposição, delineou-se um caminho, em que o observador tivesse acesso a todo o processo criativo. É importante, que o público encontre uma ligação própria com a mensagem que se pretende passar. Para tal, enalteceu-se técnicas antigas, conceitos recentes e difusos, querendo, por isso, esclarecer e clarificar tudo o que ajudou a chegar ao fim deste projeto.

O espaço estaria organizado da seguinte maneira: primeiro, está o conceito, exploração (páginas de sketchbook e brainstorming), moodboards e pesquisas que levaram até à definição do produto arte, pequenas amostras da parte experimental, necessária, feita antes da realização das tapeçarias definitivas; seguido por uma instalação de Arte (foco da exposição), as ilustrações de cada peça; algumas imagens do editorial e, possivelmente, uma parte com a linha comercial (sendo esta a "resolução do problema").

Esta instalação é composta pelas 11 tapeçarias, que se encontrariam separadas umas das outras, a "olho nu", mas que, quando o espetador se encontrariam num ponto especifico da sala, conseguiriam ver o tangram perfeito, formado pelas mesmas. Isto é possível, por estas se encontrarem a alturas e distâncias diferentes e especificas umas das outras.

Será possível, numa sala de multimédia, ver pequenos vídeos do processo criativo, montagem de teares, realização de tapeçarias e editorial e lookbook. Desta maneira, conseguiu-se uma melhor passagem da mensagem, mais uma vez, do trabalho artesanal e pensamento artístico que está por de trás de tudo o que pode ser visto em exibição. Assim, cumpriu-se o desejo de apelar ao (renovado) interesse pela arte têxtil e pelo trabalho artesanal e, fundir, de uma maneira pratica que Arte e Design e Moda e Textil podem andar lado a lado quer na industria artística como na da moda.

6. Logística e Gestão

6.1. Gestão de Recursos

A administração de matérias-primas, para este projeto, partiu da pesquisa de fornecedores que disponibilizassem os seus desperdícios de produção, a custo zero.

Depois da aquisição destes materiais, desenvolveu-se uma ficha de inventário, de modo a poder controlar o *stock* que se encontrava à nossa disposição, para a elaboração da coleção de tapeçarias, mas também das que integravam a linha comercial.

Seguidamente, criou-se uma sequência organizacional das matérias, através das cores, facilitando o processo criativo e, a escolha destes para a execução das peças finais, colocando em sacos plásticos biodegradáveis, bem como aproveitando sacos que se encontravam perdidos na sala da Confeção e, até mesmo caixas de sapatos que tinham o lixo como destino.

Após toda esta distribuição, foram cuidadosamente selecionados, dentro dos sacos e caixas, os materiais mais adequados, nomeadamente os mais resistentes, consistentes e atrativos, à elaboração das diferentes peças artísticas, bem como os da linha comercial, de modo a não comprometer a integridade do produto final.

Imagens representativas de todo este processo encontram-se no ponto 3.3.

6.2. Orçamentação

A orçamentação consiste na elaboração de uma ficha específica, onde se encontram tabulados os custos das matérias-primas, bem como os custos diretos de mão-de-obra e, ainda custos de outras operações adicionais, que estão inerentes à elaboração deste projeto.

Durante o período de trabalho foram contabilizadas as horas, estimados consumos e, determinados preços para as várias fases, que perfazem todo processo prático e teórico, estabelecido até à data.

Este ficheiro serviu de guia de controlo de custos de planeamento, comunicação e avaliação, para um melhor alcance dos objetivos deste projeto e, para manter o processo criativo, com os demais fatores influenciáveis, como a comunicação, coerentes.

Ficha de Orçamentação nº1

Cliente: Projeto Têxtil	Autor: Bordure Basse	Data : 27/06/2018

Custo de Matérias-Primas

Material	Ref.	Preço	Unidade	Consumo	Custo Total
Sarjão - 100%CO - CRU	SJ01CO	5,95 €	m	1,5 m	8,925€
Malha Cardada - 100% CO -PRETO	ML03CO	Oferecida €	m	1,20 m	-- €
Malha Jersey - 100% CO -BRANCO	ML01CO	Oferecida €	m	1,40 m	-- €
Malha Jersey - 100% CO -PRETO	ML02CO	Oferecida €	m	0,80 m	-- €
Doações de Restos - Multi - Variadas	Várias	N.A.€	m/restos	indeterminado	-- €
Total:					8,925€

Custo Diretos M.D.O.

