Instituto Politécnico
de Castelo Branco
Escola Superior
de Artes Aplicadas

Trabalho de Projeto
Livro Infantil Ilustrado de Moda

Inês Gil

3º ano do Curso de Design de Moda e Têxtil

Trabalho de Projeto apresentado à Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco, realizado sob a orientação científica do Coordenador da Unidade Técnico-Científica de Arte e Design Doutor Joaquim Bonifácio, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

julho de 2019

Composição do Júri

Presidente: Madalena Ribeiro
Prof. Adjunta do Instituto Politécnico de Castelo Brannco

Arguente: Cristina Almeida
Prof. Adjunta do Instituto Politécnico de Castelo Brannco

Orientadora: Brígida Ribeiro
Prof. Adjunta do Instituto Politécnico de Castelo Brannco

Orientadora: Paula Peres
Prof. Adjunta do Instituto Politécnico de Castelo Brannco

Agradecimentos

Para concretizar este trabalho foi indispensável o apoio do Instituto Politécnico de Castelo Branco, para a impressão e encadernação do livro "EntreLinhas: uma espreitadela aos basidores da moda", desenvolvido no âmbito deste projeto.

Presto também o meu agradecimento à turma de 1º ano da Escola Básica de Sacapeito de Santarém, que se disponibilizou a realizar um inquérito proposto.

Por fim, agradeço à professora Brígida Ribeiros e Paula Peres, pelo seu incansável auxílio para que eu pudesse criar o melhor projeto possível.

Resumo

O projeto apresentado consiste num livro ilustrado para crianças sobre a conceção de uma coleção de moda. Incide nas fases de desenvolvimento de uma coleção (desde do conceito ao produto final).

O livro "EntreLinhas: uma espreitadela aos bastidores da moda" tem por objetivos a explicação clara das funções de um designer de moda e o processo de construção de uma coleção de moda, enquanto objeto de entretenimento.

Para a construção do livro, seguiu-se a orientação da metodologia projetual de Bruno Munari.

Começa-se por definir o problema - a criação de um livro para crianças sobre moda-, posteriormente especificando que a obra será um livro ilustrado para crianças dos seis aos nove anos, sobre as fases de criação de uma coleção de moda, e, consequentemente, sobre as funções de um designer de moda.

Realiza-se então uma pesquisa aprofundada, sobre o tema, ilustrações e público-alvo, concretizando uma análise das informações obtidas. Os materiais e tecnologias a utilizar para a criação do livro são também alvo de pesquisa e análise.

Após a pesquisa, iniciam-se testes de experimentação, onde se executa esboços, delineia-se a história e estuda-se os personagens.

Com o resultado inicial dos esboços e storyboard, efetua-se, no caso concreto deste projeto, um inquérito, a um grupo de crianças, sobre as suas preferências literárias e outros aspetos, de modo a que o produto possa corresponder às necessidades e desejos do público.

Conclui-se o projeto. Obteve-se um livro de ilustrações digitais, para crianças, que incide numa breve introdução à moda e famosos designers, seguindo-se as fases de processo de criação, e finalizando com um conjunto de factos adicionais e de atividades de escrita e desenho.

Palavras-Chave: livro; ilustração; criança; moda

Abstract

The presented project consists on a children's illustrated book about the making of a fashion collection. It points out the development phases of a collection (from concept to final product).

The book "EntreLinhas: uma espreitadela aos bastidores da moda" aims to explain clearly the tasks of a fashion designer and the process of fashion collection's creation, all along as an object of entreteinement.

The making of the book follows the guides of Bruno Munari's projectual metodology.

It begins by defining the problem - creating a children's book on fashion -, later specifying that the book will be an illustrated book for children from six to nine years old, about the creating steps of a fashion collection, and, consequently, about the tasks of a fashion designer.

An in-depth research is carried out, on the subject, illustrations and target, carrying out an analysis of the information obtained. The materials and technologies to be used for the book are also the subject of research and analysis.

After the research, experiments are started, where sketches are executed, the story is outlined and the characters are studied.

With the initial result of the sketches and storyboard, in the specific case of this pro ject, an inquiry is made to a selected group of children, about their literary preferences and other aspects so that the product can respond to the needs and desires of the public.

The project is finished. It was achived a book of digital illustrations, for children, that makes a brief introduction to fashion and famous fashion designers, following the steps of fashion creation, and ending with a group of aditional facts and writing and drawing activities.

Keywords: book; illustration; children; fashion

Índice

Capa....I
Composição do júri....II
Agradecimentos....III
Resumo....IV
Abstract....V
Índice de figuras....VII
Índice de tabelas....VIII
1. Introdução....9
2. Metodologia Projetual por Bruno Munari....11
2.1. Aplicação da Metodologia Projetual neste projeto....12
3. Crianças e Arte....13
4. Estereótipos de género....15
6. Imagem Corporal....17
6. Sustentabilidade na moda....19
7. Inquérito....21
8. Produtos semelhantes....25
9. Conceito....29
10. Público-Alvo....31
10.1. Profile-Board....32
11. Paleta de Cores....33
12. Matérias-primas....35
13. Esboços....37
14. Fotografia e desenho....39
15. Storyboard....41
16. Distribuição....49
17. Orçamentação....51
18. Conclusão....53
19. Referências Bibliográficas....55
20. Apêndice....57
20.1. Apêndice 1. Inquérito Auxiliar de Projeto Final de Licenciatura....57

Índice de Figuras

Figura 1. Imagem do livro “Expressión plástica y visual para educadores”.....14
Figura 2. Imagem do livro “Expresión plástica y visual para educadores”.....14
Figura 3. Imagem do livro “Expresión plástica y visual para educadores”.....14
Figura 4. Imagem do livro “Expresión plástica y visual para educadores”.....14
Figura 5 Capa do livro “Along Came Coco”.....25
Figura 6. Capa do livro “From an Idea to Nike: How Marketing Made Nike a Global Success”.....26
Figura 7. Capa do livro “Where do Clothes come From?”.....27
Figura 8. Capa do livro “From Cotton to T-shirt”.....28
Figura 9. Painel de público-alvo.....32
Figura 10. Paleta de cores escolhida.....33
Figura 11. Página do livro proposto.....33
Figura 12. Página do livro proposto.....33
Figura 13. Padrões utilizados para o livro proposto.....33
Figura 14. Tecido alcochoado vermelho.....35
Figura 15. Malha texturizada grossa azul.....35
Figura 16. Tecido pelo preto.....35
Figura 17. Tecido fino estampado.....35
Figura 18. Esboços iniciais em papel.....37
Figura 19. Estudo de personagens.....37
Figura 20. Estudo de personagens.....38
Figura 21. Estudo de personagens.....38
Figura 22. Estudo de alinhamento de texto.....41
Figura 23. Estudo de alinhamento de texto.....41
Figura 24. Estudo de alinhamento de texto.....41
Figura 25. Páginas 6 e 7 do livro proposto.....42
Figura 26. Páginas 8, 9, 10 e 11 do livro proposto.....42
Figura 27. Páginas 12 e 13 do livro proposto.....43
Figura 28. Páginas 14 e 15 do livro proposto.....43
Figura 29. Páginas 16 e 17 do livro proposto.....44
Figura 30. Páginas 18 e 19 do livro proposto.....44
Figura 31. Páginas 20 e 21 do livro proposto.....45
Figura 32. Páginas 22 e 23 do livro proposto.....45
Figura 33. Páginas 24 e 25 do livro proposto.....46
Figura 34. Páginas 26 e 27 do livro proposto.....46
Figura 35. Páginas 28 e 29 do livro proposto.....47
Figura 36. Páginas 30 e 31 do livro proposto.....47
Figura 37. Páginas 32 e 33 do livro proposto.....48
Figura 38. Páginas 34 e 35 do livro proposto.....48
Figura 39. Capa do livro “Contos Fantásticos”.....49
Figura 40. Capa do livro “Adivinhas para meninos e meninas”.....49
Figura 41. Capa do livro “Banana”.....49
Figura 42. Capa do livro “Eu sou Eu sei”.....49

Índice de Gráficos e Tabelas

Gráfico 1. Respostas ao inquérito realizado....21
Gráfico 2. Respostas ao inquérito realizado....21
Gráfico 3. Respostas ao inquérito realizado....21
Gráfico 4. Respostas ao inquérito realizado....22
Gráfico 5. Respostas ao inquérito realizado....22
Gráfico 6. Respostas ao inquérito realizado....22
Gráfico 7. Respostas ao inquérito realizado....23
Tabela 1. Especificações do livro "Along Came Coco"....25
Tabela 2. Especificações do livro "From an Idea to Nike: How Marketing Made Nike a Global Success"....26
Tabela 3. Especificações do livro "Where did my Clothes come From?"....27
Tabela 4. Especificações do livro "From Cotton to Tshirt"....28
Tabela 5. Cálculo do custo preço/hora....51
Tabela 6. Calendarização de atividades....51
Tabela 7. Cálculo do custo de design....52
Tabela 8. Cálculo do custo da produção do protótipo....52
Tabela 9. Cálculo do custo total do projeto com protótipo....52

1. Introdução

“Escreve algo que valha a pena ler ou faz algo que valha a pena escrever.” (Benjamin Franklin)

Com o presente relatório pretende-se expor o trabalho realizado, bem como as etapas executadas, nomeando objetivos concretizados ou falhados.

O projeto transparece o intuito de apresentar e esclarecer questões pessoais, numa tentativa de orientar o público na realidade da criação de moda. Os processos, fases e funções de um designer de moda, que conduzem uma coleção de moda desde a ideia ao produto final.

Para a construção da obra desenvolvida, realizaram-se pesquisas na área textual e criativa, tendo em conta o público infantil e a envolvência do mundo da moda, obtendo-se uma história faseadamente delineada, acompanhada de ilustrações representativas.

As referidas pesquisas encontram-se organizadas neste relatório, em 16 tópicos.

Uma apresentação inicial da perspetiva de Bruno Munari para a delineação e desenvolvimento de um projeto (Capítulo 2: “Metodologia projetual por Bruno Munari”), ultimado por uma explicação de como a metodologia projetual se aplica no projeto realizado.

Posteriormente, uma apresentação da relação do público infantil com a criação de arte durante o período de crescimento entre os 6 anos e os 9 anos de idade (capítulo 3: “Crianças e a arte”). Os capítulos 4 e 5 (”Estereótipos de género” e “Imagem corporal”), remetem, respetivamente, para os preconceitos de género e de como os mesmos estão a ser progressivamente rebatidos por uma educação parental mais liberal, e para uma explanação da imagem corporal imposta pelos media e do seu efeito no ser humano.

O capítulo 6: “Sustentabilidade na moda” refere a indústria da moda enquanto indústria poluidora e expõe um grupo de marcas sustentáveis e meios para reduzir a poluição na área da moda, analisando igualmente o ciclo de vida de uma peça.

No capítulo 7 (”Resultados do Inquérito”), apresenta-se os resultados do inquérito sobre as preferências em termos literários e artísticos, realizado a um grupo de crianças do primeiro ciclo.

Para análise de mercado, no capítulo 8: “Produtos semelhantes”, agrupou-se livros relacionados com a área incidida, a área da moda, sublinhando-se as características em que a obra desenvolvida com este projeto inova.

De seguida, a apresentação e explicação do tema escolhido, (capítulo 9: “Conceito”), tendo em conta o produto final e o público almejado, o último descrito no capítulo 10: “Público-alvo”, complementado pelo profile board, quadro de imagens representativas do lifestyle do público-alvo.

Os capítulos 11 a 15 (“Paleta cromática”, “Matérias primas”, ”Esboços”, “Fotografia e desenho” e “Storyboard”) posteriores incidem no desenvolvimento artístico do livro.

De seguida, uma exposição de editoras do ramo infantil e de meios de distribuição e divulgação da obra realizada, no capítulo 16 “Distribuição”.

Em “Orçamentação”, capítulo 17, expõe-se os custos de produção do produto.

O relatório é ultimado por uma conclusão, referências bibliográficas e apêndice.

2. Metodologia Projetual por Bruno Munari

De acordo com Bruno Munari, artista e designer italiano, no seu livro “Das coisas nascem coisas”, para cada problema de design há uma solução, e para obter essa solução é preciso seguir um processo passo a passo.

O primeiro passo do processo é a existência de um problema. O problema vem de uma necessidade premente, apresentada por um indivíduo singular ou coletivo.

O segundo passo a tomar é definir o problema em questão, as linhas principais, especificando e contextualizando a situação. Nas palavras de Munari, “seja qual for o problema, ele pode ser dividido por seus componentes; essa ação facilita o processo, porque tende a trazer à luz os pequenos problemas isolados dentro dos subproblemas ”.

Assim, depois de definir o problema, passa-se ao terceiro passo, onde se apresenta categorias de problemas, cada um com problemas simples. O problema principal é dividido em problemas mais pequenos para uma solução mais eficaz e rápida. Resolver todos os problemas levará à solução.

Mas, para isso, é preciso recolher informações sobre cada detalhe que compõe o problema em questão, o quarto passo, e analisá-las, o quinto passo. Essa coleta de dados ajuda o processo criativo de criar várias ideias e maneiras de superar os obstáculos.

