



Personalized Clothing

Gabriela Rodrigues

Nº 20211250

Orientadores

Brígida Ribeiros

Professora Especialista Brígida Isabel Gonçalves Ribeiros

Janeiro de 2024

Composição do júri

Presidente do júri

Especialista, Carla Rodrigues

Professora Adjunta do Instituto Politécnico de Castelo Branco

Vogais

Mestre, Cristina Queijeiro Almeida

Professora Adjunta do Instituto Politécnico de Castelo Branco

Mestre, Brígida Ribeiros

Assistente convidado do Instituto Politécnico de Castelo Branco

Professora Adjunta Convidada do Instituto Politécnico de Castelo Branco

Resumo

O projeto "Personalized Clothing" é uma iniciativa que combina paixão pela moda e expressão artística. Focado na personalização de vestuário, utilizando técnicas de estampagem por serigrafia. A plataforma online permite aos clientes encomendar peças personalizadas, escolhendo entre uma variedade de opções. Parcerias estratégicas com empresas têxteis garantem a qualidade dos produtos originais. Nas redes sociais, especialmente no Instagram e TikTok, compartilha-se não apenas os produtos finais, mas também o processo criativo. O projeto busca transcender a moda convencional, tornando-se uma plataforma para a manifestação da individualidade e estilo autêntico.

Palavras-chave

- Personalização
- Artesanato
- Pintura
- Identidade
- Criatividade

Abstract

The "Personalized Clothing" project is an initiative that blends a passion for fashion with artistic expression. Centered around customizing clothing, using screen printing. The online platform allows customers to order personalized pieces, choosing from a variety of options. Strategic partnerships with textile companies ensure the quality of the original products. On social media, especially on Instagram and TikTok, the project shares not only the final products but also the creative process. The project aims to transcend conventional fashion, becoming a platform for the expression of individuality and authentic style.

Keywords

- Personalization
- Handicraft
- Painting
- Identity
- Creativity

Índice geral

Introdução	1
Exposição do Projeto	2
Marca	2
Justificação do Projeto.....	3
Problema	3
Artesanato no Vestuário.....	3
Personalização de vestuário ao longo dos anos	4
História da pintura manual em peças de roupa	5
A Serigrafia e a sua história.....	6
Processo da Serigrafia	7
Público-Alvo	8
Marcas Concorrentes.....	9
Marcas de luxo e serviços de personalização.....	13
Análise SWOT	14
Gráfico de Gant.....	15
Fontes de Financiamento.....	16
Coleção de peças básicas.....	16
Esboços.....	17
Peças Finais e variáveis de cores	19
Coleção de Desenhos	28
Desenvolvimento da primeira coleção de desenhos	28
Pesquisa	28
Memória Descritiva.....	29
MoodBoard.....	30
Coleção	31
Paleta de cores dos desenhos	31
Exemplos dos produtos personalizados	32
Exemplo de Ficha Técnica.....	34
Orçamentação.....	35
Conclusão	37
Bibliografia:	38

Índice de figuras

Figura 1. Máquina de serigrafia de 4 estações	8
Figura 2. Moodboard do público-alvo	9
Figura 3. Capa do website do serviço de personalização LEVI'S tailor shop.....	10
Figura 4. casaco personalizado pelo serviço LEVI'S tailor shop	10
Figura 5. Exemplos de peças personalizadas pelo serviço LEVI'S tailor shop.....	10
Figura 6. Exemplo de sapatilhas NIKE personalizadas.....	11
Figura 7. Exemplo de t-shirt de equipamento personalizada.....	11
Figura 8. Website de personalização da marca NIKE.....	11
Figura 9. Capa do website de personalização da marca Bershka	12
Figura 10. Segundo exemplo de top personalizado da marca Bershka.....	12
Figura 11. Exemplo de top personalizado da marca Bershka	12
Figura 12. Moodboard de tipologias	16
Figura 13. Esboços (2)	17
Figura 14. Esboços (1)	17
Figura 15. Esboços (4)	18
Figura 16. Esboços (3)	18
Figura 17. Esboços (5)	19
Figura 18. Viúva negra.....	29
Figura 19. Viúva negra a apanhar a sua presa.....	29
Figura 20. Moodboard do conceito.....	30

Lista de tabelas

Tabela 1. Análise SWOT.....	14
Tabela 2. Gráfico de Gant	15

Introdução

O projeto "Personalized Clothing" emerge da interseção entre a expressão artística, a personalização de moda e a celebração da singularidade. Numa era onde a moda muitas vezes se torna sinónimo de uniformidade, este projeto propõe uma abordagem inovadora, centrada na criação de peças de vestuário que transcendem o convencional.

Na realização deste projeto temos de desenvolver a pesquisa sobre o mesmo, encontrar os meios necessários para a sua realização, identificar os problemas do mesmo e tentar encontrar as respostas para os solucionar, assim como fazer um estudo do mercado e perceber se este é de facto viável ou não.

Exposição do Projeto

Este projeto tem como objetivo criar um serviço inovador de personalização de vestuário, usando técnicas de pintura, com particular ênfase na divulgação através das redes sociais.

Os objetivos centrais desta iniciativa concentram-se em realçar a exclusividade de cada peça, transformando-as em produtos verdadeiramente únicos. Valorizar a identidade e preferências individuais dos clientes é uma prioridade, proporcionando a expressão autêntica dos seus gostos pessoais. Além disso, o projeto visa destacar a criatividade por trás de cada criação, promovendo o artesanato como elemento-chave na elaboração de peças diferenciadas.

Através desta abordagem inovadora, pretendo não só disponibilizar um serviço de personalização de vestuário, mas também oferecer aos clientes a oportunidade de expressar a sua individualidade de forma única, resultando em peças que transcendem o convencional e refletem a essência autêntica de quem as usa. Este projeto ambiciona ir além do simples ato de vestir, tornando-se uma plataforma para a manifestação de estilo e originalidade.

Marca

A marca irá oferecer produtos originais, que incluem, calças jeans, jorts, t-shirts, camisolas, um hoodie, uma sweatshirt, um top de cavas e uma camisa, que irão ser vendidos no seu website, no entanto o foco do projeto é o serviço de personalização de vestuário oferecido pela marca através do aplique de desenhos desenvolvidos de acordo com temas definidos.

Para aceder a esta experiência de personalização, a marca irá criar um parâmetro de encomendas personalizadas no seu website, onde os clientes vão poder selecionar a peça de vestuário desejada, o tamanho, e a cor da mesma, e escolher o/ os desenhos, o tamanho, a cor e a localização dos mesmos, dentro da panóplia que é oferecida.

Para materializar esta visão, a marca irá procurar estabelecer parcerias estratégicas com uma ou mais empresas especializadas em produção têxtil e confecção de vestuário. Essas parcerias garantem a confecção dos seus produtos originais em diversas cores, tecidos e tamanhos, proporcionando a base perfeita para o processo de personalização subsequente.

No âmbito do marketing, irá utilizar ativamente as redes sociais, como Instagram e TikTok, para partilhar o desenvolvimento dos seus produtos, dar vislumbres dos bastidores e, claro, apresentar os resultados aos seus seguidores. Além

disso, o website serve como uma plataforma que expressa a linguagem única do seu produto, destacando a essência e a individualidade que permeiam cada peça da sua coleção.

Justificação do Projeto

A inspiração para este projeto nasceu da minha paixão pela pintura assim como pela moda. A pintura é uma forma de expressão que me fascina, e acredito que muitos compartilham deste desejo que tenho de expressar a minha identidade nas roupas que uso. Esta iniciativa representa a oportunidade de combinar criatividade e individualidade, dando origem a peças de vestuário verdadeiramente únicas. Mais do que simples artigos de moda, o meu objetivo é oferecer uma experiência personalizada, onde cada peça não veste apenas, mas conta uma história distinta, refletindo a autenticidade de quem a usa. Este projeto é a materialização da crença de que a moda pode ser mais do que simples vestimenta; pode ser uma narrativa visual que reflete a singularidade de cada indivíduo.

Problema

O problema deste projeto é a falta de identidade pessoal no vestuário que usamos no dia a dia, pois com a produção em massa a maior parte de peças de vestuário que adquirimos hoje em dia não exprime qualquer tipo de sentimento, ou história pessoal, uma vez que a peça que posso estar a usar agora provavelmente vou ver amanhã no corpo de outrem.

Artesanato no Vestuário

O artesanato no vestuário é uma expressão notável da habilidade humana e da criatividade. Num mundo cada vez mais dominado pela produção em massa, o artesanato assume um papel vital ao preservar tradições, celebrar a individualidade e criar peças únicas e autênticas.

Ao explorar o artesanato no vestuário, entramos num universo de detalhes meticulosos, onde cada ponto, cada textura e cada escolha de material são cuidadosamente selecionados. Este é um domínio onde a paciência, a destreza e o respeito pela arte se entrelaçam para dar vida a criações que transcendem o efêmero das tendências.

A tradição do artesanato no vestuário conecta-nos ao passado, evocando métodos ancestrais de tecelagem, bordado, costura e tingimento. Estas técnicas, muitas vezes transmitidas de geração em geração, não só preservam a riqueza cultural, mas também conferem uma qualidade única a cada peça, contando histórias que vão além do simples ato de vestir.

No âmbito do vestuário artesanal, a personalização torna-se uma manifestação de identidade. Cada peça é uma tela em branco, à espera de ser transformada pelo toque talentoso de artesãos que incorporam a sua visão e criatividade em cada criação. Estas roupas feitas à mão não são apenas vestuário; são declarações individuais, reflexos de personalidade e gostos únicos.

Além do apelo estético, o artesanato no vestuário destaca-se pela sua sustentabilidade e durabilidade. Em contraste com a moda descartável, as peças artesanais são feitas para resistir ao teste do tempo, promovendo uma abordagem mais consciente e ecológica para o mundo da moda.

Ao reconhecer e valorizar o artesanato no vestuário, celebramos a arte, a diversidade cultural e a capacidade infinita da mente humana para criar. Cada peça artesanal é uma homenagem à singularidade, à paciência e à habilidade artística, um testemunho duradouro do poder transformador do toque humano na moda.

Personalização de vestuário ao longo dos anos

A história da evolução da personalização em peças de roupa é bastante rica e reflete mudanças sociais, culturais e tecnológicas ao longo do tempo. Desde os primeiros dias da civilização humana até os modernos serviços de personalização oferecidos por marcas de moda de luxo, a personalização desempenhou sempre um papel importante na expressão individual e na identidade pessoal através da moda.

Na antiguidade, os registos históricos, mostram-nos que a personalização de vestuário remete aos tempos antigos, onde as pessoas usavam técnicas como bordado, tingimento e aplicação de adornos para criar roupas únicas e distintas. Civilizações antigas como os egípcios, gregos e romanos valorizavam a individualidade na vestimenta, usando tecidos e ornamentos para indicar o seu status social, identidade étnica e afiliação cultural.

Durante a Idade Média e o Renascimento na Europa, a personalização de roupas continuou a ser uma prática comum, especialmente entre a nobreza e a classe alta. Bordados intrincados, tecidos luxuosos e detalhes elaborados eram usados para demonstrar riqueza, poder e bom gosto. As roupas eram frequentemente feitas sob medida para se ajustarem perfeitamente ao corpo e refletirem as preferências individuais das pessoas que as usavam.

Com a chegada da Revolução Industrial nos séculos XVIII e XIX, a produção em massa de vestuário tornou-se mais comum, levando a uma uniformidade crescente na moda. No entanto, a personalização ainda era valorizada entre aqueles que tinham mais posses e papéis mais elevados na sociedade, com alfaiates e costureiras continuando a oferecer serviços sob medida para clientes exigentes.

Já no século XX, a personalização de roupas passou por altos e baixos, com períodos de uniformidade e conformidade seguidos por períodos de ressurgimento de interesse na individualidade e autoexpressão. Movimentos culturais como o hippie dos anos 1960 e o punk dos anos 1970 valorizavam a personalização como forma de desafiar as normas e expressar a sua identidade.

Nos tempos modernos, a personalização em peças de roupa tornou-se mais acessível e generalizada, graças aos avanços na tecnologia e à crescente demanda dos consumidores por produtos exclusivos e únicos. Marcas de moda de luxo e até mesmo marcas de moda rápida oferecem serviços de personalização que permitem aos clientes escolherem cores, estilos, detalhes e até mesmo terem as suas medidas tiradas para peças feitas sob medida.

Hoje, a personalização em peças de roupa continua a ser uma tendência dominante na indústria da moda, com os consumidores a valorizar cada vez mais a individualidade, a autoexpressão e a exclusividade nas suas escolhas de vestuário. A evolução da personalização reflete a constante busca da humanidade pela diferenciação e pela afirmação da sua identidade através da moda.

História da pintura manual em peças de roupa

A pintura à mão em peças de roupa é uma forma de expressão artística que remonta a séculos. Tradicionalmente, as roupas eram decoradas à mão com técnicas de pintura que variavam de acordo com as culturas e períodos históricos.

