

## **COLEÇÃO CÁPSULA DE ACESSÓRIOS - MALAS**

### **Evolução dos acessórios e Conceção de coleção de malas**

Paula Fonseca Branco

#### **Orientadores**

Mestre em Design do Vestuário e Têxtil Joaquim Edgar Correia

Especialista em Modelagem e Confeção Carla Isabel Rodrigues

Trabalho de Projeto apresentado à Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Licenciatura, realizada sob a orientação científica dos Professores Joaquim Correia e Carla Rodrigues, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

**Junho de 2019**



## Composição do júri

### Presidente do júri

Doutora Ana Margarida Fernandes

Professora do Instituto Politécnico de Castelo Branco

### Vogais

Mestre Cristina Patrício

Professora do Instituto Politécnico de Castelo Branco

Engenheira Têxtil Cristina Queijeiro Almeida

Professora do Instituto Politécnico de Castelo Branco

Especialista em modelagem e Confeção Carla Isabel Rodrigues.

Professora do Instituto Politécnico de Castelo Branco



## Resumo

Os acessórios de moda, também chamados complementos, são hoje verdadeiros ícones de um determinado estilo. Um acessório é um item que complementa um look/visual, no entanto, na sociedade contemporânea, estes ganharam extrema importância e, tal como a roupa, estão sujeitos a tendências. A mala enquanto objeto portátil da moda é a chave para um look atual e também o veículo para expressar ideias e marcar a individualidade e singularidade.

Pretende-se que este trabalho seja de caráter teórico/prático.

O enquadramento teórico visa estudar a evolução dos acessórios de moda, especificamente a mala, com o objetivo de compreender a importância do acessório de moda na sociedade atual. Este estudo incide na evolução da mala desde o seu aparecimento até às tendências atuais, fazendo sempre o paralelismo com a história da moda, de forma a enquadrar esta evolução a nível político, económico, tecnológico e social.

O comportamento do consumidor será um ponto-chave nesta investigação: assim foi desenvolvida uma coleção de malas com design atual, privilegiando-se a função, o conforto e a segurança, seguindo as tendências atuais. Adotou-se um look casual/chique, simples e minimalista, onde o detalhe (acessório) ganha ênfase e marca o estilo. A coleção foi inspirada no movimento Flower Power, dos anos 60, que se tornou o verdadeiro símbolo da não violência, do respeito pela natureza e da luta pela igualdade de direitos. A indumentária de guerra é mote para o desenvolvimento de acessórios de moda (malas).

## Palavras Chaves

Minimal.

Simplicidade.

Intemporal.

Design.



## **Abstract**

Fashion accessories, also called accessories, are today true icons of a certain style. An accessory is an item that complements a look / look, however, in contemporary society, these have gained extreme importance and, like clothing, are subject to trends. The handbag as fashionable portable object is the key to a current look and also the vehicle to express ideas and mark individuality and uniqueness. It is intended that this work be theoretical / practical.

The theoretical framework aims to study the evolution of fashion accessories, specifically the suitcase, in order to understand the importance of the fashion accessory in today's society. This study focuses on the evolution of the suitcase from its appearance to the current trends, always making the parallel with the history of fashion, in order to fit this evolution in political, economic, technological and social level.

The consumer behavior will be a key point in this investigation: thus a collection of suitcases with current design was developed, privileging the function, the comfort and the security, following the tendencies proposed for the winter of 2020. It adopted a look casual / chic, simple and minimalist, where detail (accessory) gains emphasis and style. The collection was inspired by the Flower Power movement of the 60s, which has become the true symbol of non-violence, respect for nature and the struggle for equal rights. War clothing is a motto for the development of fashion accessories (suitcases).

## **Keywords**

Minimal.

Simplicity.

Timeless.

Design.



# Índice Geral

Resumo .....	V
Palavras Chaves .....	V
Abstract .....	VII
Keywords.....	VII
Índice de figuras.....	XI
Capítulo 1.....	1
1. Introdução .....	1
Enquadramento da problemática em estudo:.....	1
Proposta de trabalho.....	3
Metodologia/Organização.....	5
Capítulo 2.....	7
<b>MODA &amp; ACESSÓRIOS</b> .....	7
A moda e o Design.....	7
Capítulo 3.....	9
<b>EVOLUÇÃO DA MALA</b> .....	9
3.1 Enquadramento histórico .....	9
Século XIV e XV.....	10
Séculos XVI e XVII .....	11
Século XVIII .....	11
Século XIX .....	12
Século XX.....	13
De 1900 a 1930 .....	13
De 1930 a 1950 .....	14
De 1950 a 1970 .....	16
De 1970 a 1980 .....	18
De 1990 a 2000 .....	20
Definição de acessório de moda.....	22
A mala .....	25
Tipos de mala.....	27
Capítulo 4.....	33
4.1- A Guerra do Vietnam .....	33
4.2- Movimento Flower Power .....	34
<b>4.3- Minimalismo Contemporâneo</b> .....	35
Capítulo 5.....	37
5.1 - Comportamento do Consumidor .....	37

Definições de consumidor: .....	37
5.2- Marcas concorrentes .....	39
Capítulo 6.....	41
PROJETO DE COLEÇÃO.....	41
Tema/inspiração.....	43
Público-Alvo.....	45
Paleta Cromática e Materiais .....	47
Matérias-primas .....	49
Esboços .....	51
Fichas técnicas e Ilustrações.....	53
Orçamentação. ....	85
Conclusão:.....	87
Referências bibliográficas.....	89
Webgrafia.....	90

## Índice de figuras

Figura 1- - Escarcela alemã século XV (fonte: Johson, Anna (2002). Malas. o poder de um acessório).....	10
Figura 2- Escarcela alemã século XV (fonte: <a href="https://www.pinterest.pt/pin/313281717800435124/?lp=true">https://www.pinterest.pt/pin/313281717800435124/?lp=true</a> .....	10
Figura 3- swete bagges, século XVI .....	11
Figura 4- Reticule, meados do século XVIII.....	12
Figura 5- Mala de viagem alemã feminina, década de 60 do séc. XIX (fonte: Johnson, Anna (2002). Malas: o poder de um acessório) .....	13
Figura 6-Várias caixas toucadoras, carteiras em malha e caixas Dorine mostradas num catálogo Sears and Roebuck, do início do século XX (Fonte: Harris e Brown, 2003) .....	14
Figura 7 Mala britânica para transportar mascara de gás, 1940 (Fonte: Johnson, 2007). .....	15
Figura 8- Mala dupla: junção de formas fantásticas com utilidade prática, Roger Model para Elsa Schiparelli, meados dos anos 30 do séc. XX (fonte: Johnson, Anna (2002). Malas: o poder de um acessório).....	15
Figura 9-Chanel Bag- bolsa chanel 2.55 .....	16
Figura 10Le 69' bag, de Paco Rabanne. ....	17
Figura 11-Jane Birkin com a bolsa que leva seu nome (Fonte: <a href="https://www.google.com/search?q=birkin+bag&amp;oq=birkin+bag&amp;aqs=chrome..69i57j69i60j0l4.5632j1j7&amp;sourceid=chrome&amp;ie=UTF-8">https://www.google.com/search?q=birkin+bag&amp;oq=birkin+bag&amp;aqs=chrome..69i57j69i60j0l4.5632j1j7&amp;sourceid=chrome&amp;ie=UTF-8</a> .....	18
Figura 12- Mochila pocone · prada · 1987 (fonte: <a href="https://www.pinterest.ca/pin/553309504196153890/?lp=true">https://www.pinterest.ca/pin/553309504196153890/?lp=true</a> .....	19
Figura 13- propostas de acessórios da revista Vogue para a primavera 2019. Óculos de sol, chapéu, bolsa de mão, bandolete, fanny pack .....	23
Figura 14- Knuckle Duster clutch, Alexander McQueen. (fonte: <a href="https://www.farfetch.com/br/shopping/women/alexander-mcqueen-knuckle-duster-clutch-bag-">https://www.farfetch.com/br/shopping/women/alexander-mcqueen-knuckle-duster-clutch-bag-</a> ) .....	27
Figura 15- Mochila impermeável de couro (fonte: <a href="https://www.submarino.com.br/produto/27720408/mochila-imp">https://www.submarino.com.br/produto/27720408/mochila-imp</a> .....	27
Figura 16-sacos de compra (fonte: <a href="http://www.google.com">www.google.com</a> ).....	28
Figura 17-Trolley de viagem (fonte: <a href="http://www.google.com">www.google.com</a> ) .....	28
Figura 18- Mala de viagem (fonte: <a href="http://www.google.com">www.google.com</a> ).....	28
Figura 19- pastas para documentos em pele (fonte: <a href="https://www.staples.pt/pasta-para-documentos-napel-1075/cbs/482612.html">https://www.staples.pt/pasta-para-documentos-napel-1075/cbs/482612.html</a> .....	29
Figura 20- Carteira porta moedas (fonte: <a href="http://www.google.com">www.google.com</a> ).....	29
Figura 21-Carteira porta moedas (fonte: <a href="https://produto.mercadolivre.com.br">https://produto.mercadolivre.com.br</a> ). 29	

Figura 22 Pouch bag Paco Rabanne (fonte: <a href="http://www.farfetch.com">www.farfetch.com</a> ) .....	30
Figura 23- reticule (fonte: <a href="https://www.yourdictionary.com/reticule">https://www.yourdictionary.com/reticule</a> .....	30
Figura 24- Saddle bag Dior, bolsa usada pela personagem Carrie Bradshaw interpretada pela atriz Sarah Jessica Parker na serie Sex and the City (fonte: <a href="https://hypebae.com/2018/10/dior-saddle-bag-history-john-galliano">https://hypebae.com/2018/10/dior-saddle-bag-history-john-galliano</a> .....	31
Figura 25- Saddle bag Dior, nova versão apresentada por Maria Grazia Chiuri no desfile de inverno 2018. (fonte: .....	31
Figura 26 - Pochete OFF Whaite ss 2019 .....	31
Figura 27- - Guerra de Vietnam, por Nick Ut (fonte: <a href="https://www.lamonomagazine.com/facebook-censura-napalm-girl-la-mitica-foto-de-la-guerra-de-vietnam/">https://www.lamonomagazine.com/facebook-censura-napalm-girl-la-mitica-foto-de-la-guerra-de-vietnam/</a> ) .....	33
Figura 28- Rapariga com flor frente aos soldados por, Marc Riboud (fonte: <a href="https://observador.pt/2015/04/30/guerra-do-vietname-historia-as-imagens/">https://observador.pt/2015/04/30/guerra-do-vietname-historia-as-imagens/</a> .....	34
Figura 29- Composição minimalista de Anna Macdonald .....	35
Figura 30- Pannel das Marcas Concothentes fonte: autor. ....	39
Figura 33- Mood board de Inspiração (fonte: Autor). ....	43
Figura 34- Mood board do Público-Alvo (fonte: Autor).....	45
Figura 35- Tabela da paleta cromática e dos materiais, fonte autor.....	47
Figura 36- Esboços , Sketch -Book, Fonte Autor. ....	51

# Capítulo 1

## 1. Introdução

### Enquadramento da problemática em estudo:

A moda esta presente nas nossas vidas desde sempre e ela não é apenas vestir, mas sim o desejo de possuir e de viver é uma forma de estar e agir. A moda, hoje, não é apenas um luxo estético da vida coletiva: “tornou-se um processo geral atuante em tudo o que diz respeito à produção e consumo de objetos, à publicidade, à cultura, aos media, às próprias alterações ideológicas e sociais” (Lipovetsky, 2010).

Neste sentido, os acessórios de moda ganham particular interesse, ao contrário do vestuário não têm sido um alvo constante de estudo. É importante perceber a evolução histórica destes numa perspetiva do design de moda. Um acessório de moda já não é apenas um objeto funcional, como o foi nos primórdios da sua história, não serve simplesmente para guardar/transportar objetos. Atualmente tem uma linguagem e significados próprios. A marca do acessório de moda e o seu design comunicam por si mesmo. Na verdade, a sociedade atual coloca a palavra cada vez mais em segundo plano, dando prioridade à imagem, ao vestuário, que como sistema rigoroso de signos, adquire sempre uma concentração simbólica maior (Squicciarino, 1988). Afinal, os seres humanos comunicam não só por palavras, mas também com gestos, com a “linguagem do vestido”, que é cheia de mistério e mais sedutora (...) e com as criações de moda (Fink,1969). Também as marcas comunicam por si mesmas. O estatuto de determinada marca influencia o consumidor, pelo que esta representa o prestígio que pode ou não conferir. Na sociedade atual de consumo, chegámos a um momento em que a comercialização dos modos de vida já não encontra resistências estruturais, culturais ou ideológicas e em que as esferas da vida social e individual são organizadas em função da lógica de consumo (Lipovetsky e Charles,2004). A importância dos acessórios de moda, particularmente das malas é evidente. Estas já não são encaradas apenas como um objeto útil que guarda/acondiciona/transporta, concedendo ao utilizador determinado estilo e/ou estatuto. Deste modo é pertinente estudar as malas no universo do design de moda.



## Proposta de trabalho

Desde sempre o ser humano usou acessórios. Assim, nos tempos pré-históricos o homem já usava adornos feitos com objetos com que se deparava e conseguia manusear, tais como: pedras, conchas de moluscos, caracóis, ossos, fósseis, sementes, entre outros.

Não se conhece exatamente a origem da mala, mas, segundo pinturas rupestres, a mulher também já usaria um objeto, talvez em pele, parecido com uma bolsa, pendurada ao ombro, para transportar objetos.

Os acessórios foram-se desenvolvendo ao longo dos séculos, a par de toda a evolução do ser humano, seguindo as mesmas tendências e estilos, ambos usam o corpo como meio de suporte e ligação.

Com este projeto pretende-se demonstrar a importância do acessório na moda e estudar a evolução ao longo dos tempos, em particular, a mala.

Os objetivos do presente projeto assentam no seguinte:

- Compreender a importância do acessório na moda e no design de moda
- Analisar os diferentes modelos/estilos de malas;
- Estudar a evolução histórica da mala;
- Conceber uma coleção de malas com design moderno, minimalista considerando as tendências e cores propostas para outono/ inverno 2020.



## Metodologia/Organização

A metodologia utilizada para a organização deste projeto consistiu num estudo claro e de fácil entendimento.

O presente capítulo, enquadramento teórico consiste na introdução evidenciando a importância do tema, proposta de trabalho e objetivos e ainda a metodologia/organização do trabalho para a orientação do estudo.

No segundo e terceiro capítulo desenvolveu-se um trabalho de pesquisa sobre acessórios de moda, com especial enfoque no estudo das malas. Pretendeu-se retratar a história das malas de um modo geral, bem como a sua importância na moda. Para isso recorreu-se à pesquisa bibliográfica que incluiu livros, revistas da especialidade, sites da internet, entre outros.

No capítulo quarto o estudo incide no tema e na inspiração da coleção a desenvolver.

No quinto capítulo é analisado o comportamento do consumidor assim como o mercado concorrente face ao produto a criar.

No capítulo sexto pretende-se apresentar a conceção da referida coleção de acessórios, bem como o desenvolvimento do projeto que segue a metodologia projetual do design de moda. Em função das preferências dos inquiridos foi desenvolvida uma coleção de acessórios de moda “malas”.

Após uma análise crítica de todo o projeto, no sétimo capítulo serão comentadas as conclusões e refletidas eventuais sugestões para futuras investigações.



## Capítulo 2

### MODA & ACESSÓRIOS

#### A moda e o Design

Moda é arte? O design, um meio de comunicação, uma manifestação sociocultural, uma linguagem?! Afinal a moda é tudo isto e muito mais, são todos estes sentidos que merecem uma atenção especial para que o termo “Moda” seja compreendido na sua plenitude. A variedade de interpretações que o termo sugere está, intrinsecamente relacionada com as alterações socioculturais.

A moda é um fenómeno artístico e criativo que engloba quase a totalidade das artes. É um universo com um carácter essencialmente interdisciplinar, onde a sociologia, história, economia, religião, estética e as artes (design, pintura, escultura, cinema, teatro e artes performativas) são fundamentais para definição da mesma. Dorfler (1984: 13) defende que moda, “não é apenas um fenómeno frívolo, epidérmico, superficial, mas o espelho dos hábitos, do comportamento psicológico do indivíduo, da profissão, da orientação política, do gosto (...)”. Neste sentido compreende-se que a moda se relacione intimamente com o indivíduo, este encara-a como uma extensão do seu próprio corpo, estado de espírito, refletindo os seus pensamentos, ambições e estilo de vida. Por definição a moda também é mudança e vai além da roupa que usamos. É também ilusão, contribuindo para o nosso bem-estar alimentando as nossas inseguranças e aumentando a nossa confiança. Mas, a inovação mais significativa dos últimos 20 anos, mais importante ainda do que as várias mudanças na moda, foi a democratização do estilo. O estilo é visto como reflexo de uma escolha pessoal e a moda de hoje define-se por refletir o estilo pessoal. A moda é uma revolução constante. É uma indústria que assenta todos os seis meses numa revolta estética, em que se busca incessantemente a novidade ou pelo menos, o oposto daquilo que se usava na época anterior”.

“O individualismo na moda é menos glorioso, mas mais livre, menos decorativo, mas mais opcional, menos ostentatório, mas mais combinatório, menos espetacular, mas mais diverso.” (Gilles Lipovetsky, Imperio do efémero).