Munari chegou a afirmar que “uma ideia, ligada à fantasia, pode propor soluções inviáveis, por razões técnicas, de recursos ou financeiras; a criatividade mantém-se dentro dos limites do problema, limites que são determinados a partir da análise de dados dos subproblemas ”. A criatividade é assim o sexto passo, onde painéis semânticos que sintetizam os dados coletados e analizados anteriormente são formados. Eles podem ser referidos como um destilamento de informação.

Depois de analisar, pesquisa-se dados sobre outro tópico, que compõe o sétimo passo: os materiais e tecnologias que melhor se adequam ao problema; estipulando os melhores meios tendo em conta fatores económicos e técnicos.

Com os materiais e tecnologias estabelecidos, vem o momento da experimentação, o oitavo passo , onde se testam as escolhas feitas. A partir desses experimentos, resultam modelos, o nono passo, que representam os melhores resultados da etapa de experimentação.

No décimo passo, os modelos são apresentados perante possíveis usuários, onde se verificam os seus aspetos caracterizadores e pormenores a melhorar.

Se os modelos forem aceites, o último passo é apresentar uma ficha técnica, que conduzirá e se tornará a solução para o problema.

2.1. Aplicação da Metodologia Projetual neste projeto

Para a realização deste projeto seguiu-se os passos da metodologia projetual de Bruno Munari (apresentados anteriormente) da seguinte forma:

O problema é identificado e definido: um desejo por parte da autora de criar um livro ilustrado que explicasse às crianças como uma coleção de moda é feita e as funções de um designer de moda.

Essa questão direciona aos subproblemas - conceito, público-alvo, produtos semelhantes na área, storyboard. Deste modo, realizam-se pesquisas sobre os diferentes problemas, que permitem igualmente desenvolver e aprofundar ideias.

Após uma fase de pesquisas, esboços e delineamento da história, realiza-se um inquérito a crianças dos seis aos nove anos, da Escola Básica de Sacapeito, em Santarém, onde lhes é dado a escolher as suas preferências em aspetos como o tipo de letra e a paleta de cores do livro, bem como atividades passíveis de incluir no livro, como desenho e escrita.

A fase da criatividade ressalta no ponto de criação de personagens, ambientes e história, cuja inspiração resulta das anteriores pesquisas e inquérito.

De seguida, pesquisa-se e analisa-se os materiais (como por exemplo os tecidos a incluir, que compõe os detalhes sensoriais) e tipos de impressões no mercado que se adequam ao projeto.

Após essa fase, realizam-se experiências físicas do produto - tentativas de impressão, para visualizar as formas e cores.

Quando por fim se confirma os desenhos, a história e os materiais, concretiza-se o livro.

3. Crianças e a Arte

Tal como o desenvolvimento da fala de uma criança, ocorre também o desenvolvimento da sua expressão artística nos anos da sua infância.

Segundo o livro "Expresión plástica y visual para educadores", o desenvolvimento artistico de uma criança geralmente acompanha o seu progresso escolar.

Nos primeiros anos de uma criança, a sua arte equivale na maioria a rabiscos incompriensíveis. A criança não segue um plano ao criar o desenho, apenas mexe a mão sem controlo sobre a superficie onde desenha, muitas vezes apenas pela satisfação do movimento. Serve como aprendizagem do controlo muscular do seu corpo, e por vezes os movimentos que realizam são imitações de movimentos que viram em outras pessoas.

Por volta dos quatro anos de idade, começam a apresentar um desenho mais esquemático; iniciam o desenho de formas humanas, em linhas direitas e formas generalizadas, representando a sua perspetiva da realidade. Neste período, o seu interesse recaí mais sobre as formas que criam do que tanto a cor que utilizam. Não existe igualmente uma noção de espaço; objetos e pessoas parecem flutuar na folha de papel.

Ao iniciarem o primeiro ano do ensino básico, começa a existir a noção de espaço. Depreende-se planos de terra e céu, bem como a linha do horizonte. Por vezes, o espaço e objetos são representados de uma perspetiva diferente da das pessoas; o espaço é visto de cima enquanto as pessoas são representadas de frente. Adquire-se também em certos desenhos a noção da passagem do tempo (cenas em que as pessoas são representadas realizando ações em diferentes momentos temporais).

Atigindo os oito anos de idade, regista-se nos desenhos infantis um abandono das linhas geométricas, observando-se uma tentativa de expressão da verdadeira realidade. As cenas representadas são espelho de experiências vividas, do dia a dia do rapaz ou rapariga. No uso da cor, ocorre a inclusão de diferentes tons de uma cor, como por exemplo o verde alface ou o azul turquesa.

Pelo terceiro ano do ensino básico, a obra realizada acresce de importância. A criança não desenha apenas por desenhar, mas para obter um resultado esteticamente aprazível. Nesta altura, verifica-se um exagero das características definidoras de género, como o comprimento do cabelo, normalmente curto nos rapazes e comprido nas raparigas, ou formas físicas como o volume do peito, presente nas mulheres mas inexistente nos homens.

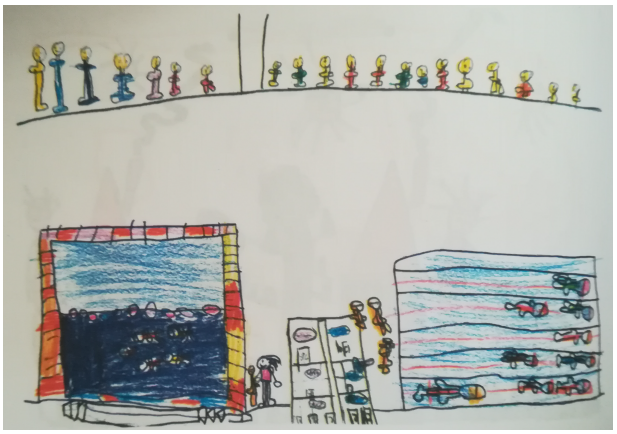


Figura 1. Imagem do livro “Expresión plástica y visual para educadores”



Figura 2. Imagem do livro “Expresión plástica y visual para educadores”



Figura 3. Imagem do livro “Expresión plástica y visual para educadores”



Figura 4. Imagem do livro “Expresión plástica y visual para educadores”

4. Estereótipos de Género

Um estereótipo de género é uma visão generalizada ou preconceito sobre atributos ou características, ou os papéis que são ou devem ser possuídos ou executados por mulheres e homens (site Wikipedia, 2019). Um estereótipo de género é prejudicial quando limita a capacidade das mulheres e dos homens de desenvolver habilidades pessoais, seguir carreiras profissionais e fazer escolhas sobre as suas vidas.

Estes preconceitos tornaram-se parte definidora da sociedade pelas pessoas que os afirmavam e impunham. As crianças aprendem com a imitação; e os seus primeiros e constantes modelos são os pais. (Vieira, 2007)

Os pais da geração alpha, o público pretendido do produto apresentado, são millenials, pessoas nascidas entre os anos de 1980 e 1990. A geração millenial apresenta grandes distinções dos seus pais e mães, os baby boomers.

Eles decidem ter filhos mais tarde, principalmente nos seus trinta anos, o que apresenta um nível diferente de maturidade e mais experiência de vida. Consequentemente, nessa idade, eles terão assegurado empregos e uma situação de vida doméstica mais estável.

Pelas recentes questões sociais abordadas, como o movimento negro e o movimento LGBT, os millenials estão mais conscientes do mundo e de diferentes culturas, o que leva a uma crescente aceitação do estilo de vida e das opiniões dos outros (Burren, 2017).
Tópicos como diferenças étnicas, casamento entre pessoas do mesmo sexo e estereótipos de género estão a ser destruídos. Os millenials acreditam que as pessoas são todas iguais, independentemente do sexo, cor ou status. E que o amor é para todos.

Estes valores e ideias estão a ser introduzidos na nova geração, meninos e meninas da geração alpha.

Eles nascem em famílias onde os pais podem ou não ser casados, ou serem do mesmo sexo, ou mesmo pais solteiros. O equilíbrio entre a presença da mãe e do pai na família aumenta; as mulheres passam a trabalhar mais ativamente, impulsionando a sua independência e valor para além da função de mãe e esposa, e os homens envolvem-se mais, dividindo as tarefas e partilhando o processo educativo dos seus filhos com as mães.

Um número cada vez maior de pais assume igualmente uma educação de neutralidade de género, permitindo que os seus filhos se possam expressar livremente pelo que querem ser.

Estereótipos como o azul é para os meninos e o rosa é para as meninas, os meninos são masculinos e fortes e as meninas são frágeis e bonitas, deixaram de ser um obstáculo no desenvolvimento da personalidade de uma criança. Os brinquedos não são mais determinados pelo género, nem as roupas e atividades.

Meninos e meninas são iguais e só devem ser limitados por sua própria imaginação.

5. Imagem Corporal

Desde o seu princípio, os media impõe a imagem de como um corpo se deve parecer. O homem perfeito, a mulher perfeita, a criança perfeita (Dinç & Alisinanoğlu, 2010).

A pele deve ser impecável, as mulheres devem ter um corpo magro, acentuado por curvas voluptuosas, como o rabo e os seios. Os homens devem ser grandes, em forma, com abdominais e músculos definidos. (site *Safeline,* 2019)

Estas ideias resultam de uma razão primordial fisiologicamente estereotipada. Que as mulheres são menos que os homens, então elas devem ser menores e mais magras do que eles; as mulheres devem ter curvas sexuais, para agradar aos homens, enquanto eles têm que ser grandes e musculosos para impor o seu status e força.

Estudos demostram que as questões da imagem corporal afetam mais o género feminino do que o género masculino (Hargreaves & Tiggemann, 2006), devido ao suposto facto de que o valor de uma mulher é diretamente dependente de sua aparência física.

Em crianças, as questões de autoestima de imagem surgem principalmente por volta dos seis/sete anos de idade. Já nesta idade começam a desvalorizar e criticar o seu corpo; a aparência do cabelo, se a pele é bonita, se o rosto é simétrico, se o corpo é magro e esbelto.

Existe a ideia errada de que todos devem ser iguais, um ser fino e sem defeitos, o que se torna muitas vezes a razão para bullying escolar e cyberbullying.

O sistema corrompe até mesmo as crianças menores, fazendo-as agir contrárias a si mesmas e perturbando o seu valor próprio, as maneiras pelas quais devem cuidar do seu corpo e o respeito pelo facto de que todos nós temos características diferentes; mas isso não nos torna diferentes.

Os media somente perpetuam uma mentira assumindo que existe um corpo perfeito, uma vez que as imagens de modelos esbeltos são editadas e melhoradas virtualmente para obter uma aparência inatingível.

A imagem corporal é um problema preocupante. As crianças, e também os adultos, mulheres e homens, devem aprender que o melhor corpo é apenas um corpo saudável, seja magro ou gordo, grande ou pequeno. Um corpo cuidado com uma dieta alimentar diversificada e saudável, prática de exercício físico e preocupação pela saúde mental.

6. Sustentabilidade na moda

A indústria da moda é uma das indústrias mais poluidoras de acordo com o site Ecocult. No curso de cada ano, as empresas fabricantes de fios, tecidos, roupas e outros poluem através do uso de produtos químicos, água e desperdício de tecidos.

Esta situação chegou ao olhar da sociedade e foi pedida uma mudança. As pessoas começam a perceber o que o consumismo e o capitalismo fazem ao mundo, e as diferentes maneiras pelas quais continuam a destruir o meio ambiente.

Felizmente, surgiram novas ideias, maneiras de reduzir a poluição, projetos e marcas sustentáveis. Uma "consciência ambiental".

O blog Green Strategy promove sete maneiras através das quais o público e as marcas podem começar agora a abrir caminho para uma indústria da moda mais ecológica, ente as quais:

_Roupa feita à medida ou por faça você mesmo: por este meio, as roupas assentam na perfeição ao corpo do comprador e são de acordo com o seu gosto único, o que leva a uma necessidade menor de comprar novas peças na tentativa de encontrar a silhueta perfeita ou o design desejado.

_Verde & Limpo: todas as fases de produção e vida de uma peça de vestuário apresentam medidas amigas do ambiente.

_ Alugar, emprestar e trocar: permite um aproveitamento maior de uma peça, uma vez que vários usuários tomam partido dela, em vez de comprarem roupas novas.

_Alta qualidade e design intemporal: leva a um menor consumismo de peças, uma vez que são de maior qualidade (duram mais tempo) e o design intemporal permite que possam ser usadas durante inúmeros anos sem perder estilo ou "sair de moda".

_Em segunda mão e vintage: reduz o consumismo e produção de roupas novas, visto que as peças têm um ciclo de vida maior ao serem utilizadas por mais pessoas.

Existem também marcas cujo propósito expresso é a sustentabilidade, pelo que redesenham peças antigas ou tiram proveito de resíduos de tecidos; como a marca "Redress", fundada em 2007 pela ex-jornalista Christina Dean, com base nos resíduos de roupas produzidos em Hong Kong; e a marca "Zero Waste Daniel", fundada em 2016 por Daniel Silverstein, que cria peças inéditas através dos pequenos resíduos de tecidos que resultam do processo de corte das grandes empresas de manufatura.

