



**Instituto
Politécnico
Castelo Branco**

Escola Superior
de Artes Aplicadas

ELISABETE

Coleção de acessórios através do upcycling

Cristiana Sofia Esteves Nunes

20230751

Orientadores

Professora Especialista Olga Carina Pires dos Santos Freixo

Professora Especialista Magda de Sousa Mendes

Trabalho de Projeto_apresentado à Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Licenciado em Design de Moda e Têxtil, realizada sob a orientação científica Professora Adjunta Convidada Especialista Olga Carina Pires dos Santos Freixo e Professora Adjunta Convidada Especialista Magda de Sousa Mendes, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Junho 2026

Composição do júri

Presidente do júri

Professora Mestre Maria Cristina Queijeiro Borges de Almeida,
Professora Adjunta no Instituto Politécnico de Castelo Branco

Vogais

Professora Doutora Ana Margarida Pires Fernandes,
Professora Adjunta no Instituto Politécnico de Castelo Branco

Professora Especialista Magda de Sousa Mendes,
Professora Adjunta Convidada no Instituto Politécnico de Castelo Branco

Professora Especialista Olga Carina Pires dos Santos Freixo,
Professora Adjunta Convidada no Instituto Politécnico de Castelo Branco

Agradecimentos

A concretização deste projeto representa o culminar de um percurso de aprendizagem, dedicação e crescimento, que não teria sido possível sem o apoio e incentivo de diversas pessoas.

Em primeiro lugar, gostaria de expressar o meu sincero agradecimento às minhas orientadoras, Professora Especialista Olga Carina Pires dos Santos Freixo e Professora Especialista Magda de Sousa Mendes, pela orientação, disponibilidade, partilha de conhecimentos e acompanhamento ao longo de todo o desenvolvimento deste trabalho. O seu apoio e contributo foram fundamentais para a concretização deste projeto.

Gostaria também de agradecer a todos aqueles que, de alguma forma, contribuíram para este percurso, através do incentivo, da compreensão e da confiança depositada em mim.

Um agradecimento muito especial à minha mãe, a maior inspiração deste projeto e da minha vida. Pela sua força, dedicação e amor incondicional, por acreditar sempre em mim e por me ensinar o valor da perseverança e do trabalho. A sua presença, apoio constante e exemplo foram a principal motivação para a realização deste trabalho. A ela dedico não só este projeto, mas também cada conquista alcançada ao longo deste percurso.

A todos, o meu mais sincero obrigada.

Resumo

Este projeto centra-se no desenvolvimento de uma coleção de malas sustentáveis, concebidas a partir da reutilização e valorização de resíduos têxteis e de excedentes da indústria da moda, conciliando princípios de sustentabilidade, inovação e design contemporâneo. Perante os impactos ambientais associados ao modelo linear de produção e consumo, procurou-se explorar o potencial do upcycling como estratégia capaz de prolongar o ciclo de vida dos materiais e transformá-los em produtos de maior valor acrescentado.

O projeto teve como principal objetivo desenvolver uma coleção de acessórios que aliasse funcionalidade, qualidade estética e responsabilidade ambiental, demonstrando que é possível criar produtos com uma identidade própria e um posicionamento próximo do segmento *premium*, recorrendo a materiais reaproveitados. Para tal, foi realizada uma investigação teórica sobre sustentabilidade na moda, economia circular, upcycling e metodologias criativas aplicadas ao design, servindo de base ao processo de desenvolvimento do projeto.

A componente prática iniciou-se com a pesquisa de referências visuais e a elaboração de *moodboards*, seguindo-se uma fase de geração de ideias através de esboços e experimentação formal. Posteriormente, foram selecionadas e desenvolvidas doze propostas de malas, acompanhadas pelas respetivas fichas técnicas.

Paralelamente, foi realizada uma análise económica com vista à determinação dos custos de produção e à definição do preço de venda, tendo em consideração a valorização do trabalho artesanal e a viabilidade do produto no mercado. A identidade do projeto foi complementada pelo desenvolvimento da marca AZURÉ, concebida para transmitir exclusividade, sofisticação e compromisso com práticas mais sustentáveis.

Os resultados obtidos demonstram que a reutilização de materiais não constitui uma limitação ao processo criativo, mas antes uma oportunidade para a criação de produtos diferenciadores e com maior valor simbólico. Assim, este projeto evidencia o potencial do design enquanto ferramenta de inovação e de resposta aos desafios ambientais atuais, promovendo uma abordagem mais consciente e responsável no desenvolvimento de acessórios de moda.

Palavras-chave

Fashion sustainability; Fashion upcycling; Handbags; Design; Cyanotype.

Abstract

This project focuses on the development of a sustainable collection of handbags created through the reuse and valorisation of textile waste and surplus materials from the fashion industry, combining principles of sustainability, innovation, and contemporary design. In response to the environmental impacts associated with the linear model of production and consumption, the project explores the potential of upcycling as a strategy to extend the life cycle of materials and transform them into products with greater added value.

The main objective of this project was to develop a collection of accessories that combines functionality, aesthetic quality, and environmental responsibility, demonstrating that it is possible to create products with a distinctive identity and a positioning close to the premium segment while using reclaimed materials. To achieve this, theoretical research was conducted on sustainable fashion, circular economy, upcycling, and creative methodologies applied to design, providing the foundation for the project development process.

The practical component began with visual research and the creation of mood boards, followed by an idea generation phase through sketching and formal experimentation. Subsequently, twelve handbag designs were selected and developed, accompanied by their respective technical sheets.

In parallel, an economic analysis was carried out to determine production costs and establish the selling price, taking into account the value of craftsmanship and the product's market viability. The project identity was further strengthened through the development of the AZURÉ brand, conceived to convey exclusivity, sophistication, and a commitment to more sustainable practices.

The results demonstrate that material reuse does not represent a limitation to the creative process, but rather an opportunity to create distinctive products with greater symbolic value. Therefore, this project highlights the potential of design as a tool for innovation and for addressing current environmental challenges, promoting a more conscious and responsible approach to the development of fashion accessories.

Keywords

Fashion sustainability; Fashion upcycling; Handbags; Design; Cyanotype.

Índice geral

1. Introdução.....	1
1.1 Objetivos.....	2
1.1.1. Objetivo Geral	2
1.1.2. Objetivos específicos.....	2
2. Metodologias	3
2.2. Metodologia Exploratória	4
2.1.1. Estudo de caso	5
2.2.2. Revisão da literatura	6
2.2. Metodologia Generativa	7
2.3.1. <i>Moodboards</i>	8
2.4. Evolutivo.....	10
2.4.1. Protótipo	11
3. Pesquisa.....	12
3.1. Criatividade no Design	13
3.1.1. O que é e o seu propósito	14
3.1.2. A necessidade da criatividade no projeto	15
3.2. História das malas e Tipologias de malas	17
3.3. Sustentabilidade e <i>Upcycling</i> na moda.....	20
3.4. A matéria-prima: História e Lavagens da Ganga.....	22
3.5. Público-alvo.....	24
4. Cianotipia.....	26
5. Processo criativo	30
5.1. Marca Aspiracional – DIESEL e Marcas Concorrentes.....	30
5.2. Pesquisa de tendências.....	33
5.3. O conceito – ELISABETE.....	35
5.4. Esboços	37
5.5. Painel de materiais e aviamentos	38
5.6. ELISABETE - coleção de malas.....	39
5.7. Fichas técnicas	40
5.8. A marca – AZURÉ	47

5.8.1. Nome e identidade da marca.....	47
5.8.2. Visão, Valores e Missão da marca.....	47
5.9. Modelagem e Prototipagem.....	49
6. Protótipo Final.....	51
7. Orçamento	53
8. Conclusão	55
Bibliografia	56
9. Apêndices.....	58
9.1. Apêndice A - Scrapbook.....	58
9.2. Apêndice B - Esboços.....	74
9.3. Apêndice C - Fichas técnicas	87
10. Anexos.....	101
10.1. Anexo A - Tabelas – Sustentabilidade e <i>Upcycling</i>	101

Índice de figuras

Figura 1 - Catalogação de amostras de tecido em arquivo físico.	5
Figura 2 - Revisão da literatura e fundamentação teórica.	6
Figura 3 - Exemplo de storyboard aplicado ao design centrado no utilizador.	9
Figura 4 - Desenvolvimento de protótipos e estudo formal do produto	11
Figura 5 - Moodboard de TOTE BAG Fonte: Autoria própria	18
Figura 6 - Moodboard de Mochilas Fonte: Autoria própria	19
Figura 7 - Moodboard de Malas Crossbody Fonte: Autoria própria.....	19
Figura 8 - Gráfico de representação da economia circular.....	20
Figura 9 - Registo histórico de trabalhadores da indústria mineira	22
Figura 10 - Registo fotográfico de retalhos de denim do autor Fonte: Autoria própria	23
Figura 11 - Moodboard Público-alvo Fonte: Autoria própria	25
Figura 12 - Primeira amostra de cianotipia Fonte: John Herschel 1842.....	26
Figura 13 - Página do livro de Anna Atkins Fonte: Cyanotypes of British and Foreign Ferns.....	27
Figura 14 - Amostras de cianotipia Fonte: Autoria própria	29
Figura 15 - Moodboard da marca DIESEL Fonte: Autoria própria	32
Figura 16 - Moodboard de possíveis marcas concorrentes Fonte: Autoria própria .	32
Figura 17 - Moodboard da tendência de cores para 2027 Fonte: WGSN	34
Figura 18 - Moodboard de cores escolhidas Fonte: Autoria própria.....	34
Figura 19 - Moodboard do conceito Fonte: Autoria própria	36
Figura 20 - Esboço elaborado para a coleção Fonte: Autoria própria	37
Figura 21 - Moodboard de aviamentos Fonte: Autoria própria	38
Figura 22 - Coleção ELISABETE Fonte: Autoria própria	39
Figura 23 - Ficha técnica do protótipo Fonte: Autoria própria.....	40
Figura 24 - Ficha técnica do protótipo vista $\frac{3}{4}$ Fonte: Autoria própria	41
Figura 25 - Ficha técnica do protótipo vista costas Fonte: Autoria própria	41
Figura 26 - Ficha técnica do protótipo vista frente Fonte: Autoria própria	42
Figura 27 - Ficha técnica do protótipo vista cima Fonte: Autoria própria.....	42
Figura 28 - Ficha técnica protótipo vista interior 1 Fonte: Autoria própria	43
Figura 29 - Ficha técnica protótipo vista interior 2 Fonte: Autoria própria	43
Figura 30 - Ficha técnica protótipo vista interior 3 Fonte: Autoria própria	44
Figura 31 - Ficha técnica protótipo vista interior 4 Fonte: Autoria própria	44
Figura 32 - Ficha técnica protótipo vista interior 5 Fonte: Autoria própria	45
Figura 33 - Ficha técnica protótipo vista interior 6 Fonte: Autoria própria	45
Figura 34 - Ficha técnica do protótipo etiquetas Fonte: Autoria própria.....	46
Figura 35 - Moldes protótipo Fonte: Autoria própria	49
Figura 36 - Moldes Protótipo Fonte: Autoria própria	50
Figura 37 - Bolsos estampados.....	51
Figura 38 - Bolso da Frente.....	51
Figura 39 - Mala pendurada no ombro do manequim	52
Figura 40 - Mala colocada na transversal do manequim.....	52