Segundo o dicionário de sociologia (1999: 302), moda “é concebida como o processo de transformação incessante e de tendência cíclica das preferências próprias dos membros de uma dada sociedade, em todas as espécies de domínios. (...) No entanto, restringe-se geralmente às preferências que não se reduzem a uma função propriamente utilitária (...) referência quase obrigatória que permitia manifestar a parte do social nos comportamentos individuais”. Baldini (2006: 2) afirma que “a moda joga um papel central nesta mudança intencional. Que nos convida a escolher entre a sedução e a elegância, entre o conformismo e a contestação, entre a juventude (cada vez mais in) e a maturidade (cada vez mais out). Com efeito, nos dias de hoje, esta tornou-se um fenómeno social de difícil definição dada a sua amplitude e a diversidade de opiniões de que tem sido objeto.” Numa outra perspetiva a definição de moda vagueia entre as fronteiras da arte e do design. Arte ou design? A primeira dificuldade com que nos confrontamos para responder a esta questão prende-se com as definições vagas de arte e de design. Isto é, quais os conceitos e as fronteiras que os separam?

Várias são as propostas, nada objetivas e claras, algumas controversas, não nos permitindo considerá-la uma arte ou olhá-la como design. A solução e a tentação, impele-

nos de olhar a moda como algo que fica no meio, reunindo e integrando as duas vertentes, a arte e o design. Como referido anteriormente, o termo moda tem estado intrinsecamente relacionado com as alterações socioculturais. Para defini-la, é imprescindível perceber a sua evolução no tempo e na sociedade.

Se a analisarmos, desde o final do século XIX aos dias de hoje, percebemos que o conceito de moda pode ter nascido nas casas de alta-costura, exclusiva da alta sociedade. Com a revolução impulsionada pela juventude, nos anos 60, a moda passa a ser criada nas ruas, influenciando as grandes marcas, originando, talvez, o pronto-a-vestir. Assim, numa visão simplista dos termos, associa-se o termo “arte” a moda de alta-costura e o termo “design”, a moda/pronto-a-vestir.

Empiricamente, a analogia dos modelos de alta-costura a objetos de contemplação é clara. Por sua vez, os modelos de pronto-a-vestir, pelas suas características, em que a função é aliada à estética, têm subjacente “design” como palavra de ordem. Neste contexto, Lipovetsky (2010:226) afirma que “o design é um hino à estreita modernidade (...) tal como a moda, o presente social. (...) Hostil ao fútil, o design é, todavia, subtendido pela mesma lógica temporal da moda. (...) Com tendência poetizada e pós funcionalista, o design, enquanto opera uma viragem espetacular, limita-se a exibir mais abertamente a sua essência-moda.” Moda é arte e design. As duas palavras parecem entrelaçar-se, (...) os dois conceitos perdem-se na arbitrariedade de uma fronteira, que nem sabemos ao certo se existe. A moda nesta ambiguidade de sentidos e definições corrompe as possíveis conceções de design de moda. Sendo assim, design de moda é desenhar/conceber/criar roupa ou estilos?! Ou uma forma de inculcar à sociedade, modos de vestir que espelhem os seus eus?! A diversidade de significados implica uma difícil definição de moda, e consequentemente design de moda. Num sentido mais amplo esclarecer design ajudará a perceber design de moda. De acordo com o Dicionário da Língua Portuguesa, da Porto Editora (2010:508), design é “desenho industrial e artístico, que serve de base à produção de novos objetos de uso comum, tendo em conta aspetos técnicos, comerciais e estéticos; conceção gráfica de um produto.”

O design pode ter várias definições, como por exemplo a que é descrita no livro *“Design do sec. XX”* definido no seu sentido mais global como a *conceção e planeamento de todos os produtos feitos pelo homem*, o design pode ser visto fundamentalmente como um instrumento para melhorar a qualidade de vida.

Deste modo podemos definir design de moda como uma das áreas do design que tem como objetivo o desenvolvimento de peças de vestuário e/ou acessórios de moda respeitando todas as características culturais, técnicas, de moda ou tendências; ou como um universo que aborda a criação como processo voltado para o mercado, a partir de um desenvolvimento projetual.

## Capítulo 3

### EVOLUÇÃO DA MALA

#### 3.1 Enquadramento histórico

Os acessórios de moda, nomeadamente a mala, fazem parte da moda tal como o vestuário. Apesar deste ter um laço privilegiado com a moda, Lipovetsky (2010: 33) afirma que “até aos séculos XIX e XX, não há dúvida de que foi a indumentária a incarnar mais ostensivamente o processo da moda, foi ela o teatro das inovações formais mais aceleradas, mais caprichosas, mais espetaculares. (...) ocupou um lugar preponderante na história da moda”. No entanto, nos dias de hoje, os acessórios ocupam um lugar de destaque na moda, como afirma Teunissen (2009: 134) “hoje em dia, é a sua mala que nos diz quem é”. É evidente que atualmente, o estilo é demarcado não somente pela roupa que se usa, mas, especialmente, pelos acessórios que são usados para complementar um estilo. Saliente-se que tal como a moda os acessórios de moda, em particular a mala, surgem e têm uma evolução antes de fazer parte da moda como a conhecemos agora. Afinal “a moda não é para todos os tempos nem todas as civilizações (...). Só a partir do fim da idade Média é possível reconhecer a ordem da moda, a moda como sistema, com as suas metamorfoses incessantes, os seus safanões, as suas extravagâncias” como afirmou Lipovetsky (2010: 31).

Neste sentido podemos afirmar que as malas até ao século XV, fim da idade média, desempenhavam apenas uma função sem qualquer sentido estético, foram-se reinventando na necessidade de melhorar as suas capacidades funcionais e de transporte. Desde o seu aparecimento até ao século XV, segundo Foster no seu livro *Bags and Purses* “as bolsas antigas feitas de tecido ou couro foram utilizadas principalmente pelos homens para transportar objetos de valor e moedas”. De destacar, que a mala porta-moedas fechada com um cordão, usada tanto por homens como por mulheres, penduradas à cinta foi única até ao aparecimento da armação metálica, que remonta aos séculos XIII-XV, que permitiu que a bolsa aumentasse de tamanho e de volume. Desde o século XV é evidente que a mala ganhou outro papel, é a partir deste período que se irá descrever a evolução da mala na história da moda.

## Século XIV e XV

Nos séculos XIV e XV destacam-se dois modelos de bolsas, as pequenas e adornadas, designadas de “escarcela”, usadas pelas damas como símbolo de classe, e as malas a tiracolo de tamanho maior, dos camponeses que as usavam no seu dia-a-dia de trabalho. Na época medieval as bolsas não foram exclusivamente utilizadas para o transporte de dinheiro, foram associadas a eventos como o casamentos e noivados, retratando em bordados, histórias de amor. Foram usadas também como acessórios de moda. Nesta época as bolsas denominadas de “chaneries” eram usadas em jogos ou para o transporte de alimentos de aves de grandes dimensões, geralmente eram usadas por cavaleiros. Ainda no século XV destacam-se a Seal Bag/”bolsa selo” criada pelo Lord Chancellor, funcionário importante do governo do Reino Unido.



**Figura 1-** - Escarcela alemã século XV (fonte:Johson, Anna (2002). *Malas. o poder de um acessório*)



**Figura 2-** Escarcela alemã século XV (fonte:<https://www.pinterest.pt/pin/313281717800435124/?lp=true>)

## Séculos XVI e XVII

Neste período, as bolsas foram quase esquecidas pelas mulheres devido às saias volumosas que escondiam os objetos entre as pregas. Os manguitos e mesmo as mangas enormes também ocultavam muitas vezes os seus pertences. Por outro lado, os homens de classe alta guardavam os seus objetos em bolsos feitos de couro dentro de suas calças, os chamados bagges.

Os aristocratas além dos bagges também traziam as swete bagges, pequenos sacos com ervas aromáticas ou essência que exteriorizavam uma fragrância fresca e agradável e que pendurados à cintura no interior da roupa disfarçavam odores desagradáveis. No século XVII as bolsas permaneceram debaixo das roupas. As mulheres usavam bolsas em forma de pera atadas às ancas.



Figura 3- swete bagges, século XVI

(fonte: <https://www.pinterest.pt/pin/301530137538865334/>)

## Século XVIII

É a partir deste século que a história da mala se divide, em malas femininas e masculinas. Ainda durante um longo período do século XVIII a moda feminina foi extravagante, volumosa e, segundo Suoh (2003: 29) “os vestidos das mulheres não eram peças de vestir, mas sim incríveis construções arquitetónicas” refletindo-se no desprezo pela mala. No entanto após a Revolução Francesa “surgiu a moda dos vestidos império, o que abriu o caminho à mala” como descreve Johnson (2002: xxii). Por volta de 1790 refletia a situação política e económica que se vivia “tornou-se mais confortável e prática, generalizando-se por todas as camadas sociais” como descreve Nery (2004: 145). “A autoafirmação das mulheres não se manifestou só na indumentária, mas em todo o comportamento” (Nery 2004: 146). O uso da mala na mão, à vista de todos, passou a ser sinónimo de liberdade. Este comportamento feminino gerou reações negativas, uma vez que associavam esta nova moda à roupa interior (calção e anáguas). As bolsas que

“saltaram” de dentro para fora das saias rapidamente ficaram conhecidas como *ridicule* (ridículas, em português)

A partir de então, mala tornou-se um acessório de moda fundamentalmente feminino, as mulheres tornaram-se dependentes das suas bolsas. Os homens, por sua vez, viram as suas roupas perder excentricidade e também o direito de usar malas “ficando para sempre com as mãos nos bolsos” [Johnson (2002)].



Figura 4- *Reticule*, meados do século XVIII

(fonte: <https://www.pinterest.pt/pin/706783735246966983/>)

## Século XIX

“Talvez em nenhuma outra época entre os tempos primitivos e a década de 1920, as mulheres tenham usado tão pouca roupa como no início do século XIX” escreve Laver (2005:170) na sua obra “A Roupa e a Moda – uma história concisa”, no entanto é a partir deste século que começa a ascensão da bolsa e da moda, uma vez que esta dura cada vez menos tempo, como declara Baldini “as modas afirmavam-se com a lentidão e com igual lentidão eram substituídas”.

É no século XIX que se rompem as modas dos séculos, com a evolução da ciência e da indústria criou-se uma vasta gama de tecidos e de estilos de malas que deram à mulher a possibilidade de coordenar as diferentes malas com as suas roupas, e embora os bolsos tenham voltado na década de 1840, as mulheres continuaram a usar e transportar as suas delicadas bolsas. Contudo “a década de 1840 foi marcada por extraordinárias inovações técnicas e sociais. O surgimento das ferrovias; também uma série de acontecimentos sociais, 1848, foi considerado o “ano das revoluções” (Laver 2005:171)]. As bolsas não ficaram alheias às revoluções, muito pelo contrário estavam prestes a vivenciar uma revolução. Com o aparecimento da ferrovia as viagens converteram-se numa moda e a necessidade de se transportar a bagagem com facilidade impulsionou a transformação da indústria de bagagens. As malas tornaram-se maiores, mais resistentes, opacas e seguras,

e consta que foi neste período que apareceu a primeira mala de pele genuína. Estas novas bolsas, as maletas de viagem, caracterizavam-se por ter alças curtas, para facilitar o transporte; fecho com chave, para manter os objetos em segurança e compartimento interior para o bilhete.



Figura 5- Mala de viagem alemã feminina, década de 60 do séc. XIX (fonte: Johnson, Anna (2002). Malas: o poder de um acessório)

## Século XX

“No século XX, graças às mulheres e aos jovens, realizou-se a democratização mais radical da moda” (Baldini, 2006: 46)]. Esta realidade estendeu-se a todos os setores da moda incluindo os acessórios. Por essa razão para se analisar este século temos de o subdividir por décadas.

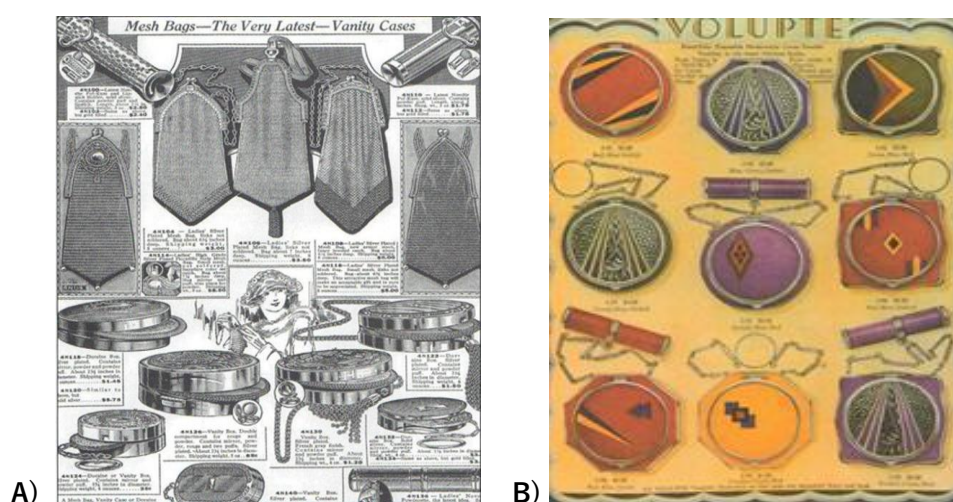
### De 1900 a 1930

Laver (2005: 213) descreve que “A moda, como sempre, era um reflexo da época” e o início do século XX não foi exceção. O período, correspondente aos finais do século XIX até à I Guerra Mundial, designa-se de Belle Époque, caracterizado por uma brilhante decadência e um espírito alegre das pessoas que aguardavam o novo século.

Louis Vuitton inspirado na profissão de “carteiro”, cria um modelo de bolsa e, em 1929, Coco Chanel faz uma bolsa para se usar a tiracolo. Neste período de revoluções nas convenções sociais, na moda e no design, a mulher tornou-se mais ativa, o que permitiu o uso de malas maiores, tais como a mala Boulevard, sacos de couro ou pastas, usados a tiracolo ou ao ombro.

Worsley (2011: 100) refere que “Superados os anos obscuros da guerra, a década de 1920 ficou marcada pela celebração da juventude e da vida em todas as áreas, e da moda

inclusive. Como se tratasse de uma compensação pela morte de tantos jovens, surgindo assim a silhueta andrógena juvenil.” Com estas alterações os acessórios de moda também se adequaram aos novos tempos. As malas passaram a assumir outro papel, mantendo-se, no entanto, pequenas e requintadas, sendo que Johnson (2002: 77) afirmava que podiam “ser do tamanho de uma ervilha desde que nela caiba um batom.” A década de 20 também conhecida como a Era do Jazz, foi uma década animada pelo som das jazz-bands . O charleston foi também um ditador de modas, a vontade de dançar com movimentos frenéticos exigia que as bolsas fossem pequenas e leves ficando muito na moda as malas de dedo.



**Figura 6-** Várias caixas tocadoras, carteiras em malha e caixas Dorine mostradas num catálogo Sears and Roebuck, do início do século XX (Fonte: Harris e Brown, 2003)

**Figura B-** Anúncio de compactos Volupte, 1931 (Fonte: Brand e Teunissen, 2009)

## De 1930 a 1950

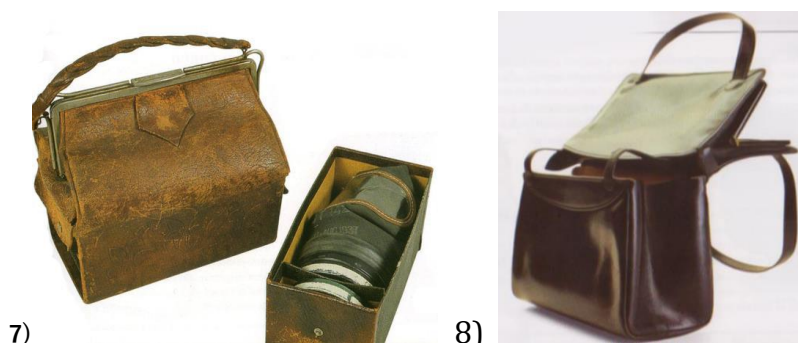
Em 1929 iniciou-se uma grave crise mundial, em que o desemprego aumentou e a pobreza alastrou. Muitos problemas económicos despoletaram nos países ocidentais, criando um período de depressão que culminou em 1937. Esta crise económica afetou a moda e alguns hábitos mudaram, incluindo a redescoberta das formas do corpo feminino. No entanto, contrariando a depressão, a moda caracterizou-se pelo glamour. “As malas acompanharam de perto as tendências de moda. Os vestidos de noite eram cingidos ao corpo e o mesmo acontecia com as malas, como a inteligente mala de missangas de vidro cortada em viés (um clássico exemplo da riqueza discreta ao estilo anos 30), (...). Os tempos difíceis apenas afetaram a mala da noite. Quando as mulheres não podiam comprá-las novas reciclavam as antigas malas herdadas.” (Johnson (2002: 78)). As malas em lantejoulas surgiram também neste período como resposta das jovens trabalhadoras às malas caríssimas de missangas de vidro. Na década de 1930, a maioria das malas

tinham sido inventadas, incluindo a mala clássica com alças e fecho, clutch, a bolsa, e a mala de ombro.