Ensinar às crianças sobre sustentabilidade desde tenra idade promove um futuro melhor e mais ecológico, ao mesmo tempo que impulsiona meninos e meninas a tomarem lugar na mudança premente e responsabilidade pelas as suas ações. (site *Sustainability in schools,* 2015)

7. Resultados do Inquérito

O inquérito realizado, proposto à turma de 1º ano da escola básica de Sacapeito de Santarém, e que se encontra nos Apêndices deste projeto (Apêndice 1), teve por respostas os seguintes dados (questões realizadas a um grupo de 12 raparigas e 12 rapazes, no seu total 24 alunos):

À pergunta “Gostas de ler livros?”, responderam:

Gosto muito	Gosto	Indiferente	Nem por isso	Não gosto
92% raparigas 33% rapazes	8% raparigas 67% rapazes	0% raparigas 0% rapazes	0% raparigas 0% rapazes	0% raparigas 0% rapazes

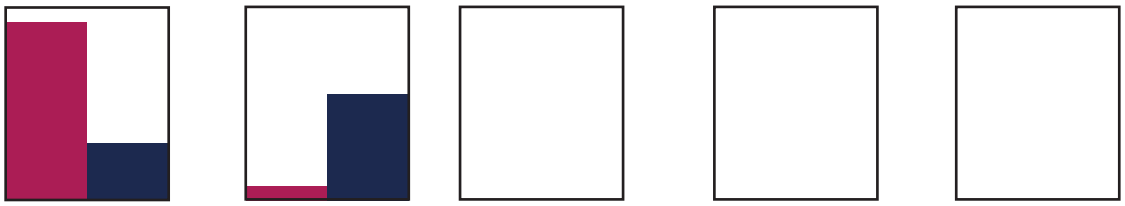


Gráfico 1. Respostas ao inquérito realizado
Legenda. Rosa - raparigas; Azul - rapazes

À pergunta “Ao ler um livro, preferes que a personagem principal seja...”, responderam:

Rapaz	Rapariga	Ambos
0% raparigas 16% rapazes	16% raparigas 0% rapazes	83% raparigas 83% rapazes

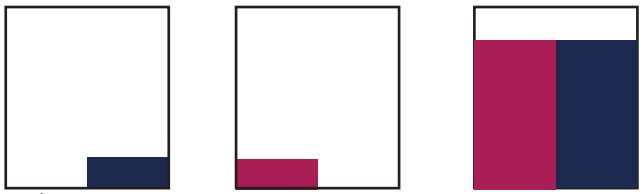


Gráfico 2. Respostas ao inquérito realizado
Legenda. Rosa - raparigas; Azul - rapazes

À pergunta “Gostas mais de livros que...”, responderam:

Sejam apenas de leitura	Tenham páginas para colorir e desenhar	Tenham texturas	Tenham puzzles
4% raparigas 0% rapazes	92% raparigas 75% rapazes	4% raparigas 10% rapazes	0% raparigas 15% rapazes



Gráfico 3. Respostas ao inquérito realizado
Legenda. Rosa - raparigas; Azul - rapazes

À pergunta “Ao ler um livro, gostas mais de...”, responderam:

Poder brincar com ele (desenhar, pintar, montar coisas)	Uma história divertida	Descobrir e aprender mais sobre o mundo	Conhecer personagens e factos do passado
8% raparigas 16% rapazes	59% raparigas 8% rapazes	8% raparigas 8% rapazes	25% raparigas 68% rapazes

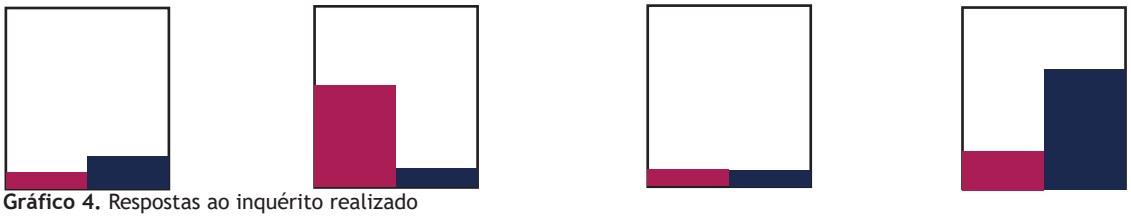


Gráfico 4. Respostas ao inquérito realizado
Legenda. Rosa - raparigas; Azul - rapazes

À pergunta “Que tipo de letra gostas mais?”, responderam:

A	B	C
76% raparigas 61% rapazes	8% raparigas 28% rapazes	16% raparigas 11% rapazes

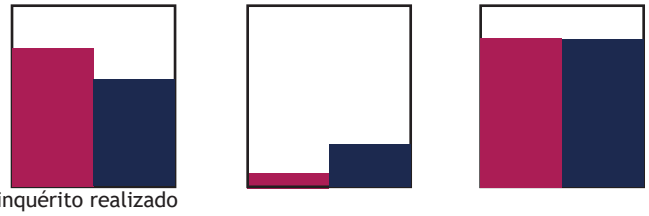


Gráfico 5. Respostas ao inquérito realizado
Legenda. Rosa - raparigas; Azul - rapazes

À pergunta “Que tipo de letra lês melhor?”, responderam:

A	B	C
71% raparigas 60% rapazes	29% raparigas 32% rapazes	0% raparigas 8% rapazes

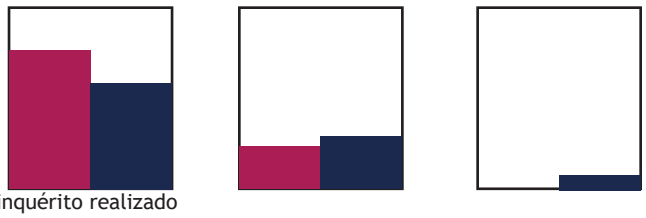


Gráfico 6. Respostas ao inquérito realizado
Legenda. Rosa - raparigas; Azul - rapazes

À pergunta “Que grupo de cores gostas mais?”, responderam:

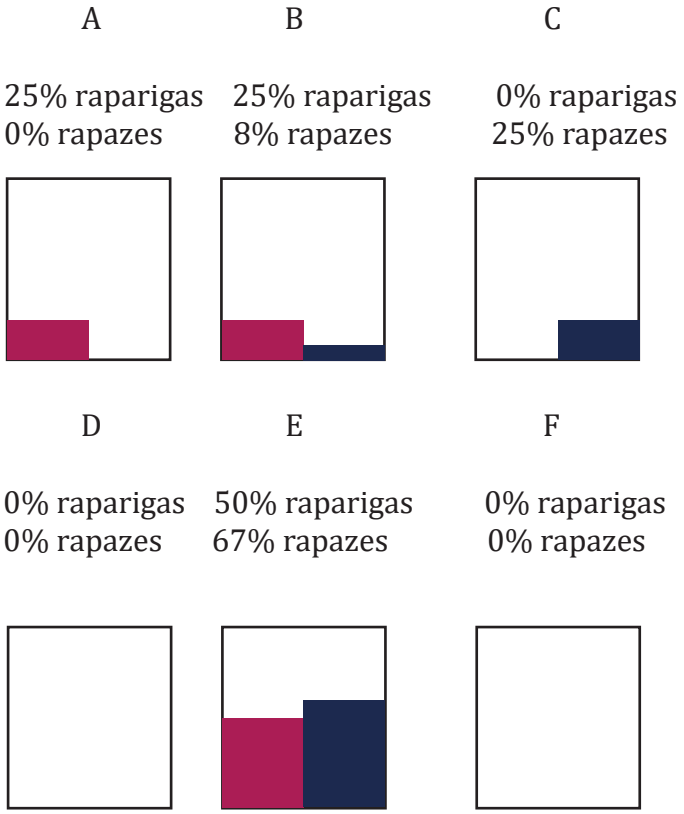


Gráfico 7. Respostas ao inquérito realizado
Legenda. Rosa - raparigas; Azul - rapazes

8. Produtos Semelhantes

As seguintes tabelas apresentam os produtos concorrentes na área de livros infantis de moda, capa, características de edição e sinopse.

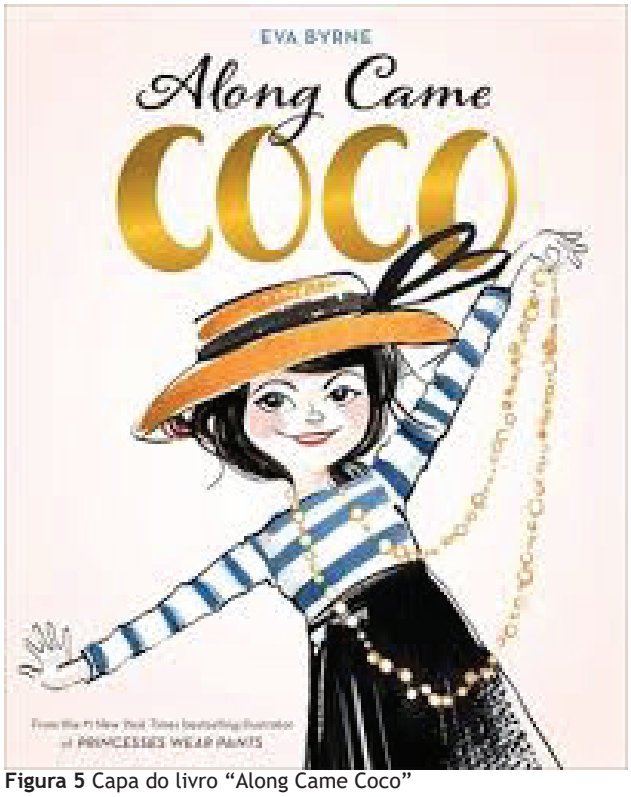


Figura 5 Capa do livro "Along Came Coco"

Tabela 1. Especificações do livro "Along Came Coco"

"Along Came Coco"	Faixa Etária: dos 4 aos 8 anos
	Grau de Escolaridade: Pré-escolar - 3º ano
	Impressão: 32 páginas
Por:	Editora: Harry N. Abrams (março de 2019)
Eva Byrne	Idioma: Inglês
	Dimensões do produto: 22,61 x 1 x 27,69 cm

"Sinopse:
Numa altura em que as crianças deviam ser vistas e não ouvidas, surgiu Coco, uma pequena orfã francesa com um estilo inato, talento para a costura e uma grande imaginação. Coco cresceu num orfanato governado por freiras muito rígidas, mas ela não era muito boa a seguir regras. ... Porque não deveriam as raparigas ter bolsos? E porque tinham de usar corpetes o tempo todo? Uma viagem aos primórdios da vida de Coco e uma celebração da sua criatividade. "Along came Coco" mostra de que maneira o espirito imaginativo de Coco Chanel levou a que se tornasse num dos mais amados ícones da moda."

Disponível em https://www.amazon.com/Along-Came-Coco-Story-Chanel/dp/1419734253/ref=zg_bs_2875_30?_encoding=UTF8&psc=1&refRID=P7PWVRKXCT8K2FMRKJHS

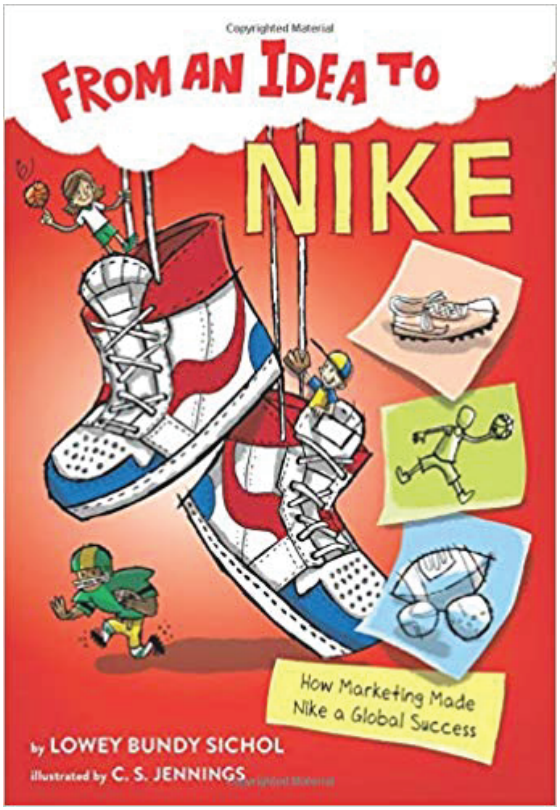


Figura 6. Capa do livro "From an Idea to Nike: How Marketing Made Nike a Global Success"

Tabela 2. Especificações do livro "From an Idea to Nike: How Marketing Made Nike a Global Success"

"From an Idea to Nike: How Marketing Made Nike a Global Success" Por: Lowey Bundy Sichol	Faixa Etária: dos 10 aos 12 anos
	Grau de Escolaridade: 5º ano - 7º ano
	Série: "From an Idea to"
	Impressão: 128 páginas
	Editora: HMH Books for Young Readers (fevereiro de 2019)
	Idioma: Inglês
	Dimensões do produto: 13,21 x 0,76 x 19,30 cm

"Sinopse:
Alguma vez te perguntaste como a Nike se tornou no império desportivo que é hoje? "From an Idea to Nike" mergulha nas campanhas de marketing e nas estratégias que tornaram uma companhia de sapatilhas no patrocinador de inúmeros atletas. Com infográficos e visuais estimulantes, esta visão dos bastidores da história e negócio da Nike será um recurso inestimável para as crianças que se interessam pelo que mantêm um negócio a correr.