Produto	Tempo Corte|Recolha|Montagem	Tempo de Confeção	Total
T-shirt	10min + 10min + 10min	45min/cada + 4h + 4h	3+3+3+13,5+72+72 =166,5 €
Hoodie	10min	1h + 4h + 4h	3+18+72+72 = 165 €
Tote Bag	5 min	10 min + 5h (tapeçarias)	1,5 + 3 + 90 = 94,5€
Chapéu	10 min	20 min + 3h	3+6+54 = 63 €
Meias	-	4h + 15 min	72 + 4,5 = 76,5 €
Preço Final: 166,5 + 165 + 94,5 + 63 + 76,5 = 565,5 €			
Tapeçaria 1 - Mafalda	12h	8h	216 + 144 = 360 €
Tapeçaria 2 - Botas	1h30min	3h	27 + 54 = 81 €
Tapeçaria 3 - Mafalda	8h	14h	144 + 252 = 396 €
Tapeçaria 4 - Mariana	16h	10h	288 + 180 = 468 €
Tapeçaria 5 - Lili	6h	16h	108 + 288 = 306 €
Tapeçaria 6 - Maggie	5h	8h	90 + 144 = 234 €
Tapeçaria 7 - Madalena	4h	8h	72 + 144 = 216 €
Tapeçaria 8 - Mariana	2h 30min	8h	45 + 144 = 189 €
Tapeçaria 9 - Madalena	2h	7h	36 + 126 = 162 €
Tapeçaria 10 - Botas	4h	17h	72 + 306 = 378 €
Tapeçaria 11 - Lili	45 min	19h	13,5 + 342 = 355,5€
Preço Final: 360 + 81 + 396 + 468 + 306 + 234 + 216 + 189 + 162 + 378 + 355,5 = 3 145,5 €			

Custo de Outras Operações

Operação	Custo	Tempo de Operação	Total
Aplicação de Molas	0,50€/uni - 13 €	2h	13€ + 36€ = 49 €
Packaging	11,90€	4h25min	11,90 +79,5 = 91,40 €
Etiquetas	5,40 + 2 + 12,30 €	10min + 25min	19,70 +10,5 =30,20 €
Impressões	3 + 44,09 €	150 min	47,09 + 45 = 92,09 €
Total:			49 + 91,40 +30,20 + 92,02 = 525,24 €

Custos Diretos: 565,5 + 3 145,5 + 525,24 = 4 236,24 €

Custos Indiretos: 40%* = 1 694,496 €

Total de Custos de Produção : 4 236,24 + 1 694,496 = 5 930,736 €

Observações:
CO - sigla têxtil algodão ; N.A. - Não Atribuído
Preço/h : 18 €/h = preço/min: 0,30 €/min *-valor estipulado por valores normativos

Fig. 90 Ficha de Orçamentação 1 (Fonte Própria)

Ficha de Orçamentação nº1		
Cliente: Projeto Têxtil	Autor: Bordure Basse	Data : 27/06/2018

Custo de Projeto

Processos	**Nº de horas**
Reuniões de grupo:	156 horas
Pesquisa	80 horas
Paineis | Temas | Paletas	24 horas
Materiais	80 horas
Formas | Esboços	32 horas
Ilustrações	16 horas
Fichas Técnicas	16 horas
Modelagem	6 horas

Total de Horas:	410 horas
Preço por Hora:	18 €
Preço do Projeto:	7 380 €
Preço Custo de Projeto Total:	7 380 + 5 930,736 = 13 310,74 €