Figura 41 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria	58
Figura 42 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria	59
Figura 43 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria	60
Figura 44 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria	61
Figura 45 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria	62
Figura 46 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria	63
Figura 47 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria	64
Figura 48 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria	65
Figura 49 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria	66
Figura 50 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria	67
Figura 51 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria	68
Figura 52 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria	69
Figura 53 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria	70
Figura 54 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria	71
Figura 55 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria	72
Figura 56 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria	73
Figura 57 - Esboços Fonte: Autoria própria	74
Figura 58 - Esboços Fonte: Autoria própria	75
Figura 59 - Esboços Fonte: Autoria própria	76
Figura 60 - Esboços Fonte: Autoria própria	77
Figura 61 - Esboços Fonte: Autoria própria	78
Figura 62 - Esboços Fonte: Autoria própria	79
Figura 63 - Esboços Fonte: Autoria própria	80
Figura 64 - Esboços Fonte: Autoria própria	81
Figura 65 - Esboços Fonte: Autoria própria	82
Figura 66 - Esboços Fonte: Autoria própria	83
Figura 67 - Esboços Fonte: Autoria própria	84
Figura 68 - Esboços Fonte: Autoria própria	85
Figura 69 - Esboços Fonte: Autoria própria.....	86
Figura 70 - Ficha técnica Mochila Fonte: Autoria própria	87
Figura 71 - Ficha técnica Mochila vista $\frac{3}{4}$ Fonte: Autoria própria	87
Figura 72 - Ficha técnica Mochila vista frente Fonte: Autoria própria	88
Figura 73 - Ficha técnica Mochila vista costas Fonte: Autoria própria.....	88
Figura 74 - Ficha técnica Mochila vista lateral Fonte: Autoria própria	89
Figura 75 - Ficha técnica Mochila vista cima Fonte: Autoria própria.....	89
Figura 76 - Ficha técnica Mochila vista interior frente Fonte: Autoria própria	90
Figura 77 - Ficha técnica Mochila vista interior costa Fonte: Autoria própria.....	90
Figura 78 - Ficha técnica Mochila etiquetas Fonte: Autoria própria	91
Figura 79 - Ficha técnica Crossbody Fonte: Autoria própria.....	91
Figura 80 - Ficha técnica Crossbody vista $\frac{3}{4}$ Fonte: Autoria própria	92
Figura 81 - Ficha técnica Crossbody vista frente Fonte: Autoria própria.....	92
Figura 82 - Ficha técnica Crossbody vista costas Fonte: Autoria própria	93
Figura 83 - Ficha técnica Crossbody vista lateral Fonte: Autoria própria.....	93

Figura 84 - Ficha técnica Crossbody vista cima Fonte: Autoria própria	94
Figura 85 - Ficha técnica Crossbody vista interior frente Fonte: Autoria própria	94
Figura 86 - Ficha técnica Crossbody vista interior costas Fonte: Autoria própria	95
Figura 87 - Ficha técnica Crossbody etiquetas Fonte: Autoria própria.....	95
Figura 88 - Ficha técnica Crossbody Fonte: Autoria própria.....	96
Figura 89 - Ficha técnica Crossbody vista $\frac{3}{4}$ Fonte: Autoria própria.....	96
Figura 90 - Ficha técnica Crossbody vista frente Fonte: Autoria própria.....	97
Figura 91 - Ficha técnica Crossbody vista costas Fonte: Autoria própria	97
Figura 92 - Ficha técnica Crossbody vista lateral Fonte: Autoria própria.....	98
Figura 93 - Ficha técnica Crossbody vista cima Fonte: Autoria própria	98
Figura 94 - Ficha técnica Crossbody vista interior frente Fonte: Autoria própria	99
Figura 95 - Ficha técnica Crossbody vista interior costas Fonte: Autoria própria	99
Figura 96 - Ficha técnica Crossbody etiquetas Fonte: Autoria própria.....	100

Lista de tabelas

Tabela 1 - Orçamento Cálculo preço/hora Fonte: Autoria própria.....	53
Tabela 2 - Cálculo custo de produção Fonte: Autoria própria	54
Tabela 3 - Cálculo reprodução produto/design Fonte: Autoria própria.....	54
Tabela 4 - Orçamento trabalho freelancer/ a pagar pelo cliente Fonte: Autoria própria	54
Tabela 5 - Gráfico de poluição emitida pela indústria da moda	101

1. Introdução

O design contemporâneo assume-se como uma disciplina em constante transformação, onde a criatividade, a experimentação e a consciência ambiental convergem para responder aos desafios sociais, culturais e ecológicos da atualidade. No contexto da moda e dos acessórios, esta evolução manifesta-se na procura por soluções que conciliem funcionalidade, identidade visual e responsabilidade ambiental, valorizando processos que ultrapassam a lógica tradicional de produção linear. O projeto propõe o desenvolvimento de uma linha de acessórios através da prática do upcycling, valorizando materiais pós-consumo e resíduos têxteis como recursos para a criação de soluções funcionais e esteticamente relevantes.

A crescente consciencialização sobre o impacto ambiental da indústria têxtil, aliada à necessidade de repensar modelos de consumo e produção, reforça a pertinência de abordagens sustentáveis como o upcycling. Esta prática permite prolongar o ciclo de vida dos materiais, reduzindo o desperdício e introduzindo novas narrativas visuais e conceituais no objeto final. No caso específico deste projeto, a ganga pós-consumo surge como matéria-prima central, não apenas pela sua resistência e versatilidade, mas também pelo seu valor simbólico e histórico enquanto material identitário da cultura contemporânea.

Paralelamente, a integração da cianotipia, técnica fotográfica artesanal caracterizada pelos tons de azul profundo, acrescenta uma dimensão experimental e expressiva ao processo criativo. A relação entre o azul da Prússia e o denim reforça a coerência estética da coleção, permitindo explorar superfícies únicas, marcadas pela imprevisibilidade e pela intervenção manual. Como descrito no relatório, a técnica “introduz uma dimensão experimental, artesanal e visualmente expressiva”, contribuindo para a construção de uma linguagem estética singular.

O presente projeto desenvolve-se, assim, na interseção entre sustentabilidade, memória e experimentação visual, propondo uma coleção de malas que responde às necessidades funcionais de utilizadores ligados às artes e ao quotidiano urbano. Através da combinação entre upcycling, processos artesanais e metodologias de design exploratórias, generativas e evolutivas, procura-se criar objetos que conciliem utilidade, durabilidade e expressão estética, refletindo uma abordagem contemporânea e consciente ao design de acessórios.

1.1 Objetivos

1.1.1. Objetivo Geral

O desenvolvimento de uma coleção de malas direcionada a pessoas ligadas às artes implica compreender as exigências específicas deste público, que frequentemente transporta materiais de grande dimensão, ferramentas delicadas e objetos essenciais ao processo criativo. Assim, o projeto propõe conceber uma linha de acessórios construída através da prática do **upcycling**, valorizando materiais pós-consumo e resíduos têxteis como ponto de partida para soluções funcionais e esteticamente relevantes. Esta abordagem não só reduz o impacto ambiental associado à produção de novos recursos, como também introduz uma dimensão conceptual que dialoga com a sensibilidade artística do utilizador, incorporando texturas, irregularidades e narrativas materiais que reforçam a identidade visual das peças.

Ao integrar princípios de sustentabilidade, a coleção procura responder de forma eficaz às necessidades de transporte, organização e mobilidade presentes no quotidiano artístico. A criação de compartimentos adaptáveis, reforços estruturais e sistemas de transporte confortáveis permite acomodar cadernos de grande formato, tablets gráficos, pincéis, papéis, ferramentas e outros materiais essenciais, garantindo simultaneamente durabilidade e praticidade. Desta forma, o projeto posiciona-se na interseção entre funcionalidade e expressão visual, propondo malas que não apenas facilitam o trabalho criativo, mas também comunicam valores de responsabilidade ambiental e inovação estética, alinhando-se com as exigências e sensibilidades do design contemporâneo.

1.1.2. Objetivos específicos

Os objetivos específicos para a realização deste projeto são os seguintes:

- Identificar de forma rigorosa as principais necessidades funcionais dos estudantes de moda no transporte diário de materiais académicos, considerando dimensões, frequência de uso e exigências práticas.
- Explorar o upcycling como estratégia de design sustentável aplicada ao desenvolvimento de malas, valorizando resíduos têxteis e promovendo a redução de desperdício.
- Conceber e prototipar malas que integrem soluções de organização, capacidade e conforto adequadas ao contexto académico, garantindo funcionalidade, durabilidade e coerência estética.

2. Metodologias

As metodologias do design consistem num conjunto de processos estruturados que orientam o desenvolvimento de soluções criativas de forma consciente, funcional e centrada no utilizador. Estas metodologias permitem organizar o pensamento projetual, transformando ideias abstratas em propostas concretas, enquanto garantem uma abordagem crítica e fundamentada ao longo de todas as fases do projeto. Através da aplicação de diferentes métodos e ferramentas, o designer consegue compreender problemas, explorar possibilidades e desenvolver soluções mais coerentes e adequadas ao contexto em que o projeto se insere.