- Descobre de onde vem o nome Nike e como a famosa curvinha se tornou o seu logótipo.
- Sabe mais sobre a primeira campanha de marketing da companhia com um atleta estrela. (Dica: Não foi o Michael Jordan!)
- Explora as maneiras como a Nike expandiu o seu marketing das corridas ao basquetebol, futebol, golfe e muito mais!"

Disponível em https://www.amazon.com/Idea-Nike-Marketing-Global-Success/dp/1328453634/ref=zg_bs_2875_46?_encoding=UTF8&psc=1&refRID=P7PWVRKXCT8

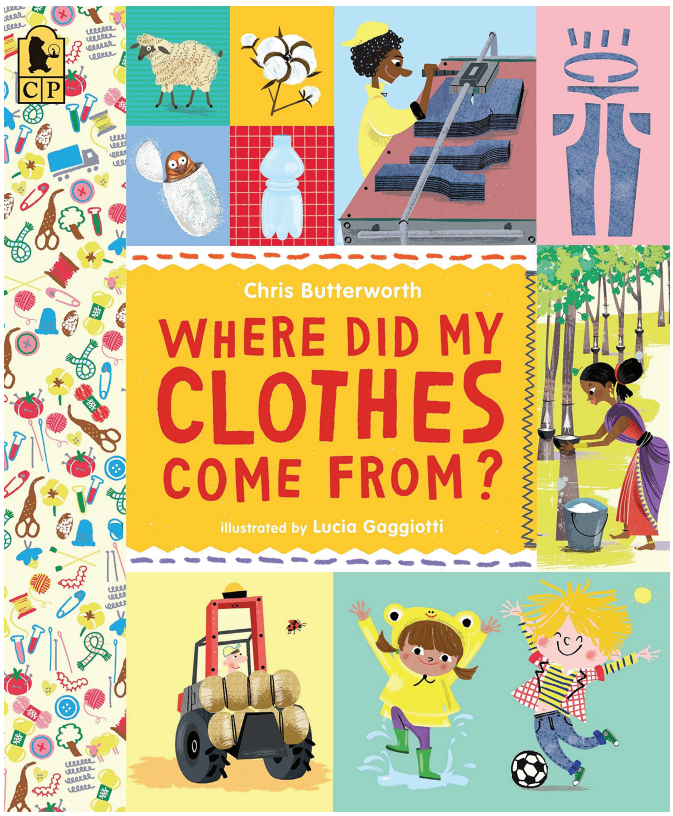


Figura 7. Capa do livro "Where do my clothes come from?"

Tabela 3. Especificações do livro "Where did my Clothes come From?"

"Where did my Clothes come From?"	Faixa Etária: dos 5 aos 8 anos
	Grau de Escolaridade: Pré-escolar - 3º ano
	Série: "Exploring the Everyday"
Por:	Impressão: 32 páginas
Chris Butterworth	Editora: Candlewick (setembro de 2017)
Lucia Gaggiotti	Idioma: Inglês
	Dimensões do produto: 21,59 x 0,51 x 25,91 cm

"Sinopse:
Sabias que o algodão das tuas calças jeans foi colhido de um arbusto? Como é que a lã colorida da tua sweatshirt passou das costas de uma ovelha para uma bola de fio? De onde veio o teu uniforme de futebol, as tuas galochas, ou o teu casaco de feltro? E o que é que reclicar garrafas de plástico tem a haver com tudo isto? Visita quintas, florestas e fábricas por todo o mundo para descobrir como tudo o que usas tem uma história por detrás."

Disponível em https://www.amazon.com/Where-Clothes-Come-Exploring-Everyday/dp/0763695181/ref=zg_bs_2875_18?_encoding=UTF8&psc=1&refRID=P7PWVRKXCT8K2FMRKJHS

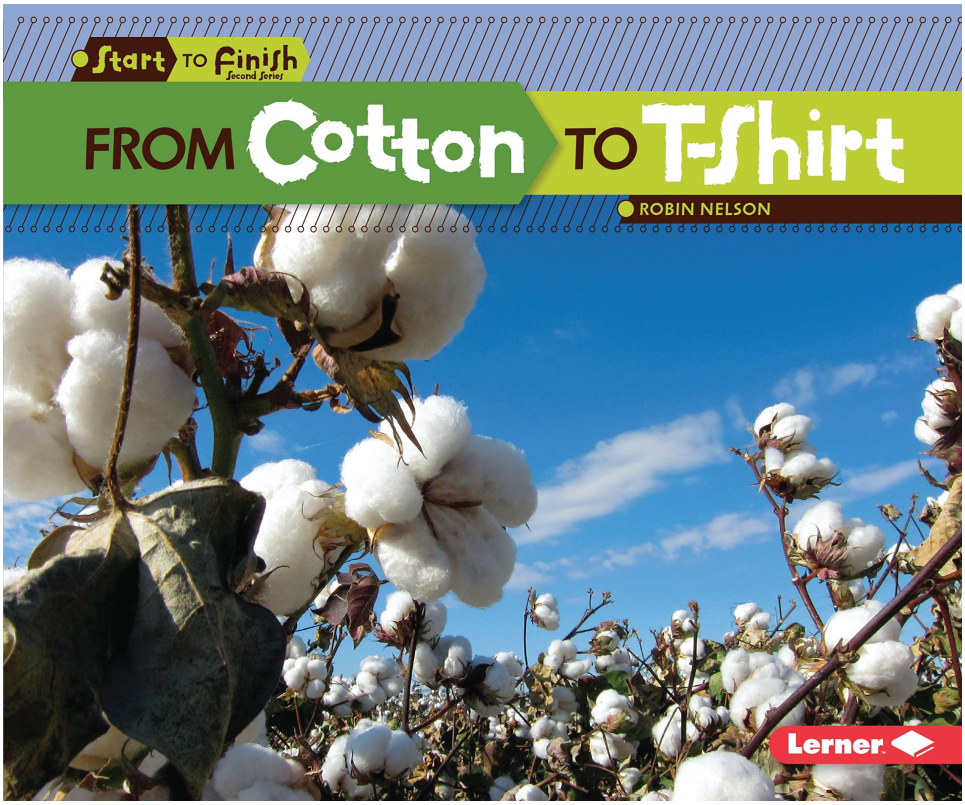


Figura 8. Capa do livro "From Cotton to T-shirt"

Tabela 4. Especificações do livro "From Cotton to T-shirt"

"From Cotton to T-shirt"	Faixa Etária: dos 5 aos 9 anos
	Grau de Escolaridade: Pré-escolar - 3º ano
	Série: "Start to Finish, Second Series: Everyday Products"
	Impressão: 24 páginas
Por: Robin Nelson	Editora: Lernerclassroom (janeiro de 2013)
	Idioma: Inglês
	Dimensões do produto: 23,37 x 0,51 x 29,21 cm

"Sinopse:
Como é que o algodão se torna numa suave t-shirt? Segue cada passo deste ciclo de produção - desde as plantações de algodão até ao vestir de uma confortável t-shirt - neste fascinante livro!"

Disponível em https://www.amazon.com/Cotton-T-shirt-Start-Finish-Second/dp/076138572X/ref=zg_bs_2875_52?_encoding=UTF8&psc=1&refRID=WT2Q201KVGPSP78M3RQ5

Em comparação aos livros apresentados, a obra desenvolvida proporciona uma visão dos processos anteriores à produção física de uma peça; não só a passagem da roupa pelas fábricas e confeção, mas também as fases de desenvolvimento criativo e técnico.

9. Conceito

A ideia do produto apresentado advém de experiência pessoal. Ao iniciar a licenciatura em Design de Moda e Têxtil, a minha perceção do mundo da moda era, em retroespetiva, fraca e inexperiente. A palavra "moda" era instantaneamente associada com revistas brilhantes, roupas glamorosas e desfiles excêntricos.

Neste momento, passados três anos de estudo, a minha conceção do mundo da moda está irrevogavelmente alterada. Compreendo que existe um mundo de bastidores por detrás dos desfiles; o universo competitivo dos designers, da criação de coleções, da confeção de peças, das questões da venda e distribuição, e a consciência do ciclo de vida de uma peça.

Deste modo, impôs-se uma necessidade pessoal de expor o mundo da moda através de uma lente mais realista, revelando o longo processo do ciclo de criação e vida de uma roupa, desde a ideia até à peça final.

O produto definido, o livro, é projetado para crianças, com idades compreendidas entre os seis e nove anos. Esta faixa etária foi determinada pelo facto de ser nesta etapa da sua vida que as crianças começam a pensar no que querem ser quando forem grandes. Assim, o livro desenvolvido torna-se pertinente, ao apresentar a profissão do designer de moda, e as funções que este desempenha.

O livro descreve, através de um par de personagens principais, as fases de pesquisa, conceção, esboços, modelagem, corte, confeção, distribuição e destino da peça após uso, através de alegres ilustrações, apelativas ao público mais jovem.

O produto revela-se também um incentivo à leitura (meio de entretenimento e educação), enquanto hábito saudável e enriquecedor.

10. Público - Alvo

O público-alvo escolhido, crianças de seis e nove anos, apresenta acima de tudo extrema energia e uma crescente curiosidade sobre o mundo ao seu redor e o porquê das coisas.

Pelos seis anos, iniciam o primeiro ano escolar, começando a aprender a ler e escrever. Fazer perguntas torna-se rotina do dia a dia, à medida que aprofundam seu lado de explorador e analista, e começam a distinguir a realidade da fantasia.

Por exemplo, ao criar arte, eles começam a representar objetos de maneira mais realista e refletir a cultura e as experiências pessoais, como desenhos de brincadeiras e refeições familiares. Encontra-se uma explicação mais completa posteriormente no capítulo “Crianças e a Arte” deste relatório.

Eles desenvolvem não apenas o seu sentido de lógica, mas também o seu controlo sobre a emoção; começam a entender as causas e consequências das suas reações.

De igual modo progridem na capacidade de adotar a perspetiva de outras pessoas, entendendo que outros pensam diferente delas.

Embora as crianças gostem de brincar umas com as outras e socializarem, entre seis e nove anos, começam a gostar de passar tempo sozinhas, brincando sozinhas ou lendo. A leitura torna-se uma atividade prazerosa para a maioria das crianças, pois os livros são uma fonte de entretenimento, conhecimento e autoconhecimento, ao mesmo tempo em que se conectam com ideias e opiniões de outras pessoas.

O mundo virtual também representa um grande interesse para as crianças, pela variedade de conteúdos compactos num telemóvel, tablet ou computador. O público deste produto, crianças nascidas da geração alpha, tem por pais adultos na faixa etária dos trinta anos, pais mais tardios, que podem proporcionar um maior acesso a recursos e estabilidade financeira. Os dispositivos eletrónicos e a web fazem parte de sua vida, uma vez que eles nasceram nela.

Embora possa ser uma ótima plataforma de conhecimento, os pais devem supervisionar os seus filhos, pois a web também representa muitos perigos para crianças descuidadas, como predadores de crianças e conteúdos de violência, entre outros (site Kaspersky, 2019).

10.1. *Profile - Board*



Figura 9. Painel de público-alvo

11. Paleta de Cores

As cores utilizadas foram selecionadas de entre as paletas de cores realizadas para o inquérito feito.

Das seis paletas propostas às crianças inquiridas, a maioria escolheu a paleta abaixo representada.



Figura 10. Paleta de cores escolhida

De entre todas, esta apresenta as cores mais vibrantes, a possível razão que tenha levado a ser a escolha favorita.

Deste modo, as cores foram trabalhadas ao longo do livro, sendo que cada tópico apresentado no livro tem uma cor correspondente.



Figura 11. Página do livro proposto



Figura 12 Página do livro proposto

Cada padrão de fundo, como mencionando anteriormente no capítulo Storyboard, remete para um tópico. Acompanhando a cor do fundo trabalhou-se entre as opacidades 10% e 20% para criar os fundos.