% Produto Arte = 80% = 5904 €	% Produto Comercial = 20% = 1476 €
5904 € : 11 = 536,73€ p/ cada tapeçaria	1476 € : 5 = 295,2€ p/ cada peça
Preço Tapeçaria 1 = 360 + 536,73 = 896,73 €	Preço T-Shirt = 166,5 + 295,2 = 461,7 €
Preço Tapeçaria 2 = 81 + 536,73 = 617,73 €	Preço Hoodie = 165 + 295,2 = 460,2 €
Preço Tapeçaria 3 = 396 + 536,73 = 932,73 €	Preço Tote Bag = 94,5 + 295,2 = 389,7 €
Preço Tapeçaria 4 = 468 + 536,73 = 1 004,73 €	Preço Chapeu = 63 + 295,2 = 358,5 €
Preço Tapeçaria 5 = 306 + 536,73 = 842,73 €	Preço Meias = 76,5 + 295,2 = 371,7 €
Preço Tapeçaria 6 = 234 + 536,73 = 770,73 €	Preço Custo Produto Comercial = 2 041,8 €
Preço Tapeçaria 7 = 216 + 536,73 = 752,73 €	
Preço Tapeçaria 8 = 189 + 536,73 = 725,73 €	
Preço Tapeçaria 9 = 162 + 536,73 = 698,73 €	
Preço Tapeçaria 10 = 378 + 536,73 = 914,73 €	
Preço Tapeçaria 11 = 355,5 + 536,73 = 892,23 €	
Preço Custo Produto Arte = 9 049,53 €	

Preço Final Arte : 30 000 €	**Preço Final Comercial : 6 000 €**
Preço s/IVA : 24 390, 24 €	**Preço s/IVA :** 4878,05 €
Lucro : 269,52 %	**Lucro :** 238,91 %

Observações:
CO - sigla têxtil algodão ; N.A. - Não Atribuído
Preço/h : 18 €/h = preço/min: 0,30 €/min

Fig. 91 Ficha de Orçamentação 2

7.Conclusão

Já Pessoa dizia, "Tudo vale a pena quando a alma não é pequena". Este projeto de grande dimensão, que exigiu um esforço muito grande, tanto a nível físico, como a nível psicológico, foi bastante recompensador.

A capacidade de interligar uma figura proeminente da cidade de Castelo Branco como, o Mestre Cargaleiro, com o projeto, criando uma simbiose entre a arte do artista com a instalação e as tapeçarias, ligando as peças da linha comercial que, mantém na sua génese, a inspiração do Mestre.

Mas também, com este trabalho conseguiu-se tocar todas as valências que o curso de Moda e Têxtil ofereceu, nestes três anos de curso, tanto na parte Têxtil – como parte central -, com Design Têxtil, Materiais, Desenho Têxtil Assistido por Computador, Análise e Produção Têxtil e, Tapeçaria Contemporânea; como na parte Moda – como parte secundária -, com Design de Moda, Teoria e Prática do Design, Confeção, Modelagem, Desenho de Vestuário e Têxtil Assistido por Computador, Estudos da Composição, Desenho de modelo e Ilustração; mas também, na parte da Comunicação, com Fotografia, Criatividade e Inovação, Marketing e Publicidade, Psicologia da Perceção e Comunicação Visual e, Inglês; finalmente, para a junção do projeto todo – ACP Texto, Gestão da Produção e vários seminários efetuados ao longo do curso.

Para além das academias, o crescimento pessoal e individual que cada membro do grupo teve, sempre ligado à capacidade de trabalhar num ambiente multifacetado, gerindo emoções e personalidades dos companheiros, com o objetivo de uma boa organização e comunicação entre os diferentes departamentos, ao longo das diversas etapas que este projeto exigiu do grupo e, consequentemente, de cada pessoa.

7.1. Respostas e Objetivos

No inicio deste projeto, colocou-se como objetivo a cumprir todos os requisitos que são apresentados no índice, mas também na pré-proposta entregue previamente em outubro, os quais: exploração da componente têxtil do curso, nomeadamente na criação de uma coleção que envolvesse as áreas da tapeçaria e a estamparia, com a aplicação de diferentes técnicas, que resultaram numa instalação de grande magnitude, solidificando desta forma os conteúdos abordados em contexto académico ao longo destes três anos.