Desde as malas surrealistas às malas para cosméticos, mala Noé – mala tiracolo em forma de cubo, criada a pedido de um produtor de champanhe, por Louis Vuitton, em 1932. As malas dos anos 30 também refletiam o estilo Art Déco. Johnson (2002: 414) descreve esta época “dourada da mala capricho (...). Criadas para a elite intelectual, as malas de Elsa Schiaparelli em forma de gaiola de pássaro ou de jornal dobrado iniciaram uma imparável tendência para malas figurativas.”.

Durante a década de 1940 viveu-se uma nova fase na moda marcada pela austeridade nas roupas e nos acessórios, devido à guerra. A moda glamorosa e elegante dos anos 30 transformou-se num look mais militar. Nos Estados Unidos, as saias ajustaram, adequando-se às restrições impostas pela guerra. As saias voltaram a encurtar. A moda agora era calças compridas de corte masculino, pois eram práticas e populares, lenços na cabeça, chapéus frívolos adornados com flores e véus”. Com a II Guerra Mundial uma nova estética de malas emergiu. A fluidez suave do estilo art déco mudou para um estilo militar austero, as malas tornaram-se maiores, mais retas e práticas, refletindo o desejo de as mulheres de parecerem autossuficientes. “A escassez de materiais como o metal, couro, os fechos-éclair e os espelhos levou a que as malas fossem feitas com madeira e plástico” (Handbags Culture: An Evolution). A fraca produção de malas induziu ao reaparecimento do saco de cordão de fabrico caseiro, as bolsas a tiracolo largas e simples são associadas ao dia-a-dia da mulher trabalhadora e ainda hoje são usadas.

Com o final da guerra o glamour ressurgiu e as malas voltaram a ser mais exuberantes. As jovens usavam habitualmente malas resistentes adornadas com lantejoulas, missangas e corrente grossa com um laço a condizer com os sapatos. Também nesta época o desenho industrial popularizou-se e as malas transformaram-se, acompanhando este novo conceito: adquiriram proporções maiores e estruturas mais arrojadas, malas em forma de acordeão que se abriam na diagonal e com os engenhosos fechos entrecruzados (inovações da joalheria moderna) marcaram a sua história.



7) *Figura 7* Mala britânica para transportar mascara de gás, 1940 (Fonte: Johnson, 2007).

8) *Figura 8-* Mala dupla: junção de formas fantásticas com utilidade prática, Roger Model para Elsa Schiaparelli, meados dos anos 30 do séc. XX (fonte: Johnson, Anna (2002). *Malas: o poder de um acessório*)

## De 1950 a 1970

“Durante a década de 50, a melhoria das condições de vida e o desenvolvimento de uma «sociedade de abundância», promovidos pelo encorajamento ao consumo, contribuíram muito para melhorar o desenho de modas. Um outro fator no desenvolvimento da manufatura do vestuário e no desenho de modas foi o desenvolvimento de um mercado jovem” (Wilson 1985: 111)]. Com o fim da guerra e do racionamento de tecidos, a mulher dos anos 50 tornou-se mais feminina. De acordo com a moda lançada por Christian Dior em 1947, intitulada de "New Look", a cintura era bem marcada e os sapatos de saltos altos, além das luvas e outros acessórios luxuosos, como peles e jóias, as malas eram mais pequenas e sofisticadas, representando feminilidade e submissão. “Na verdade, a mulher a segurar uma pequena bolsa envia uma mensagem sexual diferente da que carrega uma bolsa grande a tiracolo”. Esta silhueta extremamente feminina e jovial atravessou toda a década de 50, nunca uma tendência foi tão rapidamente aceite pelas mulheres como o "New Look", o que indica que a mulher ansiava pelo regresso da feminilidade, do luxo e da sofisticação.

Os acessórios de luxo, a partir desta década, passaram a ser objetos de culto. Marcas como Louis Vuitton, Hermès e Chanel emergiram e, os seus modelos tornaram-se clássicos, destacando-se:

- mala Chanel 2.55 (1955) – mala quadrada e acolchoada com alças de corrente, que foi batizada com o número da sua data de nascimento (fevereiro de 1955). Tal como o famoso perfume Chanel nº5, esta mala é fabricada em diferentes cores e materiais. Nos anos 80, pelas mãos de Karl Lagerfeld converteu-se num ícone, um clássico.



*Figura 9-Chanel Bag- bolsa chanel 2.55*

(fonte:<https://www.farfetch.com/pt/shopping/women/chanel-vintage-quilted-255-shoulder-bagE> ).

A década de 60, acima de tudo, foi uma explosão de juventude em todos os aspetos. Era a vez dos jovens, que influenciados pelas ideias de liberdade *On the Road\**, conhecida pela geração beat, começaram-se a opor-se à sociedade de consumo imperante. A transformação da moda iria ser radical, era o fim da moda única, a forma de vestir tornava-se cada vez mais ligada ao comportamento. Conscientes desse novo mercado consumidor e da sua avidez, as empresas criaram produtos específicos para os jovens, que, pela primeira vez, tiveram a sua própria moda. Aliás, a tendência era não seguir a moda, o que representava claramente um sinal de liberdade, o grande desejo da juventude da época. As inovações ao nível do vestuário passaram pelo aparecimento da minissaia, minivestido, calças cigarette, camisas sem gola, casacos cintados, casacos de couro, t-shirts e jeans como a combinação perfeita. As calças de ganga eram sinónimo de estilo entre os jovens o que levou os fabricantes a lançarem no mercado pastas de ganga com fecho frontal, para transportar livros.

Durante os anos 60, Paco Rabanne ressuscitou a bolsa a tiracolo com lantejoulas de metal futuristas” [Teunissen (2009: 133)]. Desenhada para oscilar pendurada ao ombro é considerada a mala da década. Este ícone de 1969 foi usado por Brigitte Bardot, Françoise Hardy, e Catherine Deneuve. As bolsas estilo saco a tiracolo tornaram-se populares entre os jovens. E a estreita clutch bag foi um dos primeiros tipos de bolsas a fazer a transição para a era da informalidade e moda jovem. Este modelo de bolsa de ombro pequena e delicada, com longas alças de correntes ou tiras finas começou a dominar porque se manteve informal, coordenada com a minissaia, estas malas de discoteca tinham de literalmente “dançar”. Ao mesmo tempo que eram explorados estampados psicadélicos com cores vibrantes e detalhes estruturais, a arte moderna saltou para o mundo das malas, com desenhos geométricos da pop art e cores pop.



Figura 10- Le 69' bag, de Paco Rabanne.

(Fonte: <http://zoccoa.blogspot.com/2011/01/paco-rabanne-le-69-bag.html> )

## De 1970 a 1980

A moda na década de 70 continuou revolucionária com muita experimentação de materiais, cores, formas e texturas. Os anos 70 são marcados pelo desinteresse ostensivo em relação a qualquer moda, por parte da juventude que divulga a paz e amor, os “anti-moda”. Os acessórios de moda também acompanharam esta tendência, as malas de estilo folclórico, ou *funky*, combinavam com o *flower power* hippie com um artesanato de couro grosso, pintado à mão, dando origem a malas a tiracolo e malas de couro para pendurar ao pescoço. Os jovens, preocupados com a natureza, a saúde e com um estilo de vida simples, tentam evitar produtos feitos em série. As mochilas grandes e sacos de ombro em tecido tornaram-se populares, apareceu a “logomania”, a mala foi devorada pelo seu próprio logotipo e as marcas ganharam notoriedade. Considerava-se também a mala utilitária como símbolo da vida prática e dinâmica. Com um verdadeiro espírito feminino, a mala tinha-se tornado uma ferramenta, deixando de ser mera decoração. A expressão individual tornou-se essencial e os motivos psicadélicos e étnicos estampavam os acessórios de moda. Esta década viu nascer a moda unissexo. E as malas também acompanharam este novo estilo, sendo a mala de camurça flexível com fecho, unissexo, o *hit* das malas dos anos 70.

Nos anos 80 o mundo alcançou uma certa estabilidade política e económica. Segundo Lehnert (2001: 84) “a moda foi marcada pelo culto do êxito e pela ideia que tudo era possível, (...). Este quadro é enriquecido ainda pela simultaneidade de tendências subversivas, como a moda punk, e do look «tempos livres», com o conseqüente incremento do vestuário desportivo.” Esta década ficou marcada por estas malas icónicas:



Figura 11-Jane Birkin com a bolsa que leva seu nome (Fonte: <https://www.google.com/search?q=birkin+bag&oq=birkin+bag&aqs=chrome..69i57j69i60j0l4.5632j1j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>)

- mala Birkin da Hermès (1984) – “volumosa foi especialmente desenhado pela Hermès para a cantora e atriz Jane Birkin” [Teunissen (2009: 136)].

• mochila da Prada Pocone (1987) - “simples em poliéster preto com o logotipo da marca na frente” (Teunissen, 2009: 136), de caráter informal converteu-se num êxito sendo um dos primeiros artigos da marca Prada unissexo..



*Figura 12- Mochila pocone · prada · 1987 (fonte: <https://www.pinterest.ca/pin/553309504196153890/?lp=true>)*

A importância da marca nos acessórios desencadeou o consumo destes produtos e produção dos mesmos. Todas as grandes marcas de luxo criaram as suas linhas exclusivas de acessórios.

## De 1990 a 2000

Os anos 90 foram de expansão, de consolidação, de globalização e do capitalismo global. As novas tecnologias da informação tiveram grande destaque. A cultura jovem diversificou-se, subdividindo-se. A expressão através das roupas, de tatuagens e de piercings também foi marcante, bem como o consumo de drogas com o aparecimento do ecstasy ligado à cultura de música eletrónica e ao aumento no consumo de haxixe pela classe média. “A teatralidade da moda da década de 80 deu lugar ao estilo simples new age.

Na década de 90, “valia tudo”, desde que combinasse com o estilo de quem usava e os acessórios não foram exceção. Foi uma década marcada pela diversidade de estilos, na qual o look casual chique foi popularizado. A moda seguiu muitas tendências, produzindo peças para cada tipo de consumidor e para todas as ocasiões. De ressaltar o grunge, que impulsionado pelo rock, influenciou a moda e o comportamento dos adolescentes com o seu estilo despojado. No universo dos acessórios, as malas sofreram mudança nos formatos e nos tamanhos. Nesta época destacaram-se as mochilas práticas, como acessório para dia e noite.

As malas de trabalho também se adequaram aos novos tempos. As mulheres trabalhadoras preferiam as malas a tiracolo e a pochete de mão e de usar à cintura. No entanto neste segmento surgiu a necessidade de transportar os computadores pessoais e as bolsas tornaram-se maiores e com fechos para reforçar a segurança e os compartimentos interiores tornaram-se indispensáveis.

Tal como nas décadas anteriores, os anos 90, também ficaram marcados pelas malas ícone como:

- bolsa da Gucci (1992) – original do período pós-guerra esta tem como característica principal as suas alças de bambu;
- mala Lady da Dior (1995) – com alças curtas e cujas letras do monograma da marca Dior é pendurado numa das alças;
- mala Baguete da Fendi (1998) – irradia luxo, pequena e com alça curta encaixa perfeitamente no braço.
- mala *Graffitti* da Louis Vuitton (2000) – estampada com o nome da marca recriado pelo *graffiter* Stephen Sprouse a pedido do diretor criativo da marca Marc Jacobs;
- mala Cadillac da Dior (2001) – pequena e elegante mais do que um objeto de uso, esta bolsa deve ser apenas contemplada;
- mala Selleria da Fendi (2002) – de formas hexagonais feita à mão em couro áspero de vaca tratado de forma natural;

Este novo século veio reafirmar a moda como mutável, inconstante, sempre ao sabor das tendências, que “surgem nas ruas de Tokio, Madrid, Berlim, Shanghai, entre outros e não nas maravilhosas oficinas de alta-costura de Paris” (Telva colecciones, n.º845, Setembro 2009, p:98). A moda sintetiza-se em “be yourself”, ou seja, sê tu mesmo,

refletindo a personalidade de quem as usa. As malas também seguem esta tendência e não se usam apenas por uma questão de moda, nem apenas para fins práticos, tem ambas as funções. O importante é ter a bolsa certa, no lugar certo e saber como usá-la. Sempre acompanhando as evoluções da moda, grandes ou pequenas, práticas ou femininas, as bolsas conquistaram o seu lugar no mundo da moda de forma definitiva. O conceito, de que «a bolsa só servia para levar um batom à noite ou toda aquela “tralha” indispensável para a mulher sair durante o dia, perdeu-se. As bolsas deixaram de ser auxiliares na composição do visual, feitas numa ampla variedade de estilos, tamanhos, materiais e finalidades, as malas do século XXI são objetos de demarcação de estilo.

## Definição de acessório de moda

O homem sempre teve a necessidade de se diferenciar, de se distinguir dos demais e esta é uma das razões que levou o homem a vestir-se e adornar-se. Segundo Squicciarionon (1998: 44), a ornamentação “teve a sua origem sobretudo num propósito mágico de proteção contra os espíritos malignos”. Desta necessidade de se enfeitar e adornar surgiram os acessórios de moda junto com o vestuário, desta união fez-se a moda. O adorno, também conhecido como acessório de moda é definido, em termos de moda, por Feyerabend (2012: 4), como “um item que complementa o visual de um look.

Desde a viragem do milénio, todas as casas de moda passaram a dar grande importância aos acessórios, encarando-os como ferramentas comerciais que consolidam uma maior exposição da marca de forma geral. Uma das razões para este fenómeno é que os acessórios, mais que as roupas, são verdadeiros ícones da essência de um determinado estilo. O impacto do acessório transmite informações que se desdobram no contexto do tempo e das tendências de moda contemporânea. Os acessórios podem ser compreendidos como uma metáfora, palavras isoladas na complexa linguagem da moda, que comunica e ajuda a transmitir a nossa personalidade (...) Servem para criar uma imagem externa do usuário e, portanto, o situa-o contexto atual da moda, sendo uma forma de satisfazer a grande necessidade de percepção da individualidade e de singularidade.”

- No Dicionário da Língua Portuguesa, 6ª Edição, da Porto Editora (1990:27) Acessório, *adj.* e *s. m.* que ou aquilo que se junta por acessão; que não é fundamental; anexo; ...”

Sabino (2007:18) no dicionário da moda afirma o seguinte:

- “o termo acessório inclui uma variedade enorme de itens que auxiliam na
- composição dos trajes femininos e masculinos. Sempre fizeram parte da indumentária e sempre foram importantes na moda, mas, a partir dos anos 80, ganharam um maior destaque nos media e assumiram uma importância vital, principalmente no guarda-roupa feminino.”

A importância do uso dos acessórios ficou mais marcante a partir dos anos 80, quando se tornou comum a afirmação de que as roupas serviam de pano de fundo para eles e de que qualquer roupa básica poderia ser incrementada por meio do seu uso. Os acessórios são também chamados complementos e, assim como as roupas, estão sujeitos a tendências. Antes dos anos 60, as casas de alta-costura já produziam acessórios para os seus clientes. O fenómeno das marcas começou sobretudo a partir do final dos anos 60.

A década de 1970 viu crescer, por exemplo, a valorização de uma bolsa italiana. Fendi ou francesa Louis Vuitton entre as seguidoras de moda.

A partir do final dos anos 90, a globalização e o investimento em campanhas publicitárias fizeram com que as bolsas e os óculos escuros assinados por uma marca famosa passassem a funcionar como uma espécie de passaporte social.



*Figura 13- propostas de acessórios da revista Vogue para a primavera 2019. Óculos de sol, chapéu, bolsa de mão, bandolete, fanny pack*



## A mala

Tal como os sapatos de salto alto, as malas de mão foram inicialmente mais populares entre os homens e apenas eram usadas pela sua funcionalidade. As malas de mão antigas eram bolsas pequenas, frequentemente redondas, com uma alça em pele, que os homens habitualmente atavam junto às suas espadas. Eram maioritariamente usadas para transportar moedas e outros objetos valiosos. Com o passar do tempo, as mulheres começaram cada vez mais a usar estas bolsas. Durante o século XVII, homens e mulheres começaram a usar carteiras e estojos de pele para guardarem os seus documentos, cartas, etc. As suas moedas estavam agora guardadas de forma segura em pequenas carteiras.

Definir mala é extremamente complexo, uma vez que a cada estilo/modelo pode-se associar uma descrição e, conseqüentemente uma definição diferente. Sendo assim, num sentido mais abrangente Martine Elzingre define mala como um “objeto em movimento que tem um papel na sedução e criação de uma imagem” (Brand e Teunissen, 2009:85). Mala acessório de moda, bolsa, carteira, mala de viagem, pasta, mochila, pochete, saco, maleta, entre outros são estilos/modelos, que constituem o universo das malas.

“Inicialmente, eram pequenos sacos, fechados por cordões, destinados a carregar moedas, coisas miúdas de uso pessoal ou pequenos objetos que as pessoas queriam que estivessem perto de si. (...) Com o passar do tempo e com a adoção do hábito de viajar, as bolsas foram se tornando cada vez mais utilitárias, variando o seu tamanho, forma e materiais de confecção. A partir de meados do século XX, tornaram-se itens indispensáveis da moda.” (Sabino em dicionário da moda).