Na antiguidade, muitas culturas decoravam as suas vestimentas usando pigmentos naturais e técnicas rudimentares de pintura à mão. Essas decorações podiam ter significados simbólicos, contar histórias ou simplesmente servir como um modo de expressão artística e cultural.

Durante o Renascimento na Europa, a pintura à mão em tecidos tornou-se mais refinada, com artistas que pintavam peças de roupa para a nobreza e elite. Essas roupas muitas vezes eram decoradas com motivos intrincados, cenas mitológicas ou retratos, exibindo habilidades artísticas impressionantes.

No entanto, foi no século XX que a pintura à mão em roupas ganhou um novo impulso. Artistas e estilistas experimentaram mais livremente com diferentes estilos de pintura em tecidos, criando designs exclusivos e personalizados. Alguns

movimentos de contracultura, como o movimento hippie das décadas de 1960 e 1970, favoreceram a expressão individual e a arte em roupas, impulsionando a popularidade da pintura à mão em roupas.

Nos dias de hoje, a pintura à mão em roupas é frequentemente usada como uma maneira de expressar a individualidade e a criatividade. Muitas pessoas optam por personalizar suas roupas, transformando-as em peças únicas que refletem sua personalidade e estilo.

A Serigrafia e a sua história

A serigrafia, também conhecida como silk screen, é uma técnica de impressão que envolve a transferência de tinta através de uma tela de malha esticada. A tinta é empurrada por uma lâmina de borracha, chamada rodo, sobre áreas que não estão bloqueadas por uma máscara (ou estêncil), permitindo que a tinta passe para o material a ser impresso.

A serigrafia tem as suas raízes na China antiga, durante a dinastia Song (960-1279 d.C.). Foi uma das primeiras técnicas de impressão desenvolvidas, usada inicialmente para decorar tecidos. Posteriormente, a técnica espalhou-se para outros países asiáticos, como o Japão e a Índia. A serigrafia chegou à Europa no final do século XVIII e início do século XIX. Inicialmente, era utilizada para a impressão em tecidos, especialmente no setor têxtil e de moda, no entanto, a técnica só começou a ganhar popularidade no Ocidente no início do século XX.

A serigrafia moderna, como a conhecemos hoje, foi desenvolvida e popularizada nos Estados Unidos durante as décadas de 1930 e 1940. Um dos principais marcos foi a fundação da empresa de impressão gráfica, chamada "Screen Printing", que ajudou a estabelecer padrões e técnicas que ainda são utilizadas. Durante a Segunda Guerra Mundial, a serigrafia foi amplamente usada para produzir bandeiras, posters e outros materiais de propaganda. Após a guerra, a técnica expandiu-se para outros campos, incluindo a impressão comercial, a arte e o design. Nos anos 1960, a serigrafia tornou-se um meio popular entre artistas, principalmente pela sua capacidade de produzir múltiplas cópias de uma mesma obra de arte. Andy Warhol é um dos artistas mais famosos associados a esta técnica, especialmente com as suas icônicas impressões de Marilyn Monroe e latas de sopa Campbell.

A serigrafia é utilizada em diversas indústrias e aplicações, incluindo moda, publicidade, arte e indústria. Na moda, é comum a impressão em tecidos, roupas e acessórios; na publicidade, é usada para criar posters, banners e sinalização; na arte, permite a produção de edições limitadas de obras de arte; já na indústria, é aplicada na impressão em componentes eletrônicos, placas de circuito e outros materiais técnicos.

A serigrafia apresenta várias vantagens, é uma técnica versátil, podendo ser usada em uma ampla gama de materiais, incluindo papel, tecido, vidro, plástico e metal. As impressões são geralmente resistentes e duradouras, além de oferecerem cores vibrantes e sólidas, com alta opacidade.

A serigrafia é uma técnica antiga que evoluiu significativamente ao longo dos séculos. Desde as suas origens na China antiga até sua adoção por artistas contemporâneos, a serigrafia continua a ser uma forma versátil e amplamente utilizada de impressão, a sua capacidade de produzir impressões de alta qualidade em uma variedade de materiais torna-a indispensável em muitas indústrias.

Processo da Serigrafia

O processo da serigrafia pode ser dividido em várias etapas detalhadas, desde a preparação da tela até a secagem final da tinta na superfície impressa.

Primeiro, começa-se com a **preparação da tela**. Uma tela de malha, que pode ser feita de materiais como seda, poliéster ou nylon, é esticada firmemente sobre uma moldura. A malha deve ser fina o suficiente para permitir que a tinta passe através da mesma, mas também precisa de ser resistente para suportar o processo repetitivo de impressão. Em seguida, a tela é revestida com uma emulsão fotossensível, que é uma substância que endurece quando exposta à luz.

Após a tela ter sido revestida e seca, um **estêncil** é criado. O estêncil é feito a partir de um design ou imagem impressa em um filme transparente, conhecido como positivo. Este positivo é colocado sobre a tela revestida com emulsão e exposto à luz intensa. As áreas do positivo que bloqueiam a luz mantêm a emulsão macia, enquanto as áreas expostas à luz endurecem. Depois desta exposição a tela é lavada com água, removendo a emulsão das áreas que não foram endurecidas pela luz. Este processo cria um estêncil na tela, permitindo que a tinta passe apenas pelas áreas desejadas.

Com o estêncil pronto, a próxima etapa é a **configuração da máquina de serigrafia**, onde a tela é fixada na máquina, e o material a ser impresso (como uma camiseta, papel, ou outro substrato) é colocado na base da máquina. A tela deve estar posicionada corretamente para garantir que o design seja impresso na posição desejada do material.

Em seguida, é realizada a **aplicação da tinta**, onde a mesma é colocada na tela acima do estêncil. Utilizando um rodo (uma lâmina de borracha), a tinta é espalhada uniformemente sobre a tela, ao pressionar o rodo, a tinta é forçada através das áreas abertas do estêncil, transferindo o design para o material abaixo. Dependendo do design, este processo pode ser repetido várias vezes com diferentes cores, sendo que cada cor necessita da sua própria tela e estêncil.

Após a impressão, o material impresso precisa passar por um processo de **secagem**. A secagem pode ser feita de várias formas, dependendo do tipo de tinta utilizada. Tintas à base de água podem ser secas ao ar ou com o uso de um forno de secagem, já tintas plastisol, comuns na impressão de tecidos, geralmente requerem cura em uma estufa de secagem ou com um secador de flash para garantir que a tinta adira permanentemente ao material.

A **limpeza** e a **manutenção** da tela são etapas importantes no processo de serigrafia, após a conclusão da impressão, a tela deve ser limpa para remover qualquer tinta residual. Se a tela vai ser reutilizada para outro design, o estêncil pode ser removido usando um removedor de emulsão, permitindo que a tela seja revestida novamente com emulsão para um novo design. Caso contrário, a tela pode ser armazenada para reutilização futura do mesmo design.

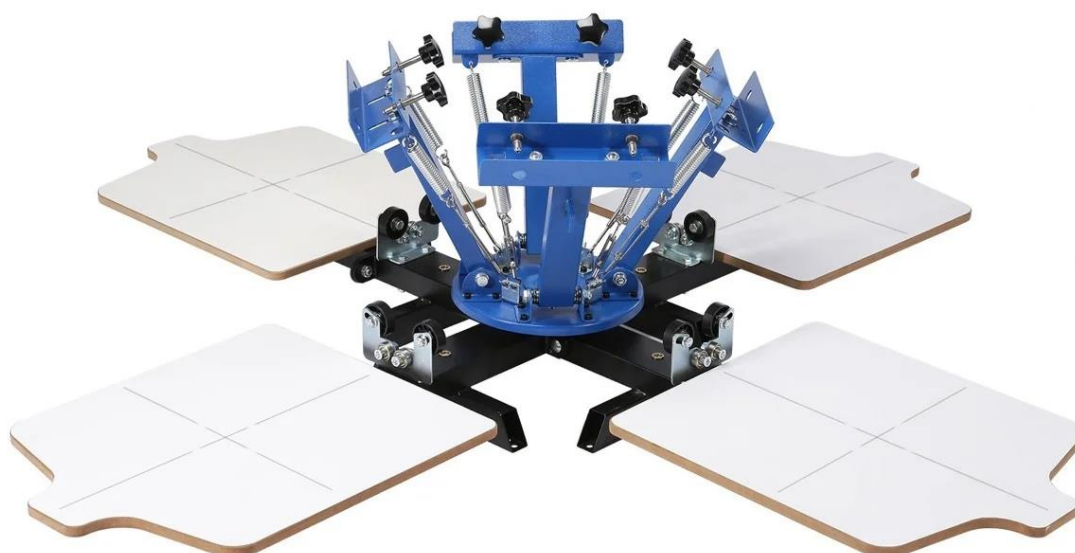


Figura 1. Máquina de serigrafia de 4 estações

Público-Alvo

Este projeto é direcionado para um público envolvido nas artes, especialmente designers e entusiastas criativos. O objetivo é criar uma ponte entre moda e criatividade, oferecendo uma plataforma para transformar roupas em obras de arte portáteis. A personalização proposta vai além do estilo, representando uma expressão artística. Ao focar nesse público, o projeto busca não apenas atender às necessidades de vestuário, mas também criar uma comunidade que celebre a fusão entre moda e artes. Este é mais do que um serviço de personalização; é uma colaboração destinada a inspirar uma audiência que valoriza a originalidade em cada peça.



Figura 2. Moodboard do público-alvo

Marcas Concorrentes

Levi's

A marca Levi's oferece um serviço de personalização chamado "Levi's Tailor Shop". Este serviço dá a oportunidade aos seus clientes de personalizarem as suas peças de denim de acordo com suas preferências individuais. Estes podem escolher entre diferentes variedades de lavagens, cortes e estilos de jeans, assim como também têm a opção de adicionar detalhes personalizados, como patches, rasgos ou bordados. Levi's Tailor Shop reflete o compromisso da marca com a qualidade, durabilidade e individualidade, proporcionando aos clientes a oportunidade de criar peças únicas que refletem seu estilo pessoal e celebram a expressão criativa.



Figura 3. Capa do website do serviço de personalização LEVI'S tailor shop



Figura 4. casaco personalizado pelo serviço LEVI'S tailor shop



Figura 5. Exemplos de peças personalizadas pelo serviço LEVI'S tailor shop

Nike

A Nike oferece um serviço de personalização chamado "Nike By You" (anteriormente conhecido como NikeiD). Este serviço permite aos seus clientes personalizarem as suas próprias sapatilhas, roupas e acessórios desportivos de acordo com suas preferências individuais. Estes podem escolher entre uma variedade de opções, incluindo cores, materiais, estilos de design e até mesmo adicionar texto personalizado. Com o serviço Nike By You, os clientes têm a oportunidade de criar peças únicas que refletem o seu estilo pessoal, interesses e necessidades, proporcionando uma experiência de compra exclusiva e personalizada.



Figura 6. Exemplo de sapatilhas NIKE personalizadas



Figura 7. Exemplo de t-shirt de equipamento personalizada

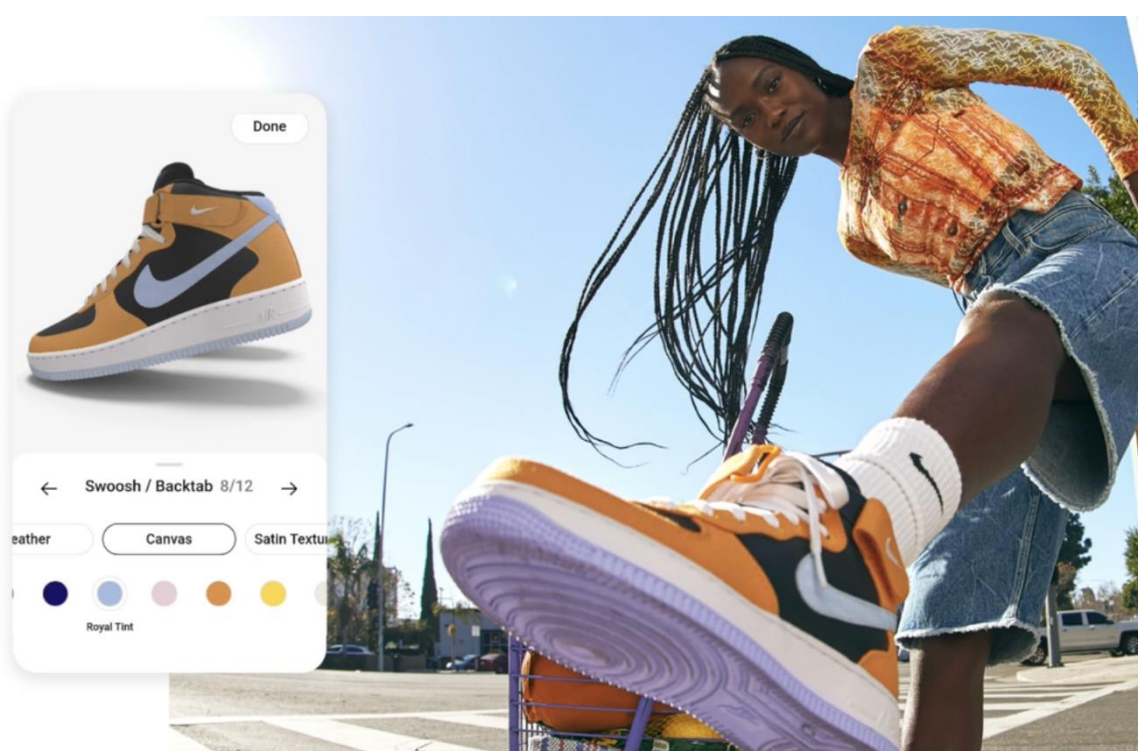


Figura 8. Website de personalização da marca NIKE

Bershka

A marca Bershka oferece um serviço de personalização chamado "Bershka Lab". Este serviço permite aos clientes personalizar certos itens de vestuário de acordo com as suas preferências individuais, adicionando elementos exclusivos para criar uma peça única. Os clientes podem escolher entre uma variedade de opções de personalização, como patches, bordados, estampas e outros detalhes decorativos.