Segundo o Universal Methods of Design, o design não se baseia apenas na intuição criativa, mas sim na aplicação de métodos que auxiliam na compreensão de problemas, na geração de ideias e na validação de soluções. Os autores defendem que “design methods are tools that help structure thinking and guide the design process” (Hanington & Martin, 2012), reforçando a importância destas ferramentas na construção de projetos mais eficazes e consistentes. Desta forma, as metodologias permitem estruturar o processo criativo, reduzindo incertezas e facilitando a tomada de decisões ao longo do desenvolvimento projetual.

As metodologias do design abrangem diversas etapas, desde a investigação inicial e análise de contexto até à conceção, desenvolvimento e teste de soluções. Durante estas fases, podem ser aplicados diferentes métodos, como brainstorming, mapas mentais, *moodboards*, personas, estudos de caso ou prototipagem, cada um com funções específicas dentro do processo criativo. Estas ferramentas ajudam a analisar diferentes perspetivas, identificar oportunidades e desenvolver soluções de forma mais organizada e fundamentada.

Segundo Ambrose e Harris (2010), as metodologias de design desempenham um papel essencial na articulação entre criatividade e resolução de problemas, permitindo transformar ideias em soluções práticas e funcionais. A utilização destes métodos promove uma abordagem mais estratégica ao design, onde a experimentação e a reflexão crítica se tornam parte integrante do processo criativo.

Para além da organização do processo criativo, as metodologias do design permitem também documentar e justificar as decisões tomadas ao longo do projeto. Esta componente reflexiva é particularmente importante em contexto académico e profissional, uma vez que demonstra a relação entre investigação, experimentação e resultado. Segundo Löbach (2001), o design deve ser entendido como um processo racional e sistemático, no qual cada decisão projetual resulta de uma análise consciente dos objetivos, limitações e necessidades do projeto.

Deste modo, as metodologias do design não devem ser entendidas como processos rígidos ou limitadores da criatividade, mas sim como sistemas flexíveis que orientam e potenciam o pensamento projetual.

2.2. Metodologia Exploratória

A metodologia exploratória no design corresponde a uma abordagem inicial do processo projetual centrada na descoberta, experimentação e compreensão alargada do problema. Em vez de procurar soluções imediatas, esta metodologia privilegia a investigação aberta, permitindo ao designer explorar diferentes perspetivas, contextos e possibilidades antes de definir uma direção concreta. Trata-se de uma fase essencial para a construção de conhecimento, uma vez que possibilita compreender de forma mais profunda os fatores que influenciam o desenvolvimento do projeto.

De acordo com o Universal Methods of Design, os métodos exploratórios são fundamentais para expandir o campo de investigação e gerar conhecimento relevante sobre o utilizador, o contexto e os desafios do projeto. Os autores afirmam que estes métodos ajudam a “uncover insights and frame opportunities”, permitindo identificar necessidades, comportamentos e padrões que nem sempre são evidentes numa análise inicial (Hanington & Martin, 2012). Desta forma, a metodologia exploratória contribui para uma compreensão mais abrangente e fundamentada do problema projetual.

Nesta fase, são frequentemente utilizados instrumentos como observação, entrevistas, pesquisa visual, análise de tendências, estudos de caso, mapas mentais e *moodboards*, que contribuem para a recolha, organização e interpretação da informação. Estes métodos permitem ao designer analisar diferentes fontes de inspiração e conhecimento, estabelecendo relações entre contexto, utilizador, materialidade e linguagem visual. Assim, a metodologia exploratória caracteriza-se por um processo aberto e flexível, onde a experimentação, a curiosidade e a descoberta desempenham um papel central no desenvolvimento criativo.

Segundo Ambrose e Harris (2010), a investigação exploratória em design é essencial para estimular o pensamento crítico e ampliar as possibilidades criativas, permitindo que o designer desenvolva soluções mais inovadoras e relevantes. Esta abordagem incentiva a análise de diferentes perspetivas e promove uma maior liberdade experimental, contribuindo para processos criativos menos limitados por soluções pré-definidas.

Esta abordagem favorece a interdisciplinaridade, uma vez que permite integrar referências provenientes de diferentes áreas como arte, fotografia, sociologia, moda, arquitetura ou cultura visual. A relação entre estas diferentes disciplinas enriquece o processo criativo e contribui para o desenvolvimento de propostas mais complexas e significativas. Segundo Löbach (2001), o design deve considerar não apenas fatores funcionais, mas também aspetos culturais, emocionais e sociais que influenciam a experiência do utilizador.

No contexto deste projeto, a metodologia exploratória assume um papel particularmente relevante, uma vez que a investigação sobre upcycling, sustentabilidade, ganga reutilizada e cianotipia exige um processo contínuo de pesquisa, experimentação e análise visual. A exploração de materiais, técnicas artesanais e referências conceptuais permite construir uma linguagem estética mais coerente e alinhada com os objetivos do projeto.

Deste modo, a metodologia exploratória assume-se como uma etapa essencial no processo de design, funcionando como base para o desenvolvimento das fases seguintes. Ao promover a investigação, a curiosidade e a abertura ao desconhecido, esta abordagem potencia uma prática projetual mais crítica, informada e alinhada com a complexidade dos contextos contemporâneos.

2.1.1. Estudo de caso

O estudo de caso, inserido na metodologia exploratória, consiste numa abordagem de investigação centrada na análise aprofundada de um exemplo específico, permitindo compreender de forma detalhada um fenómeno, contexto ou problema dentro do design. Este método é particularmente relevante nas fases iniciais do processo projetual, uma vez que possibilita a recolha de informação concreta e contextualizada, contribuindo para uma melhor definição do problema e para a identificação de oportunidades de desenvolvimento.

De acordo com o Universal Methods of Design, o estudo de caso permite analisar situações reais de forma detalhada, funcionando como uma ferramenta essencial para compreender práticas existentes, estratégias aplicadas e resultados obtidos. Desta forma, o estudo de caso contribui para a construção de conhecimento aplicado ao design, permitindo observar como determinados problemas foram resolvidos em contextos reais.

No contexto do design, o estudo de caso pode incidir sobre marcas, produtos, coleções, campanhas, processos produtivos ou até comportamentos de utilizadores, permitindo identificar padrões, estratégias visuais, soluções eficazes e possíveis limitações. Através desta análise, o designer consegue compreender de que forma diferentes abordagens conceptuais, técnicas e metodológicas influenciam o desenvolvimento de um projeto, contribuindo para decisões mais fundamentadas e conscientes.

Segundo Yin (2018), o estudo de caso é especialmente útil quando se pretende compreender fenómenos contemporâneos dentro do seu contexto real, permitindo uma análise aprofundada das relações entre contexto, processo e resultado. Esta característica torna o método particularmente relevante em projetos de design, onde fatores culturais, sociais, estéticos e funcionais influenciam diretamente o desenvolvimento das soluções projetuais.



Figura 1 - Catalogação de amostras de tecido em arquivo físico.

Para além da recolha de informação, o estudo de caso envolve também uma dimensão analítica e crítica. A observação e comparação entre diferentes exemplos permite identificar tendências, metodologias e estratégias que podem ser adaptadas ou reinterpretadas no contexto do projeto em desenvolvimento. Segundo Baxter (2015), a análise de casos de referência ajuda a evitar soluções superficiais e contribui para processos de design mais consistentes e inovadores, sustentados por conhecimento previamente analisado.

Assim, o estudo de caso assume-se como uma ferramenta fundamental dentro da metodologia exploratória, ao permitir ao designer aprender com exemplos concretos e aplicar esse conhecimento no desenvolvimento de soluções mais consistentes, relevantes e adequadas ao contexto do projeto. Através da análise crítica de casos reais, torna-se possível construir um processo criativo mais informado, reflexivo e alinhado com as problemáticas contemporâneas do design.

2.2.2. Revisão da literatura

A revisão da literatura consiste numa etapa fundamental no processo de investigação em design, baseando-se na recolha, análise e interpretação de fontes teóricas relevantes para o desenvolvimento do projeto. Este método permite ao designer aprofundar o conhecimento sobre o tema em estudo, identificar conceitos-chave e enquadrar o problema dentro de um contexto mais amplo e fundamentado. Para além disso, contribui para a construção de uma base conceptual sólida, essencial para orientar as decisões projetuais de forma mais consciente e informada.

De acordo com o Universal Methods of Design, a consulta e análise de fontes secundárias desempenha um papel essencial na construção de conhecimento, evitando a repetição de abordagens já existentes e contribuindo para decisões mais fundamentadas. Como referem os autores, “secondary research involves gathering existing information to build a foundation of knowledge and inform the design process” (Hanington & Martin, 2012). Assim, a revisão da literatura permite compreender investigações, metodologias e soluções previamente desenvolvidas, funcionando como um suporte teórico para o processo criativo e investigativo.



Figura 2- Revisão da literatura e fundamentação teórica.

No âmbito do design, a revisão da literatura pode incluir livros, artigos científicos, teses, dissertações, relatórios e outras publicações especializadas, permitindo identificar tendências, metodologias e abordagens relevantes para o desenvolvimento do projeto. Através desta análise, torna-se possível compreender a evolução histórica e conceptual de determinados temas, bem como identificar práticas contemporâneas e problemáticas atuais relacionadas com a área de investigação.

Para além do suporte conceptual, a revisão da literatura contribui também para o desenvolvimento de uma visão mais crítica e reflexiva sobre o projeto. Ao analisar

diferentes autores, teorias e casos de estudo, o designer consegue compreender de que forma determinadas abordagens podem ser aplicadas, adaptadas ou reinterpretadas dentro do contexto específico do projeto em desenvolvimento. Esta articulação entre teoria e prática torna-se particularmente relevante em projetos experimentais e interdisciplinares, onde o conhecimento teórico auxilia na validação e sustentação das decisões criativas.

Deste modo, a revisão da literatura assume-se como uma ferramenta necessária dentro da metodologia exploratória, ao fornecer suporte teórico e conceptual ao projeto. A articulação entre conhecimento existente e prática projetual permite, assim, o desenvolvimento de soluções mais consistentes, informadas e alinhadas com o contexto contemporâneo do design. Através deste processo de investigação, o designer não apenas amplia o seu conhecimento sobre o tema, mas também desenvolve uma maior capacidade analítica e crítica, essencial para a construção de projetos mais conscientes e fundamentados.