Um dos principais objetivos era tornar este projeto o mais sustentável possível, o que não foi fácil, pois a cadeia de trabalho e as metodologias do processo criativo, por vezes vivem muito do desperdício de papel e do plástico. No entanto, a recolha e a escolha de materiais foi feita de uma forma ecológica, pelo aproveitamento de desperdícios das empresas e de doações particulares, sem qualquer tipo de gastos de transporte.

Outro objetivo era conseguir unir a Arte com o Design, que se materializou na coleção comercial, pelo uso de tapeçarias contemporâneas artísticas, executadas de forma artesanal e, aplicadas a peças básicas comerciáveis.

Seguidamente, outro objetivo foi interligar a Moda com o Têxtil, através de todo um styling pensado e cuidado, com as tapeçarias, componentes da instalação; mas também, através do têxtil das tapeçarias da linha comercial, onde se criou um compromisso entre o consumidor e a peça, de forma a que esta tenha um período de longevidade superior à de uma peça de produção em massa e, um valor de mercado acrescentado.

Do mesmo modo, sendo a comunicação outra parte fundamental deste projeto, tentou-se promover e agilizar competências ligadas aos processos e produtos que foram desenvolvidas, tanto na área artística, bem como na área comercial, sendo que houve alguma aderência por parte das redes sociais, nomeadamente o *instagram*, mas também na aquisição de ferramentas no uso de meios audiovisuais, como a fotografia, na concretização dos editoriais e do catálogo e, no desenvolvimento de todo o registo de etiquetagem e embalagem.

Para finalizar, mesmo ainda não tendo possibilidade de dar resposta concreta a este tópico, a exposição continuará a ser um dos grandes objetivos finais, para não deixar este projeto morrer na memória do historial desta longa caminhada do curso.

7.2. Benefícios

Com este projeto pretende-se dar ao consumidor, benefícios que diferenciem o leque de produtos desenvolvidos de qualquer outro.

A instalação arte, bem como a coleção de tapeçarias que a constitui, trazem ao publico que as absorve, uma forma original de refletir e despertar a curiosidade, abrindo horizontes para novas visões sobre o têxtil na Arte. Devido a esta ramificação artística ser pouco explorada, em contraste com as academias, surge uma oportunidade de interesse e relevância junto dos colecionadores, bem como dos museus e galerias de arte.

A coleção comercial surge como uma mais valia neste projeto, pois pretendeu-se dar ao público um produto artístico, mas sobretudo exclusivo, pois não existe reprodução dos componentes "arte", nomeadamente as tapeçarias e as estampas, tornando-os assim únicos. Ainda, apresenta características singulares de versatilidade, pois possui uma dinâmica especial na conjugação de materiais e formas que constituem estas aplicações. O que para um consumidor *premium* torna-se um produto bastante apelativo e, consciente.

7.3. Fatores Críticos de Sucesso e Insucesso

Fatores Críticos de Sucesso:

-Em primeiro lugar, considerou-se o projeto uma vitória, pois desenvolver um trabalho desta magnitude ao longo de um semestre, sendo que, neste mesmo, cada discente conseguiu fazer, ainda, uma coleção de 5 coordenados para apresentar em desfile com parâmetros de qualidade impostos, sem esquecer as restantes cadeiras que envolveram vários trabalhos práticos.

-Em segundo lugar, consegui-se pegar num projeto final de curso académico, e transforma-lo num projeto com hipóteses de continuação para o futuro.

- Em terceiro lugar, a possibilidade de abrir novos horizontes a pessoas, que não tem contacto no dia a dia com este tipo de projetos e, esta área de trabalho.

- Em quarto lugar, a capacidade de trabalhar num grupo repleto de personalidades únicas e visões distintas e, conseguir interligar todas as funções e características individuais, para a execução de um trabalho exigente, dinâmico e, diversificado. Ainda foi possível, reforçar as ligações de trabalho entre turma com o grupo, através do material doado, dos desperdícios de corte e confeção das coleções destes.

- Em quinto lugar, a aderência que o projeto começou a ter, mesmo em fases iniciais, com o contacto de entidades exteriores ao instituto politécnico, onde se sentiu um grande reconhecimento do trabalho.