Figura 11. Exemplo de top personalizado da marca Bershka



Figura 10. Segundo exemplo de top personalizado da marca Bershka

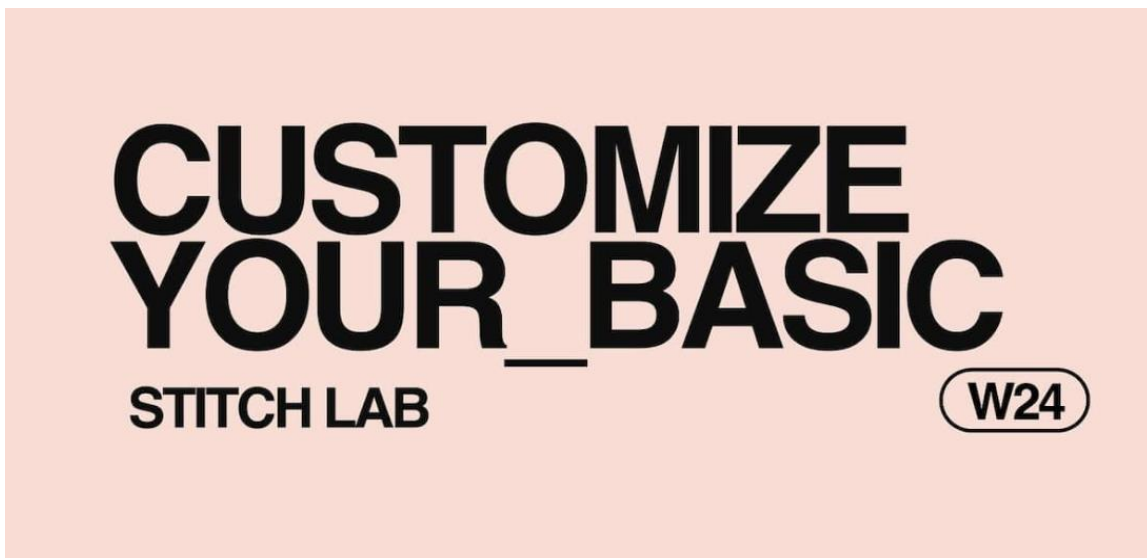


Figura 9. Capa do website de personalização da marca Bershka

Marcas de luxo e serviços de personalização

À medida que os consumidores de produtos de luxo tornam-se mais exigentes, a necessidade de diferenciação e personalização assume um papel ainda mais crucial.

A personalização de produtos de luxo é um dos conceitos fundamentais no mercado atual. Não se trata apenas de adquirir um objeto de alto valor, mas sim de criar uma peça única que reflita a identidade e o estilo de quem a compra. Muitas marcas de renome no mundo do luxo oferecem a possibilidade de personalizar vestuário, acessórios e até mesmo automóveis.

Por exemplo, casas de moda como Gucci e Louis Vuitton permitem que os clientes escolham cores, monogramas e até inscrições personalizadas nas suas criações. Esta abordagem coloca o consumidor no centro do processo criativo, proporcionando uma experiência de compra verdadeiramente única.

No mercado de luxo, a exclusividade é um valor acrescentado que atrai consumidores que procuram diferenciação. As marcas de alto padrão muitas vezes limitam a disponibilidade dos seus produtos, tornando-os raros e, conseqüentemente, desejados. Isto cria um sentimento de pertença a um grupo seleto de consumidores que têm a oportunidade de adquirir estes itens exclusivos. Um bom exemplo é a Rolex, que produz um número limitado de relógios em edições especiais, aumentando assim o seu valor e atraindo colecionadores e entusiastas de todo o mundo.

Assim como a Rolex, a marca Burberry oferece aos seus clientes um serviço de personalização, denominado de Burberry Bespoke, onde os clientes têm a oportunidade de criar peças sob medida que refletem o seu estilo pessoal e atendem às suas necessidades específicas. Estes podem escolher entre uma variedade de opções de design, incluindo tecidos, cortes, detalhes de acabamento e monogramas, garantindo que cada item é verdadeiramente único e exclusivo.

O processo de personalização começa com uma consulta individualizada, na qual os clientes são orientados por especialistas da Burberry sobre as opções disponíveis e ajudados a tomar decisões informadas sobre o design das suas peças. Eles podem experimentar diferentes tecidos, estilos e detalhes, garantindo que sua visão seja trazida à vida com precisão.

A Ralph Lauren é outra marca que oferece o mesmo género de serviço. Ao utilizar o serviço Create Your Own, os clientes podem escolher entre uma variedade de opções, incluindo cores, tecidos, detalhes de design e monogramas. Estes têm a liberdade de personalizar cada espeto da peça, desde o estilo do colarinho de uma camisa até a cor dos botões de um blazer. Isso permite uma personalização detalhada e específica, garantindo que cada item é verdadeiramente único.

A Ralph Lauren disponibiliza essa opção de personalização em uma variedade de categorias de produtos, como camisas, polos, casacos, blazers, calças, sapatos e acessórios. Os clientes podem explorar as opções disponíveis através do site da marca,

onde podem visualizar as diferentes escolhas de personalização e experimentar combinações de cores e estilos antes de fazerem seu pedido.

Análise SWOT

		Interna			
Positiva	Forças	Fraquezas			
	-Envolvimento nas Redes Sociais -Ênfase na Experiência do Cliente	-Dependência de Parcerias -Complexidade do Processo de Produção			
	Oportunidades	Ameaças			
	-Expansão da Linha de Produtos -Colaborações Artísticas -Eventos e Colaborações com Influenciadores	- Concorrência Crescente -Tendências de Consumo Voláteis -Dependência de Redes Sociais	Negativa		
		Externa			

Tabela 1. Análise SWOT

Forças:

-Envolvimento nas Redes Sociais: A forte presença nas redes sociais, especialmente Instagram e TikTok, proporciona uma plataforma eficaz para compartilhar o desenvolvimento dos produtos, interagir com o público e promover a marca.

-Ênfase na Experiência do Cliente: O processo de encomendas personalizadas no website oferece aos clientes uma experiência de personalização abrangente, permitindo-lhes escolher peças, tamanhos, paletas de cores e temas, destacando a prioridade dada à individualidade.

Fraquezas:

-Dependência de Parcerias: A dependência de parcerias estratégicas para a produção dos produtos originais pode representar uma vulnerabilidade logística, exigindo uma gestão eficaz das relações com fornecedores.

-Complexidade do Processo de Produção: No processo da serigrafia pode sempre haver erros inesperados devido á complexidade do desenho que irá ser estampado, exigindo uma gestão cuidadosa para garantir eficiência e qualidade.

Oportunidades:

-Expansão da Linha de Produtos: A introdução de novas categorias de produtos personalizados ou pré-projetados pode atrair diferentes segmentos de clientes, aumentando a diversidade da oferta.

-Colaborações Artísticas: Parcerias com artistas ou designers renomados podem ampliar a visibilidade da marca, trazendo novas perspectivas criativas e públicos.

-Eventos e Colaborações com Influenciadores: Participar em eventos de moda e colaborar com influenciadores nas redes sociais pode impulsionar a notoriedade da marca e expandir o alcance para novos públicos.

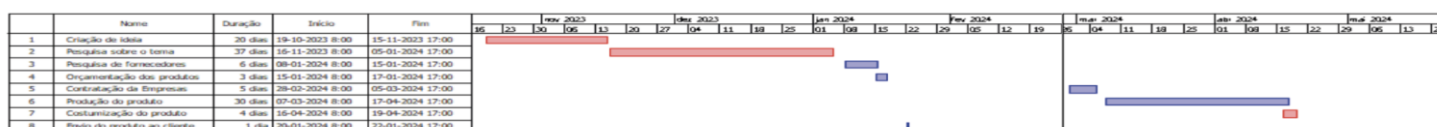
Ameaças:

-Concorrência Crescente: O mercado de personalização de vestuário é competitivo, com várias marcas e artistas independentes a oferecer produtos semelhantes. A diferenciação será essencial para enfrentar a concorrência.

-Tendências de Consumo Voláteis: As preferências de moda e personalização podem ser voláteis, exigindo uma adaptação rápida às mudanças nas tendências de consumo para manter a relevância.

-Dependência de Redes Sociais: A dependência excessiva das redes sociais pode representar um risco, dado que as plataformas estão sujeitas a mudanças de algoritmos e políticas que podem afetar a visibilidade da marca.

Gráfico de Gant



Fontes de Financiamento

Este projeto é de financiamento próprio uma vez que se trata de um projeto desenvolvido a nível académico.

Coleção de peças básicas

A cada ano a marca pretende lançar uma coleção de roupa básica de streetwear, esta coleção procura trazer conforto e versatilidade e inovar tanto nos tecidos como na modelagem e confeção da peça, de acordo com as tendências de cada ano.

Uma vez que esta coleção tem como base peças versáteis e essências ao dia a dia, as mesmas apresentam cortes simples, e cores neutras, fáceis de conjugar.

A coleção é composta por dez peças sendo elas: dois pares de calças jeans, uns jorts, uma camisa, uma t-shirt, uma sweatshirt, um hoddie, uma camisola de cavas, e também uma camisola em versão feminina e masculina, estas peças estarão disponíveis numa variedade de três a cinco cores.

Desenvolvimento



Figura 12. Moodboard de tipologias

Esboços



Figura 14. Esboços (1)

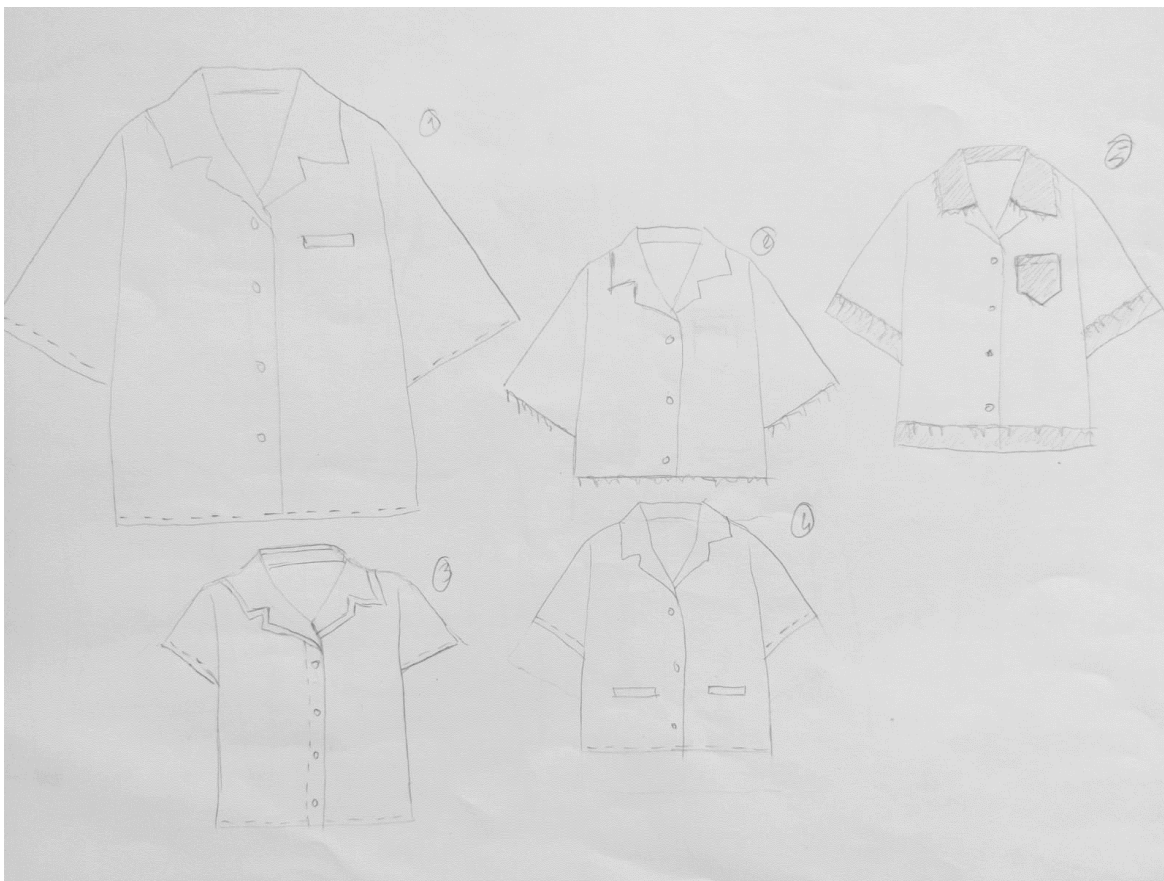


Figura 13. Esboços (2)