2.2. Metodologia Generativa

A metodologia generativa é uma abordagem de investigação e desenvolvimento criativo centrada na exploração de ideias, emoções e experiências humanas através de processos experimentais e participativos. Em vez de procurar apenas solucionar problemas de forma linear, esta metodologia incentiva a descoberta, a experimentação e a criação de novas possibilidades, sendo amplamente utilizada nas áreas do design, moda, arte e comunicação visual. A metodologia generativa permite compreender necessidades mais profundas dos utilizadores e transformar essas informações em conceitos inovadores e significativos.

Segundo Bruce Hanington e Bella Martin, no livro *Universal Methods of Design*, os métodos generativos ajudam os designers a “explorar pensamentos, sentimentos e sonhos das pessoas para inspirar novas ideias e soluções” (Hanington & Martin, 2012, p. 84). Este tipo de metodologia baseia-se em processos criativos que estimulam a imaginação e a interpretação subjetiva, recorrendo frequentemente a ferramentas como *moodboards*, mapas mentais, storytelling, colagens, entrevistas criativas e exercícios de associação visual. O objetivo não é apenas recolher dados, mas criar um espaço onde surjam novas narrativas e possibilidades de criação.

Dentro do design contemporâneo, a metodologia generativa tornou-se particularmente relevante por valorizar o processo criativo tanto quanto o resultado. Sanders e Stappers (2008) defendem que os métodos generativos permitem que os participantes expressem experiências e emoções que muitas vezes não conseguem comunicar apenas através de palavras. Dessa forma, o designer deixa de ser apenas um criador individual e passa a atuar como facilitador de experiências, interpretações e significados.

Além disso, esta metodologia está diretamente ligada à inovação, pois incentiva a liberdade criativa e a experimentação sem respostas definitivas. Tim Brown (2009) afirma que o pensamento criativo no design depende da capacidade de explorar múltiplas possibilidades antes de chegar a uma solução final. Assim, a metodologia

generativa não procura apenas resolver problemas existentes, mas também criar formas de pensar, sentir e comunicar.

Em suma, a metodologia generativa destaca-se como uma ferramenta essencial no desenvolvimento de projetos criativos contemporâneos, especialmente em áreas onde a expressão emocional, visual e conceptual assume um papel central. Ao combinar pesquisa, experimentação e imaginação, esta abordagem contribui para processos criativos mais profundos, humanos e inovadores.

2.3.1. *Moodboards*

Os *moodboards* são uma ferramenta amplamente utilizada no processo de design, funcionando como um suporte visual para a exploração, organização e comunicação de ideias nas fases iniciais do projeto. De acordo com Hanington e Martin, no *Universal Methods of Design*, o *moodboard* é um método que permite “explorar e comunicar direções conceptuais e estéticas”, através da recolha e combinação de referências visuais que ajudam a construir uma linguagem coerente para o desenvolvimento do projeto (Hanington & Martin, 2012).

Esta ferramenta permite ao designer reunir elementos como cores, texturas, materiais, imagens, formas, tipografias e referências culturais, criando um painel visual que sintetiza a atmosfera e a intenção do projeto. Desta forma, o *moodboard* não se limita a um exercício estético, mas funciona como um instrumento de investigação visual que auxilia na tradução de conceitos abstratos em representações visuais concretas. Através da associação de diferentes imagens e elementos gráficos, torna-se possível definir emoções, narrativas e identidades visuais que irão orientar as etapas seguintes do processo criativo.

Segundo Ambrose e Harris (2010), os *moodboards* desempenham um papel importante na construção da identidade conceptual de um projeto, permitindo organizar visualmente referências e estabelecer relações entre ideias, materiais e linguagens estéticas. Esta organização visual contribui para uma maior clareza conceptual, ajudando o designer a compreender e comunicar a direção pretendida para o projeto de forma mais eficaz.

Os *moodboards* estão inseridos na metodologia generativa do design, uma vez que contribuem para a exploração inicial de ideias e para a construção de diferentes possibilidades conceptuais antes da definição de uma solução final. Neste sentido, desempenham um papel importante na geração e desenvolvimento de direções visuais, apoiando o processo criativo de forma estruturada e intencional. Ao possibilitar a experimentação visual e a análise de diferentes referências, esta ferramenta favorece um processo mais aberto e exploratório, permitindo ao designer desenvolver soluções mais inovadoras e coerentes com o conceito do projeto.

Para além da sua função criativa, os *moodboards* assumem também um papel relevante na comunicação entre o designer, o cliente ou a equipa de trabalho. Por representarem visualmente as intenções do projeto, ajudam a alinhar expectativas e a

reduzir ambiguidades durante o desenvolvimento conceptual. Através desta partilha visual, torna-se mais fácil transmitir atmosferas, estilos e referências que seriam difíceis de explicar apenas por palavras.

No contexto do design contemporâneo, os *moodboards* são frequentemente utilizados em áreas como moda, design gráfico, interiores, fotografia e design de produto, precisamente pela sua capacidade de sintetizar visualmente conceitos complexos. A sua flexibilidade permite integrar referências provenientes de diferentes disciplinas, enriquecendo o processo criativo e estimulando novas interpretações visuais. Assim, os *moodboards* constituem uma ferramenta fundamental no desenvolvimento conceptual em design, funcionando como uma ponte entre a investigação, a criatividade e a materialização das ideias.

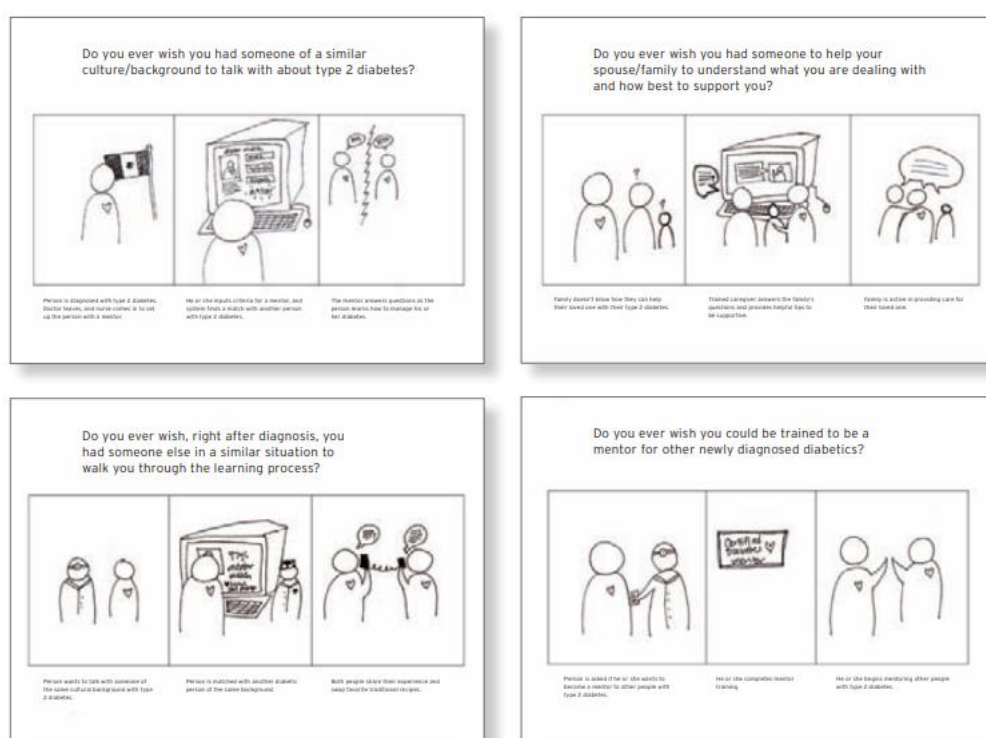


Figura 3 - Exemplo de storyboard aplicado ao design centrado no utilizador.

2.4. Evolutivo

A metodologia evolutiva no design caracteriza-se por um processo de desenvolvimento contínuo, no qual as ideias são progressivamente transformadas, testadas e aperfeiçoadas ao longo das diferentes fases do projeto. Em vez de seguir uma estrutura linear e fixa, esta abordagem permite que o processo criativo evolua através da experimentação, análise crítica e reformulação constante, promovendo soluções mais ajustadas às necessidades conceptuais, funcionais e estéticas do projeto.

Segundo Hanington e Martin, em *Universal Methods of Design*, o design deve ser entendido como um processo iterativo, baseado na exploração, avaliação e melhoria contínua das soluções propostas (Hanington & Martin, 2012). Nesta perspetiva, o desenvolvimento do projeto acontece de forma gradual, permitindo que cada etapa contribua para a evolução das ideias iniciais. A metodologia evolutiva valoriza, assim, o processo de construção do design tanto quanto o resultado, entendendo o erro, a adaptação e a reformulação como partes fundamentais do percurso criativo.

Dentro desta abordagem, os protótipos assumem um papel essencial, uma vez que possibilitam testar materiais, formas, técnicas e conceitos antes da concretização definitiva do projeto. Através da experimentação prática, torna-se possível identificar limitações, explorar alternativas e aperfeiçoar soluções de forma progressiva. Baxter (2015) refere que os processos iterativos contribuem para uma maior capacidade de inovação, permitindo que o design evolua continuamente através da análise e da melhoria sucessiva das propostas desenvolvidas.

A metodologia evolutiva encontra-se também associada a práticas de investigação em design que valorizam a flexibilidade e a adaptação do processo criativo. Em vez de procurar respostas imediatas, esta abordagem promove a exploração contínua de possibilidades, permitindo que o projeto se transforme de acordo com os resultados obtidos ao longo da investigação e da experimentação material e visual. Esta característica torna-se particularmente relevante em projetos ligados ao design experimental, ao artesanato contemporâneo e às práticas sustentáveis, onde os materiais e técnicas utilizados influenciam diretamente o desenvolvimento das soluções.

No contexto deste projeto, a metodologia evolutiva revela-se especialmente importante devido à natureza experimental dos processos utilizados, nomeadamente o upcycling de ganga e a aplicação da técnica de cianotipia. A experimentação com materiais reutilizados, bem como os resultados imprevisíveis associados à estampagem manual, exigem um processo flexível e progressivo, baseado em testes, ajustes e reformulações constantes. Assim, o desenvolvimento do projeto ocorre através de uma construção gradual de soluções visuais e materiais, permitindo adaptar e aperfeiçoar as propostas ao longo do processo criativo.