-Em sexto lugar, a exploração de técnicas e de materiais têxteis diferentes, bem como a aplicação de materiais não usuais na tapeçaria, que usa tradicionalmente o fio.

-Em sétimo lugar, o uso de recursos e métodos simples, com materiais elementares, que resultaram num trabalho de alto potencial.

-Em oitavo lugar, conseguiu-se atingir boas conclusões a nível de design, nas formas, para criar um produto viabilizado e, desejável a nível comercial.

-Em nono lugar, ao nível da comunicação, pois conseguiu-se desenvolver a parte gráfica da marca de uma forma profissional, nomeadamente, com o desenvolvimento de um manual de normas gráficas – logotipo e nome de marca, um layout específico, embalagens previamente estudadas e etiquetagem especial, pensada para os diferentes tipos de produtos; os diferentes editoriais projetados, em ambientes completamente distintos, e, ainda conseguiu-se criar um *lookbook* e, elaborar um catálogo para apresentação a museus e galerias de arte; quanto às redes sociais, obteve-se uma boa aderência nestas plataformas, chegando aos 130 seguidores no mês de Junho, com promessas de crescer, e com prospeções de mercado, devido a um interesse assumido, por parte de duas páginas de *instagram* de galerias de arte, em ver o produto final, de forma a depois poderem expor, e até partilhar, o projeto.

-Em décimo lugar, conseguiu-se desenvolver produtos “arte” que irão criar impacto no público, pela forma como poderão cativar a exploração desta área.

-Por último e, por ser um fator ambíguo, conseguiu-se obter uma grande aderência na iniciativa da recolha de material, por parte da empresa da orientadora Professora Júlia Freire, mas também por parte dos colegas de curso de 3º e 2º ano, que se disponibilizaram a dar todo o tipo de restos e desperdícios, fosse grande ou pequeno, para utilizar. No entanto, apesar do bom pesar mais que o mau, não se utilizou todo o material que foi disponibilizado, ficando com muito *stock* de material.

Fatores Críticos de Insucesso:

-Um dos maiores fatores críticos de insucesso foi a gestão de *timings*, tanto na questão de gerenciar a quantidade de trabalho que o projeto exigiu, com o resto dos trabalhos das outras unidades curriculares; mas também, no cumprimento do planeamento e do cronograma previamente estabelecido. Ainda, o tempo gasto em todo o processo foi demasiado moroso, devido à complexidade e, à quantidade de etapas estabelecidas, para a realização de todo o projeto.

-Outro fator relevante, foi na elaboração das tapeçarias artísticas, onde se observou que depois de executadas, algumas não ficaram bem estruturadas, pois durante o manuseamento delas nos editoriais e lookbook, levou a deformações de algumas. Isto também se deveu ao fato, da elaboração ter sido feita com muita pressão para conseguir cumprir o tempo que lhe estava destinado.

-Um fator determinante deste projeto, foi o fato de inicialmente serem apresentadas muitas ideias e objetivos distintos, que consequentemente tiveram de ser editados e, alguns eliminados, pois era necessário traçar caminhos para evitar uma dispersão do projeto, que já englobava muitas tarefas e pontos de foco bastante importantes, que poderiam fracassar pela possível falta de tempo e, pelas condições de instalações que foram disponibilizadas.

7.4. Perspetivas Futuras

Bordure Basse é um projeto realizado a nível acadêmico contudo desde o inicio, não se quer que fique simplesmente pela escola, que não “morresse na praia”, porque a certeza que iria ser um projeto cheio de talento e que seria demasiado trabalhoso a fim de ficar só na instituição. Umas das perspetivas futuras é a realização de várias exposições por Portugal e pelo Mundo, ter a possibilidade de mostrar que a arte não é só arte e que o design não é só design, mas sim um todo. Mas também, dar a conhecer o mestre que serviu de inspiração , o Mestre Cargaleiro.

Se o projeto tiver o sucesso esperadp, também poder-se-á criar mais coleções comercias limitadas, e possivelmente desenvolver novas peças, mas sempre dando um toque especial de peça única, como todas o são.