Figura 16. Esboços (3)



Figura 15. Esboços (4)

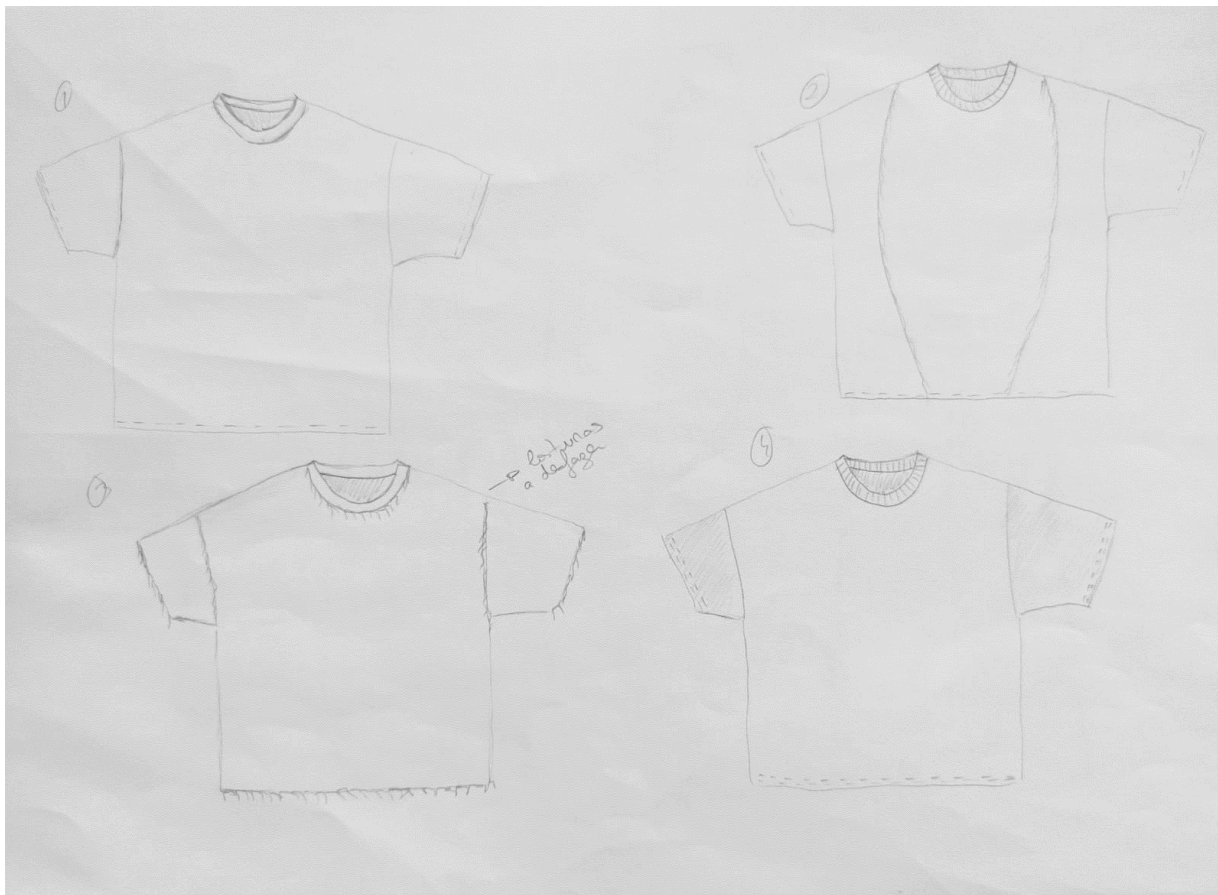
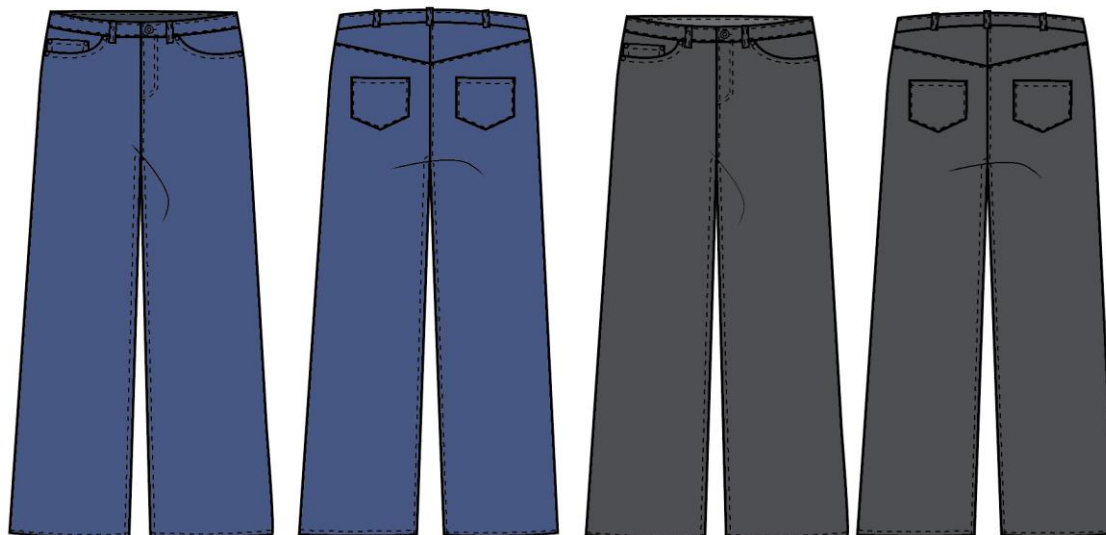
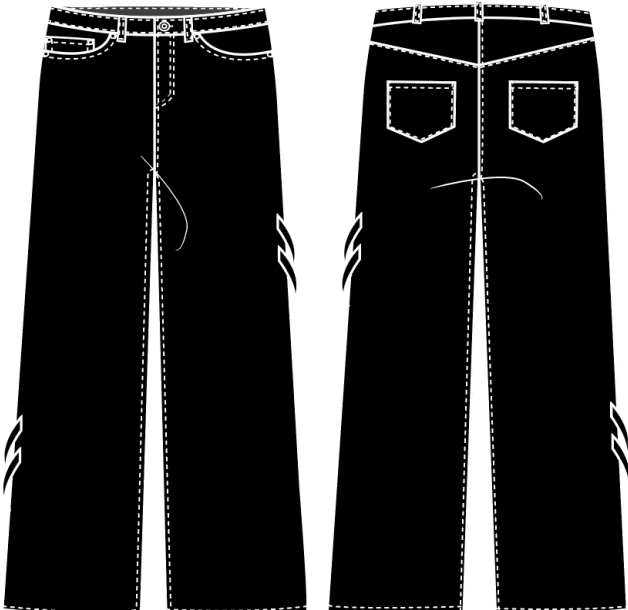
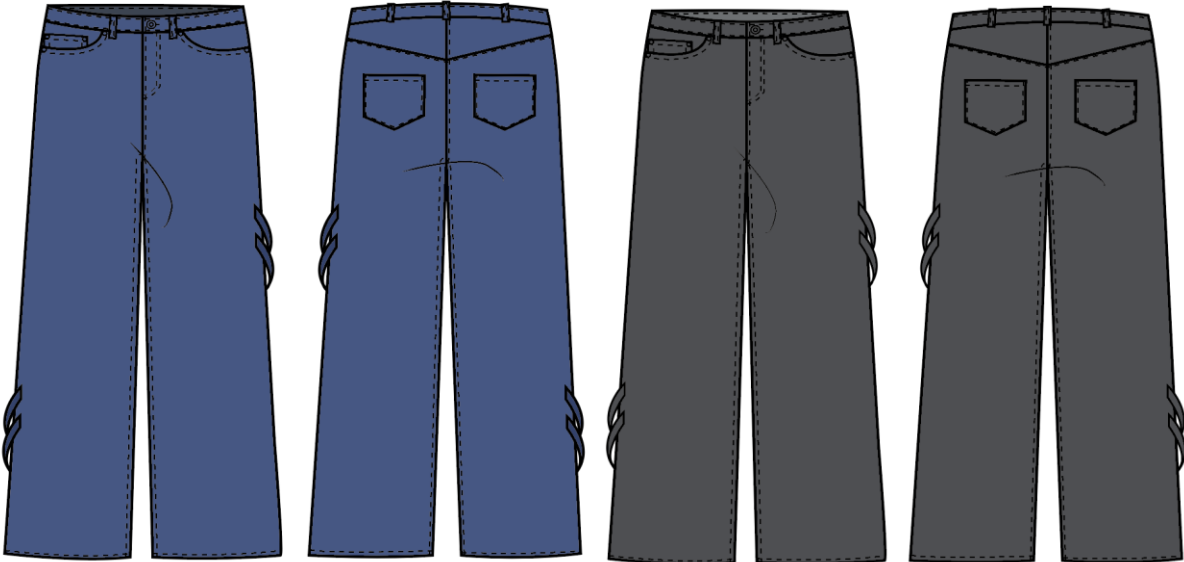
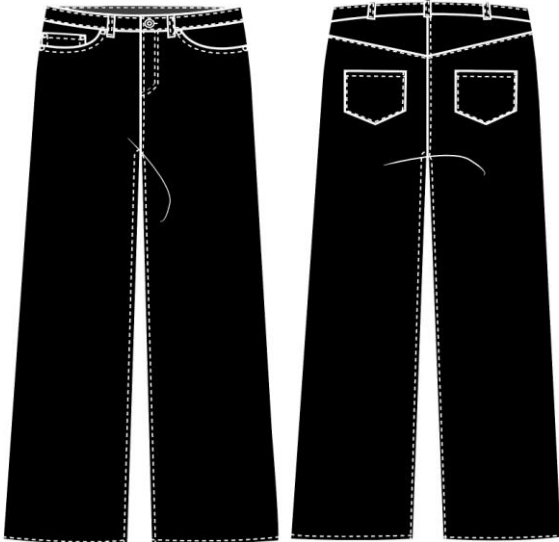


Figura 17. Esboços (5)