Deste modo, a metodologia evolutiva constitui uma abordagem fundamental no design contemporâneo, uma vez que promove um processo mais dinâmico, experimental e consciente. Através da experimentação contínua e da reformulação progressiva das ideias, esta metodologia permite desenvolver soluções mais coerentes, inovadoras e ajustadas à identidade conceptual do projeto.

2.4.1. Protótipo

Os protótipos constituem uma ferramenta fundamental no processo de design, permitindo transformar ideias abstratas em representações visuais ou físicas que podem ser analisadas, testadas e aperfeiçoadas ao longo do desenvolvimento do projeto. Inseridos em metodologias iterativas e evolutivas, os protótipos possibilitam ao designer experimentar diferentes soluções antes da concretização final, contribuindo para um processo criativo mais consciente, flexível e fundamentado.

De acordo com o Universal Methods of Design, a prototipagem consiste num método utilizado para explorar, visualizar e avaliar ideias através da criação de modelos experimentais. Segundo os autores, os protótipos permitem compreender de forma mais concreta como uma solução pode funcionar na prática, facilitando a identificação de problemas, limitações e oportunidades de melhoria ao longo do processo de design (Hanington & Martin, 2012). Desta forma, a prototipagem não se limita apenas à representação de uma ideia, mas funciona também como uma ferramenta de investigação e aprendizagem.

Os protótipos podem assumir diferentes formatos e níveis de complexidade, desde esboços rápidos e maquetes simples até modelos tridimensionais e peças funcionais mais desenvolvidas. Independentemente da sua forma, o principal objetivo é permitir a experimentação prática de conceitos, materiais, estruturas e funcionalidades, tornando possível testar hipóteses e validar decisões projetuais antes da produção final.



Figura 4 - Desenvolvimento de protótipos e estudo formal do produto

Segundo Baxter (2015), a utilização de protótipos contribui para reduzir falhas no desenvolvimento do projeto, uma vez que permite identificar problemas antecipadamente e aperfeiçoar soluções de forma progressiva. Através da repetição de testes e reformulações, o designer consegue desenvolver propostas mais eficazes, coerentes e ajustadas às necessidades do projeto e do utilizador.

No contexto do design contemporâneo, os protótipos assumem também uma dimensão exploratória e experimental, especialmente em projetos ligados à sustentabilidade, ao design artesanal e à investigação material. A experimentação com diferentes materiais, técnicas e processos permite descobrir novas possibilidades formais e visuais, promovendo uma abordagem mais inovadora e criativa ao design.

Assim, os protótipos assumem-se como uma ferramenta indispensável no processo de design, permitindo ao designer experimentar, avaliar e reformular ideias de forma contínua. Para além de contribuírem para o desenvolvimento técnico do projeto,

possibilitam também uma maior compreensão conceptual e material das soluções propostas, promovendo um processo criativo mais reflexivo, iterativo e fundamentado.

3. Pesquisa

O presente capítulo estabelece a base teórica e conceptual que sustenta o desenvolvimento da coleção Elisabete, contextualizando os principais temas, referências e problemáticas que orientam o projeto. No contexto do design de moda contemporâneo, torna-se cada vez mais necessária uma abordagem interdisciplinar, onde a criatividade deixa de ser entendida apenas como expressão estética e passa a assumir um papel fundamental na investigação, na construção de significado e na procura de soluções mais conscientes e inovadoras. Neste sentido, procura-se compreender a criatividade enquanto ferramenta de experimentação e transformação, capaz de articular referências históricas, identidade visual e pensamento crítico dentro do processo projetual.

Ao longo deste capítulo, é também explorada a evolução das malas enquanto objetos que ultrapassam a sua função utilitária, assumindo-se como elementos simbólicos associados à identidade, ao estatuto, à memória e à comunicação visual. A análise da sua transformação histórica permite compreender de que forma estes objetos acompanharam mudanças culturais, sociais e estéticas, tornando-se suportes de expressão individual e coletiva dentro da moda contemporânea.

Paralelamente, aborda-se o potencial do upcycling de ganga como resposta aos desafios atuais da indústria têxtil, marcada pelo consumo excessivo, desperdício de materiais e impacto ambiental. A reutilização de denim surge como uma prática sustentável que permite prolongar o ciclo de vida dos materiais, transformando resíduos em peças com novo valor estético, funcional e conceptual. Para além da dimensão ambiental, o upcycling introduz também uma componente narrativa e emocional no design, uma vez que cada material reutilizado transporta marcas, memórias e características únicas que influenciam o resultado.

Neste contexto, a técnica de cianotipia assume igualmente um papel relevante no desenvolvimento da coleção, ao introduzir uma dimensão experimental, artesanal e visualmente expressiva. A relação entre o azul característico da técnica, a materialidade da ganga reutilizada e os processos manuais de estampagem contribui para a construção de uma linguagem estética própria, baseada na imperfeição, na singularidade e na valorização do processo criativo.

Deste modo, a coleção Elisabete desenvolve-se a partir da interligação entre criatividade, memória, sustentabilidade e experimentação visual, refletindo uma procura por práticas de design mais humanas, conscientes e emocionalmente significativas. A articulação entre investigação teórica, processos artesanais e reutilização de materiais permite construir uma abordagem contemporânea ao design de moda, onde inovação e sustentabilidade coexistem através da criação de objetos com identidade conceptual e valor simbólico.

3.1. Criatividade no Design

A criatividade é amplamente reconhecida como um dos elementos centrais do design, desempenhando um papel determinante na inovação, na construção de significado e na produção de soluções visuais. Contudo, a sua compreensão tem sido objeto de diferentes interpretações teóricas, que ultrapassam a visão tradicional da criatividade como um fenómeno exclusivamente intuitivo ou associado a uma capacidade inata. No contexto do design de moda, o processo criativo envolve não apenas a dimensão estética, mas também a interpretação de referências culturais, comportamentos sociais e problemáticas contemporâneas, assumindo-se como uma ferramenta de investigação e de produção de conhecimento.

Segundo Munari (2008), a criatividade não corresponde a um processo aleatório, mas a uma forma de pensamento orientada para a resolução de problemas através de métodos e procedimentos estruturados. Esta perspetiva evidencia a importância da observação, da análise e da experimentação na construção de soluções inovadoras, contrariando a ideia romântica da criatividade como resultado exclusivo da inspiração. Contudo, embora a abordagem metodológica proposta por Munari contribua para compreender o design enquanto processo racional e sistemático, Nigel Cross (2011) apresenta uma visão mais centrada nas especificidades do pensamento do designer, defendendo que a criatividade emerge da capacidade de interpretar problemas complexos e de explorar continuamente diferentes alternativas. Deste modo, enquanto Munari privilegia a existência de um método, Cross destaca a natureza particular do pensamento projetual, sugerindo que a inovação resulta da interação entre análise, intuição e experimentação.

A comparação entre estas perspetivas permite verificar que a criatividade não pode ser reduzida nem a um procedimento estritamente racional nem a um fenómeno puramente espontâneo. Pelo contrário, a análise da bibliografia evidencia que o processo criativo se constrói a partir da articulação entre pensamento crítico, experiência, investigação e exploração prática. Assim, a criatividade no design deve ser entendida como um processo dinâmico, no qual coexistem momentos de sistematização e momentos de descoberta, tornando-se evidente que a inovação não decorre apenas da aplicação de métodos, mas também da capacidade de reformular problemas e estabelecer novas relações entre conceitos, materiais e contextos.

Esta dimensão torna-se particularmente relevante no design contemporâneo, marcado pela necessidade de responder a desafios sociais e ambientais cada vez mais complexos. A emergência de abordagens como o design sustentável, o design circular e o upcycling indica a criatividade deixou de estar exclusivamente associada à produção de novas formas e passou a assumir uma dimensão crítica e estratégica. Neste sentido, a inovação não se traduz necessariamente na criação de objetos inéditos, mas na capacidade de reinterpretar materiais, redefinir processos produtivos e propor novas formas de consumo. Verifica-se, assim, uma mudança de paradigma, na qual a criatividade deixa de ser encarada apenas como um instrumento de diferenciação estética para se afirmar como um meio de transformação social e ambiental.

Todavia, importa reconhecer que a incorporação de discursos relacionados com a sustentabilidade na indústria da moda nem sempre corresponde a mudanças efetivas

nos modelos de produção e consumo. Em alguns casos, estas práticas podem ser apropriadas como estratégias de valorização comercial, o que evidencia que a criatividade, por si só, não garante uma transformação estrutural do sistema. Consequentemente, torna-se necessário compreender a criatividade não apenas enquanto capacidade de gerar soluções inovadoras, mas também enquanto instrumento crítico capaz de questionar os paradigmas estabelecidos e promover novas formas de pensar o design.

Deste modo, a análise das diferentes perspectivas teóricas permite concluir que a criatividade constitui um processo complexo e multifacetado, resultante da interação entre conhecimento, experimentação e reflexão crítica. Mais do que um talento inato ou um mecanismo de produção de novidade, a criatividade revela-se uma competência fundamental para interpretar problemas, construir significado e desenvolver respostas adequadas às exigências contemporâneas. Assim, considera-se que o papel do design na atualidade ultrapassa a dimensão formal e estética, assumindo igualmente uma responsabilidade cultural, social e ambiental, na qual a criatividade se afirma como um elemento essencial para a construção de novos paradigmas e para a redefinição da relação entre objeto, utilizador e contexto.

3.1.1. O que é e o seu propósito

A criatividade no design não deve ser entendida apenas como um momento de inspiração espontânea, mas sim como um processo estruturado de investigação, experimentação e resolução de problemas. Embora a inspiração possa integrar o percurso criativo, o design exige uma abordagem racional e estratégica, na qual as ideias são desenvolvidas em função de necessidades funcionais, estéticas e comunicacionais. Neste sentido, o designer não se limita à produção de soluções visualmente apelativas, mas procura desenvolver propostas capazes de responder a problemas concretos e de gerar significado no contexto do utilizador.