As definições de mala/bolsa encontradas são seguintes:

- (francês *malle*) *substantivo feminino* –  
**(a)**Caixa, geralmente revestida de couro, lona, etc., usada normalmente para transporte de roupa e outros objectos, em viagem.  
**(b)**Bolsa de mão, geralmente usada por senhoras para transportar documentos e pequenos objectos de uso quotidiano.
- "**mala**", no Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, (2008-2013).  
saco de material flexível, com feitiços diversos que serve para transportar ou guardar alguma coisa;  
**(b)** mala de mão de couro, tecido ou outros materiais, usada para transportar objetos de uso pessoal;  
**(c)** carteira onde se traz o dinheiro [Dicionário da Língua Portuguesa, da Porto Editora (2010:247)];
- **(a)** estojo com divisões para guardar papeis, dinheiro, cartões, etc., geralmente transportado no bolso ou dentro de uma bolsa;

**(b)** como acessório, é um tipo de bolsa; mala de mão [Dicionário da Língua Portuguesa, da Porto Editora (2010:314)]; Priberam e o Dicionário da Língua Portuguesa classificam maleta como uma mala pequena.

## Tipos de mala

Pochete surge do termo francês *pochete* e corresponde a uma bolsa pequena, geralmente usada a tiracolo, na mão, debaixo do braço ou presa à cintura [Priberam e Dicionário da Língua Portuguesa, da Porto Editora (2010:1252)].

- **Pochete -Carteira de mão** - Clutch , Bolsa de senhora, sem alça, ou com uma alça fina ou com uma pequena asa, normalmente muito discreta.



Figura 14- Knuckle Duster clutch, Alexander McQueen.

(fonte: <https://www.farfatch.com/br/shopping/women/alexander-mcqueen-knuckle-duster-clutch-bag-> )

- **Mochila** é um outro tipo de mala e equivale a um saco que se transporta às costas e onde se guardam objetos de uso pessoal (infopedia). alarga na definição e considera-a um “tipo de bolsa, levada às costas, usada por crianças, homens e mulheres. Pode ser confeccionada em couro, plástico, tecido, nylon e em inúmeros outros materiais”.



Figura 15- Mochila impermeável de couro (fonte: <https://www.submarino.com.br/produto/27720408/mochila-imp>

- **Saco** - surge do latim *saccus* e corresponde a recetáculo de tecido ou couro, aberto por cima e cosido por baixo e dos lados; pode corresponder ao conteúdo desse recetáculo ou a uma bolsa de levar na mão ou a tiracolo (Priberam).

A definição do Dicionário da língua portuguesa, da Porto Editora (2010:1416) é (a) espécie de bolsa de pano, couro, plástico ou outro material, aberto em cima, geralmente com asas para facilitar o transporte; (b) aquilo que um saco pode conter; (c) fole; bolsa;



*Figura 16-sacos de compra (fonte: www.google.com )*

- **Mala de viagem - Almofreixe**  
Mala grande e larga usada normalmente para transporte de roupa e outros objetos, em viagem. Os modelos mais frequentes são tróleys no entanto os almofreixes são os modelos tradicionais de alça curta para transportar na mão. A mala de viagem, também designada por almofreixe corresponde a uma mala grande de viagem (Dicionário da Língua Portuguesa, da Porto Editora (2010:82))
- **Trólei** -do inglês trolley, é uma mala ou mochila dotada de pega e rodas para ser mais facilmente transportada (Priberam).



*Figura 17-Trolley de viagem (fonte: www.google.com )*



*Figura 18- Mala de viagem (fonte: www.google.com )*

- **Pasta-** é um saco geralmente retangular de cabedal, plástico, pano, etc., onde se guardam papéis, livros, entre outros; bolsa ou mala portátil para documentos ou livros [Dicionário da Língua Portuguesa, da Porto Editora (2010:1196)]; ou mala fina, pequena e resistente, usada para transporte de documentos, livros e afins (Priberam).



*Figura 19- pastas para documentos em pele (fonte: <https://www.staples.pt/pasta-para-documentos-napel-1075/cbs/482612.html>)*

- **Carteira de pulso** – Wristlet Bolsa pequena com uma alça curta que se prende no pulso.



*Figura 20- Carteira porta moedas (fonte: [www.google.com](http://www.google.com))*

- **Carteira porta-moedas** -Pequena carteira com compartimentos e bolsos para armazenamento organizado de dinheiro, cartões, documentos e outros itens pessoais.



*Figura 21-Carteira porta moedas (fonte: <https://produto.mercadolivre.com.br>)*

- **Bolsa-saco** - Pouch bag, Bolsa em forma de saco que se aperta com cordão, alça curta ou comprida para usar na mão ou a tiracolo.



*Figura 22-Pouch bag Paco Rabanne (fonte: [www.farfetch.com](http://www.farfetch.com))*

- **Reticule**- Bolsa pequena de maquilhagem, também conhecida como *ridicule*. Esta bolsa surgiu no século XIX, era originariamente confeccionada de rede, fazendo às vezes de bolso com um fecho de cordão. A reticule usava-se presa ao pulso, certas versões foram produzidas em seda, veludo e outros tecidos macios, teve grande popularidade na era do charleston nos anos 1920.

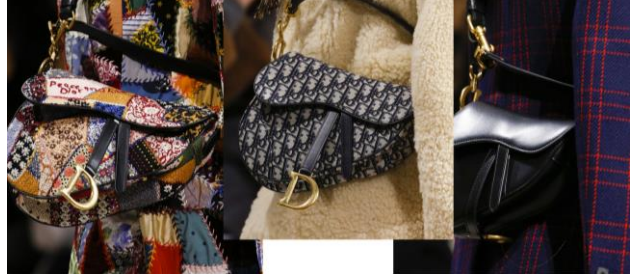


*Figura 23-reticule (fonte: <https://www.yourdictionary.com/reticule>)*

- **Saddle bag** - Bolsa em forma de sela de cavalo criada por John Galliano para a Dior apresentada pela primeira vez em 1999. Esta bolsa foi em 2018 reinterpretada pelo novo diretor criativo da casa Dior Kin Jones e Maria Grazia Chiuri.



24



25

*Figura 24- Saddle bag Dior, bolsa usada pela personagem Carrie Bradshaw interpretada pela atriz Sarah Jessica Parker na serie Sex and the City (fonte: <https://hypebae.com/2018/10/dior-saddle-bag-history-john-galliano>)*

*Figura 25- Saddle bag Dior, nova versão apresentada por Maria Grazia Chiuri no desfile de inverno 2018. (fonte:google.com).*

- **Pochete/ Cartucheira** - Espécie de bolsa sem pegos nem alça com fecho-éclair, com um ou dois compartimentos que se leva amarrada à cintura. Existe também a variante de bolsa em forma de cinto ou colocada a tiracolo, habitualmente usada para práticas desportivas ou em atividades de lazer.



*Figura 26 - Pochete OFF White ss 2019*



## Capítulo 4

### 4.1- A Guerra do Vietnam

A guerra do\_Vietname começou em 1954 e terminou em 1975. Ainda com a memória da II Guerra Mundial bem presente e como um eco da Guerra Fria que vigorou entre os Estados Unidos e a União Soviética.



*Figura 27- - Guerra de Vietnam, por Nick Ut (fonte: <https://www.lamonomagazine.com/facebook-censura-napalm-girl-la-mitica-foto-de-la-guerra-de-vietnam/> ).*

## 4.2- Movimento Flower Power

Poder das Flores, foi um slogan usado pelos hippies dos anos 60 até o começo dos anos 70 como um símbolo da ideologia da não-violência e de repúdio à Guerra do Vietnam.

Em 21 de outubro de 1967, milhares de manifestantes reuniram-se em frente ao Pentágono, em Washington, para protestar contra a Guerra do Vietnam. Na ocasião, o fotógrafo francês Marc Riboud focou uma jovem com uma flor entre as mãos, em frente aos soldados da Guarda Nacional, que mantinham as suas armas em punho.

Embora pareça simples, a imagem está impregnada de simbolismos. “À esquerda, são visíveis as silhuetas de soldados difusos e padronizados, escravos do poder, que se opõem ao perfil claro da jovem Jan Rose Kasmir, de 17 anos, à direita. De acordo com os princípios hippies da época, um gesto repleto de paz e amor, ela oferece uma flor, símbolo da fragilidade da vida, ao soldado. Tida como a mais significativa do movimento Flower Power (força das flores), a foto, que se propagou rapidamente, tornou-se uma Imagem para a História, momento em que também adquiriu um status atemporal, por conseguir transmitir todos os esforços pacifistas tanto dos manifestantes da geração hippie quanto daqueles que vieram depois deles, em relação à Guerra do Vietnam e outras atrocidades posteriores.



*Figura 28- Rapariga com flor frente aos soldados por, Marc Riboud  
(fonte: <https://observador.pt/2015/04/30/guerra-do-vietname-historia-as-imagens/>)*

### 4.3- Minimalismo Contemporâneo

A expressão “Minimalismo” (do inglês, “Minimal Art”) faz referência aos movimentos estéticos, científicos e culturais que surgiram em Nova Iorque, entre o fim dos anos de 1950 e início da década de 1960, os quais primavam pelo mínimo de recursos e elementos utilitários, reduzindo todos seus aspetos ao nível essencial.

Com efeito, já em 1966, o filósofo e crítico de artes Richard Arthur Wollheim (1923-2003) apontava o minimalismo daquela década como uma das correntes que mais influenciariam o campo das artes visuais, arquitetura, design, música, programação visual, desenho industrial, durante o século XX.

Mesmo com certas divergências, o design minimalista, surgido na década de 80, pode ser tido como uma reação aos movimentos pós-modernos no design, contrapondo-se à grande variação cromática, formal e simbólica presente nos objetos de outros movimentos artísticos, o design minimalista acaba por criar produtos baseados numa redução formal extremamente forte e no uso de cores neutras (ou mesmo ausência de cores).

Em termos gerais, os movimentos minimalistas caracterizam-se pela austeridade e síntese, inclusive dos meios e usos da abstração. Enquanto aspeto filosófico, o minimalismo irá adequar às necessidades da vida aquilo que é realmente essencial. No campo das artes, normalmente está representado de forma abstrata e “crua”, de modo a revelar a origem industrial e a natureza dos materiais que compõem a obra minimalista, a qual por regra interage com o público.



*Figura 29- Composição minimalista de Anna Macdonald*



## Capítulo 5

### 5.1 - Comportamento do Consumidor

#### Definições de consumidor:

- “Ser consumidor é ser humano. Ser consumidor é alimentar-se, vestir-se, divertir-se...é viver. O consumidor é apenas uma parte do ser humano. O consumidor é uma parte de todos nós. E como todos nós, como todos os humanos, o consumidor tem lá as suas motivações para a busca de determinadas ambições, para a conquista de determinados espaços, para a realização pessoal” [Karsaklian (2004: 13)];

- (a) Consumidor é “aquele que compra para gasto próprio” (Dicionário da Língua Portuguesa, da Porto Editora 2010: 409)]. (b) De acordo com o art. 2º, Lei n.º 24/96, de 31 de julho - Lei de Defesa do Consumidor, “considera-se consumidor todo aquele a quem sejam fornecidos bens, prestados serviços ou transmitidos quaisquer direitos, destinados a uso não profissional, por pessoa que exerça com carácter profissional uma atividade económica que vise a obtenção de benefícios”.

- Consumidor também pode ser sinónimo de cliente. Sendo este o que tem acesso a várias opções de escolha de qualquer produto. É toda e qualquer pessoa que visita ou somente procura a empresa com algum interesse em adquirir produtos ou serviços no momento presente ou futuro;

Consequentemente pode-se definir consumidor de moda como qualquer indivíduo que adquira produtos de moda (vestuário e acessórios) ou serviços relacionados para uso próprio ou não, independentemente das motivações e comportamento de compra. Os consumidores, enquanto indivíduos sentem necessidades constantemente. Classificar as necessidades ajuda a compreender como estas poderão ser satisfeitas.

“O comportamento de consumo pode ser explicado pela necessidade de expressar significados mediante a posse de produtos que comunicam à sociedade como o indivíduo se percebe. O consumidor de moda é o indivíduo que adquire produtos e/ou serviços, porém como qualquer indivíduo “traz, dentro de si mesmo, elementos que vão interagir com estímulos exteriores e que vão fazer com que ele tenha um comportamento até certo ponto previsível” [Karsaklian (2004: 14)]. Por este motivo estudar os comportamentos de compra é essencial como afirma Silva (2005: 63), “o estudo sobre o comportamento dos consumidores é essencial para um sistema como o da moda, pois parte da sua estrutura é baseada na aceitação do público, dos compradores.”

Este princípio é o estudo das necessidades, dos desejos e gostos dos consumidores, são essenciais para se definir o público a que se dirige o produto.



## 5.2- Marcas concorrentes

A coleção insere-se num sector Urban wear, minimalista, descontraído e chic num mercado médio alto.

Foi feita uma pesquisa pelas empresas e marcas concorrentes de acessórios e, dado a vasta e variada oferta, optou-se por apresentar uma coleção que se diferencia pelo design e a funcionalidade.



*Figura 30- Painel das Marcas Concorrentes fonte: autor.*



## Capítulo 6

### PROJETO DE COLEÇÃO

Desenvolvimento do projeto de coleção inspirado no movimento “Flower Power” dos anos 60 /70 mais precisamente na guerra do Vietnam que originou o movimento hippie.

A coleção BRANCO 60 seguiu a metodologia projetual de design de moda: pesquisa de tendências, temas e cores; pesquisa e seleção de materiais; construção das paletas definitivas; definição do público-alvo/target; desenvolvimento de modelos; desenho técnico e ilustrado; preenchimento de fichas técnicas; apresentação de protótipo.



## Tema/inspiração

Como já foi referido desenvolveu-se uma coleção sob o tema “BRANCO 60 “. Inspirada no movimento Flower Power, dos anos 60, que se tornou o verdadeiro símbolo da não-violência; respeito pela natureza e a luta pela igualdade de direitos.

Este movimento teve grande impacto pela forma como se manifestou e transmitiu a mensagem, através de flores contrapondo-se à violência e à crueldade da guerra.

Neste sentido temos duas vertentes a guerra e a paz, refletindo-se na coleção pela paleta cromática; o preto e o branco. A indumentária de guerra é mote para o desenvolvimento de acessórios de moda (malas).



Figura 31- Mood board de Inspiração (fonte: Autor).







## Paleta Cromática e Materiais



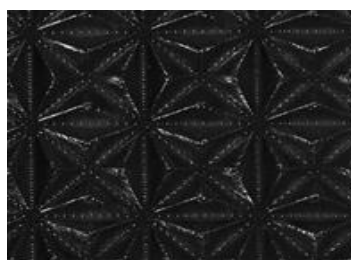
PANTONE 18-4005 TPX  
STEEL GRAY



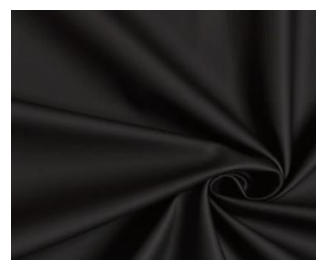
PANTONE 19-5708 TPX  
JET SET



RÉPITES IMITAÇÃO DE PELE  
- PRETO -  
78% PVC(policloreto de  
vinilo), 20% Poliéster, 2 %  
Poliuretano  
[www.tecidos.com.pt](http://www.tecidos.com.pt)



IMITAÇÃO DE PELE 3D -  
PRETO  
78% PVC, 20%  
POLICLORETO DE VINIL,2%  
Poliuretano  
[www.tecidos.com.pt](http://www.tecidos.com.pt)



TECIDO PARA  
IMPERMEÁVEIS LISO -  
PRETO - 100%  
Poliuretano  
[www.tecidos.com.pt](http://www.tecidos.com.pt)

Figura 33- Tabela da paleta cromática e dos materiais, fonte autor.



## Matérias-primas

No desenvolvimento dos projetos de coleção a seleção das matérias-primas é essencial. Entender o comportamento dos diferentes materiais, as diversas texturas e durezas é imprescindível para fazer uma boa escolha. Conhecer os materiais têxteis, bem como as suas características intrínsecas é fundamental para que o produto desenvolvido tenha um melhor desempenho, mais conforto e segurança.

**Poliamida-** Fibra sintética orgânica é leve e de toque agradável. Também conhecida como nylon esta possui uma elevada resistência mecânica, à abrasão, com baixo coeficiente de atrito e baixa absorção de humidade, rápida secagem e grande poder de resistência contra insetos nocivos e ao apodrecimento.

**Policloreto** -de vinilo (PVC) Fibra da família das cloro fibras é um dos plásticos mais versáteis. Produzido pela combinação de cloro e etileno para formar o monómero cloreto de vinila, que é polimerizado para formar a resina de PVC. A razão da versatilidade é a compatibilidade com uma variedade de aditivos. Pode ser claro ou colorido, rígido ou flexível.

**Poliéster-** As fibras de poliéster possuem alta elasticidade e são excelentes pela ótima estabilidade dimensional. São termoplásticas, resistentes à rutura e ao desgaste. A sua solidez em estado húmido é igual à solidez em estado seco e apresentam alta resistência às influências da luz e condições climáticas, bem como aos insetos nocivos e à formação de bolor.