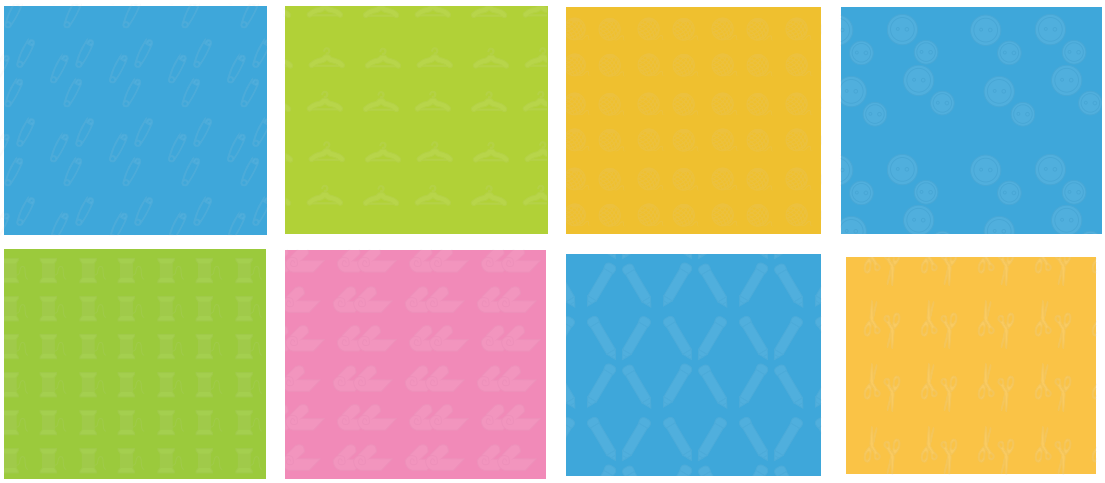


Figura 13. Padrões utilizados para o livro proposto

12. Matérias - Primas

Para a concretização da obra realizada com este projeto, utiliza-se papel de 100 gramas nas páginas do livro, e papel de 140 gramas para a capa do livro e a página desdobrável. O livro é encadernado por encadernação a quente.

O grupo de tecidos que compõem os detalhes sensoriais inclui um acolchoado vermelho, uma malha texturizada grossa azul, um tecido pelo preto e tecido fino estampado com motivos étnicos.



Figura 14. Tecido alcochoado vermelho

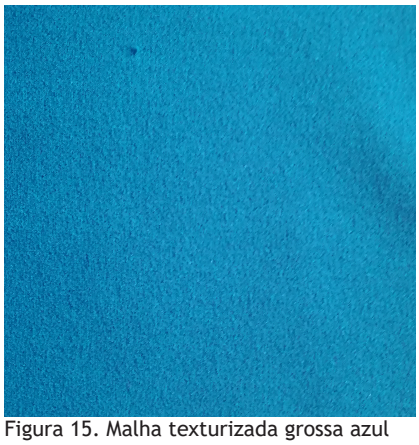


Figura 15. Malha texturizada grossa azul



Figura 16. Tecido pelo preto



Figura 17. Tecido fino estamapdo

13. Esboços

Os esboços iniciais em papel são rascunhos em que se procura o grafismo pretendido. Realiza-se principalmente estudos de personagens e expressões faciais.



Figura 18. Esboços iniciais em papel

Após diversos rascunhos e estudos, estreitou-se a linha de grafismo a concretizar, e iniciou-se esboços em computador, no programa Adobe Illustrator CS6, também usado para realizar as ilustrações finais do livro. As personagens apresentam um maior destaque para a cabeça e olhos, mantendo o corpo esguio. Inicialmente, existem linhas de contorno com efeito de lápis, e aplicação de sombras (figura 11).



Figura 19. Estudo de personagens

Com a progressão do estudos, mantem-se o tipo de corpo e forma, apresentando no entanto linhas mais polidas.

Inicia-se igualmente estudos de cor e poses envolvendo objetos.

No começo do projeto, a história do livro continha apenas uma personagem principal, na qual se focaram os estudos.



Figura 20. Estudo de personagens

Introduziu-se uma segunda personagem, alterando certas características físicas, como a cor do cabelo. Continua o desenvolvimento de estudos de cor e poses, refletindo na interação dos dois personagens principais.



Figura 21. Estudo de personagens

14. Fotografia e desenho

O grafismo utilizado na realização do livro proposto é acompanhado por fotografias de objetos, animais e pessoas do mundo real.

A decisão de utilizar este opção de inclusão de fotografia foi tomada não só pela estética apelativa da mistura entre desenho e imagem real mas, também, pela apresentação do mundo real às crianças.

Com a projeção constante de desenhos animados na vida de uma criança, a mesma pode perder noção do que é real e do que é ficção. Apesar de se constituir um meio de entretenimento e forma de impulsionar a imaginação de uma criança, a fantasia dos desenhos animados leva à criação de ideias erradas sobre as leis físicas do mundo.

Assim, a mistura de desenho com fotografia permite a criação de novas formas desenhadas mantendo, no entanto, uma essencial ligação com o mundo real.

Utiliza-se fotos a preto e branco e fotos a cores, ocorrendo uma distinção no uso das duas para simbolizar (com as fotos a preto e branco) os tempos antigos.

15. *Storyboard*

A presente história tem por personagens principais uma rapariga e um rapaz de aproximadamente sete anos. A rapariga, "Odete", apresenta cabelos ondulados escuros e tez rosada. Tem uma personalidade alegre e curiosa. O rapaz, "Vicente", tem cabelo curto castanho arruivado com franja, e usa óculos. A sua personalidade é igualmente curiosa mas um pouco mais tímida. Ambos possuem uma aparência esguia, por razões artísticas, uma vez que formas esguias permitem maior flexibilidade e movimento do desenho. Os nomes das personagens foram escolhidos com base na sua singularidade, uma vez que são nomes antigos.

Inicialmente, existia apenas um protagonista; porém no decorrer das pesquisas sobre estereótipos de género, imagem corporal e características de livros infantis, tomou-se a decisão de criar dois protagonistas de sexos opostos, para que os potenciais leitores se sentissem representados, sendo rapazes ou raparigas.

Os tópicos debatidos durante a história são apresentados pelos referidos protagonistas, dividindo-se entre os mesmos.

Os fundos das páginas apresentam padrões temáticos de moda, que se alteram de tópico para tópico.

Uma vez que o projeto realizado é um trabalho académico, não ocorrem implicações de direitos autorais sobre as fotografias usadas.

Realizaram-se estudos de alinhamento de texto; alinhado à lateral da página (figura 14), conforme o orador (figura 15), ou centrado (figura 16). Concluiu-se que a estrutura centrada, na sua maioria, permite o devido foco ao texto.

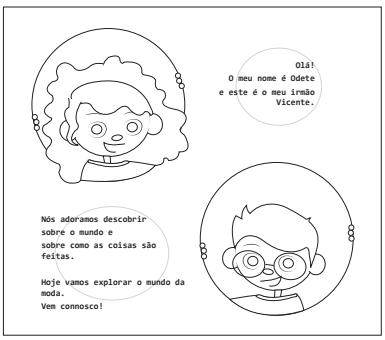


Figura 22. Estudo de alinhamento de texto



Figura 23. Estudo de alinhamento de texto



Figura 24. Estudo de alinhamento de texto

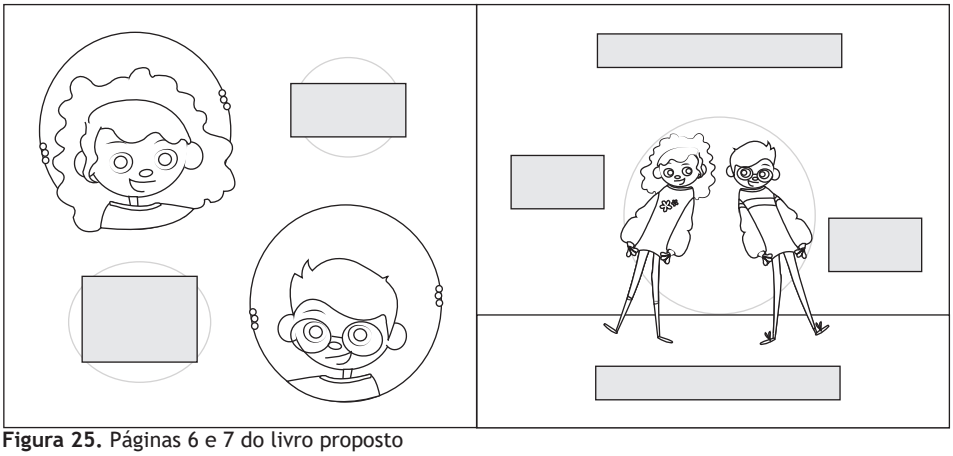


Figura 25. Páginas 6 e 7 do livro proposto

Páginas 6 e 7:
A história inicia-se com a apresentação das personagens principais.
Nota: os retângulos cinzentos representam o espaço dos textos.

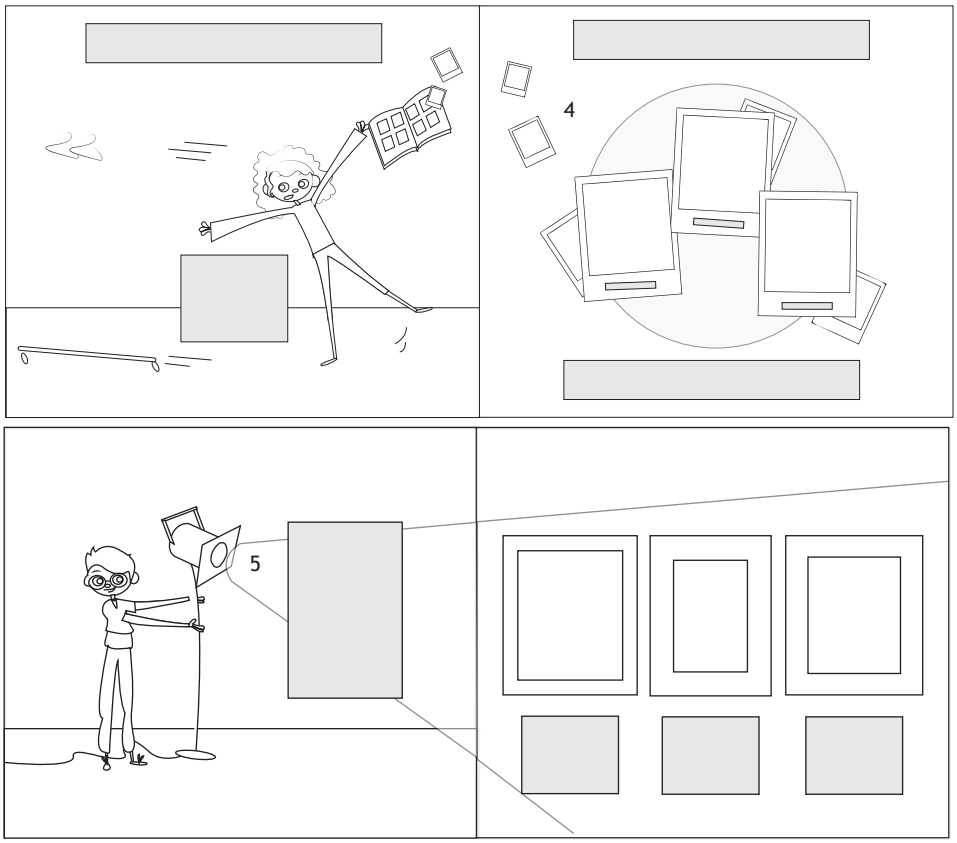


Figura 26. Páginas 8, 9, 10 e 11 do livro proposto

Páginas 8, 9, 10 e 11:
O primeiro tópico referido, que decorre em quatro páginas,remete a uma introdução da importância da moda e da história da moda, mencionando famosos designers.
A estrutura das páginas obteve-se de modo a focar as fotografias das peças icónes e dos designers [com o fluir de fotografias (4) e a projeção de luz (5)].

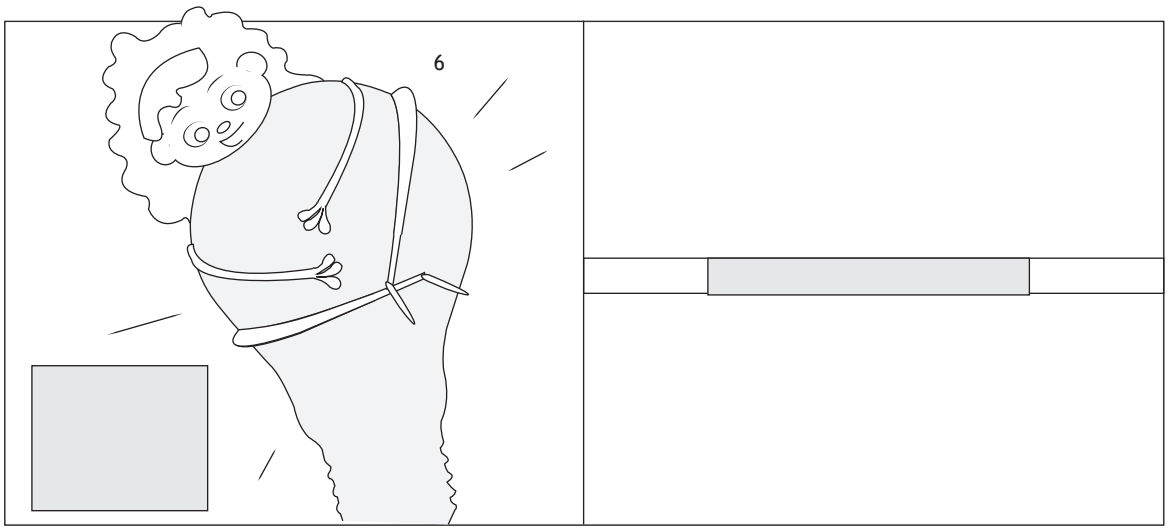


Figura 27. Páginas 12 e 13 do livro proposto

Páginas 12 e 13:
No tópico destas páginas apresenta-se a primeira fase de conceção de uma coleção: a obtenção da ideia. Para apelar ao interesse, joga-se com a escala da personagem(6).