Segundo Bruno Munari (2008), a criatividade está associada à capacidade de encontrar soluções novas para problemas específicos, articulando imaginação e método. Esta perspetiva valoriza a organização do processo criativo, enfatizando a importância da pesquisa, da análise e da experimentação como etapas fundamentais para o desenvolvimento de soluções consistentes. No entanto, esta abordagem pode ser entendida como relativamente estruturada e linear quando comparada com outras interpretações do processo criativo.

Em contraste, Tim Brown (2009) defende uma visão mais centrada no design thinking, destacando a criatividade como resultado da interação entre empatia, experimentação e utilidade prática. Para o autor, o processo criativo não se limita à resolução técnica de problemas, mas envolve também a compreensão profunda das necessidades do utilizador, reforçando uma abordagem mais centrada no ser humano. Esta visão aproxima-se da definição proposta por Runco e Jaeger (2012), segundo a

qual a criatividade resulta da combinação entre novidade e utilidade, sendo que uma solução criativa deve simultaneamente apresentar originalidade e valor funcional. Assim, enquanto Munari enfatiza a estrutura metodológica do processo criativo, Brown e Runco & Jaeger reforçam a dimensão contextual, funcional e experiencial da criatividade.

A comparação entre estas perspectivas permite concluir que a criatividade no design não pode ser reduzida nem a um processo exclusivamente racional nem a uma prática puramente intuitiva. Pelo contrário, a análise da bibliografia evidencia que o processo criativo resulta da articulação entre método, experimentação, empatia e validação funcional. Deste modo, a criatividade deve ser entendida como um processo dinâmico e iterativo, no qual a construção de soluções emerge da interação contínua entre problema, contexto e proposta de design.

No contexto do presente projeto, estas abordagens teóricas influenciaram diretamente o desenvolvimento da coleção ELISABETE, particularmente no trabalho com upcycling de ganga e na exploração de diferentes tipologias de malas. A aplicação dos princípios defendidos por Munari reflete-se na organização do processo de desenvolvimento, através da pesquisa de referências, análise de materiais e experimentação técnica. Em simultâneo, a perspectiva de Brown e o conceito de utilidade proposto por Runco e Jaeger estão presentes na preocupação em desenvolver peças que conciliem inovação formal, funcionalidade e relevância no contexto contemporâneo da moda.

Deste modo, o processo criativo da coleção ELISABETE resulta de uma articulação entre método e experimentação, onde a reutilização de materiais têxteis e a construção de novas tipologias de malas permitem responder a constrangimentos reais enquanto exploram novas possibilidades estéticas e conceptuais. Conclui-se, assim, que a criatividade no desenvolvimento deste projeto não se manifesta apenas como geração de ideias, mas como um processo crítico e estruturado de transformação de materiais e significados, alinhado com os princípios teóricos analisados.

3.1.2. A necessidade da criatividade no projeto

No desenvolvimento da coleção ELISABETE, a criatividade assume um papel central não apenas enquanto ferramenta de expressão estética, mas sobretudo como um processo estruturado de resolução de problemas e de transformação conceptual. A opção pelo trabalho com upcycling de ganga implicou o confronto direto com constrangimentos materiais significativos, nomeadamente a irregularidade dos tecidos, variações de tonalidade entre diferentes peças de denim, níveis distintos de desgaste e a limitação quantitativa dos recursos disponíveis. Estes fatores

condicionaram diretamente o desenvolvimento das peças e exigiram uma abordagem criativa flexível, capaz de transformar limitações em oportunidades de design.

Neste contexto, o processo criativo revelou-se altamente dependente da análise individual de cada fragmento de ganga, o que se refletiu, por exemplo, na fase de desenvolvimento das primeiras composições de painéis têxteis para a tote bag Beta, onde a diferença de tons entre peças inicialmente incompatíveis visualmente foi reinterpretada como elemento compositivo. Em vez de procurar uniformizar o material, foi desenvolvido um sistema de organização por contraste tonal, permitindo criar ritmo visual e identidade estética a partir da própria heterogeneidade do denim. Esta decisão resultou diretamente da observação experimental dos materiais disponíveis e da impossibilidade de replicar padrões industriais consistentes.

Ao contrário do design industrial padronizado, onde a uniformidade dos materiais permite previsibilidade no resultado, o trabalho com upcycling exigiu uma leitura individualizada de cada peça de ganga, influenciando decisões formais, construtivas e estéticas ao longo do desenvolvimento da coleção. Assim, a criatividade funcionou como um mecanismo de mediação entre o conceito inicial e as condições reais dos materiais disponíveis, sendo constantemente ajustada em função das respostas obtidas durante a construção dos protótipos.

Segundo Runco e Jaeger (2012), a criatividade resulta da combinação entre novidade e utilidade. Esta definição revela-se particularmente pertinente no contexto da coleção ELISABETE, uma vez que o desenvolvimento das peças não se centrou apenas na criação de soluções visualmente distintas, mas também na sua viabilidade funcional enquanto objetos de uso. Esta preocupação esteve presente, por exemplo, nas decisões relativas aos sistemas de fecho da *crossbody bag* (mala a tiracolo), onde foi necessário equilibrar estética minimalista com segurança e facilidade de utilização, levando à seleção de soluções mais simples e resistentes em detrimento de elementos puramente decorativos.

Adicionalmente, a abordagem ao upcycling influenciou diretamente a forma como o valor do material foi reinterpretado ao longo do processo criativo. As marcas de uso, o desgaste e as imperfeições da ganga deixaram de ser encaradas como limitações, passando a constituir elementos fundamentais na construção da identidade estética da coleção. Esta mudança de perspetiva teve impacto direto nas decisões de design, conduzindo à preservação intencional de zonas desgastadas em determinadas peças, especialmente nas tote bags, onde essas características foram utilizadas como evidência visual da história do material.

De igual forma, a integração de processos experimentais, como a construção progressiva de protótipos e a constante reconfiguração de moldes, reforçou a dimensão investigativa do projeto. As decisões tomadas ao longo do desenvolvimento da coleção resultaram de um processo contínuo de teste, análise e adaptação, no qual a experimentação assumiu um papel essencial na validação das soluções propostas. Assim, a criatividade revelou-se não como um momento isolado de inspiração, mas

como um processo iterativo, diretamente condicionado pela interação entre conceito, material e execução.

Deste modo, conclui-se que, na coleção ELISABETE, a criatividade não atua apenas como um instrumento de inovação formal, mas como um elemento estruturante do próprio processo de desenvolvimento. Através da articulação entre restrições materiais, exploração conceptual e experimentação prática, foi possível transformar limitações em oportunidades de design, demonstrando que o upcycling não se limita a uma prática sustentável, mas constitui também um campo fértil para a reinvenção criativa no design de moda contemporâneo.

3.2. História das malas e Tipologias de malas

A evolução histórica da mala demonstra a transformação deste objeto de um sistema estritamente utilitário para um artefacto de design complexo, no qual funcionalidade, identidade e expressão estética coexistem. Desde as suas primeiras manifestações em sociedades pré-históricas, enquanto estruturas rudimentares de transporte de bens essenciais, até à consolidação da mala moderna no contexto da Revolução Industrial, este objeto acompanhou continuamente as mudanças tecnológicas, sociais e culturais. Ao longo deste percurso, a mala deixou de ser apenas um suporte de transporte para se tornar também um marcador de estatuto, identidade e, mais recentemente, um veículo de discurso cultural e conceptual dentro da moda contemporânea (Steele, 2010; Riello & McNeil, 2010).

No contexto do presente projeto, esta evolução é reinterpretada através da seleção de três tipologias fundamentais, *tote bag*, *crossbody bag* e mochila, que estruturam o desenvolvimento da coleção ELISABETE. A escolha destas tipologias resulta de uma leitura crítica da relação entre corpo, mobilidade e função, permitindo explorar diferentes formas de interação entre utilizador e objeto.

A *tote bag* foi selecionada como tipologia central do projeto devido à sua estrutura simples, aberta e altamente adaptável. Esta característica torna-a particularmente adequada ao trabalho com upcycling de ganga, uma vez que não exige uma construção excessivamente rígida nem padronizada. No desenvolvimento da coleção, esta tipologia permitiu explorar a recombinação de fragmentos de denim com diferentes tonalidades e níveis de desgaste, transformando a heterogeneidade do material em elemento estético e compositivo. Assim, a *tote bag* foi fundamental para a definição de soluções baseadas na valorização da irregularidade e da imperfeição como identidade visual do projeto.

A *crossbody bag*, por sua vez, foi escolhida pela sua relação direta e contínua com o corpo, funcionando como extensão imediata do utilizador. Esta tipologia reflete uma lógica contemporânea de mobilidade urbana, onde a funcionalidade está associada à

leveza, segurança e liberdade de movimento. No desenvolvimento da coleção, esta escolha influenciou decisões de design centradas na simplificação estrutural, na redução de volume e na otimização dos sistemas de fecho, garantindo uma peça funcional, prática e coerente com a estética minimalista pretendida. A *crossbody* permitiu, assim, explorar uma abordagem mais dinâmica e corporal do acessório.

A mochila foi incluída na coleção pela sua complexidade estrutural e pela sua capacidade de distribuição equilibrada do peso no corpo, introduzindo uma dimensão mais técnica no desenvolvimento do projeto. Esta tipologia exige um maior rigor construtivo ao nível da resistência, ergonomia e estabilidade, o que influenciou diretamente decisões relacionadas com reforços internos, organização dos painéis e estruturação das alças. No contexto do projeto, a mochila funcionou como um espaço de experimentação mais estruturada, permitindo testar soluções construtivas mais técnicas dentro de um enquadramento conceptual baseado na reutilização de materiais.

A seleção destas três tipologias não se baseia apenas em critérios formais ou funcionais, mas resulta de uma estratégia conceptual que articula diferentes relações entre corpo, uso e materialidade. A *tote bag* explora a abertura e a flexibilidade material, a *crossbody bag* enfatiza a mobilidade e a relação direta com o corpo, enquanto a mochila introduz uma dimensão estrutural e ergonómica mais complexa. Em conjunto, estas tipologias permitem abordar a mala enquanto sistema de design multifacetado, capaz de responder a diferentes necessidades contemporâneas.