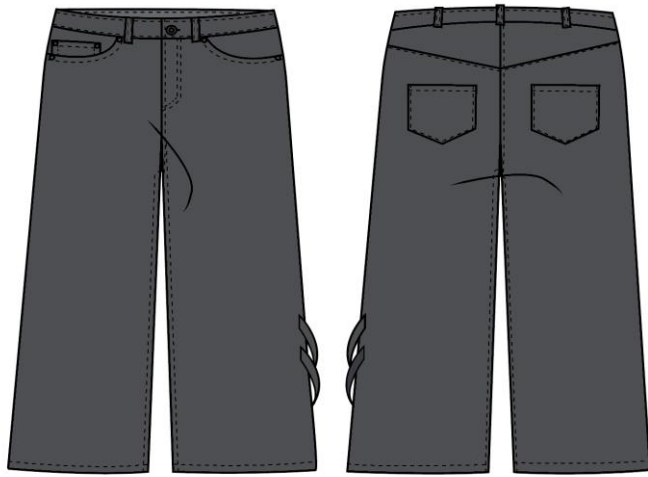
Peças Finais e variáveis de cores

- Calças

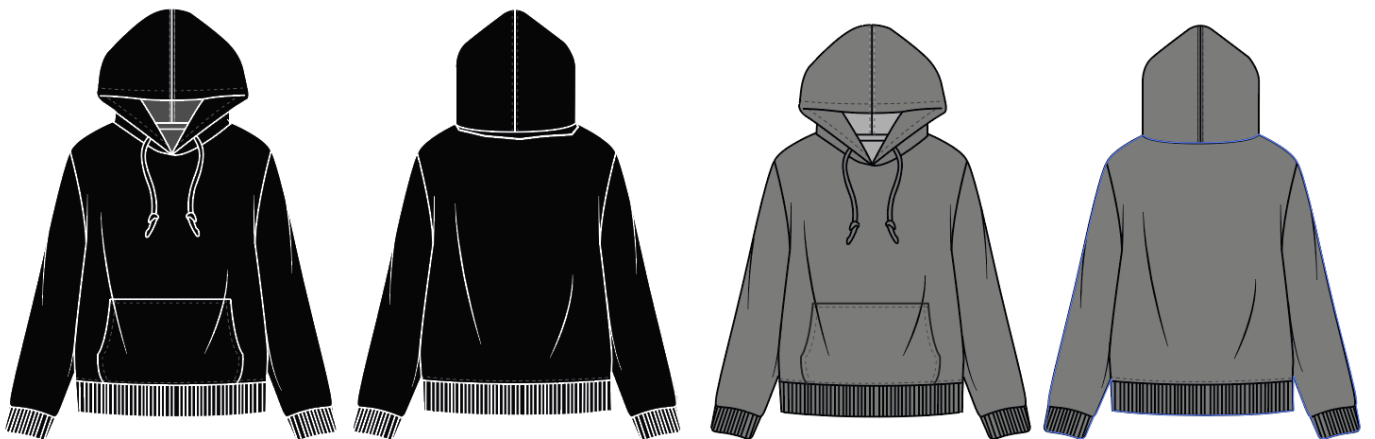


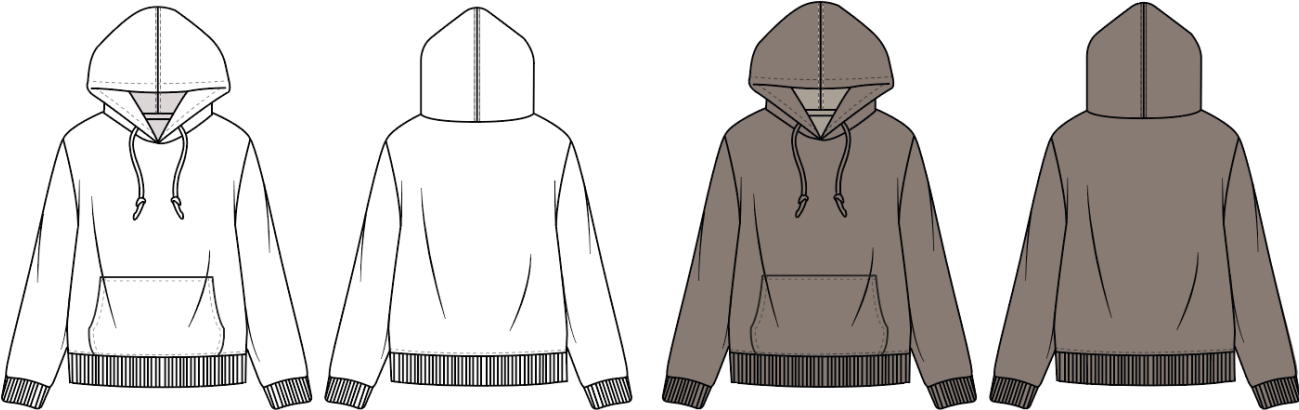


- Jorts

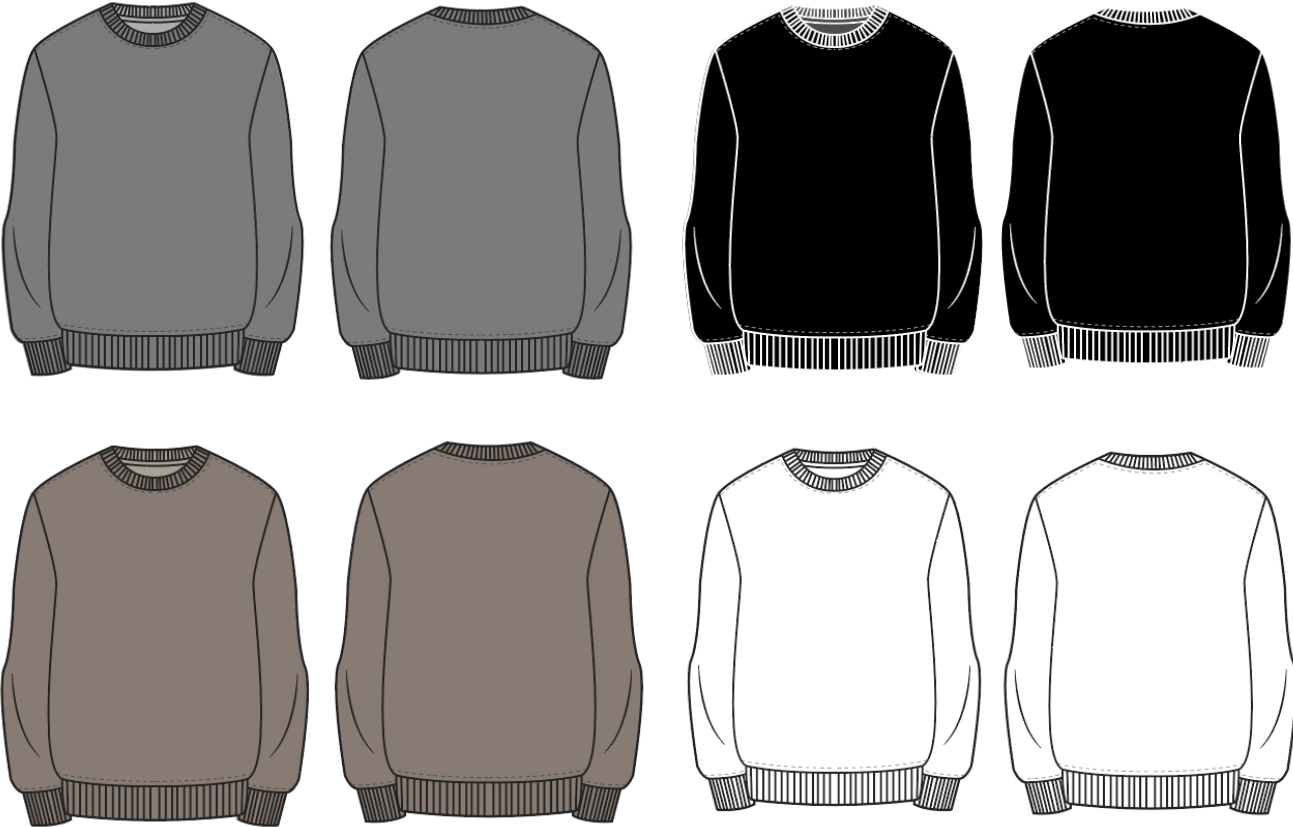


- Hoddie

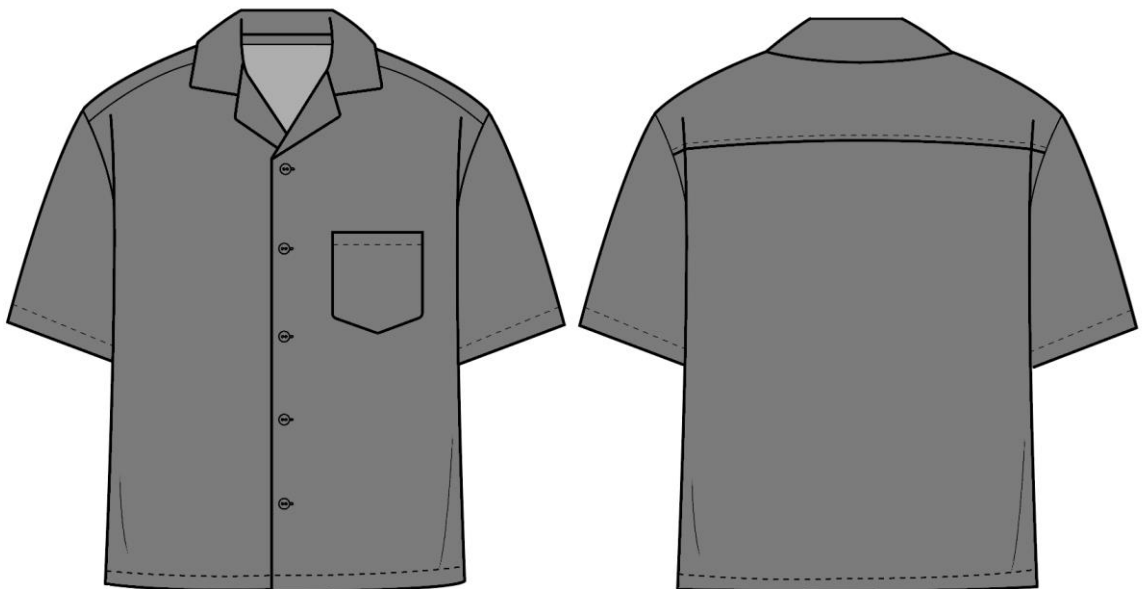
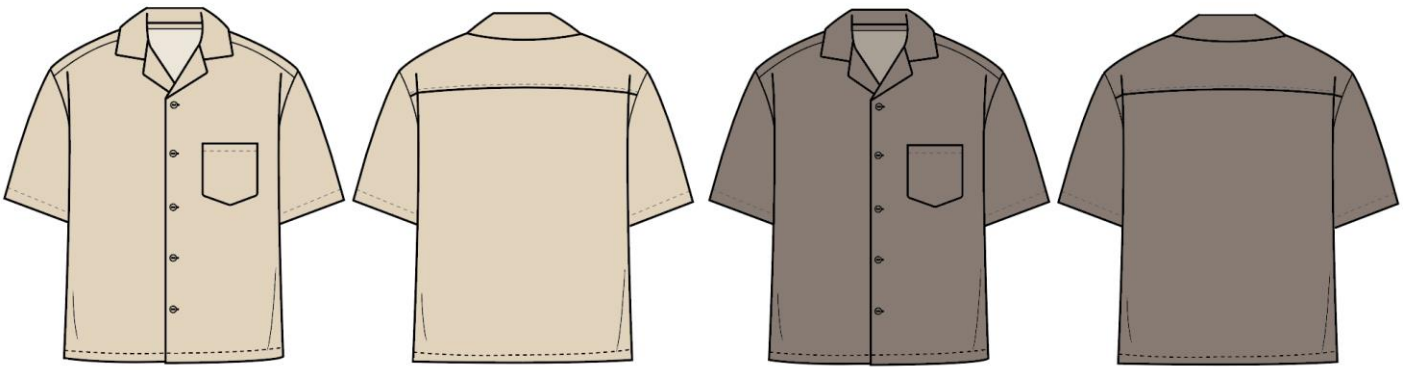
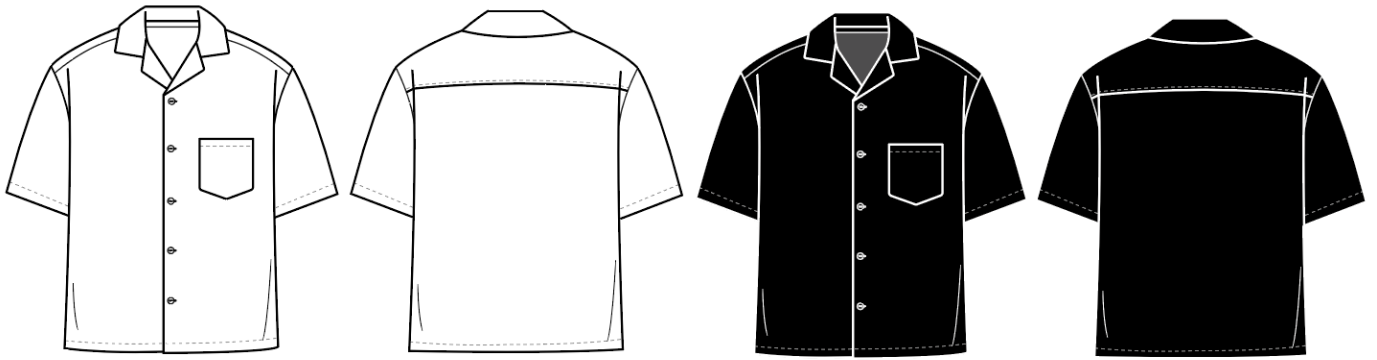