**Poliuretano-**É uma fibra sintética, um polímero que contém uretano. Esta apresenta diferentes tipos de dureza e densidade, sendo usado no fabrico de espumas, estofos, adesivos, plásticos, borrachas sintéticas, tintas, vernizes, peles artificiais, entre outros.



## Esboços



Figura 34- Esboços , Sketch -Book, Fonte Autor.

F



## Fichas técnicas e Ilustrações



## FICHA TÉCNICA DO PRODUTO

DESENHO TÉCNICO

**ESTAÇÃO:** INVERNO/ WINTER 2019  
**COLEÇÃO:** BRANCO 60  
**DESIGNER:** PAULA FONSECA BRANCO  
**CLIENTE / EMPRESA:** DESIGN MODA III

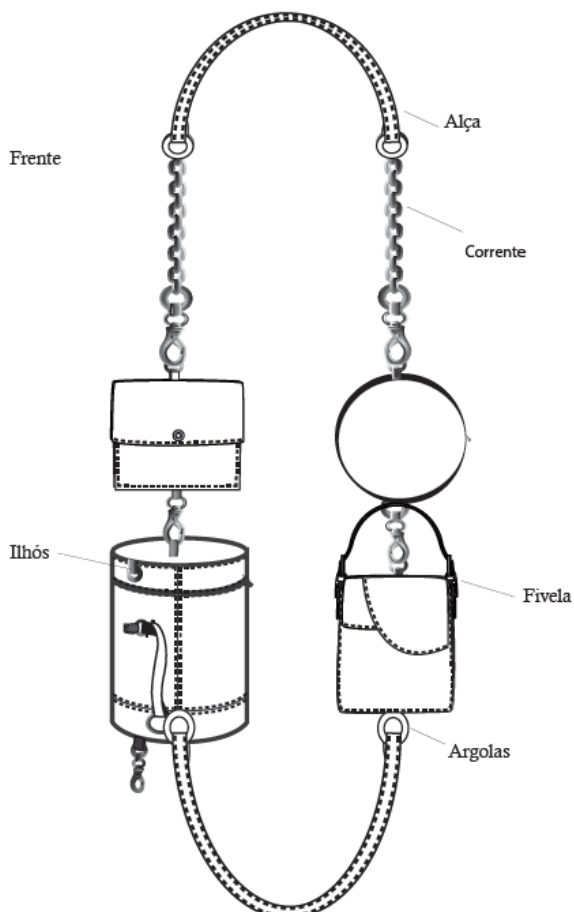
**REFERÊNCIA DA PEÇA:** 001 / RF001**TAMANHO:** ÚNICO**GENERO:** Femenino**INSTRUÇÕES DE LAVAGEM:**

DATA ENTREGA: 2019

## DESCRIÇÃO:

Conjunto de Mini carteiras em pele sintética preto, duas alças em pele e corrente.

## ILUSTRAÇÃO:



## MATERIA PRIMA

NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	COR/ PANTONE
Pele Sintética preto com relevo 3D	100% PVC (policloreto de vinil).	Tecidos .com.pt	2,5 m	PANTONE 19-5708 TPX JET SET
AVIAMENTOS				
NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	TIPO DE PONTO
R:001-Ilhós	Metal	Adriano Coelho, LDA	4- unidade	R-001 C.Simples:
R:002-Fecho	100% Poliéster	Tecidos Castelo	1-unidade	R002 Xuliar:
R:003-Forro	100% Acetato	Tecidos .com.pt	50 cm	
R:004-Gancho	Metal	Adriano Coelho, LDA	5- unidade	

# FICHA TÉCNICA DO PRODUTO

DESENHO TÉCNICO

ESTAÇÃO: INVERNO/ WINTER 2019

COLEÇÃO: BRANCO 60

DESIGNER: PAULA FONSECA BRANCO

CLIENTE / EMPRESA: DESING DE MODA III

REFERÊNCIA DA PEÇA: 001 / RF001

TAMANHO: ÚNICO

GENERO: Femenino

INSTRUÇÕES DE LAVAGEM:



DATA ENTREGA: 2019

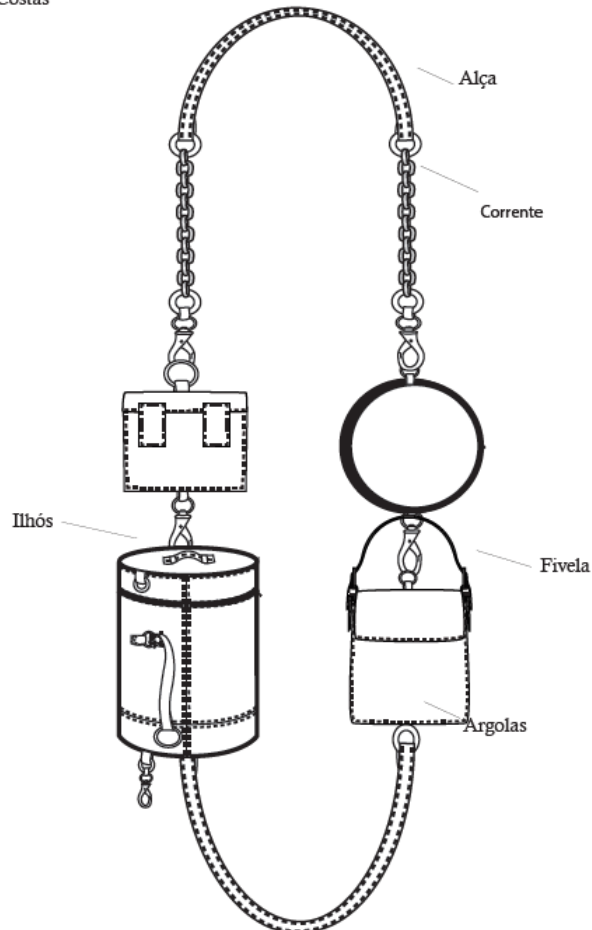
## DESCRIÇÃO:

Conjunto de Mini carteiras em pele sintética preto, duas alças em pele e corrente.

## ILUSTRAÇÃO:



Costas



## MATERIA PRIMA

NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	COR/ PANTONE
Pele Sintética preto com relevo 3D	100% PVC (policloreto de vinil).	Tecidos .com.pt		PANTONE 19-5708 TPX JET SET

## AVIAMENTOS

NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	TIPO DE PONTO
R:001-Ilhós	Metal	Adriano Coelho, LDA	4- unidade	R-001 C.Simples:
R:002-Fecho	100% Poliéster	Tecidos Castelo	1-unidade	R002 Xuliar:
R:003-Forro	100% Acetato	Tecidos .com.pt	50 cm	
R:004-Gancho	Metal	Adriano Coelho, LDA	5- unidade	

## FICHA TÉCNICA DO PRODUTO

## DESENHO TÉCNICO

ESTAÇÃO: INVERNO/ WINTER 2019

COLEÇÃO: BRANCO 60

DESIGNER: PAULA FONSECA BRANCO

CLIENTE / EMPRESA: DESING DE MODA III

REFERÊNCIA DA PEÇA: 001 / RF001

TAMANHO: ÚNICO

GENERO: Femenino

INSTRUÇÕES DE LAVAGEM:

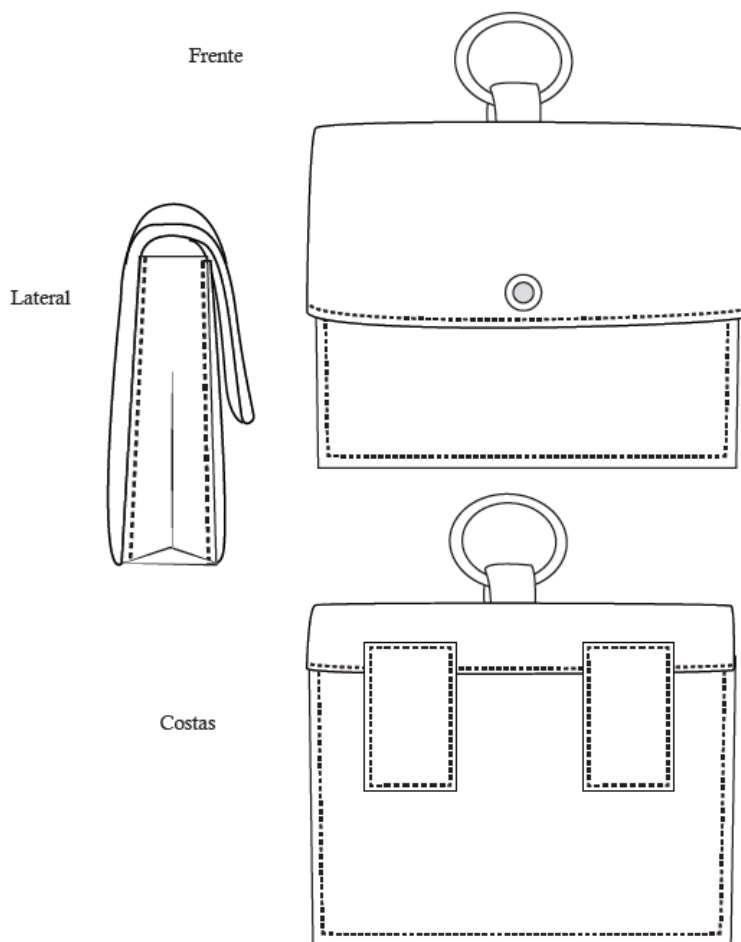


DATA ENTREGA: 2019

## DESCRIÇÃO:

Mini carteira em pele sintética preto, botão de pressão.

## ILUSTRAÇÃO:



## MATÉRIA PRIMA

NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	COR/ PANTONE
Pele Sintética preto com relevo 3D	100% PVC (policloreto de vinil).	Tecidos .com.pt		 PANTONE 19-5708 TPX JET SET
AVIAMENTOS				
NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	TIPO DE PONTO
R:001-Botão.		Tecidos .com.pt	1 unidades	R-001 C.Simples:
				R002 Xuliar:

## FICHA TÉCNICA DO PRODUTO

DESENHO TÉCNICO

ESTAÇÃO: INVERNO/ WINTER 2019

COLEÇÃO: BRANCO 60

DESIGNER: PAULA FONSECA BRANCO

CLIENTE / EMPRESA: DESING DE MODA III

REFERÊNCIA DA PEÇA: 001 / RF001

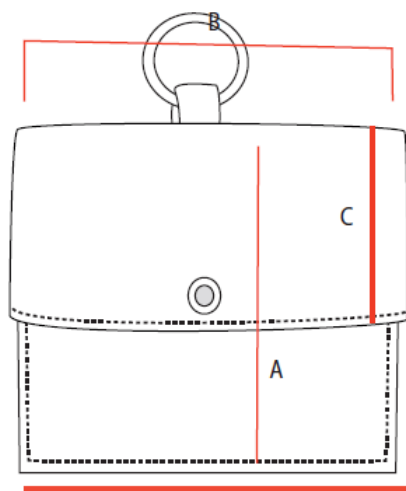
TAMANHO: ÚNICO

GENERO: Femenino

INSTRUÇÕES DE LAVAGEM:

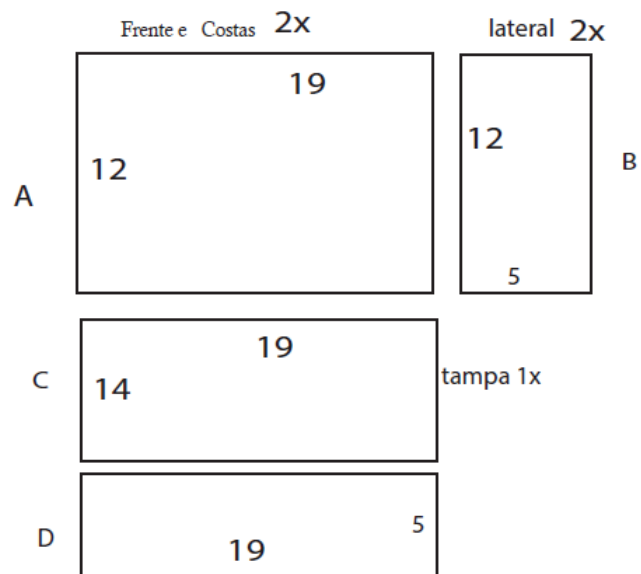


DATA ENTREGA: 2019



D

Costas



Base

MEDIDAS BASE: SAMPLE SIZE MEASUREMENTS:					
CÓDIGO CODE	DESCRIÇÃO: DESCRIPTION	MEDIDAS (cm) MEASUREMENT	CÓDIGO CODE	DESCRIÇÃO: DESCRIPTION	MEDIDAS (cm) MEASUREMENT
A	Compr. x Largura frente e costas	12 x 19 (cm)			
B	lateral	12 x 5 (cm)			
C	Compr. x largura tampa	19 x 14 (cm)			
D	base	19 x 5 cm			

## FICHA TÉCNICA DO PRODUTO

DESENHO TÉCNICO

ESTAÇÃO: INVERNO/WINTER 2019

COLEÇÃO: BRANCO 60

DESIGNER: PAULA FONSECA BRANCO

CLIENTE / EMPRESA: DESING DE MODA III

REFERÊNCIA DA PEÇA: 001 / RF001

TAMANHO: ÚNICO

GENERO: Femenino

INSTRUÇÕES DE LAVAGEM:



DATA ENTREGA: 2019

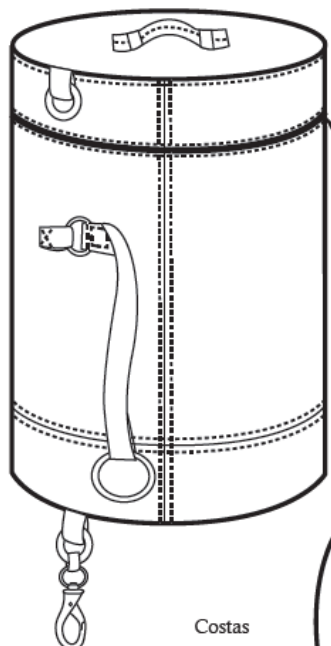
## DESCRIÇÃO:

Conjunto de Mini carteiras em pele sintética preto, duas alças em pele e corrente.

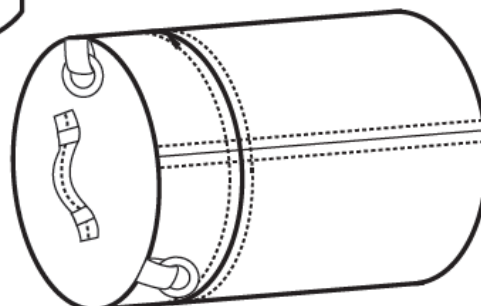
## ILUSTRAÇÃO:



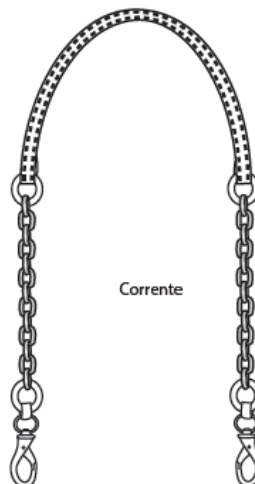
Frente




Costas





Corrente



## MATÉRIA PRIMA

NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	COR/ PANTONE
100% PVC (policloreto de vinil).	100% PVC (policloreto de vinil).	Tecidos .com.pt	2,5 m	

## AVIAMENTOS

NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	TIPO DE PONTO
R:001-Ilhós	Metal	Adriano Coelho, LDA	2 unidades	R-001 C.Simples: 
R:002-Forro	100% Acetato	Tecidos .com.pt	0,50 cm/m	
R:003-Argola	Metal	Adriano Coelho, LDA		R002 Xuliar: 
R:004-Gancho	Metal	Adriano Coelho, LDA	2 unidades	
R:005- Fecho		Tecidos .com.pt	1 unidades	

# FICHA TÉCNICA DO PRODUTO

DESENHO TÉCNICO

ESTAÇÃO: INVERNO/ WINTER 2019

COLEÇÃO: BRANCO 60

DESIGNER: PAULA FONSECA BRANCO

CLIENTE / EMPRESA: DESING DE MODA III

REFERÊNCIA DA PEÇA: 001 / RF001

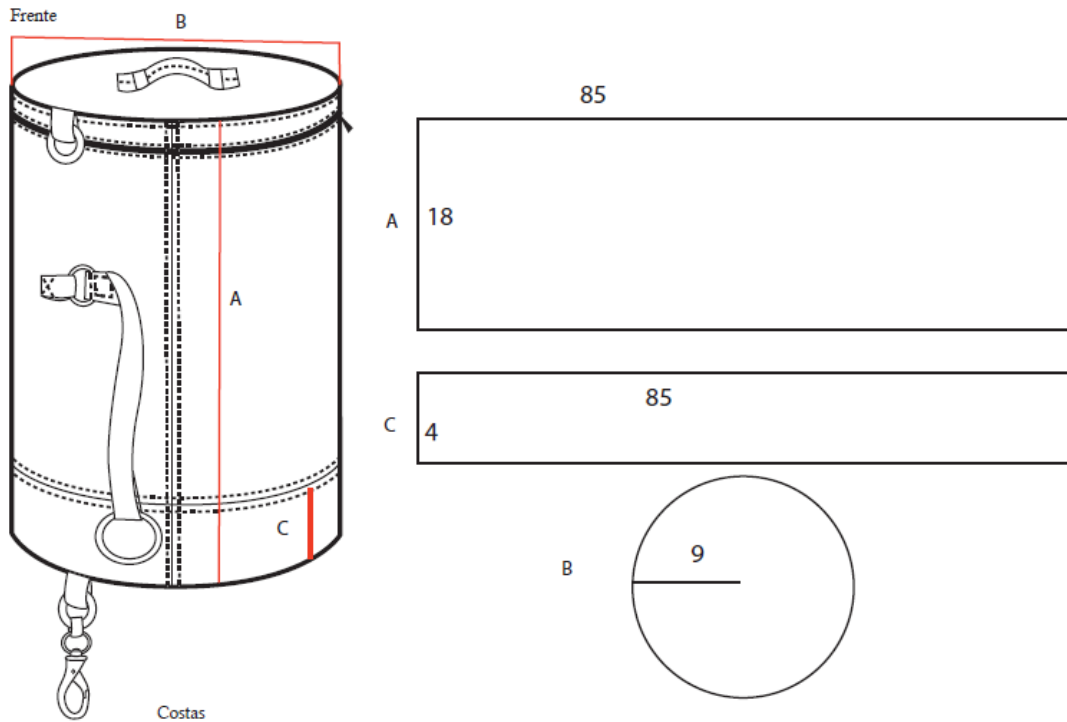
TAMANHO: ÚNICO

GENERO: Femenino

INSTRUÇÕES DE LAVAGEM:



DATA ENTREGA: 2019



MEDIDAS BASE: SAMPLE SIZE MEASUREMENTS:					
CÓDIGO CODE	DESCRIÇÃO: DESCRIPTION	MEDIDAS (cm) MEASUREMENT	CÓDIGO CODE	DESCRIÇÃO: DESCRIPTION	MEDIDAS (cm) MEASUREMENT
A	Compr. x Largura corpo	85 x 18 (cm)			
B	raio do círculo	R: = 9 (cm)			
C	Compr. x largura base	85 x 4 (cm)			

# FICHA TÉCNICA DO PRODUTO

DESENHO TÉCNICO

ESTAÇÃO: INVERNO/ WINTER 2019

COLEÇÃO: BRANCO 60

DESIGNER: PAULA FONSECA BRANCO

CLIENTE / EMPRESA: DESING DE MODA III

REFERÊNCIA DA PEÇA: 001 / RF001

TAMANHO: ÚNICO

GENERO: Femenino

INSTRUÇÕES DE LAVAGEM:



DATA ENTREGA: 2019

## DESCRIÇÃO:

Conjunto de Mini carteiras em pele sintética preto, duas alças em pele e corrente.

## ILUSTRAÇÃO:



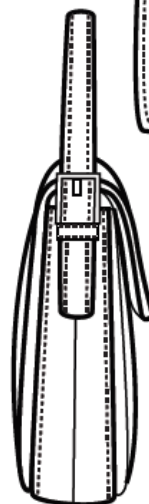
Frente



Costas



Lateral



## MATÉRIA PRIMA

NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	COR/
Pele Sintética preto com relevo 3D	100% PVC (policloreto de vinil).	Tecidos .com.pt		
			2,5 m	
<b>AVIAMENTOS</b>				PANTONE 19-5708 TPX JET SET
NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	TIPO DE PONTO
R-001-Ilhós	Metal	Adriano Coelho, LDA	2 unidades	R-001 C.Simples:
R-002-Forro	100% Acetato	Tecidos .com.pt	0,50 cm/m	R002 Xuliar:
R-003-Fivela	Metal	Adriano Coelho, LDA		
R-004-Gancho	Metal	Adriano Coelho, LDA	2 unidades	

## FICHA TÉCNICA DO PRODUTO

DESENHO TÉCNICO

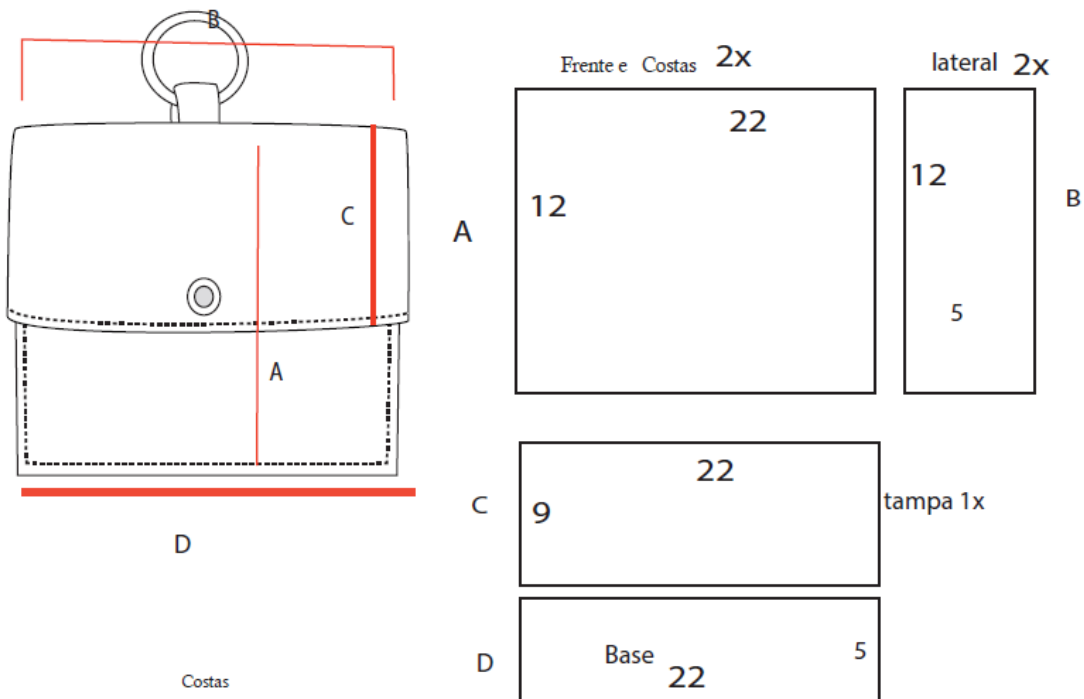
**ESTAÇÃO:** INVERNO/ WINTER 2019  
**COLEÇÃO:** BRANCO 60  
**DESIGNER:** PAULA FONSECA BRANCO  
**CLIENTE / EMPRESA:** DESING DE MODA III

**REFERÊNCIA DA PEÇA:** 001 / RF001  
**TAMANHO:** ÚNICO  
**GENERO:** Femenino

**INSTRUÇÕES DE LAVAGEM:**



**DATA ENTREGA:** 2019



MEDIDAS BASE: SAMPLE SIZE MEASUREMENTS:					
CÓDIGO CODE	DESCRIÇÃO: DESCRIPTION	MEDIDAS (cm) MEASUREMENT	CÓDIGO CODE	DESCRIÇÃO: DESCRIPTION	MEDIDAS (cm) MEASUREMENT
A	Compr. x Largura frente e costas	22x 12(cm)			
B	lateral	12 x 5 (cm)			
C	Compr. x largura tampa	22 x 9 (cm)			
D	base	5 x22			

## FICHA TÉCNICA DO PRODUTO

## DESENHO TÉCNICO

ESTAÇÃO: INVERNO/ WINTER 2019

COLEÇÃO: BRANCO 60

DESIGNER: PAULA FONSECA BRANCO

CLIENTE / EMPRESA: DESING DE MODA III

REFERÊNCIA DA PEÇA: 001 / RF001

TAMANHO: ÚNICO

GENERO: Femenino

INSTRUÇÕES DE LAVAGEM:



DATA ENTREGA: 2019

## DESCRIÇÃO:

Mini carteira em pele sintética preto, botão de pressão.

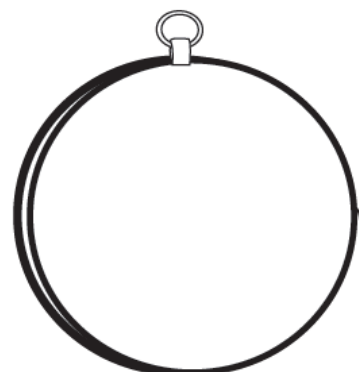
## ILUSTRAÇÃO:



Frente



Costas



## MATERIA PRIMA

NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	COR/ PANTONE
Pele Sintética preto com relevo 3D	100% PVC (policloreto de vinil).	Tecidos .com.pt		 PANTONE 19-5708 TPX JET SET

## AVIAMENTOS

NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	TIPO DE PONTO
R:001-Botão.		Tecidos .com.pt	1 unidades	R-001 C.Simples:
				R002 Xuliar:

# FICHA TÉCNICA DO PRODUTO

DESENHO TÉCNICO

**ESTAÇÃO:** INVERNO/ WINTER 2019  
**COLEÇÃO:** BRANCO 60  
**DESIGNER:** PAULA FONSECA BRANCO  
**CLIENTE / EMPRESA:** DESING DE MODA III

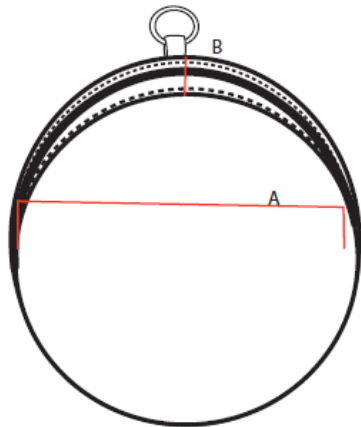
**REFERÊNCIA DA PEÇA:** 001 / RF001  
**TAMANHO:** ÚNICO  
**GENERO:** Femenino

**INSTRUÇÕES DE LAVAGEM:**

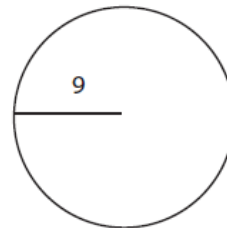


**DATA ENTREGA:** 2019

Frente



B



Costas

MEDIDAS BASE: SAMPLE SIZE MEASUREMENTS:					
CÓDIGO CODE	DESCRIÇÃO: DESCRIPTION	MEDIDAS (cm) MEASUREMENT	CÓDIGO CODE	DESCRIÇÃO: DESCRIPTION	MEDIDAS (cm) MEASUREMENT
A	Compr. x Largura corpo	85 x 4 (cm)			
B	raio do círculo	R: = 9 (cm)			



## FICHA TÉCNICA DO PRODUTO

DESENHO TÉCNICO

ESTAÇÃO: INVERNO/ WINTER 2019  
 COLEÇÃO: BRANCO 60  
 DESIGNER: PAULA FONSECA BRANCO  
 CLIENTE / EMPRESA: DESING DE MODA III

REFERÊNCIA DA PEÇA: 002- / RF002  
 TAMANHO: ÚNICO  
 GENERO: Femenino

INSTRUÇÕES DE LAVAGEM:

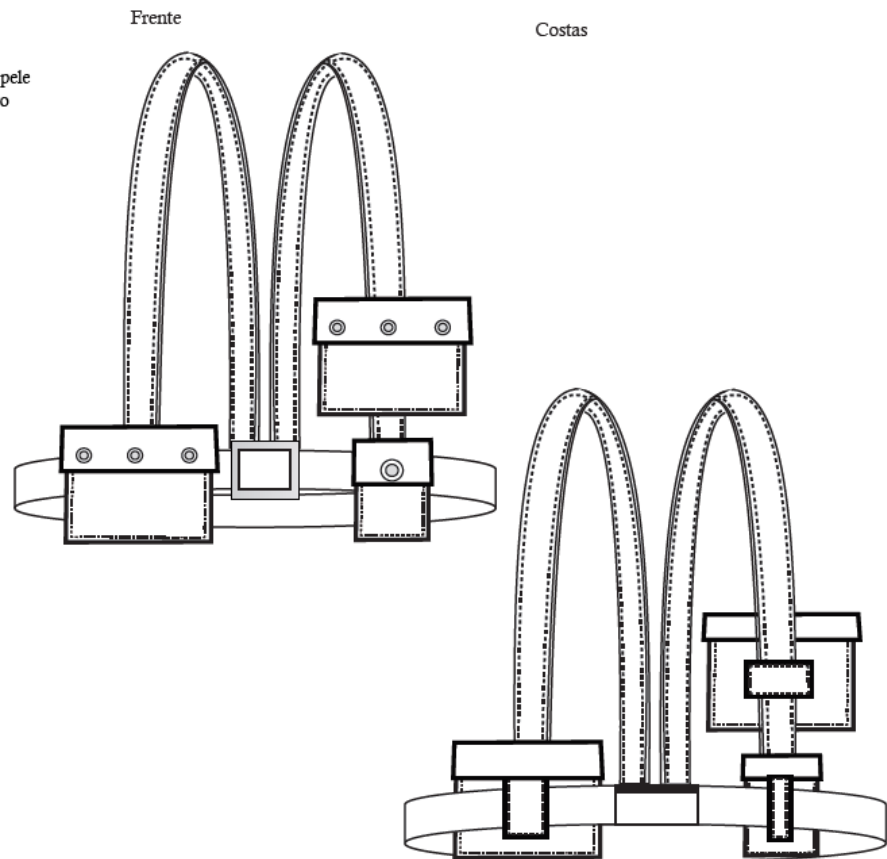


DATA ENTREGA: 2019

### DESCRIÇÃO:

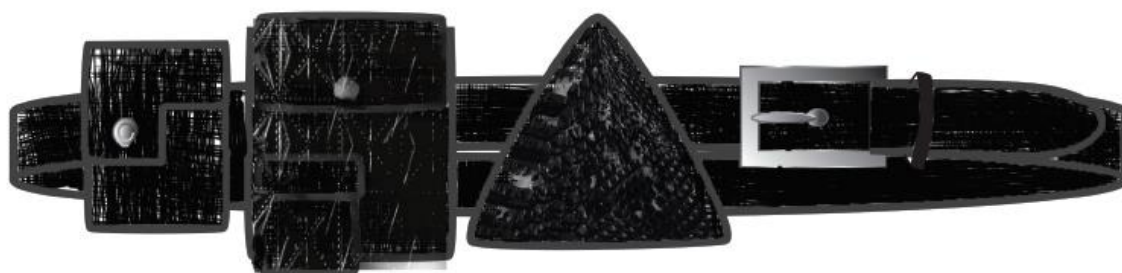
Conjunto de Mini carteira em pele sintética preto, duas alças, cinto botão de pressão, fivela.

### ILUSTRAÇÃO:



### MATÉRIA PRIMA

NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	COR/ PANTONE
	100% PVC (policloreto de vinil).			PANTONE 19-5708 TPX JET SET
AVIAMENTOS				TIPO DE PONTO
NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	
R:001-Fecho	100% Poliéster	Tecidos .com.pt	1- unidade	R-001 C.Simples:
R:002-Forro	100% acetato	Tecidos .com.pt	60 cm	R002 Xuliar:
R:003-Botão de pressão.	100% Poliéster	Retrosaria Três Globos-CB		



# FICHA TÉCNICA DO PRODUTO

DESENHO TÉCNICO

**ESTAÇÃO:** INVERNO/ WINTER 2019  
**COLEÇÃO:** BRANCO 60  
**DESIGNER:** PAULA FONSECA BRANCO  
**CLIENTE / EMPRESA:** DESING DE MODA III

**REFERÊNCIA DA PEÇA:** 003 / RF003  
**TAMANHO:** ÚNICO  
**GENERO:** Femenino

**INSTRUÇÕES DE LAVAGEM:**

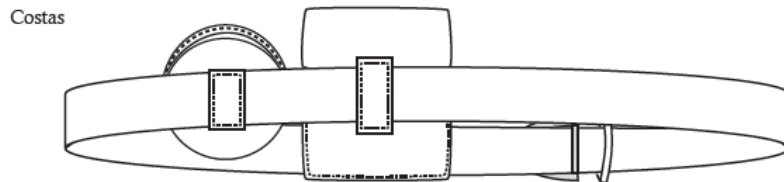
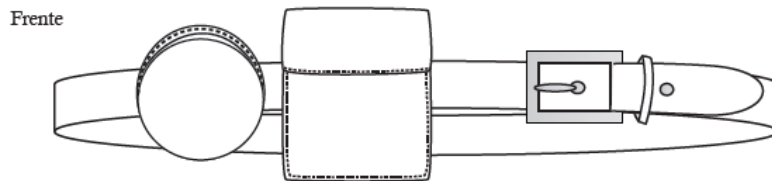
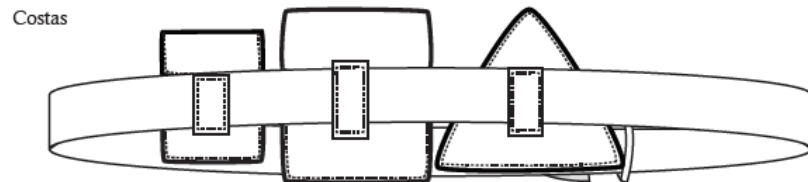
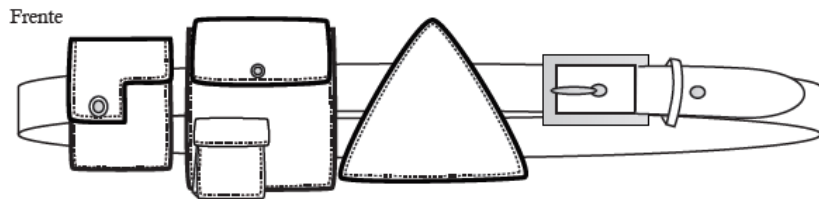
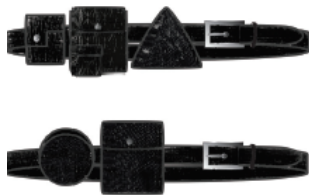


**DATA ENTREGA:** 2019

## DESCRIÇÃO:

Mini carteiras/ fanny pack em pele sintética preto, cinto, botão de pressão, fivela.