Deste modo, conclui-se que a escolha destas soluções no desenvolvimento da coleção ELISABETE foi diretamente influenciada pela evolução histórica da mala e pela necessidade de adaptar o design às especificidades do *upcycling* de ganga. A articulação entre tipologia, material e conceito permitiu transformar constrangimentos em oportunidades criativas, reforçando a ideia de que o design de acessórios



Figura 5 - Moodboard de TOTE BAG Fonte: Autoria própria

contemporâneo não se limita à função ou à estética, mas constitui um processo integrado de investigação, experimentação e tomada de decisão informada.



Figura 6 - Moodboard de Mochilas Fonte: Autoria própria



Figura 7 - Moodboard de Malas Crossbody Fonte: Autoria própria

3.3. Sustentabilidade e *Upcycling* na moda

A indústria da moda constitui atualmente um dos setores com maior impacto ambiental e social, destacando-se pelo elevado consumo de recursos naturais, emissões de carbono e produção contínua de resíduos têxteis. Segundo Fletcher (2014), este sistema opera predominantemente segundo uma lógica linear de “extrair, produzir e descartar”, incompatível com os limites ecológicos do planeta. Este modelo é intensificado pelo fenómeno do fast fashion, que acelera os ciclos de produção e consumo, reduzindo a durabilidade das peças e promovendo uma cultura de descarte rápido.

Dentro deste contexto, a ganga (denim) assume particular relevância enquanto material amplamente utilizado e simultaneamente, altamente impactante. A sua produção envolve processos intensivos em água, energia e produtos químicos, especialmente no cultivo do algodão convencional e nas fases de tingimento e acabamento. Fletcher (2014) e Black (2012) destacam ainda os efeitos ambientais associados ao uso de pesticidas e à contaminação dos ecossistemas, bem como o elevado volume de resíduos gerados ao longo do seu ciclo de vida. Apesar da sua durabilidade enquanto material, a ganga é frequentemente descartada antes de atingir o fim da sua vida útil funcional, contribuindo para o aumento significativo de resíduos têxteis.

Perante este cenário, o upcycling surge como uma abordagem relevante dentro do design de moda contemporâneo, ao propor a transformação de materiais descartados em novos produtos com valor acrescentado. De acordo com McDonough e Braungart (2002), esta lógica integra princípios de design regenerativo, nos quais os materiais são reintroduzidos em novos ciclos de uso sem perda de valor funcional ou simbólico. Em contraste com a reciclagem tradicional, que frequentemente implica a degradação das fibras, o upcycling preserva a integridade do material original, reinterpretando-o através de processos criativos de design.

Armstrong et al. (2015) reforçam esta perspetiva ao referirem que o upcycling “reconfigura o valor do desperdício através de intervenção criativa”, deslocando o foco do material como resíduo para o material como recurso. Esta mudança de paradigma é particularmente relevante no design de moda contemporâneo, onde a inovação não se limita à criação de novos materiais, mas inclui a capacidade de atribuir novos significados ao existente. Neste sentido, o valor deixa de estar associado exclusivamente à novidade, passando a incluir a transformação, a reinterpretação e a singularidade do objeto.



Figura 8 - Gráfico de representação da economia circular

No contexto do presente projeto, esta abordagem foi determinante no desenvolvimento da coleção, uma vez que permitiu trabalhar diretamente com resíduos de ganga sem apagar a sua história material. Pelo contrário, o processo de design procurou evidenciar e incorporar as características pré-existentes do tecido, como marcas de uso, variações tonais e desgaste, integrando-as como elementos estruturantes da identidade estética das peças. Esta decisão foi particularmente evidente no desenvolvimento das malas, onde a heterogeneidade da ganga foi utilizada como princípio compositivo, evitando a uniformização dos materiais e valorizando a irregularidade como recurso visual.

De igual forma, a aplicação do upcycling influenciou decisões de construção e montagem, privilegiando soluções que respeitam a forma original dos fragmentos têxteis, em vez de os submeter a processos de normalização. Assim, o material não é tratado como matéria-prima neutra, mas como portador de memória e identidade, o que reforça a dimensão narrativa do design. Esta abordagem contribuiu para uma linguagem estética baseada na singularidade de cada peça, aproximando o produto final de uma lógica de exclusividade frequentemente associada ao design de autor.

A sustentabilidade na moda, contudo, não se limita à utilização de materiais reciclados ou reutilizados. Fletcher (2014) defende que esta implica uma transformação sistémica que abrange não apenas os materiais, mas também os processos de produção, os padrões de consumo e a relação emocional estabelecida entre utilizador e objeto. Nesta perspetiva, estratégias como a durabilidade, a reparabilidade e a redução do desperdício tornam-se fundamentais para a construção de sistemas mais sustentáveis.

Neste enquadramento, o upcycling assume um papel central enquanto prática alinhada com os princípios da economia circular, ao prolongar o ciclo de vida dos materiais e reduzir a necessidade de extração de novos recursos. McDonough e Braungart (2002) sintetizam esta lógica ao afirmar que “o desperdício deve ser igual a alimento”, defendendo sistemas em que os materiais circulem continuamente sem perda de valor. No desenvolvimento da coleção, esta ideia foi materializada na transformação de resíduos têxteis em novas tipologias de acessórios, nomeadamente tote bags, *crossbody bags* e mochilas, reforçando a continuidade do material ao longo de diferentes configurações de uso.

Deste modo, conclui-se que a sustentabilidade no design de moda não pode ser entendida apenas como uma preocupação ambiental isolada, mas sim como uma abordagem integrada de projeto. No contexto deste trabalho, o upcycling deixou de ser apenas uma técnica de produção para se afirmar como um princípio conceptual e estético estruturante. A valorização do material existente, a incorporação da imperfeição e a transformação do resíduo em elemento de identidade demonstram uma prática de design orientada para a consciência crítica, na qual sustentabilidade, inovação e expressão visual se articulam de forma coerente no desenvolvimento da coleção.

3.4. A matéria-prima: História e Lavagens da Ganga

A ganga (denim) constitui um material central na moda contemporânea, distinguindo-se pela sua durabilidade, versatilidade e capacidade de adaptação a diferentes contextos culturais e estéticos. A sua origem está associada ao tecido sarjado produzido em Nîmes (denim) e ao tecido robusto de Génova (jean), ambos desenvolvidos para usos utilitários e de elevada resistência. A partir do século XIX, com a industrialização e a patente das calças reforçadas com rebites por Levi Strauss e Jacob Davis (1873), a ganga consolida-se como um material associado ao trabalho e à resistência física, expandindo posteriormente a sua produção em larga escala.

Ao longo do século XX, o denim é progressivamente reconfigurado do ponto de vista cultural, passando de material utilitário a símbolo identitário e estético, apropriado por movimentos juvenis e contraculturais e, mais tarde, pela moda de luxo e pelo streetwear. Esta transformação acompanha também a diversificação dos processos industriais de acabamento, que introduzem diferentes lavagens e manipulações têxteis capazes de alterar profundamente a aparência do material, ampliando o seu potencial expressivo.

Entre as principais variações de acabamento, destacam-se o raw denim, caracterizado pela ausência de lavagem industrial e pelo envelhecimento natural através do uso; o stone wash, que cria desgaste através de abrasão mecânica; o acid wash, que gera contrastes irregulares e efeitos mais agressivos de descoloração; e o bleaching, responsável por tons mais claros e desbotados. Em paralelo, técnicas contemporâneas como o laser finishing e os processos com ozono introduzem abordagens mais controladas e sustentáveis, permitindo replicar efeitos de desgaste com menor impacto ambiental. Estas variações resultam não apenas em diferenças estéticas, mas também em diferentes leituras materiais do denim, particularmente relevantes para o desenvolvimento de produtos de moda baseados em reaproveitamento.

No contexto do presente projeto, estas características foram diretamente incorporadas no desenvolvimento da coleção ELISABETE, que trabalha com ganga pós-consumo e resíduos têxteis, apresentando naturalmente diferentes lavagens, tonalidades e níveis de desgaste. Esta heterogeneidade não foi tratada como limitação, mas como ponto de partida para decisões de design. Peças com lavagens mais escuras e estruturadas (tipo raw ou pouco processadas) foram selecionadas para zonas que exigiam maior estabilidade construtiva, como bases e elementos de suporte das bolsas. Por outro lado, fragmentos com lavagens médias ou desbotadas (associadas a stone



Figura 9 - Registo histórico de trabalhadores da indústria mineira

wash ou desgaste natural) foram utilizados em áreas de maior visibilidade estética, explorando contrastes tonais e composição visual.

Já os elementos com maior descoloração ou efeitos irregulares (semelhantes ao acid wash ou bleaching) foram integrados de forma estratégica para reforçar a dimensão expressiva e singular de cada peça, sendo utilizados como elementos de destaque em painéis compositivos, especialmente nas tote bags. Esta seleção permitiu transformar a diversidade de acabamentos existentes na ganga reutilizada num sistema de organização visual e estrutural, em vez de tentar uniformizar o material.

Desta forma, as decisões de design foram diretamente influenciadas pelas características materiais do denim disponível, conduzindo a uma lógica de construção baseada na adaptação e não na padronização. A irregularidade das lavagens e o desgaste natural dos tecidos funcionaram como critérios de composição, determinando tanto a distribuição dos materiais como a identidade estética final das peças.

Segundo Anguelov (2016), o denim pode ser entendido como um “suporte de expressão individual”, onde o desgaste não representa deterioração, mas sim a inscrição de uma narrativa de uso. Esta perspetiva é particularmente relevante no contexto do projeto, uma vez que a utilização de ganga reutilizada permite preservar e evidenciar essas marcas pré-existentes como parte integrante do design. Assim, elementos como costuras antigas, descoloração e abrasão tornam-se componentes formais ativos na construção da coleção.

Consequentemente, a ganga deixa de ser apenas um material funcional para se afirmar como suporte narrativo e estruturador do processo criativo. No âmbito da coleção ELISABETE, o upcycling permitiu reorganizar fragmentos com diferentes lavagens, texturas e estados de conservação em novas tipologias de acessórios, nomeadamente *tote bags*, *crossbody bags* e mochilas. Esta abordagem evidencia que o valor do material não reside na uniformidade ou novidade, mas na sua capacidade de ser reinterpretado através do design.