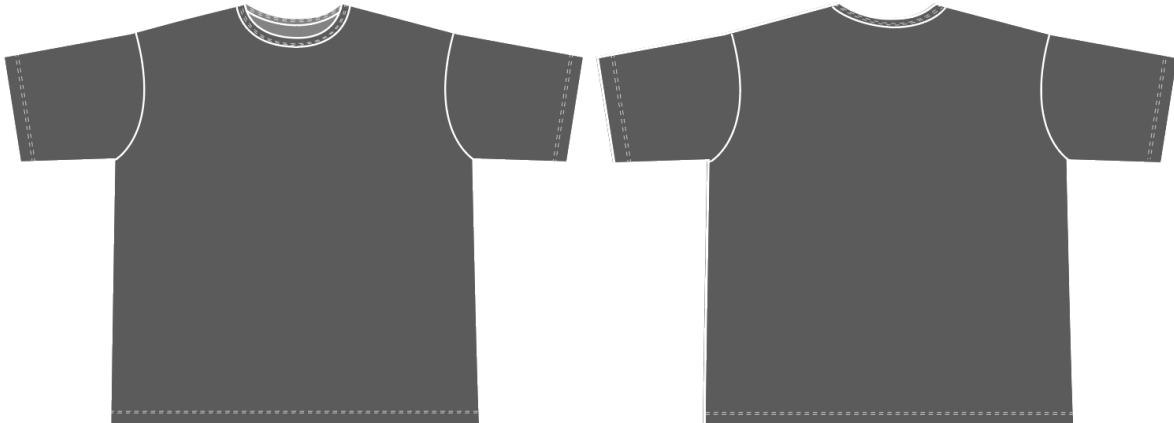
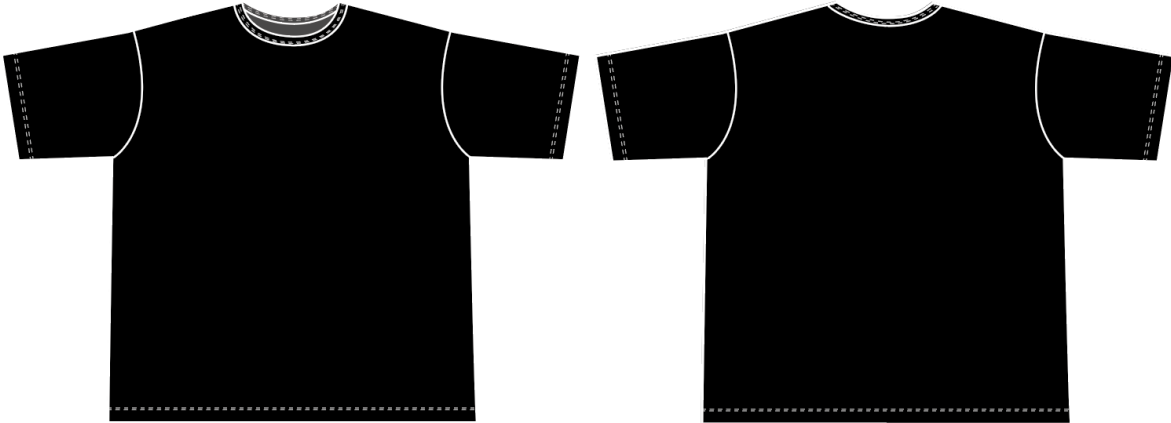
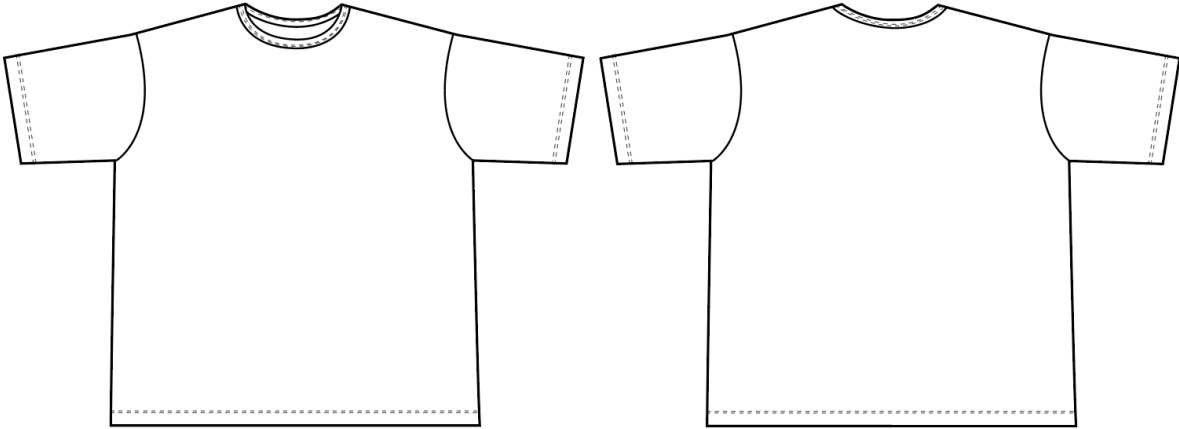
-Sweatshirt



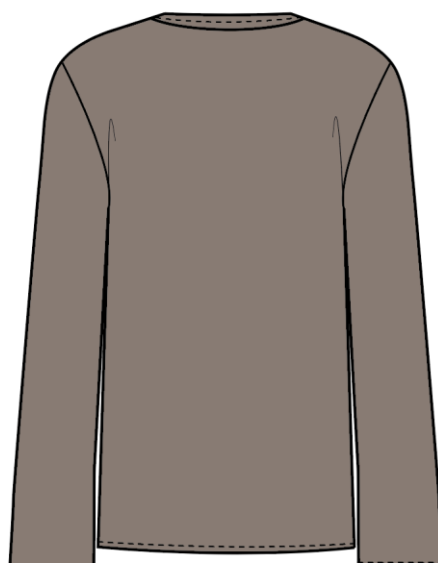
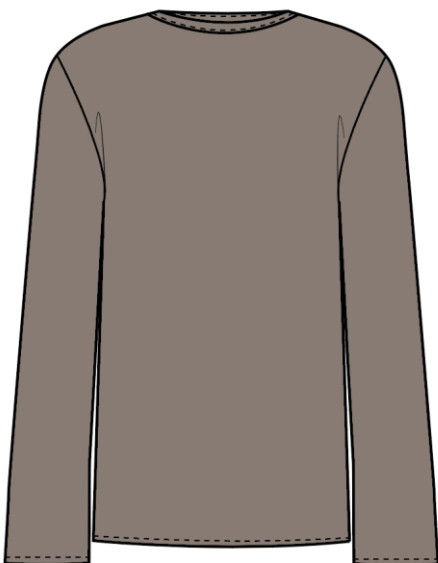
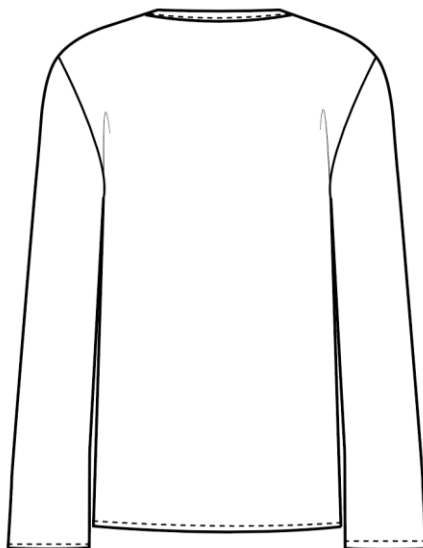
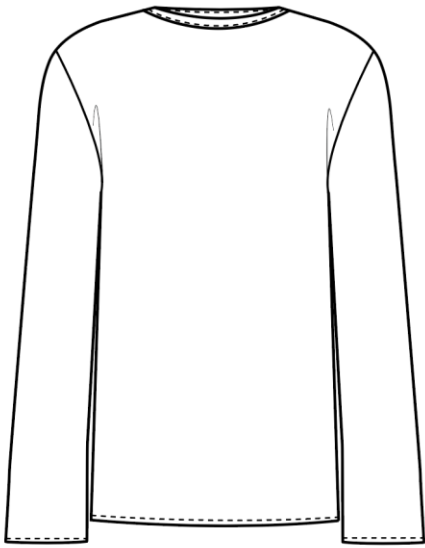
- Camisa