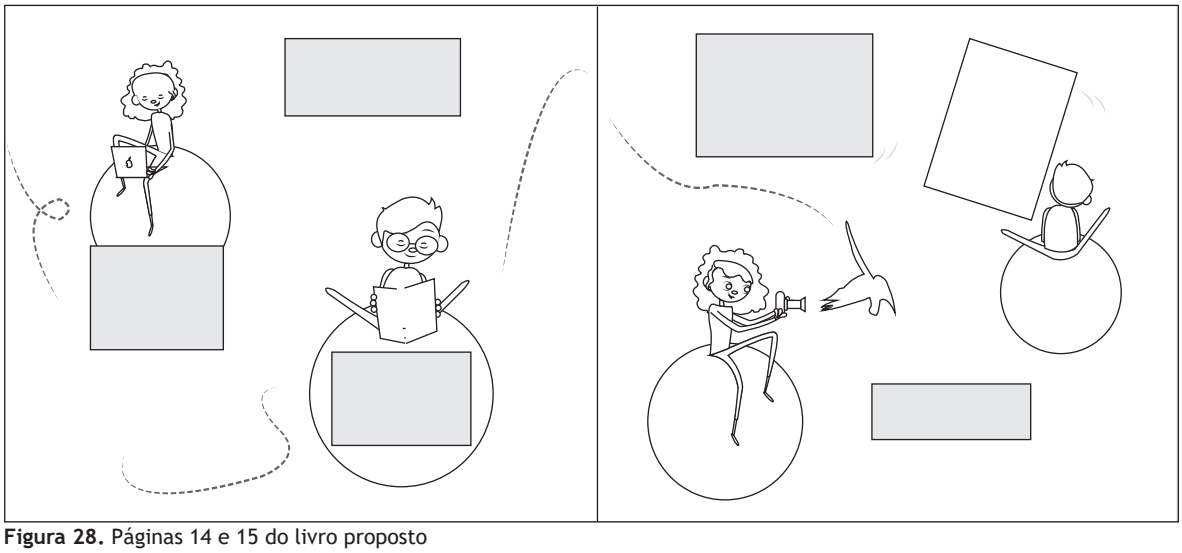


Figura 28. Páginas 14 e 15 do livro proposto

Páginas 14 e 15:
As páginas seguintes remetem à fase de pesquisa. Estrutura-se o cenário de um modo fluido, com as personagens a flutuar em bolhas de sabão. Cada personagem apresenta um meio de pesquisa.

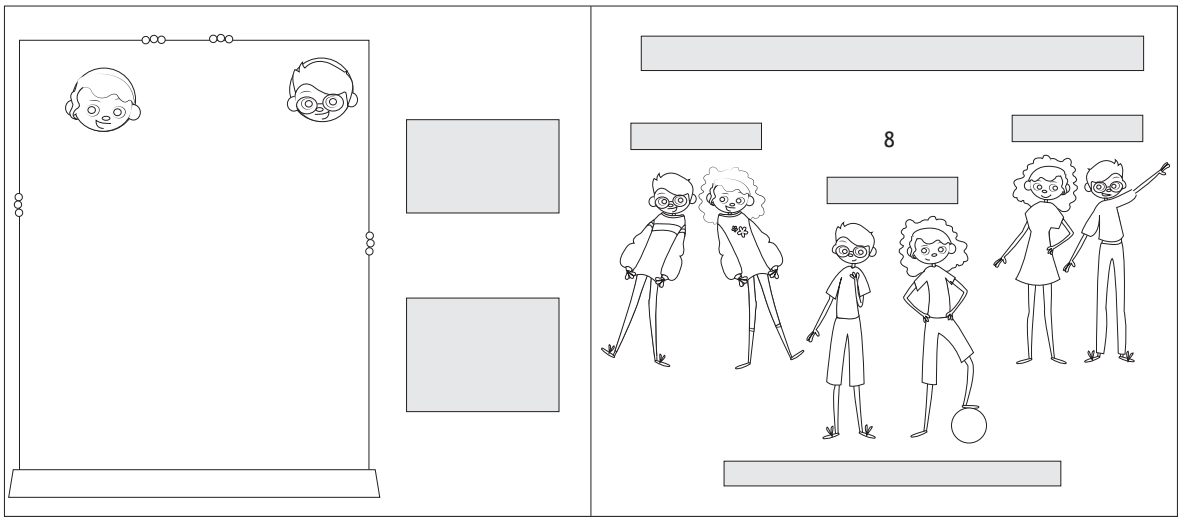


Figura 29. Páginas 16 e 17 do livro proposto

Páginas 16 e 17:
O seguinte tópico introduz a escolha do público-alvo, explicando que no passado os grupo de clientes dividiam-se maioritariamente por género e idade; sendo que atualmente se definem pelos interesses que os clientes possuem. Apresenta-se uma imagem de um desenho vintage para representar a divisão. Na outra página demonstra-se uma possível divisão atual de grupos (8).

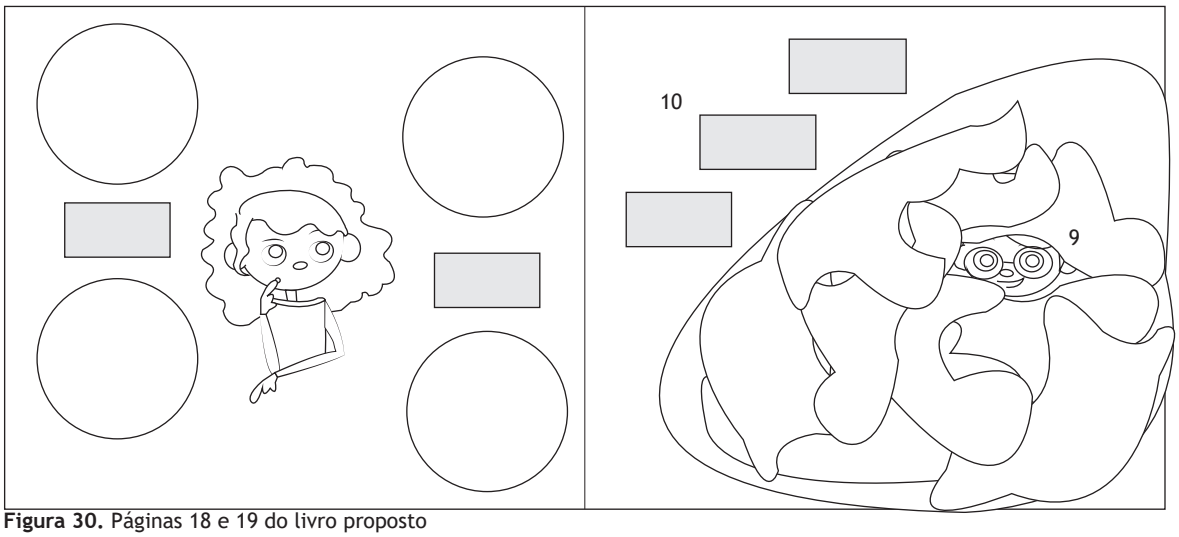


Figura 30. Páginas 18 e 19 do livro proposto

Páginas 18 e 19:
A escolha dos tecidos é o tópico posteriormente apresentado. Na primeira página, inclui-se tecidos físicos, passando a ideia de que a protagonista feminina reflete que tecido vai escolher. Na página seguinte o protagonista masculino encontra-se submergido em tecidos, espelhando a diversidade que existe (9). O texto acompanha o amontoado de tecidos criando fluidez. (10)

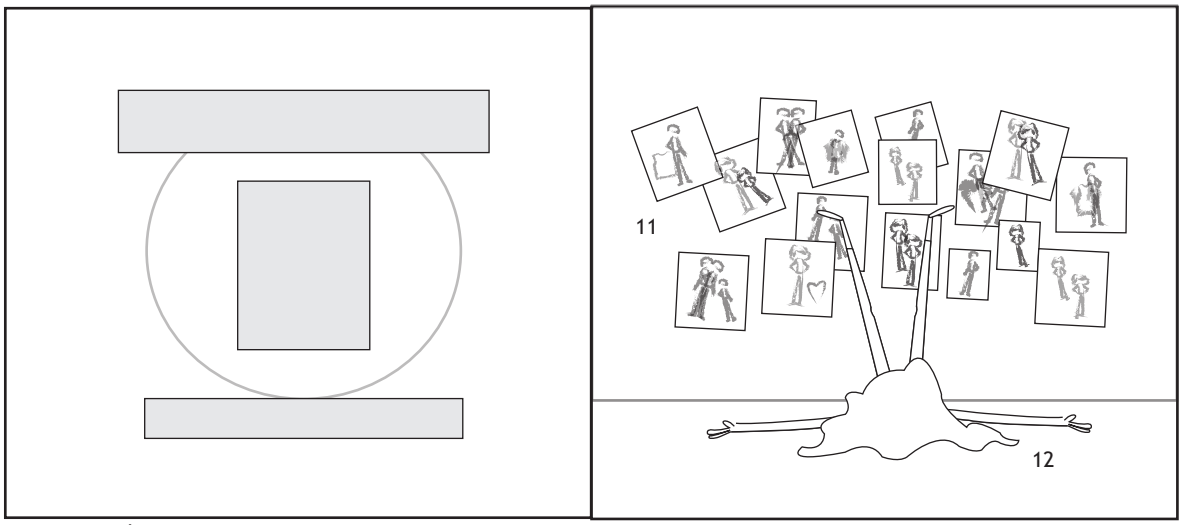


Figura 31. Páginas 20 e 21 do livro proposto

Páginas 20 e 21:
A próxima fase é a delineação de peças em papel. Encontra-se uma página composta somente de texto, sendo a página consequente uma representação da quantidade de desenhos necessários (11) para chegar às peças idealizadas. A personagem, centrada, apresenta quase uma exaustão. (12)

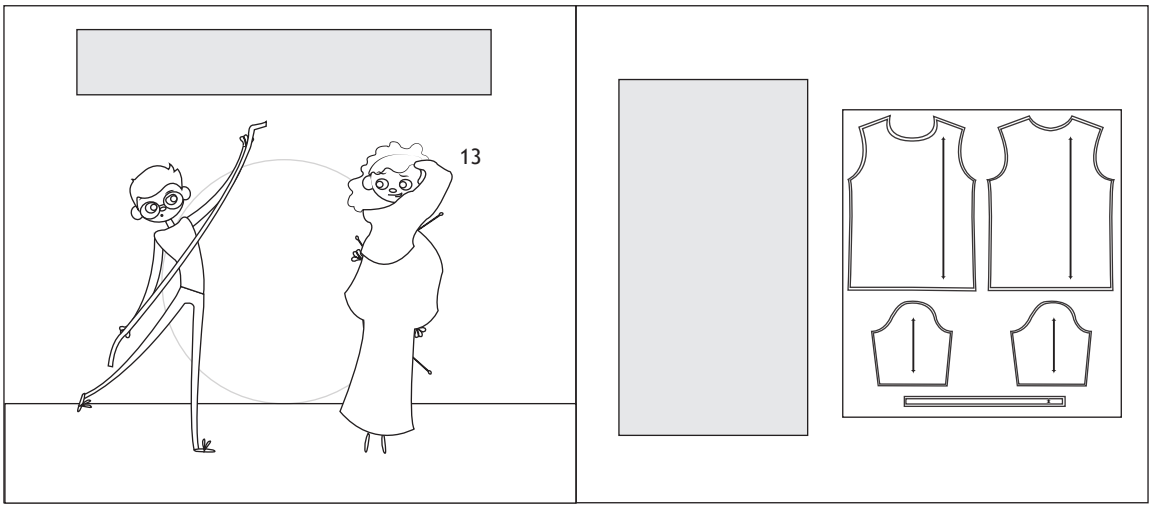


Figura 32. Páginas 22 e 23 do livro proposto

Páginas 22 e 23:
Introduz-se as fases de conceção técnicas, começando pela modelagem. Para efeitos cómicos, a protagonista feminina encontra-se enrolada em tecidos (13), parecendo preocupada com as ações do protagonista feminino, que pratica draping, uma forma mais livre de modelagem. Na página ao lado verifica-se a representação de moldes de uma tshirt sobre um tecido, sendo que o texto explica pormenores técnicos de modelagem como o fio-direito e valores de costura, bem como acabamentos.