Outro objetivo é continuar futuramente com a marca, Bordure Basse, mantendo sempre as bases de sustentabilidade e reutilização de desperdícios. Bem como desenvolver nas peças comerciais tapeçarias com as mesmas medidas para fazer uma gestão de recursos, de forma a não ter *stock* guardado.

8.Bibliografia

Gwilt, Alison, Moda Sustentável Um guia prático, São Paulo: Gustavo Gilli

Salcedo, Elena, Moda ética para um futuro sustentável, Barcelona: Gustavo Gilli

Melo, Alexandre, Arte, 4ªedição, Portugal, Quimera

Munari, Bruno, Das Coisas Nascem Coisas, 1981, Portugal, Edições 70

Vários, Design em Aberto, uma Antologia, Porto, Centro Português do Design

Bueno Pezzolo, Dinah, Moda e Arte: Releitura No Processo de Criação, 2013, São Paulo, SENAC

L. Duarte, Cristina, O que é Moda, 2004, Quimera

Bueno Pezzolo, Dinah, Por Dentro da Moda: Definições e Experiências, 2009, São Paulo, SENAC

Broughton, Kate, Textile Dyeing: The Step-By-Step Guide and Showcase, 1ªEdição, 1996, Inglaterra, Rockport Pub

9.Webgrafia

http://www.fundacaomanuelcargaleiro.pt/colecao.aspx

http://espiraldotempo.com/2017/03/16/arquivos-recordar-a-entrevista-exclusiva-a-manuel-cargaleiro/

https://www.publico.pt/2001/10/01/jornal/cargaleiro-na-espiral-do-tempo-162467

https://arquivos.rtp.pt/conteudos/manuel-cargaleiro/

https://www.publico.pt/2017/03/16/culturaipsilon/entrevista/manuel-cargaleiro-ha-pintores-que-so-gostam-da-pintura-deles-eu-gosto-da-pintura-dos-outros-1765176

https://www.mundoportugues.pt/64409/

https://gulbenkian.pt/noticias/artistas-portugueses-em-paris-uma-historia-oral/

http://rr.sapo.pt/video/161035/manuel-cargaleiro-nao-tenho-medo-da-morte

https://www.refinery29.com/sustainable-fashion-shopping-tips

http://www.greenstrategy.se/sustainable-fashion/what-is-sustainable-fashion/

https://www.ispo.com/en/products/id_79702904/more-sustainability-textile-industry-has-to-reinvent-itself.html

file:///Users/MarianaCardoso/Downloads/sustainability-09-01592.pdf

https://en.unesco.org/sdgs

http://www.sustainablebrands.com/news_and_views/walking_talk/sustainable_brands/apparel_retail_textile_heavy_hitters_unite_around_sdg

https://www.huffingtonpost.com/daniel-grant/sustainability-and-art-schools_b_1417562.html?guccounter=1

http://www.revolucaoartesanal.com.br/relacao-entre-arte-e-sustentabilidade/

https://www.apambiente.pt/_zdata/Politicas/DesenvolvimentoSustentavel/1972_Declaracao_Estocolmo.pdf

http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001318/131873por.pdf

https://www.activesustainability.com/sustainable-development/art-and-sustainability/

https://gulbenkian.pt/noticias/a-pegada-da-sustentabilidade-na-arte/

https://www.temposdegestao.com/sustentabilidade/e-preciso-mudar-o-modelo-da-atual-gestao-empresarial

https://www.youtube.com/channel/UCKASyZYcyyXIjp8Zw9wTAEw

https://www.instagram.com/?hl=en

https://www.woolandthegang.com/

http://rachelmanns.com/

http://victoriaudondian.com/

https://www.pinterest.pt/

http://el-anatsui.com/

https://www.artsy.net/artist/el-anatsui?page=1&sort=-partner_updated_at

http://mtportalegre.pt/pt/

http://modahistorica.blogspot.com/2013/05/o-que-e-moda.html

https://www.dafont.com/pt/

https://www.behance.net/

https://art8amby.wordpress.com/

10.Anexos

10.1. Catálogo para Exposições

10.2. Editorial Arte

10.3. *Lookbook* Comercial

10.4. Manual de Normas