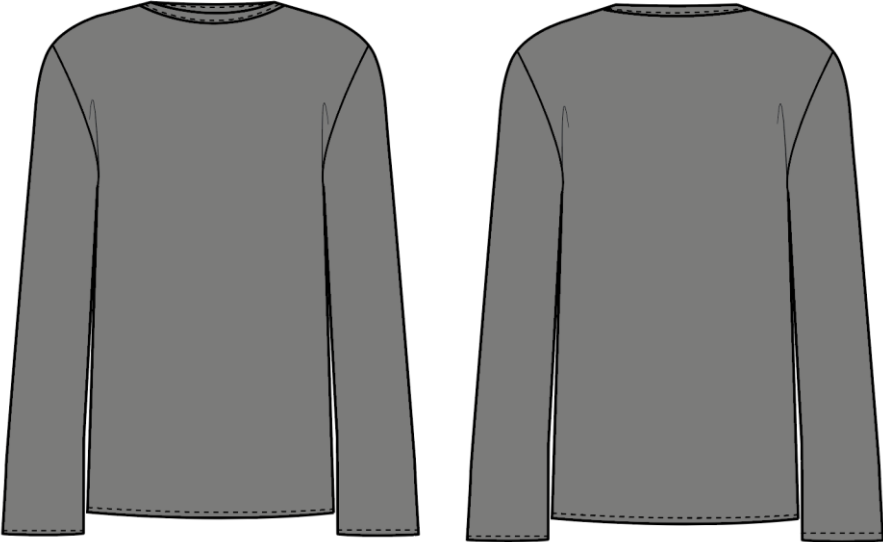


- T-shirt

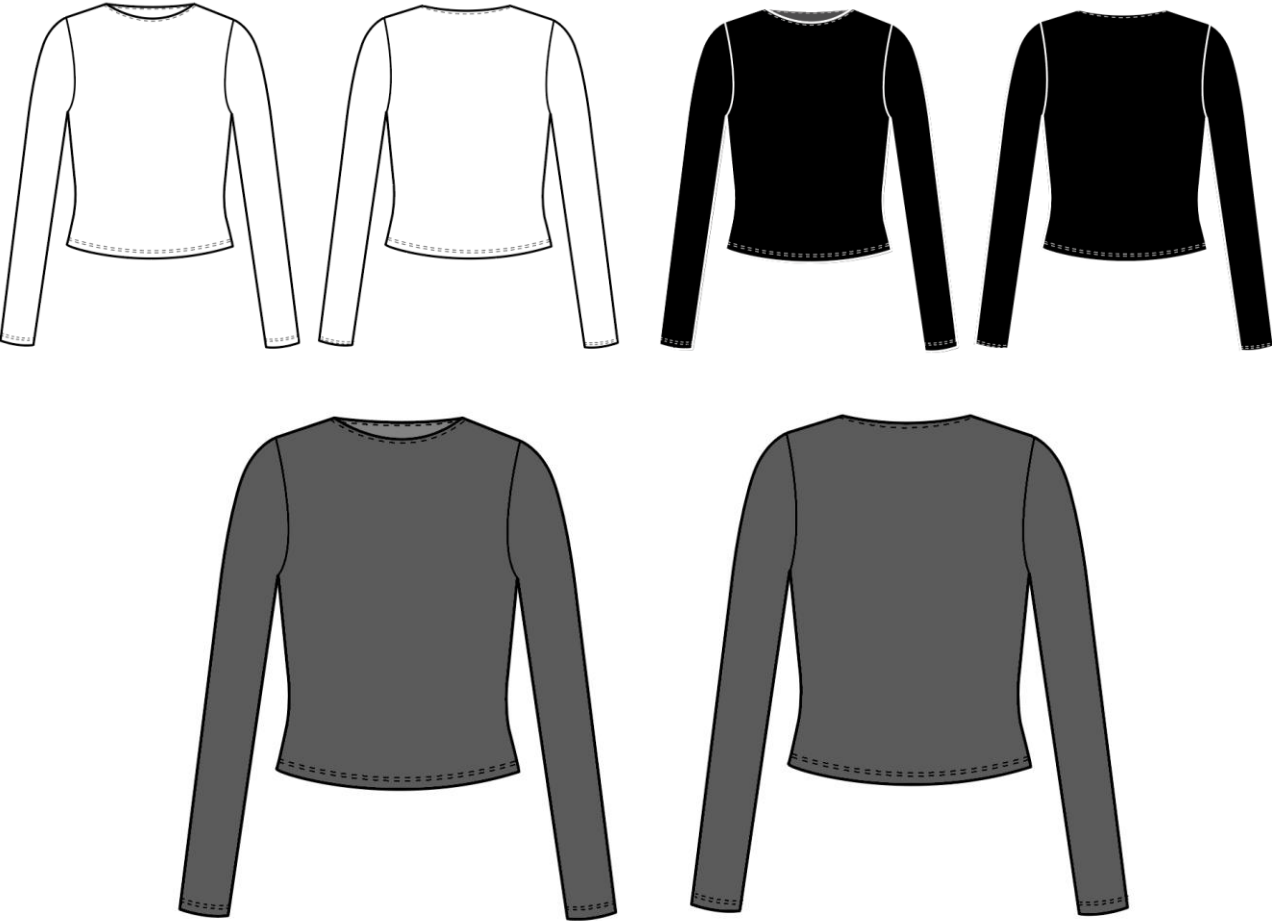


-Camisola versão masculina

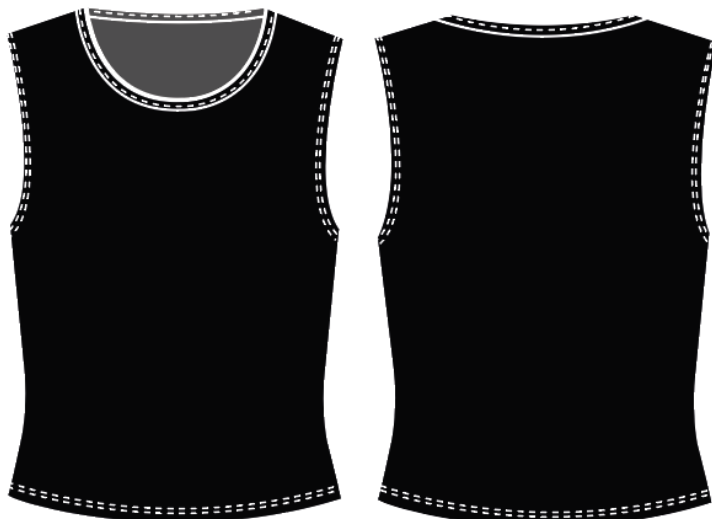
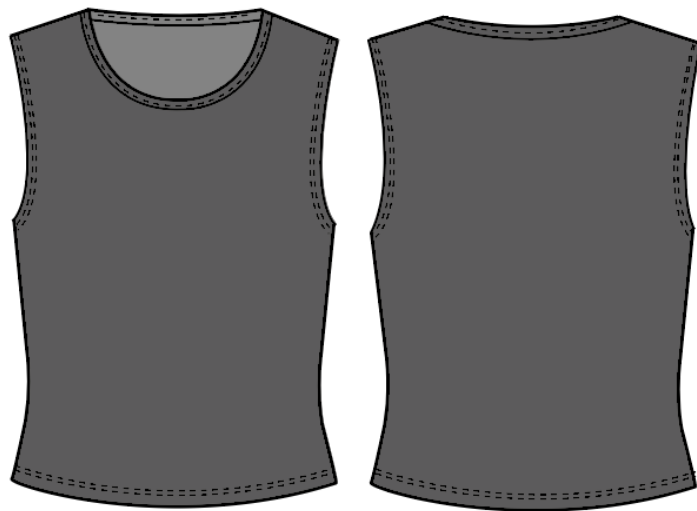
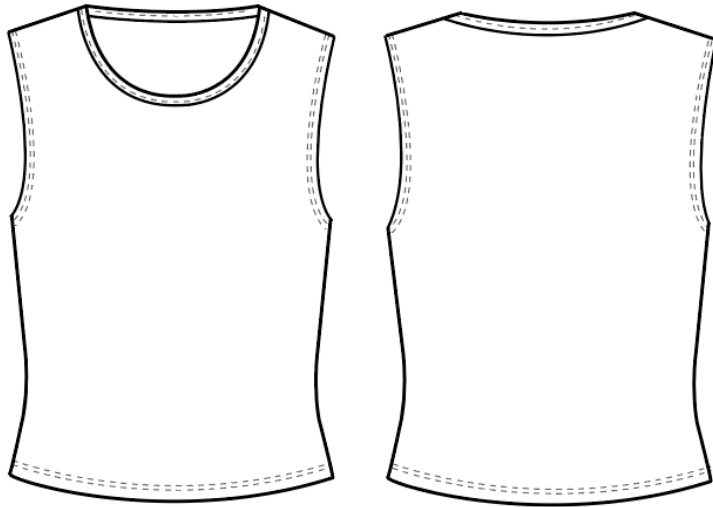




- Camisola versão feminina



-Top de cavas



Coleção de Desenhos

A marca pretende lançar a cada meio ano uma coleção de dez desenhos inspirados num conceito a determinar, estes desenhos estarão disponíveis em três tamanhos diferentes e numa paleta de três a quatro cores distintas, sendo que cada peça poderá ter de um a três desenhos, dando assim ao cliente uma grande variedade de opções. O preço da peça irá sempre variar de acordo com o tamanho e a quantidade de desenhos que o cliente irá pedir na sua peça, esta personalização irá ser feita através do método da Serigrafia.

Desenvolvimento da primeira coleção de desenhos

Pesquisa

As aranhas são criaturas fascinantes, pertencentes à classe Aracnídea, que inclui também escorpiões, carrapatos e ácaros. Com cerca de 48.000 espécies conhecidas, as aranhas são encontradas em praticamente todos os habitats terrestres ao redor do mundo. Elas desempenham um papel crucial nos nossos ecossistemas, como predadores, ajudando a controlar as populações de insetos e outros pequenos animais, a sua presença indica um ambiente saudável e equilibrado.

As aranhas possuem dois segmentos corporais principais: o cefalotórax, onde estão localizados os olhos, as mandíbulas, as garras, as pernas, e o abdômen, e a maioria das aranhas tem oito olhos, embora algumas espécies tenham seis ou menos; todas as aranhas produzem seda, que utilizam para construir teias, criar casulos de ovos, e para outras funções como se deslocar. Muitas destas possuem veneno, que é utilizado para imobilizar e digerir as suas presas, de modo que o veneno é injetado através das quelíceras (garras) das aranhas nas suas vítimas.

A viúva-negra é um dos membros mais conhecidos do gênero *Latrodectus*, que inclui várias espécies encontradas em diferentes partes do mundo. Esta aranha é famosa pelo seu veneno potente e pela sua aparência distinta. As viúvas-negras fêmeas são facilmente reconhecíveis pelo seu corpo negro brilhante e pela marca vermelha em forma de ampulheta na parte inferior do abdômen, já os machos são menores e geralmente menos coloridos, com marcas em branco, cinza ou vermelho; as fêmeas podem medir até 1,5 cm de comprimento, sem contar com as pernas, enquanto os machos são significativamente menores. As viúvas-negras constroem teias irregulares, geralmente em áreas escuras e abrigadas, como pilhas de madeira, buracos em paredes e vegetação densa.

O veneno da viúva-negra é neurotóxico e pode causar sintomas graves em humanos, como dor intensa, espasmos musculares, náuseas e dificuldade respiratória. No

entanto, mortes causadas por picadas de viúva-negra são extremamente raras devido aos avanços médicos e à baixa quantidade de veneno injetado. A picada de uma viúva-negra requer atenção médica imediata, no entanto, estão disponíveis antídotos específicos que podem neutralizar os efeitos do veneno.

A fêmea viúva-negra é conhecida pelo seu comportamento de canibalismo, esta ocasionalmente mata e alimenta-se do macho após o acasalamento. No entanto, esse comportamento não é uma regra absoluta, e não ocorre em todas as cópulas. As viúvas-negras preferem ambientes quentes e secos e podem ser encontradas em regiões temperadas ao redor do mundo. Estas são um animal noturno e geralmente permanecem escondidas durante as horas de dia.

Compreender mais sobre estas criaturas pode ajudar a desmistificar muitos dos medos infundados que as cercam, promovendo uma coexistência mais harmoniosa entre humanos e aranhas.



Figura 19. Viúva negra



Figura 18. Viúva negra a apanhar a sua presa

Memória Descritiva

A coleção de desenhos "Arachneid" é inspirada na beleza e complexidade das aranhas, com foco na viúva-negra (*Latrodectus*). Esta coleção traz a intrincada arte natural das aranhas para a moda, transformando peças de roupa em obras de arte exclusivas. O conceito explora a dualidade entre força e delicadeza e precisão.

Os desenhos incluem teias intrincadas, e aranhas realistas em poses elegantes e ameaçadoras da viúva-negra. Além disso, há combinações únicas de elementos que integram aranhas e teias em composições exclusivas. A viúva-negra é conhecida pelo seu corpo negro brilhante e a marca vermelha em forma de ampulheta no abdômen.

Possui um veneno neurotóxico potente, mas raramente fatal para humanos. É encontrada em regiões temperadas em todo o mundo, preferindo locais escuros e abrigados. As fêmeas são notórias por ocasionalmente comerem os machos após o acasalamento, embora isso não seja uma prática comum.

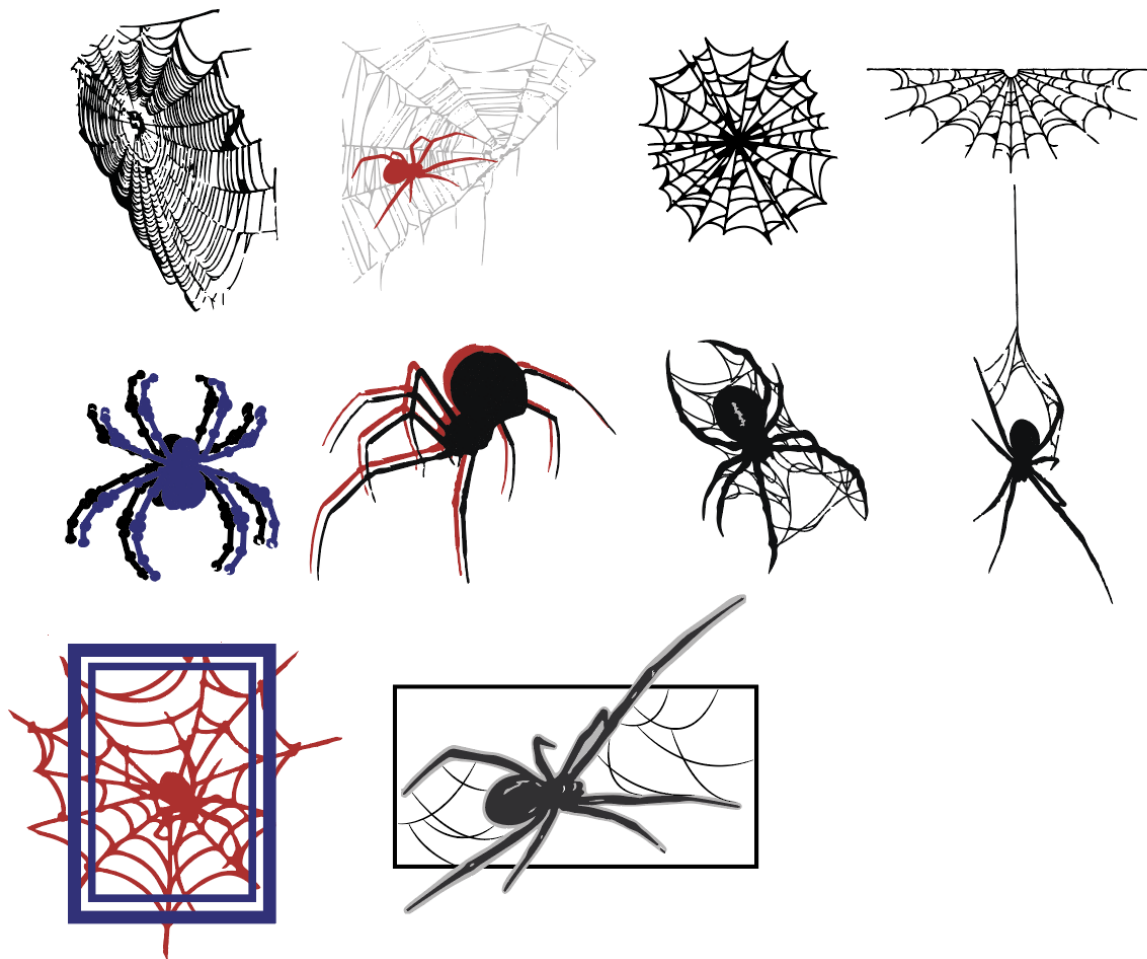
"Arachneid" é uma coleção de desenhos que celebra a beleza e a complexidade das aranhas, especialmente a viúva-negra. Oferece à marca ilustrações únicas para personalizar roupas, transformando cada peça em uma expressão de arte e sofisticação.