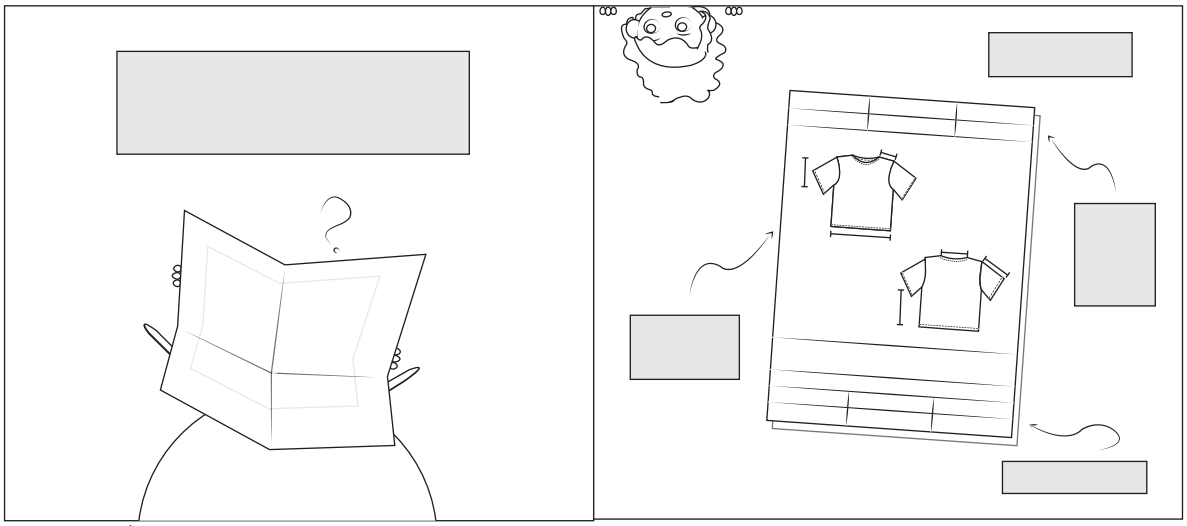


Figura 33. Páginas 24 e 25 do livro proposto

Páginas 24 e 25:
O tópico seguinte apresenta a parte técnica das fichas técnicas. Realiza-se na primeira página um termo de comparação, assemelhando uma ficha técnica a um plano de instruções de montagem. Na segunda página, explica-se os pontos principais de uma ficha técnica.

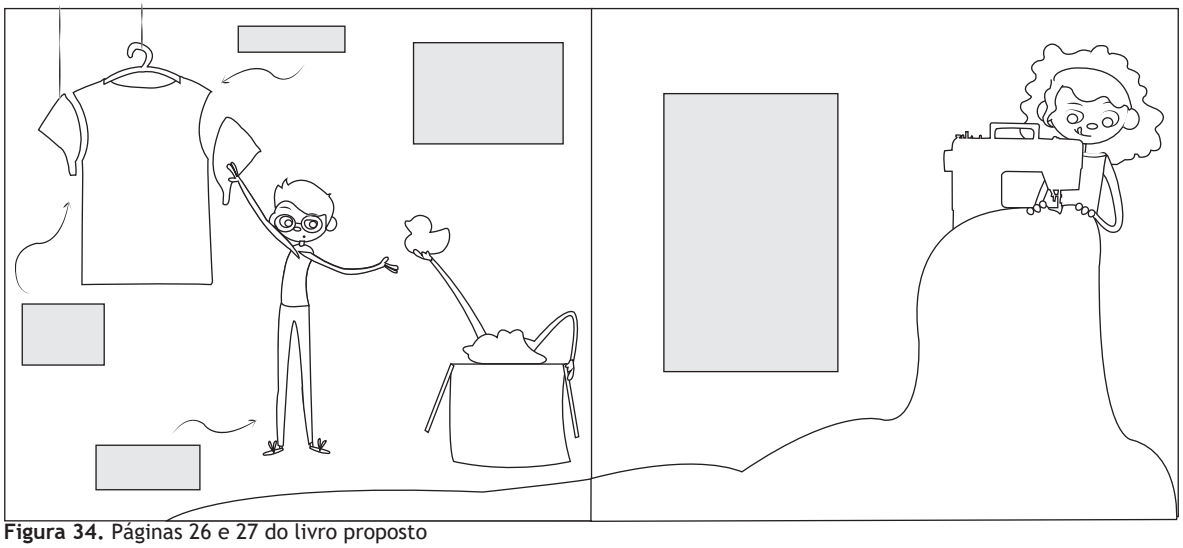


Figura 34. Páginas 26 e 27 do livro proposto

Páginas 26 e 27:
A conceção é exposta inicialmente pelos protagonistas, montando uma tshirt, peça por peça. Na outra página apresenta-se a uma escala alternativa, concretamente a confeção/costura dos tecidos.

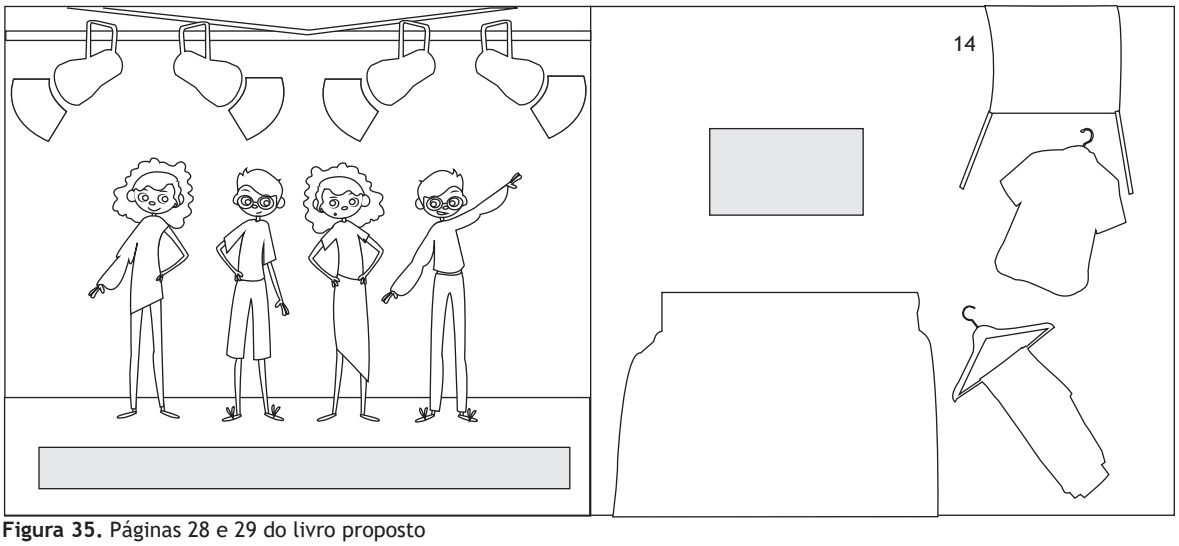


Figura 35. Páginas 28 e 29 do livro proposto

Páginas 28 e 29:
Conclui-se as fases de conceção com o desfile da coleção, apresentando os protagonistas lado a lado. A página seguinte expõe as peças em loja, subtilmente referindo o processo de distribuição com a representação da caixa (14).

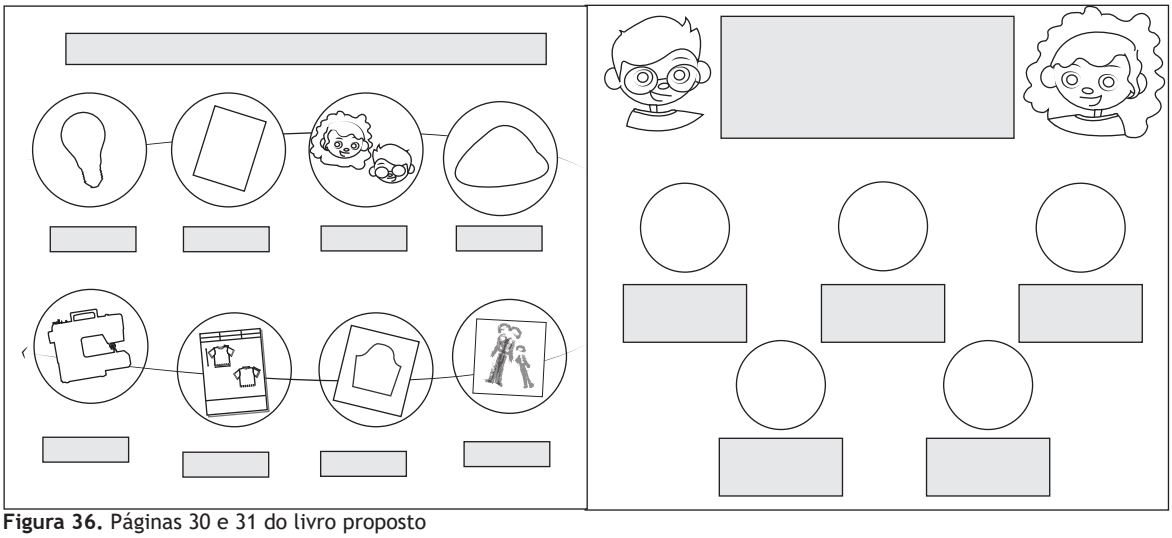


Figura 36. Páginas 30 e 31 do livro proposto

Páginas 30 e 31:
Na seguinte página concretiza-se uma conclusão da história, apresentando ícones de cada tópico por ordem do processo. Na página ao lado refere-se sumariamente a questão de desperdício de roupa e métodos de o evitar.

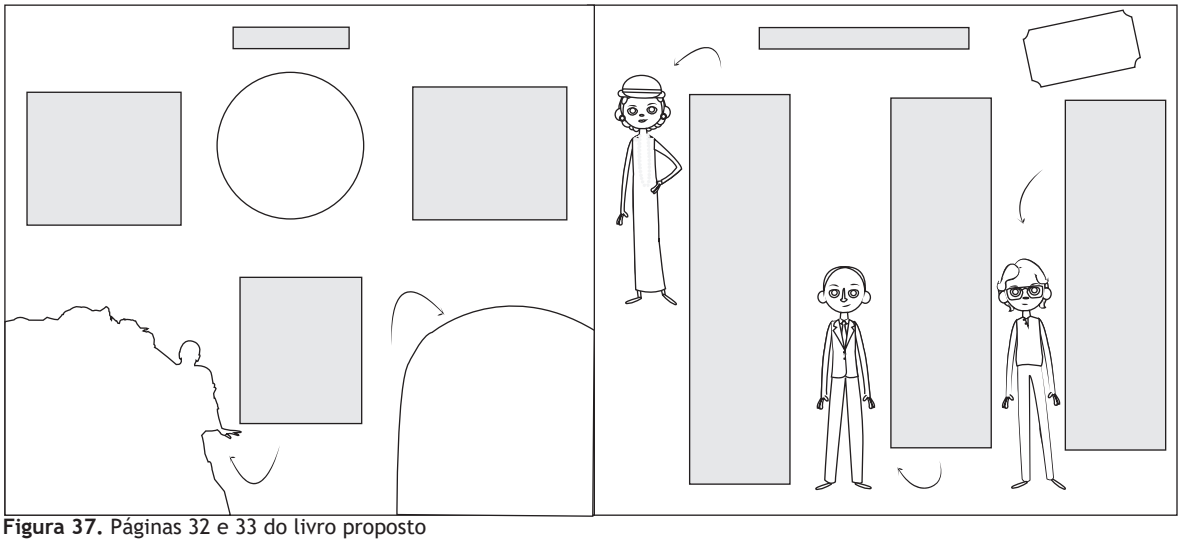


Figura 37. Páginas 32 e 33 do livro proposto

Páginas 32 e 33:
As páginas posteriores adicionam factos sobre sustentabilidade na moda e sobre os designers de moda apresentados no início do livro. Realizou-se caricaturas dos designers.

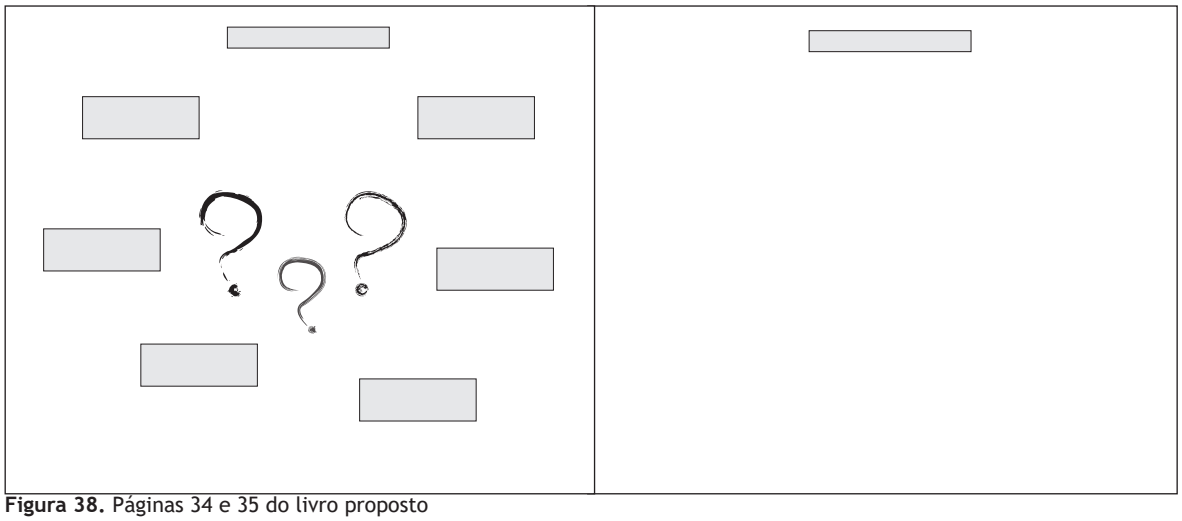


Figura 38. Páginas 34 e 35 do livro proposto

Páginas 34 e 35:
As últimas páginas são de atividades. A primeira inclui um leque de perguntas sobre a história, e a segunda alberga um conjunto de folhas brancas para realizar desenhos.