## ILUSTRAÇÃO:

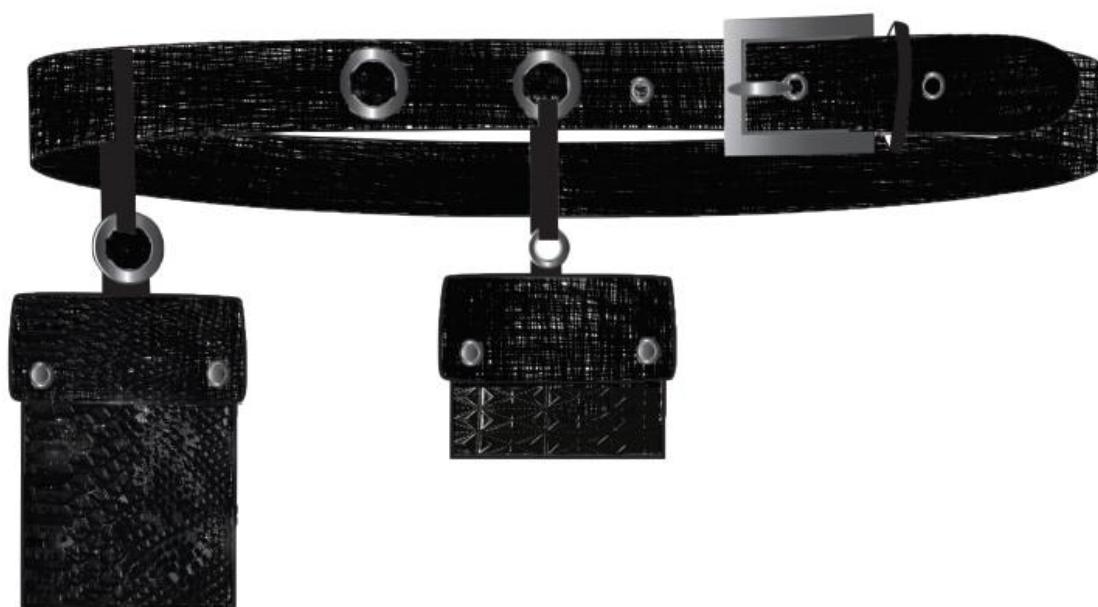


## MATÉRIA PRIMA

NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	COR/ PANTONE
	100% PVC (policloreto de vinil).			 PANTONE 19-5708 TPX JET SET

## AVIAMENTOS

NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	TIPO DE PONTO
R:001-Fecho	100% Poliéster	Tecidos .com.pt		R-001 C.Simples:
R:002-Forro	100% acetato	Tecidos .com.pt		R002 Xuliar:
R:003-Botão de pressão.	100% Poliéster	Retrosaria Três Globos- CB		



# FICHA TÉCNICA DO PRODUTO

DESENHO TÉCNICO

ESTAÇÃO: INVERNO/ WINTER 2019

COLEÇÃO: BRANCO 60

DESIGNER: PAULA FONSECA BRANCO

CLIENTE / EMPRESA: DESING DE MODA III

REFERÊNCIA DA PEÇA: 004 / RF004

TAMANHO: ÚNICO

GENERO: Femenino

INSTRUÇÕES DE LAVAGEM:

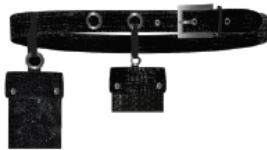


DATA ENTREGA: 2019

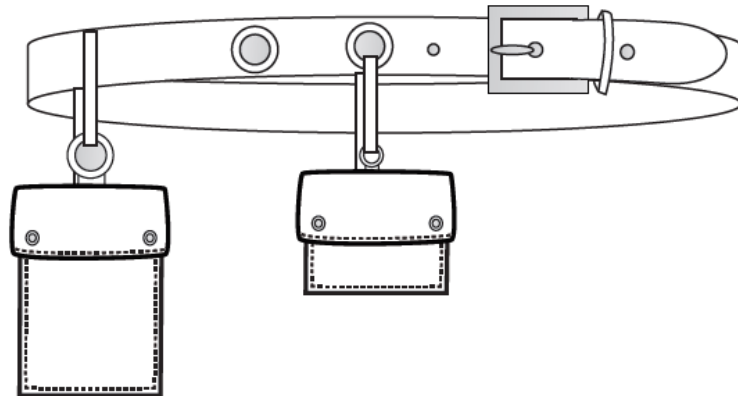
## DESCRIÇÃO:

Mini carteiras/ fanny pack em pele sintética preto, cinto, botão de pressão, fivela.

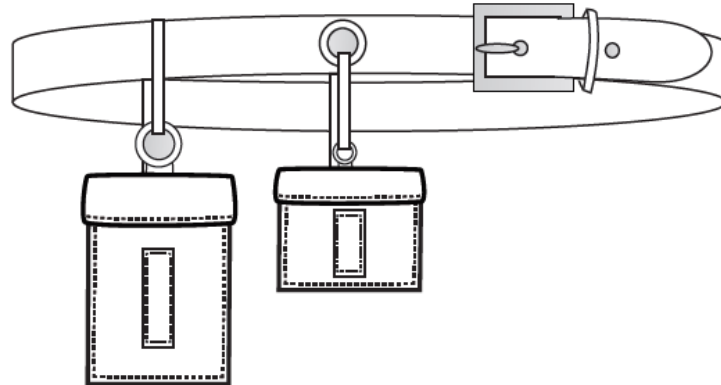
## ILUSTRAÇÃO:



Frente



Costas



## MATERIA PRIMA

NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	COR/ PANTONE
	100% PVC (policloreto de vinil).			 PANTONE 19-5708 TPX JET SET
<b>AVIAMENTOS</b>				
NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	TIPO DE PONTO
R:001-Fecho	100% Poliéster	Tecidos .com.pt		R-001 C.Simples:
R:002-Forro	100% acetato	Tecidos .com.pt		R002 Xuliar:
R:003-Botão de pressão.	100% Poliéster	Retrosaria Três Globos-CB		



# FICHA TÉCNICA DO PRODUTO

## DESENHO TÉCNICO

**ESTAÇÃO:** INVERNO/ WINTER 2019  
**COLEÇÃO:** BRANCO 60  
**DESIGNER:** PAULA FONSECA BRANCO  
**CLIENTE / EMPRESA:** DESING DE MODA III

**REFERÊNCIA DA PEÇA:** 005 / RF005  
**TAMANHO:** ÚNICO  
**GENERO:** Femenino

**INSTRUÇÕES DE LAVAGEM:**

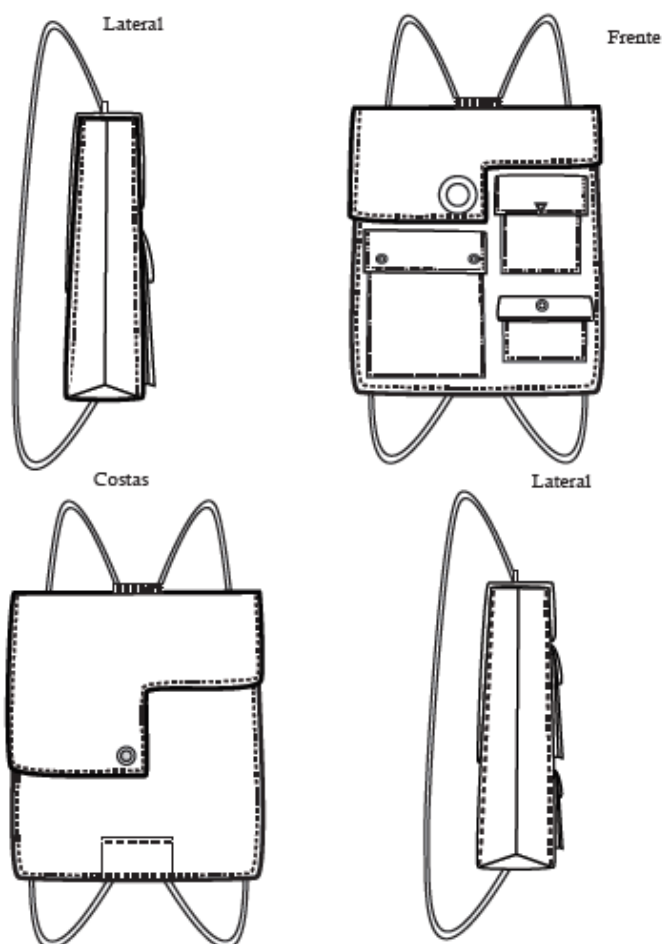


**DATA ENTREGA:** 2019

### DESCRIÇÃO:

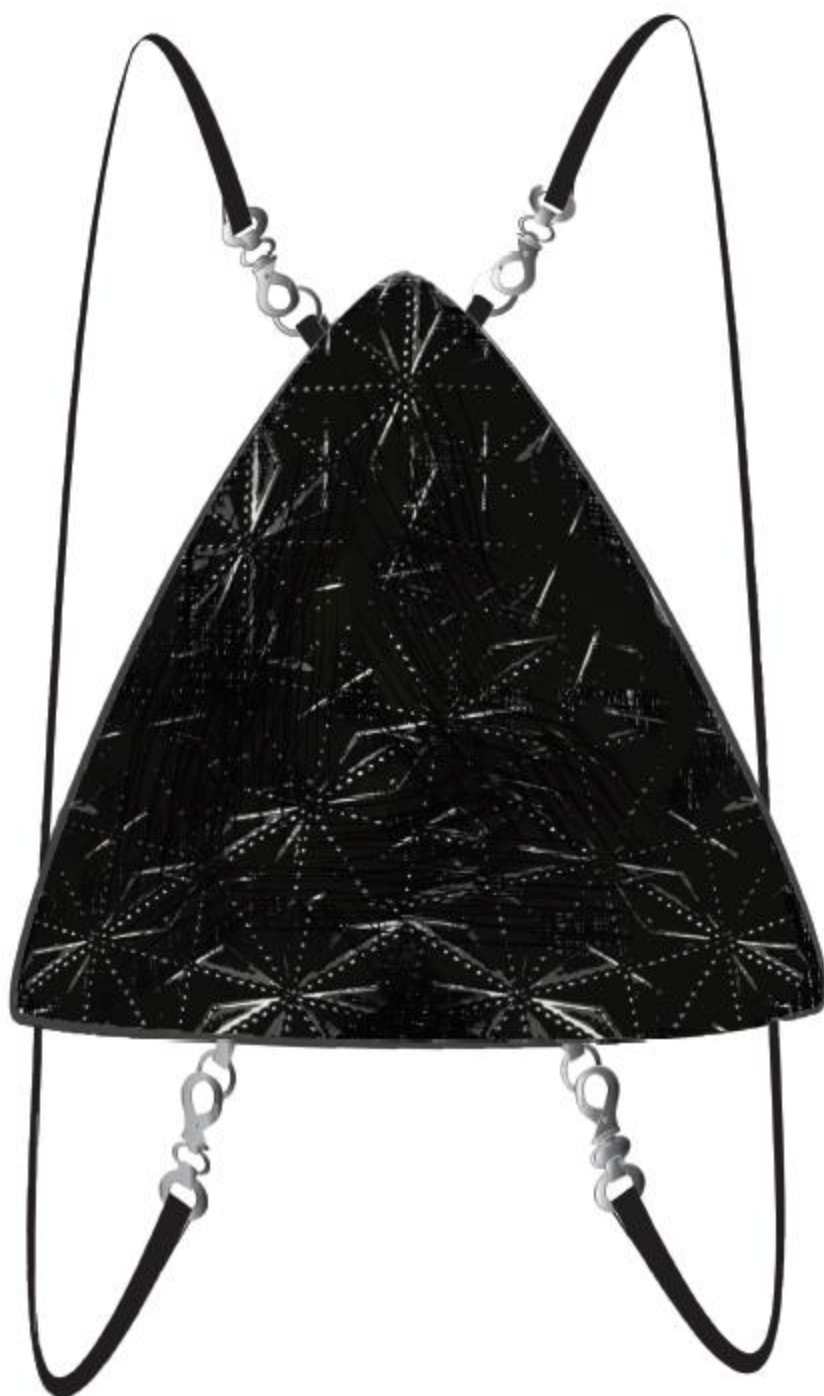
Mochila em pele sintética preto, duas alças, três bolsos frontais, botão de pressão, bolso nas costas, ilhós.

### ILUSTRAÇÃO:



### MATÉRIA PRIMA

NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	COR/ PANTONE
Pele Sintética preto com relevo 3D	100% PVC (policloreto de vinil).	Tecidos .com.pt	2,50 cm	 PANTONE 19-5708 TPX JET SET
AVIAMENTOS				
NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	TIPO DE PONTO
R:001-Botão.	Metal	Tecidos de Castelo	2 unidade	R-001 C.Simples:
R:002-Fecho	100% Poliéster	Tecidos de Castelo	1 unidade	R002 Xuliar:
R:003-Forro	100% Acetato	Tecidos de Castelo	0,50 cm	



# FICHA TÉCNICA DO PRODUTO

DESENHO TÉCNICO

ESTAÇÃO: INVERNO/ WINTER 2019

COLEÇÃO: BRANCO 80

DESIGNER: PAULA FONSECA BRANCO

CLIENTE / EMPRESA: DESING DE MODA III

REFERÊNCIA DA PEÇA: 008 / RF008

TAMANHO: ÚNICO

GENERO: Femenino

INSTRUÇÕES DE LAVAGEM:



DATA ENTREGA: 2019

## DESCRIÇÃO:

Mochila triangular em pele sintética preto, duas alças, três bolsos frontais, botão de pressão, bolso nas costas, ilhós.

## ILUSTRAÇÃO:



Frente



Costas



Lateral



## MATÉRIA PRIMA

NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	COR/ PANTONE
Pele Sintética preto com relevo 3D	100% PVC (policloreto de vinil).	Tecidos .com.pt	2,50 cm	PANTONE 19-5708 TPX JET SET

## AVIAMENTOS

NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	TIPO DE PONTO
R:001-Botão.	Metal	Tecidos de Castelo	2 unidade	R-001 C.Simples:
R:002-Fecho	100% Poliéster	Tecidos de Castelo	1 unidade	R002 Xuliar:
R:003-Forro	100% Acetato	Tecidos de Castelo	0,50 cm	



# FICHA TÉCNICA DO PRODUTO

DESENHO TÉCNICO

ESTAÇÃO: INVERNO/ WINTER 2019

COLEÇÃO: BRANCO 80

DESIGNER: PAULA FONSECA BRANCO

CLIENTE / EMPRESA: DESING DE MODA III

REFERÊNCIA DA PEÇA: 007 / RF007

TAMANHO: ÚNICO

GENERO: Feminino

INSTRUÇÕES DE LAVAGEM:

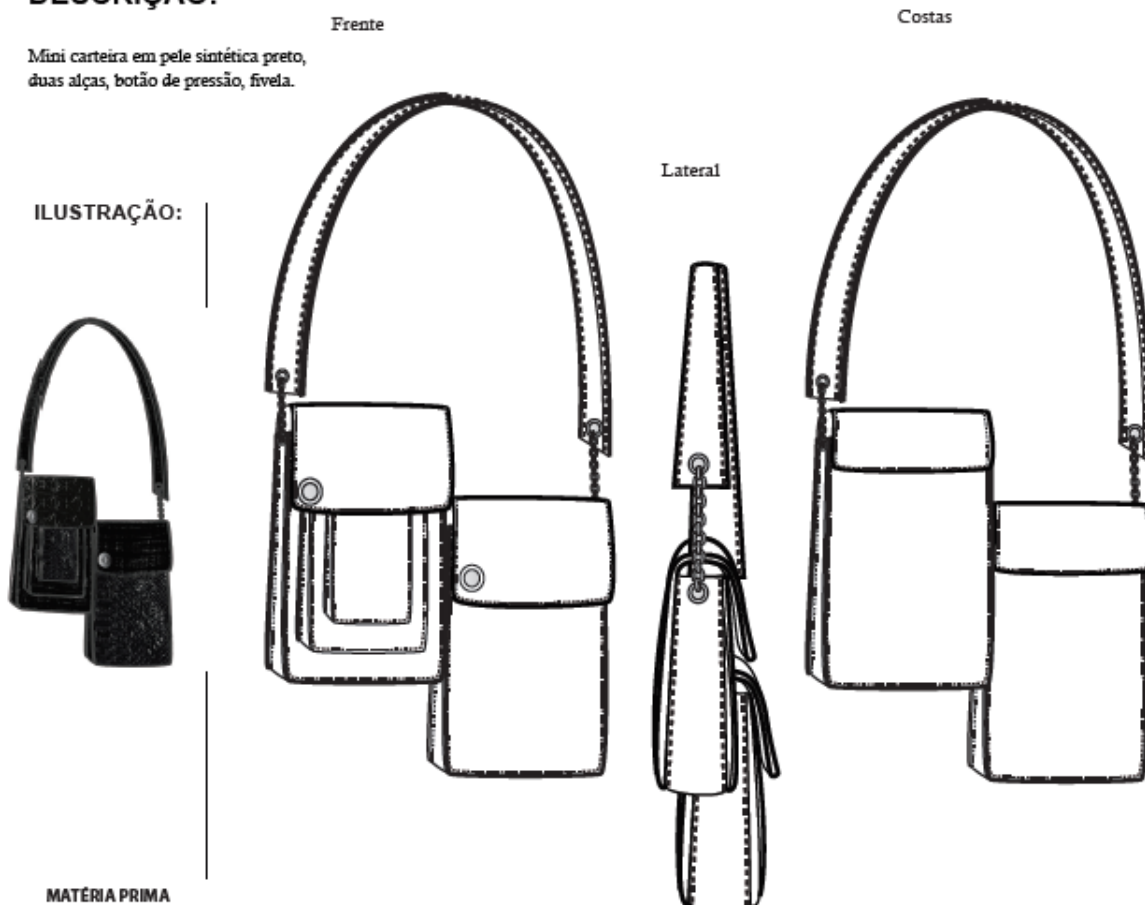


DATA ENTREGA: 2019

## DESCRIÇÃO:

Mini carteira em pele sintética preto, duas alças, botão de pressão, fivela.