MoodBoard

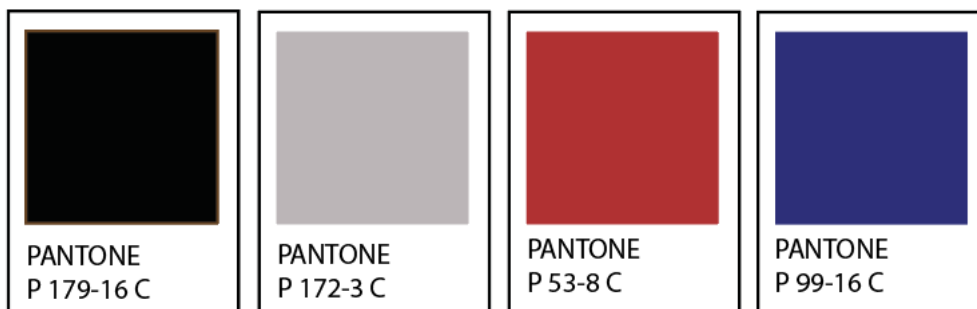


Figura 20. Moodboard do conceito

Coleção



Paleta de cores dos desenhos

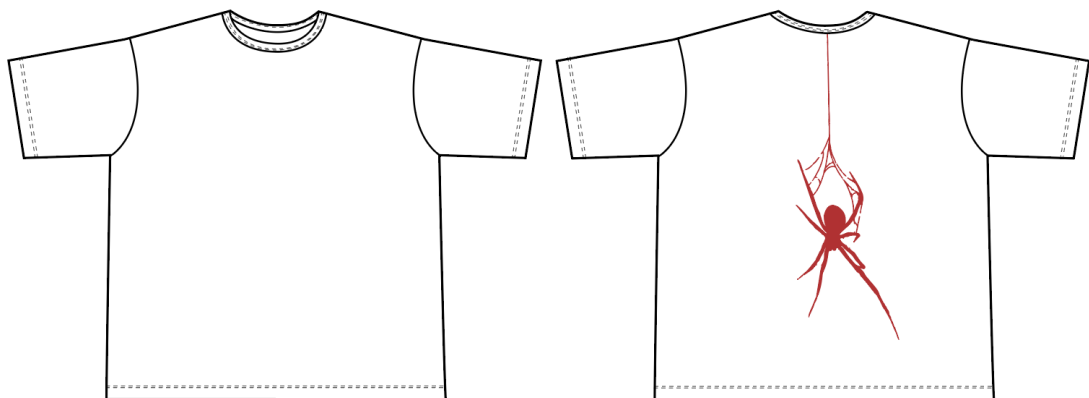
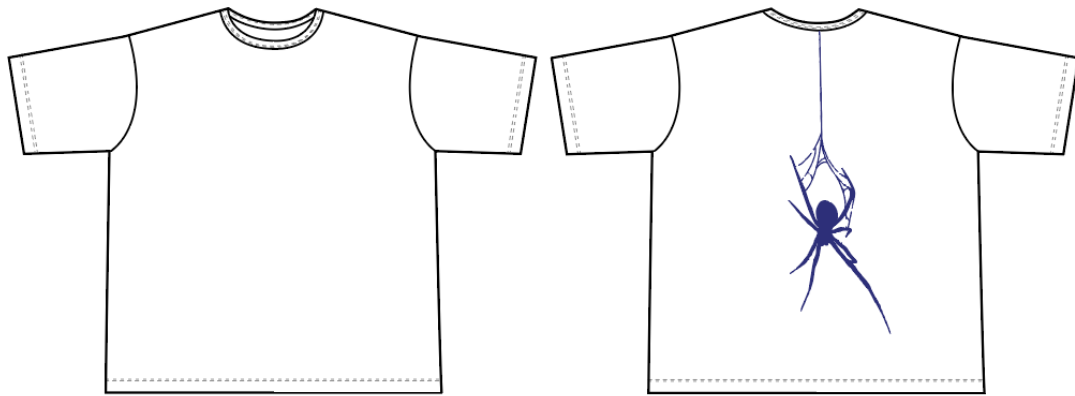
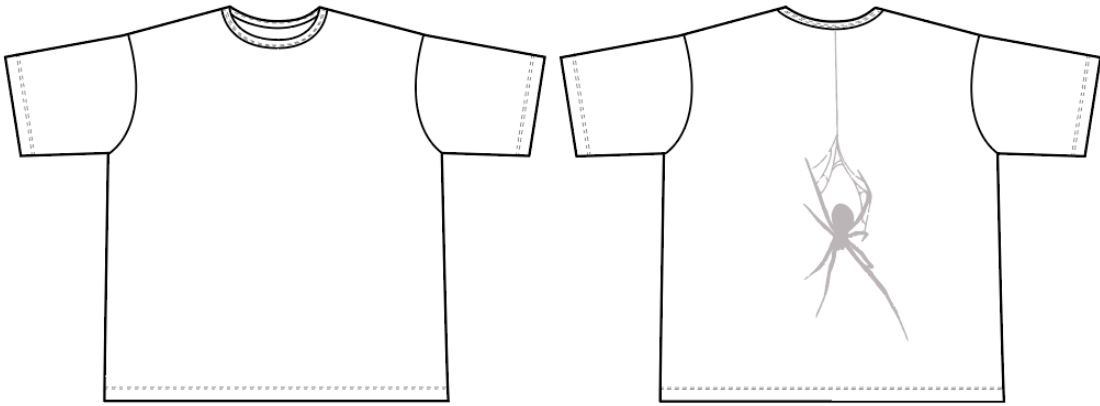
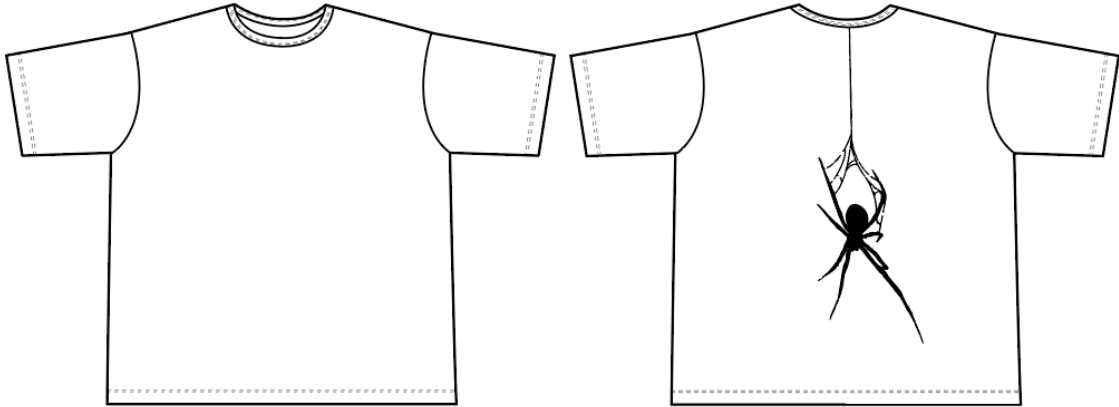


Exemplos dos produtos personalizados

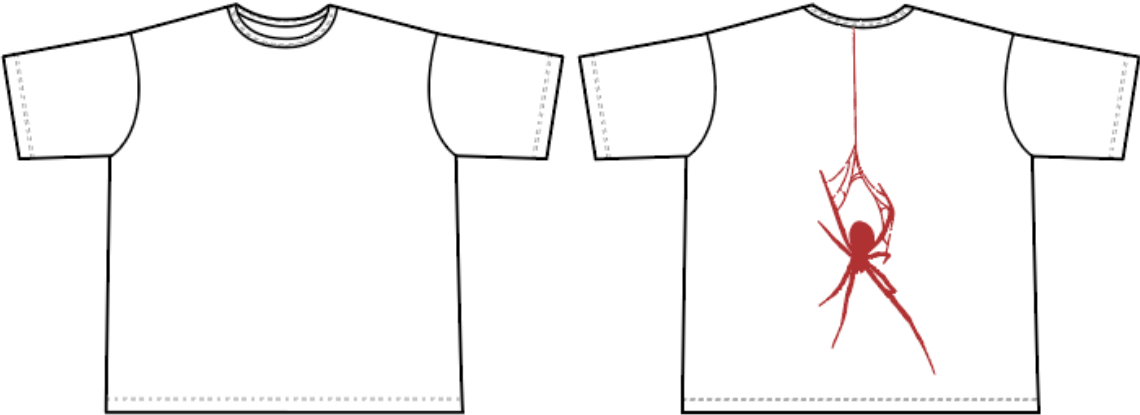




Variedade de tamanhos:



Variantes de cores:



Exemplo de Ficha Técnica

<p> MODELO: T-shirt ESTAÇÃO: Primavera/ Verão DESIGNER: Gabriela Rodrigues DATA: 12/06/2024 TAMANHO DO PRETÓTIPO: L TAMANHOS: XS A XXL </p>	<p>DESCRIÇÃO: T-shirt, com bainha de ponto duplo.</p>	
		
<p> TECIDOS: REF: #1234 NOME: Malha COMPOSIÇÃO: 100% Algodão COR: Preto LARGURA: 1,50 m FORNECEDOR: Tecidos do Castelo PREÇO: 8,5 €/m </p> 	<p> ESTAMPADO LOCALIZADO: TIPO DE ESTAMPAGEM: Estampagem por serigrafia LOCALIZAÇÃO: Parte central das costas PORPORÇÕES: 38 cm x 31,5 cm </p>	<p>ARTWORK:</p> 
<p> AVIAMENTOS:  REF: #104_41304_080 TIPO/COR/MAT: Fio Overlock NM 80/ Preto/ 100% poliéster DIMENSÃO: 2740 m FORNECEDOR: tecidos.com.pt PREÇO: 3,29€ </p>	<p>ETIQUETAS DE LAVAGEM:</p> 	

Orçamentação

- Preço á hora: 7,04

253 (dias uteis num ano) x 8 horas (horas de trabalho diário) = 2024 (horas de trabalho anual)

1.018,52 €/ mês (salário mensal definido pela tabela IEFP) x 14 (12 meses de salário + subsídio de férias e subsídio de Natal) = 14.259,28 € (rendimento anual)

14.259,28 € (rendimento anual) : 2024 (horas de trabalho anual) = 7,04 (preço á hora)

- Cálculo do projeto (componente criativa): 877,24

Pesquisa- 20 horas

Pesquisa de Materiais- 16 horas

Painéis- 10 horas

Esboços- 10 horas

Mockups- 18 horas

Desenvolvimento da coleção de desenhos- 21 horas

Ficha Técnica- 2 horas

Desenvolvimento do quadro para estampagem- 4 horas

Total de horas:

121 horas

121 (total de horas gastas da componente criativa) x 7,04 (preço á hora) = 851,84

Materiais

-Folhas- 0,20€

-Folhas de modelagem- 0,20€

-Quadros/Telas de Serigrafia- 25€

851,84+ 0,20€ + 0,20€ + 25€= 877,24

- Cálculo do projeto (componente produtiva): 17,60

Modelagem- 1 hora

Confeção- 1 hora

Estampagem- 30 minutos

Total de horas:

2 horas e 30 minutos

2,5 (total de horas gastas na componente produtiva) x 7,04 (preço á hora) = 17,6

-Material por peça

Tecido- 8 €

Linha- 0,30€

Tinta de serigrafia- 0,50€

Tela de malha- 2€

Total: 10,70€

Custo Final do projeto: 877,24 (componente criativa) + 17,60 (componente produtiva)
= 894,84

Cálculo de preço de vendas:

-Material por peça: 10,70€

- Confeção: 17,60€

Preço do produto: 10,70€ + 17,60€ = 28,30€

Preço do produto + margem (20€) = 48,30€

Ponto crítico de vendas: 897,84€ (custo final do projeto): 48,30€ (preço final do produto) = 18, 58, arredondado 19 t-shirts personalizadas com 1 desenho

Conclusão

À medida que exploramos as camadas do projeto "Personalized Clothing," torna-se evidente que esta é uma iniciativa que vai além das simples costuras e pinceladas. Este projeto é uma declaração ousada e inovadora, que busca redefinir o paradigma da moda, alçando-a a uma dimensão mais pessoal, mais artística, mais única.

Ao reunir a paixão pela pintura e a expressão artística com a personalização de moda, vislumbramos não apenas roupas, mas autênticas obras de arte vestíveis. O compromisso com a exclusividade, celebrando a individualidade de cada cliente, é o fio condutor que tece cada peça deste projeto, transformando-as em narrativas visuais distintas.

A jornada empreendida na realização deste projeto foi repleta de desafios e descobertas. A pesquisa minuciosa, a análise de mercado, e a definição do público-alvo, representam apenas alguns dos passos cuidadosamente dados nesta jornada criativa. No entanto, é essa meticulosidade que delinea a promessa de um serviço de personalização que não só abraça as tendências, mas transcende-as, criando um espaço para a expressão autêntica de estilo.

Bibliografia:

Site: <https://www.vam.ac.uk/>

Site: <https://fashionhistory.fitnyc.edu/>

Site: <https://mundoeducacao.uol.com.br/artes/artesanato.htm>

Site: <https://www.suapesquisa.com/artesliteratura/artesanato/>

Site: <https://www.theartsofdani.com/>

Site: <https://us.burberry.com/l/womens-trench-coats/>

Site: https://www.ralphlauren.pt/en/customise/60?ab=EU_CYOPLPMens_Slot_1_S1_L_1_SHOP#jl-B2

Site: <https://levi.pt/en/levis-tailor-shop/>

Site: https://www.nike.com/pt/nike-by-you?cp=84869663247_search_&Macro=-nike%20by%20you-g-10575251169-104479948757-e-c-PT-pure-452341431517-aud-1896772579106:kwd-377881265166-1011719&ds_rl=1252249&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwir2xBhC ARIsAMTXk87Xr Flz2a9lf00Ew0y7rBTtOqGHWHD1CR0W0C9dWqHJKAB5SJDciMaAlx9EALw_wcB&gclid=aw.ds

Site: <https://www.bershka.com/gb/women/customisation-c1010552560.html>

Site: <https://www.futuraexpress.com.br/blog/o-que-e-serigrafia/>

Site: <https://laart.art.br/blog/o-que-e-serigrafia/>

Site: <https://remihogar.pt/blogs/aranas/viuda-negra-europea-latroductus-tredecimguttatus>

Site: <https://crescendonoconhecimento.blogspot.com/2011/12/solitarios-carentes-e-infelizes.html>