16. Distribuição

Os custos de produção deste livro ficam ao encargo do Instituto Politécnico de Castelo Branco, que se disponibilizou a financiar o projeto.

Caso a obra realizada fosse proposta para edição numa editora oficial, desenvolve-se neste capítulo uma breve caracterização de possíveis editoras adequadas ao perfil da obra.

"Edições Girassol". Fundada em 1994, especializa-se na publicação de livros infanto-juvenis, com o objetivo de providenciar livros educativos e divertidos, incluindo no seu catálogo manuais e livros de estudo auxiliares.



Figura 39. Capa do livro "Contos Fantásticos"



Figura 40. Capa do livro "Adivinhas para meninos e meninas"

"Planeta Tangerina". Estabelecida em 2004, diferencia-se pelos seus livros em formato de álbum, que aliam a imagem à palavra escrita, criando histórias inovadoras.

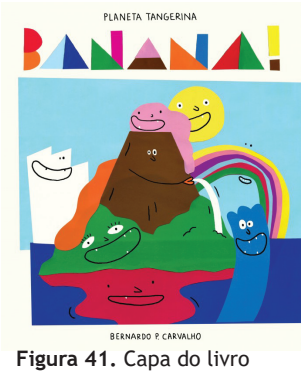


Figura 41. Capa do livro "Banana"



Figura 42. Capa do livro "Eu sou Eu sei"

Em outro plano, existem também as editoras "Editorial Presença", atualmente a principal editora de livros juvenis; e "LeYa", grupo editorial composto por editoras como "Edições ASA" e "Editorial Caminho".

17. Orçamentação

A orçamentação deste projeto divide-se em duas partes - o custo da mão de obra, e o custo de produção do protótipo.

Os cálculos para obter o custo da mão de obra iniciam-se com o cálculo do preço por hora da mão de obra. Realizou-se a seguinte tabela:

Tabela 5. Cálculo do custo preço/hora

Cálculo do preço/hora		
custo	valor mensal	valor anual
luz	30	360
máquina(computador)	10	120
comunicações	15	180
remuneração	850	10 200
internet	30	360
impostos	221	2660
Total ano		
Horas por dia		8
Dias por mês		23
Horas por ano		1840
Preço por hora		7,5

Deste modo, conclui-se que o preço por hora da mão de obra é de aproximadamente 7,5 euros (sete euros e cinquenta cêntimos).

De seguida, realiza-se os cálculos para obter o custo total da mão da obra para o presente projeto, segundo a calendarização de trabalho abaixo apresentada, que é composta pelas atividades desenvolvidas para o projeto e o número de dias que cada uma levou a ser feita.

Tabela 6. Calendarização de atividades

atividades/dias	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
pesquisa de inspiração																		
linha de história																		
esboços																		
criação personagens																		
cenários																		
construção final																		
escolha de materiais																		

Com a calendarização confirmada, calcula-se o custo de cada atividade (custo de design), multiplicando o número de horas que a mesma demorou pelo custo de mão de obra à hora.

Tabela 7. Cálculo do custo de design

Cálculo do custo de design		
atividade	horas	
pesquisa inspiração	2 dias	16
linha de história	3 dias	24
esboços	2 dias	16
personagens	3 dias	24
cenários	3 dias	24
construção	4 dias	32
materiais	1 dia	8
Total de horas		
		144
Preço hora		7,5
Preço mão de obra		1080

Assim, o preço de mão de obra deste projeto é de 1080 euros (mil e oitenta euros).

De seguida, realiza-se o custo de produção de protótipo, segundo preços base do mercado.

Tabela 8. Cálculo do custo de produção do protótipo

custo projeto	qt	€/un	
encadernação	1	6,5	6,5
impressão	34pp	0,5	17
tecidos	4	0,25	1
custo protótipo			24,5

Por fim, soma-se o custo de mão de obra e o custo de produção do prótotipo, obtendo o custo total do projeto [1104,5 euros (mil cento e quatro euros e cinquenta cêntimos):

Tabela 9. Cálculo do custo total do projeto

custo final de projeto		
projeto	custo mão de obra	1080
com protótipo	custo prototipo	24,5
total		1104,5

18. Conclusão

Conclui-se assim o projeto com completa satisfação.

Os objetivos propostos com este projeto de livro ilustrado para crianças sobre o processo de criação de uma coleção de moda são correspondidos na sua totalidade. Ao longo do processo de construção do livro "EntreLinhas: uma espreitadela aos bastidores da moda", criou-se e atingiu-se igualmente novos objetivos.

Adquiriu-se novos conhecimentos, desenvolvendo a capacidade de trabalho com o programa Adobe Illustrator CS6, bem como a capacidade de construção de um storyboard.

A descoberta de aspetos da criação de um livro ilustrado na sua totalidade foi também enriquecedora e deveras interessante, desde dos pormenores iniciais de estudos e esboços até ao processo de edição.

Como um projeto futuro, seria interessante desenvolver uma série de livros com a dupla de protagonistas Odete e Vicente, em que os mesmos, tal como concretizado nesta história, investigassem o processo de outros temas que fazem parte do dia a dia comum.

19. Referências bibliograficas

PIAGET, Jean, (1973). Seis Estudos de Psicologia. Paris e Genebra: Éditions Deno-el-Gonthier

MUNARI, Bruno, (1981). Das coisas nascem coisas. Lisboa: Edições 70

VIEIRA, Cristina, (2007). Educação Familiar: Estratégias para a Promoção da Igualdade de Género. Lisboa: Comissão para a Igualdade e para os Direitos das Mulheres

ALCAIDE, Carmen, (2003). Expresión plástica y visual para educadores. Madrid: Edições ICCE

MARTÍNEZ, Luisa e GUTIÉRREZ, Rosario,(2002). Las artes plásticas y su función en la escuela. Málaga: Edições Aljibe

Metodologia Projetual de Bruno Munari por António Coxo a partir de diagramas de ®Jurema Sampaio. Disponível em http://clientes.netvisao.pt/alfredoa/METODOLOGIA/METODOLOGIA%20PROJECTUAL%20com%20arroz%20verde.htm (2 abril)

Externato Champagnat. (2017) Desenvolvimento Infantil dos 6 aos 9 anos: Educar um Filho! Disponível em http://noticias.externatochampagnat.pt/wordpress/2017/10/-desenvolvimento-infantil-6-9-anos/ (2 abril)

PBS Parents. Child Development Tracker, Your Seven Year Old. Disponível em http://www.pbs.org/parents/childdevelopmenttracker/seven/index.html (2 abril)

https://eds.b.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=84e73496-d9bd-48ea-a446-04d7b80dc240%40sessionmgr104 (2 zbril)

https://pt.slideshare.net/mduart/aula-07-metodologia-munari (2 abril)

Amazon. Along Came Coco: A Story about Coco Chanel. Disponível em https://www.amazon.com/Along-Came-Coco-Story-Chanel/dp/1419734253/ref=zg_bs_2875_30?_encoding=UTF8&psc=1&refRID=P7PWVRKXCT8K2FMRKJHS (16 abril)

Amazon. Where Did My Clothes Come From? (Exploring the Everyday). Disponível em https://www.amazon.com/Where-Clothes-Come-Exploring-Everyday/dp/0763695181/ref=zg_bs_2875_18?_encoding=UTF8&psc=1&refRID=P7PWVRKXCT8K2FMRKJHS (16 abril)

Amazon. From an Idea to Nike: How Marketing Made Nike a Global Success. Disponível em https://www.amazon.com/Idea-Nike-Marketing-Global-Success/dp/1328453634/ref=zg_bs_2875_46?_encoding=UTF8&psc=1&refRID=P7PWVRKXCT8 (2 abril)

Amazon. From Cotton to T-Shirt (Start to Finish, Second Series). Disponível em https://www.amazon.com/Cotton-T-shirt-Start-Finish-Second/dp/076138572X/ref=zg_bs_2875_52?_encoding=UTF8&psc=1&refRID=WT2Q201KVGPSP78M3RQ5 (2 abril)

Scholastic Parents. Cognitive Development in 6-7 Year Olds. Disponível em https://www.scholastic.com/parents/family-life/creativity-and-critical-thinking/development-milestones/cognitive-development-6-7-year-olds.html (2 abril)

Verywell Family. (2019) 7-Year-Old Child Development Milestones. Disponível em https://www.verywellfamily.com/7-year-old-developmental-milestones-620704 (2 abril)

Verywell Family. Parenting Advise for School Age Kids. Disponível em- https://www.verywellfamily.com/parenting-advice-for-school-age-kids-620716 K2FMRKJHS (2 abril)

Bradley University. (2019) Male vs. Female Body Image. Disponível em https://www.bradley.edu/sites/bodyproject/male-body-image-m-vs-f/ (18 maio)

Safeline. (2019) How body image is portrayed in the media. Disponível em https://www.safeline.org.uk/how-body-image-is-portrayed-in-the-media/ (18 maio)

Defining the Effects of Television on the Body Image on the Basis of Adolescents' Opinions. (2010) Disponível em http://www.tojqi.net/articles/-TOJQI_1_2/TOJQI_1_2_Article_5.pdf (18 maio)

Student Edge. (2019) In Defence of Millennials, the Most Open-Minded and Entrepreneurial Generation Yet. Disponível em https://studentedge.org/article/in-defence-of-millennials-the-most-open-minded-and-entrepreneurial-generation-yet (18 maio)

Kaspersky. (2019) Top Seven Dangers Children Face Online: How to Keep Them Safe. Disponível em https://usa.kaspersky.com/resource-center/threats/top-seven-dangers-children-face-online (18 maio)

Green Strategy. (2012-2019) Seven Forms of Sustainable Fashion. Disponível em http://www.greenstrategy.se/sustainable-fashion/seven-forms-of-sustainable-fashion/ (20 maio)

Education for Sustainability.(2015-2016) Steps to sustainability education. Disponível em https://sustainabilityinschools.edu.au/steps (20 maio)

20. Apêndice

20.1. Apêndice 1

Instituto Politécnico de Castelo Branco
Escola Superior de Artes Aplicadas

Inquérito Auxiliar de Projeto Final de Licenciatura

Inquiridos: Crianças dos 6 (seis) aos 9 (nove) anos

2019

Responde às perguntas selecionando a opção correta/ que mais se adequa às tuas preferências.

Sexo:

☐ Feminino

☐ Masculino

Idade:

☐ 6 anos
☐ 7 anos
☐ 8 anos
☐ 9 anos

Gostas de ler livros?

☐ Gosto muito ☐ Gosto ☐ Indiferente ☐ Nem por isso ☐ Não gosto

Ao ler um livro, preferes que a personagem principal seja:

☐ Rapaz ☐ Rapariga ☐ Ambos

Gostas mais de livros que:

☐ Sejam apenas de leitura

☐ Tenham páginas para colorir e desenhar

☐ Tenham texturas

☐ Tenham puzzles

Ao ler um livro, gostas mais de:

☐ Poder brincar com ele (desenhar, pintar, montar coisas)

☐ Uma história divertida

☐ Descobrir e aprender mais sobre o mundo

☐ Conhecer personagens e factos do passado

Obrigado pela participação.
Inês Gil, 3º ano de Licenciatura do curso de Design de Moda e Têxtil, ESART - IPCB

Instituto Politécnico de Castelo Branco
Escola Superior de Artes Aplicadas

Inquérito Auxiliar de Projeto Final de Licenciatura

Inquiridos: Crianças dos 6 (seis) aos 9 (nove) anos

2019

Responde às perguntas selecionando a opção correta/ que mais se adequa às tuas preferências.

Que tipo de letra gostas mais?

☐ A. O meu cão comeu o meu trabalho de casa.

☐ **B. O meu cão comeu o meu trabalho de casa.**

☐ C. O meu cão comeu o meu trabalho de

Que tipo de letra lês melhor?

☐ A. O meu cão comeu o meu trabalho de casa.

☐ **B. O meu cão comeu o meu trabalho de casa.**

☐ C. O meu cão comeu o meu trabalho de casa.

Que grupo de cores gostas mais?

☐ A. 

☐ B. 

☐ C. 

 D. ☐

 E. ☐

 F. ☐

Obrigado pela participação.
Inês Gil, 3º ano de Licenciatura do curso de Design de Moda e Têxtil, ESART - IPCB