ILUSTRAÇÃO:



### MATÉRIA PRIMA

NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	COR/ PANTONE
	100% PVC (policloreto de vinil).			 PANTONE 19-5708TPX JET SET

### AVIAMENTOS

NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	TIPO DE PONTO
R:001-Fecho	100% Poliéster	Tecidos .com.pt	1- unidade	R-001 C.Simples:
R:002-Forro	100% acetato	Tecidos .com.pt	80 cm	R002 Xuliar:
R:003-Botão de pressão.	100% Poliéster	Retrosaria Três Globos-CB		



# FICHA TÉCNICA DO PRODUTO

DESENHO TÉCNICO

ESTAÇÃO: INVERNO/ WINTER 2019

COLEÇÃO: BRANCO 60

DESIGNER: PAULA FONSECA BRANCO

CLIENTE / EMPRESA: DESING DE MODA III

REFERÊNCIA DA PEÇA: 008 / RF008

TAMANHO: ÚNICO

GENERO: Femenino

INSTRUÇÕES DE LAVAGEM:

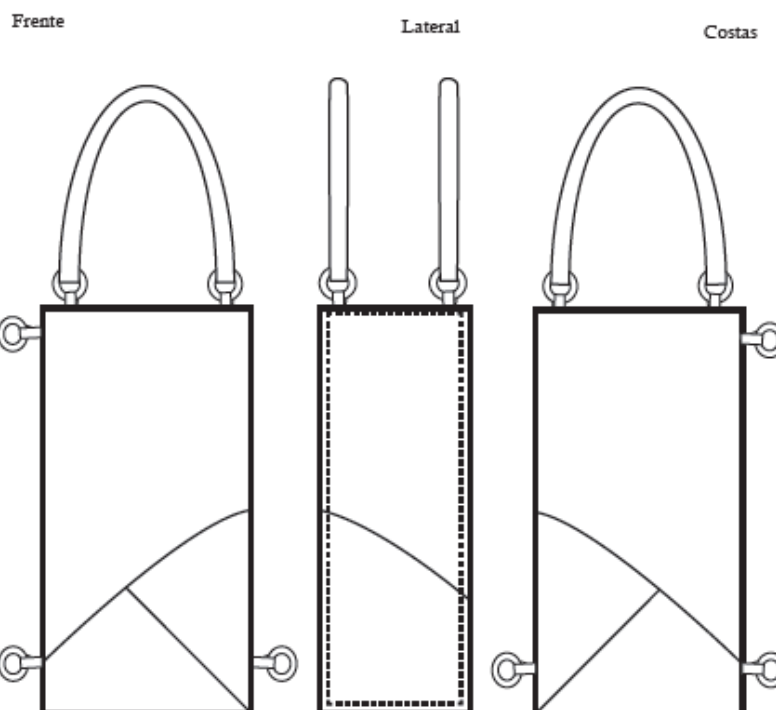


DATA ENTREGA: 2019

## DESCRIÇÃO:

Mala/ carteira com corte assimétrico em pele sintética preto, duas alças, fecho.

## ILUSTRAÇÃO:



## MATÉRIA PRIMA

NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	COR/ PANTONE
	100% PVC (policloreto de vinil).			PANTONE 19-5708 TPX JET SET

## AVIAMENTOS

NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	TIPO DE PONTO
R:001-Fecho	100% Poliéster	Tecidos .com.pt	1- unidade	R-001 C.Simples:
R:002-Forro	100% acetato	Tecidos .com.pt	50 cm	R002 Xuliar:
R:003-Botão.	100% Poliéster			



## FICHA TÉCNICA DO PRODUTO

DESENHO TÉCNICO

ESTAÇÃO: INVERNO/ WINTER 2019

COLEÇÃO: BRANCO 80

DESIGNER: PAULA FONSECA BRANCO

CLIENTE / EMPRESA: DESING DE MODA III

REFERÊNCIA DA PEÇA: 009 / RF009

TAMANHO: ÚNICO

GENERO: Femenino

INSTRUÇÕES DE LAVAGEM:



DATA ENTREGA: 2019

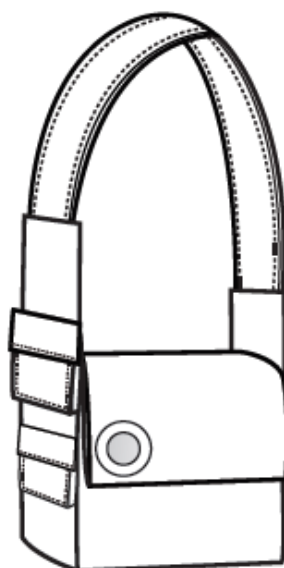
### DESCRIÇÃO:

Mini carteira em pele sintética preto, duas alças, botão de pressão, fivela.

### ILUSTRAÇÃO:



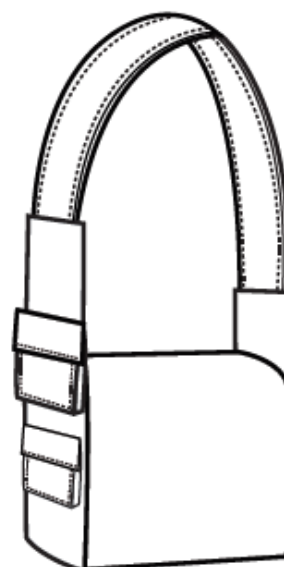
Frente



Lateral



Costas



### MATÉRIA PRIMA

NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	COR/ PANTONE
	100% PVC (policloreto de vinil).			 PANTONE 19-5708TPX JET SET
AVIAMENTOS				
NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	TIPO DE PONTO
R:001-Fecho	100% Poliéster	Tecidos .com.pt	1- unidade	R-001 C.Simples:
R:002-Forro	100% acetato	Tecidos .com.pt	80 cm	R002 Xuliar:
R:003-Botão de pressão.	100% Poliéster	Retrosaria Três Globos-CB		



# FICHA TÉCNICA DO PRODUTO

DESENHO TÉCNICO

ESTAÇÃO: INVERNO/ WINTER 2019

COLEÇÃO: BRANCO 60

DESIGNER: PAULA FONSECA BRANCO

CLIENTE / EMPRESA: DESING DE MODA III

REFERÊNCIA DA PEÇA: 010 / RF010

TAMANHO: ÚNICO

GENERO: Femenino

INSTRUÇÕES DE LAVAGEM:



DATA ENTREGA: 2019

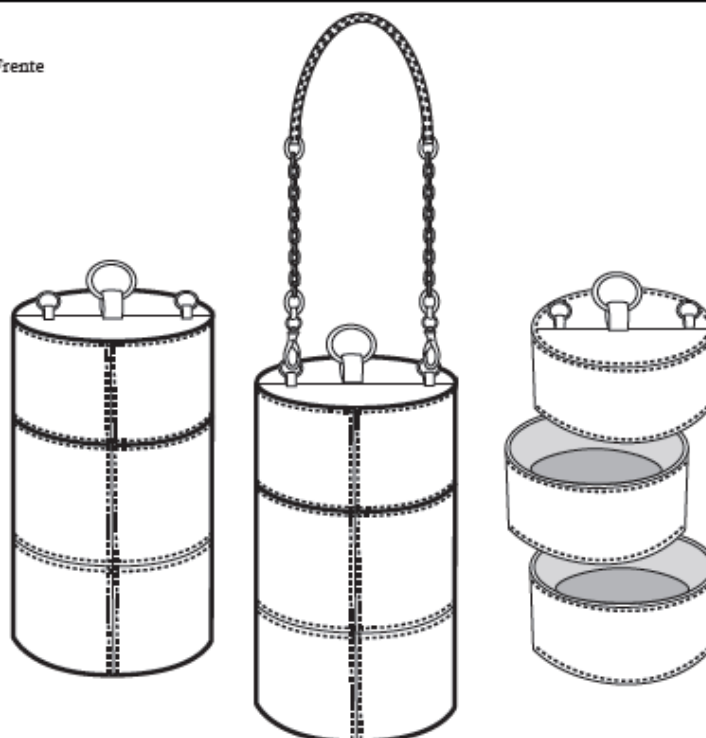
## DESCRIÇÃO:

Mala cilíndrica em pele sintética preto, com três encaixe e alça lateral

## ILUSTRAÇÃO:



Frente



## MATÉRIA PRIMA

NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	COR/ PANTONE
Pele Sintética preto com relevo 3D	100% PVC (policloreto de vinil).	Tecidos .com.pt	2,50 cm	 PANTONE 19-5708 TPX JET SET
AVIAMENTOS				
NOME/ CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	CONSUMO	TIPO DE PONTO
R:001-Botão.	Metal	Tecidos de Castelo	2 unidade	R-001 C.Simples:
R:002-Fecho	100% Poliéster	Tecidos de Castelo	1 unidade	R002 Xuliar:
R:003-Forro	100% Acetato	Tecidos de Castelo	0,50 cm	





**BRANCO**  
20



## Orçamentação.

Por fim, foi determinado o custo final do produto.

A orçamentação teve em conta todo o processo de elaboração desta coleção desde o criativo ao consumidor; cálculo do preço por hora; cálculo do projeto e da criação; cálculo da produção e confeção da peça final, no valor total de 199,47€.

Podemos assim prever a viabilidade do produto, visto que o seu público alvo é de classe media alta, e por ser um produto de design diferenciador, a adesão deverá ser progressiva.

Cálculo reprodução produto – Malas Branco 60	
Atividade	Horas
<b>Corte</b>	1
<b>Confeção</b>	15
<b>Acabamento</b>	1
Total nº de horas	<b>16</b>
Preço/hora	<b>9,74</b>
Semi-total confeção	<b>155,87</b>
Preço Matéria-prima	<b>25,6</b>
Preço de produção	<b>181,47</b>
Projeto/Design/Lucro	<b>18</b>
Preço de venda ao público	<b>199,47</b>
	<b>nº de produtos</b>
Ponto critico das vendas c/Prot.	59

Figura 6.5 - Tabela orçamentação do projeto, fonte autor.



## Conclusão:

Face ao trabalho desenvolvido ao longo deste estudo, na área do design de moda e cujo tema escolhido foi “Coleção cápsula de acessórios – MALAS; Evolução dos acessórios de moda e conceção da coleção” e, face a toda a informação recolhida e tratada poder-se-á afirmar que as malas/bolsas são realmente um complemento da moda.

Nesta secção revisitamos os objetivos e questões que levaram à produção deste projeto e sintetizamos as conclusões obtidas.

As duas áreas em questão, a moda e os acessórios “malas”, ao longo da história, passaram por processos idênticos, sofrendo alterações por influências culturais, sociais, económicas e políticas.

Para a realização de um projeto de *design* pressupõe-se primeiramente a identificação da necessidade e do problema. Desta forma foi desenvolvida uma coleção com materiais resistentes e impermeáveis de modo a amenizar o consumo de *fast-fashion* que levam à temática do consumismo da indústria têxtil.

Ao longo do projeto foram vários os pensamentos que conduziram ao projeto final desde as metodologias até às diferentes etapas na criação de peças com *design* diferenciador atual e atemporal, funcional e resistente.

Os desafios encontrados durante o desenvolvimento deste trabalho, foi mais a nível de materiais. Visto que é uma coleção cujo fio condutor são materiais resistentes e impermeáveis, a maior dificuldade foi na procura de fornecedores que produzissem ou comercializassem esses artigos e a preços acessíveis. Outra limitação existente foi na confeção dos protótipos devido à falta de maquinaria adequada.

No entanto, todos estes retrocessos foram enriquecedores e positivos pelo facto de se explorar outras áreas do curso menos abrangidas, nomeadamente o *design* de acessórios (mochilas e malas). Desta forma foram adquiridos novos conhecimentos por parte do autor tanto ao nível do *design* como dos materiais, planeamento, desenhos técnicos, modelagem e confeção.

Apesar dos benefícios e das dificuldades travados ao longo de todo o processo criativo e de desenvolvimento deste projeto, existem certos aspetos que devem ser melhorados ou explorados, nomeadamente, a criação da marca - “BRANCO 60”, definir marcas gráficas, estratégias de marketing para a sua comercialização, etiquetas, embalagens entre outros aspetos. No entanto, o projeto é promissor e com o devido acompanhamento pode alcançar bastante sucesso.

Posto todos estes aspetos de parte, este projeto de design foi bastante positivo na formação e realização pessoal do autor, foram adquiridos novos conhecimentos na área do design e da moda um dos principais objetivos da unidade curricular projeto.



## Referências bibliográficas

- ARAÚJO, Mário (1996.). Tecnologia do Vestuário. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- BALDINI, Massimo (2006). A Invenção da Moda - As Teorias, os Estilistas, a História. Edições 70, Lisboa.
- BARTHES, Roland (1967). Sistema da Moda. Tradução Maria de Santa Cruz. Coleção signos, Edições 70, Lisboa.
- BRAND, Jan e TEUNISSEN, José (2009). Moda y accesorios. Coleção GG Moda, Editorial Gustavo Gili, SL, Barcelona.
- CHATAIGNIER, Gilda (2006). Fio a fio: tecidos, moda e linguagem. Estação das letras, São Paulo.
- DAVIES, Hywel (2008). 100 New Fashion Designers. Editora Laurence K 84
- KARSAKLIAN, Eliane (2004). Comportamento do consumidor. Editora Altas, São Paulo.
- LEHNERT, Gertrud (2001). História da Moda – do século XX. Könnemann Verlagsgesellschaft mbH, Colonia.
- LINDON, D et al (2009). Mercator XXI - Teoria e prática do Marketing. Dom Quixote, Lisboa
- LIPOVETSKY, Gilles (1988). A era do vazio – ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Tradução Miguel Serras Pereira e Ana Luísa Faria. Relógio d’Água editores, Lda.
- LIPOVETSKY, Gilles e CHARLES, Sébastien (2004). Os tempos hipermodernos. Edições 70, Lisboa.
- LIPOVETSKY, Gilles (2010). O Império do Efêmero - A moda e o seu destino nas sociedades modernas. Dom Quixote, Lisboa.
- RACINET, Albert (1995). Enciclopédia Histórica do Traje. Editora Replicação, Lda., Lisboa.
- SABINO, Marco (2007). Dicionario da Moda. Editora Campus, Rio de Janeiro.
- SILVA, Gabriela Jobim (2005). Design 3D em Tecelagem Jacquard como ferramenta para a concepção de novos produtos. Aplicação em Acessórios de Moda. Tese de dissertação de mestrado em Mestrado em Design e Marketing - Universidade do Minho, Guimarães.

## Webgrafia

- [https://www.scribd.com/search?content\\_type=books&page=1&query=lipovetsky](https://www.scribd.com/search?content_type=books&page=1&query=lipovetsky) consultado a 20/04/2019 às 20:57
- <https://www.vogue.pt/tende-ncias-3> (consultado a 20/04/2019 às 21:10)
- <https://www.thebodyshop.com.br/beleza-do-mundo/flower-power-movimento-60s/>. (consultado a 20/04/2019 às 21:33)
- <https://pt.slideshare.net/andressatcha/o-imprio-do-efmero-gilles-lipovetsky-60720628> consultado a 20/04/2019 às 21:40
- <https://dicionario.priberam.org/mala> (consultado em 26-04-2019 às 00:27).
- <https://hypebae.com/2018/10/dior-saddle-bag-history-john-galliano> consultada em 26-04-2019 às 01:15
- <https://www.farfetch.com/br/shopping/women/alexander-mcqueen-knuckle-duster-clutch-bag> . Consultada em 26-04-2019 às 01:40
- <http://blogdescalada.com/historia-da-mochila/> consultada em 27-04-2019 às 21:34
- <https://www.yourdictionary.com/reticule> 22:40
- <http://hadcontemporanea.blogspot.com/p/minimalismo.html> consultado em 8 - 05-2019 às 04:09
-