Assim, conclui-se que as características técnicas e estéticas da ganga, particularmente as suas diferentes lavagens e níveis de desgaste, foram determinantes no desenvolvimento do projeto, influenciando decisões de composição, estrutura e identidade visual. A irregularidade do material deixou de ser um constrangimento para se tornar um princípio operativo de *design*, reforçando uma abordagem baseada na sustentabilidade, na experimentação e na valorização da memória material.



Figura 10 - Registo fotográfico de retalhos de denim do autor. Fonte: Autoria própria

3.5. Público-alvo

O público-alvo deste projeto insere-se num contexto urbano contemporâneo, fortemente influenciado pela cultura visual e pela construção da identidade através do vestuário e dos acessórios. A moda é entendida não apenas como uma necessidade funcional, mas também como uma forma de expressão pessoal e de comunicação simbólica.

O público-alvo principal é constituído por estudantes e jovens profissionais das áreas criativas, com idades compreendidas entre os 17 e os 30 anos, residentes em contexto urbano. Este segmento caracteriza-se por uma forte ligação ao design, à arte, à moda e à cultura visual contemporânea, valorizando peças originais e diferenciadoras que reflitam a sua identidade e individualidade.

O público-alvo secundário é composto por consumidores interessados em acessórios de autor, sustentabilidade e pela estética associada ao denim. Independentemente da idade ou profissão, estes consumidores procuram produtos que conciliem design, autenticidade e responsabilidade ambiental, valorizando processos de *upcycling* e peças exclusivas com forte carácter identitário.

Este público pode ser associado a diferentes perfis comportamentais e estéticos, como os criativos, os citadinos, os cosmopolitas, os músicos, os rebeldes e os perfis *edgy*. Apesar das suas diferenças, todos partilham a procura de identidade através do design e da moda enquanto linguagem pessoal. Segundo *Barnard* (2014), a moda constitui um sistema de significados culturais, funcionando como um meio de comunicação capaz de refletir e construir identidades sociais.

Neste contexto, a marca aspiracional Diesel surge como uma importante referência estética e conceptual. A sua associação histórica ao denim, à irreverência e à desconstrução das normas convencionais da moda reflete-se diretamente no público do projeto, que valoriza estéticas urbanas, industriais e híbridas entre o *streetwear* e o luxo contemporâneo.

Deste modo, o público deste projeto revela-se particularmente recetivo a propostas que conciliam experimentação estética e consciência material, valorizando a autenticidade, a singularidade e a reinterpretação de materiais. Assim, os acessórios deixam de ser meros objetos funcionais para se assumirem como instrumentos de expressão individual e de posicionamento cultural, nos quais o valor reside não apenas

na aparência, mas também na narrativa e nos processos sustentáveis que lhes dão origem.



Figura 11 - Moodboard Público-alvo Fonte: Autoria própria

4. Cianotipia

A cianotipia é um método fotográfico histórico pertencente ao conjunto das chamadas técnicas alternativas, caracterizando-se pela produção de imagens em tons de azul intenso, conhecidos como azul da Prússia. Desenvolvida em 1842 pelo cientista britânico John Herschel, a técnica surgiu no contexto das suas investigações sobre compostos fotossensíveis à base de ferro. Herschel procurava soluções práticas, económicas e acessíveis para a reprodução de notas científicas, desenhos e esquemas, descrevendo o processo como uma forma simples e eficaz de obtenção de cópias permanentes através da ação da luz solar. Para além da criação da cianotipia, Herschel teve um papel fundamental na consolidação da fotografia enquanto disciplina científica, sendo também responsável pela introdução de termos como “photography”, “negative” e “positive”, ainda utilizados no vocabulário fotográfico contemporâneo.



Figura 12 - Primeira amostra de cianotipia Fonte: John Herschel 1842

Do ponto de vista químico, a cianotipia baseia-se numa reação fotoquímica entre dois compostos principais: o citrato férrico amoniacal e o ferricianeto de potássio. Quando aplicados sobre um suporte e expostos à radiação ultravioleta, estes compostos sofrem uma reação de redução e oxidação do ferro. Durante a exposição à luz, o ferro férrico (Fe^{3+}) é reduzido a ferro ferroso (Fe^{2+}), que reage posteriormente com o ferricianeto, originando o ferricianeto ferroso insolúvel, conhecido como azul da Prússia. Após a exposição, a lavagem em água remove os sais não reagidos, revelando e fixando a imagem final. Segundo Mike Ware, “o processo de cianotipia é único entre as técnicas fotográficas por utilizar a química do ferro em vez da prata, oferecendo estabilidade e simplicidade” (Ware, 2014). Para além disso, Ware destaca que o azul da Prússia apresenta uma elevada estabilidade química e resistência à degradação, permitindo a preservação das imagens durante longos períodos.

Historicamente, a cianotipia rapidamente ultrapassou o seu contexto científico inicial, assumindo também um papel fundamental na documentação visual e no desenvolvimento da fotografia enquanto meio artístico e científico. A sua aplicação mais relevante no século XIX encontra-se no trabalho de Anna Atkins, que em 1843 publicou, considerado o primeiro livro ilustrado inteiramente com imagens fotográficas. Atkins utilizou a cianotipia para registar espécimes botânicos com rigor científico, mas também com uma forte sensibilidade estética, onde composição, transparência e repetição visual assumem um papel central. Como refere Larry J. Schaaf, “As cianótipos de Atkins não são meros registos de espécimes botânicos, mas sim estudos meticulosamente compostos de forma, transparência e luz” (Schaaf, 2018). O trabalho de Atkins tornou-se particularmente importante por demonstrar que a

fotografia poderia funcionar simultaneamente como instrumento científico, meio documental e prática artística.

Ao longo do século XIX, a cianotipia foi amplamente utilizada na reprodução de desenhos técnicos, especialmente na arquitetura, engenharia e cartografia, dando origem ao termo “blueprint”, associado à duplicação de plantas e esquemas técnicos. Esta utilização consolidou a sua importância no contexto industrial devido ao seu baixo custo, facilidade de produção e elevada durabilidade. Segundo Beaumont Newhall (1982), a popularização da cianotipia esteve diretamente relacionada com o crescimento industrial e urbano do século XIX, tornando-se um dos métodos mais eficazes para a circulação e reprodução de informação técnica. No entanto, com o desenvolvimento de processos fotográficos mais precisos e versáteis baseados em prata, a cianotipia entrou em declínio no início do século XX, sendo gradualmente substituída por técnicas mais eficientes.



Figura 13 - Página do livro de Anna Atkins Fonte: *Cyanotypes of British and Foreign Ferns*

Apesar desse declínio, o interesse pela cianotipia ressurgiu nas últimas décadas no contexto das práticas artísticas contemporâneas, do design experimental e da valorização dos processos analógicos. A sua natureza manual, dependente da luz natural e sensível ao acaso, tornou-a particularmente relevante num momento em que existe uma crescente valorização da materialidade, da imperfeição e da autoria no processo criativo. Christina Z. Anderson afirma que “a cianotipia oferece uma ponte entre a prática fotográfica histórica e a experimentação artística contemporânea, permitindo explorar tanto o controlo como o acaso” (Anderson, 2013). Esta relação entre controlo técnico e imprevisibilidade visual aproxima a técnica de práticas ligadas ao *slow design*, ao artesanal e à oposição aos processos industriais massificados.

No campo do design têxtil e da moda, a cianotipia tem vindo a afirmar-se como uma técnica de possibilidades de exploração visual, permitindo a criação de padrões diretamente sobre tecidos através da aplicação de emulsões fotossensíveis. Esta possibilidade abre espaço para a utilização de objetos naturais, negativos, recortes ou resíduos materiais como agentes de impressão, resultando em superfícies únicas, orgânicas e não repetíveis. A interação entre luz, tecido e elementos utilizados na composição gera resultados imprevisíveis e altamente personalizados, tornando cada peça irrepetível e reforçando a ideia de singularidade no design contemporâneo.

Para além da dimensão estética, a cianotipia pode também ser enquadrada em práticas de sustentabilidade, uma vez que utiliza compostos relativamente menos tóxicos do que outros processos fotográficos tradicionais e pode ser aplicada em materiais reciclados ou provenientes de *upcycling*. Esta ligação entre técnica e sustentabilidade revela-se particularmente importante no contexto contemporâneo da

moda, marcado pela necessidade de repensar processos produtivos e reduzir o impacto ambiental da indústria têxtil. Segundo Kate Fletcher (2014), práticas artesanais e experimentais podem contribuir para modelos de moda mais sustentáveis, promovendo uma relação mais consciente entre criador, material e processo produtivo.

A utilização da cianotipia em projetos de design permite, assim, não apenas reduzir a dependência de processos industriais intensivos, mas também valorizar o gesto manual, a experimentação e a materialidade. Como sublinha Jill Enfield, “processos alternativos como a cianotipia reintroduzem a mão do artista no processo de criação da imagem, enfatizando a ttilidade e a individualidade em contraste com a produção em massa” (Enfield, 2013). Esta valorização da manualidade torna-se particularmente significativa numa época marcada pela automatização e pela homogeneização visual dos produtos industriais.

Para além das aplicações bidimensionais tradicionais, a cianotipia tem sido explorada em abordagens tridimensionais e interdisciplinares, cruzando fotografia, têxtil, escultura e design de produto. A sua aplicação em superfícies não convencionais, como tecidos reciclados, madeira, cerâmica ou materiais industriais reaproveitados, reforça o seu carácter híbrido e experimental, expandindo os limites da técnica para além da imagem fotográfica tradicional. Esta versatilidade permite que a cianotipia seja integrada em práticas contemporâneas de design que privilegiam a experimentação material, a interdisciplinaridade e a criação de objetos com forte componente autoral.

Para além da sua relevância histórica, a cianotipia continua a ser explorada por diversos artistas, fotógrafos e designers contemporâneos, que utilizam a técnica como meio de experimentação visual, material e conceptual. A valorização dos processos manuais, da materialidade e da imperfeição contribuiu para o ressurgimento da cianotipia no contexto artístico contemporâneo, especialmente em áreas como a fotografia experimental, o design têxtil e a moda.

Uma das figuras mais importantes associadas à técnica é Anna Atkins, considerada pioneira da cianotipia artística e científica. O seu trabalho, desenvolvido no século XIX, estabeleceu uma relação entre fotografia, natureza e documentação visual, influenciando práticas contemporâneas que exploram a botânica, a transparência e a composição orgânica através deste processo fotográfico.

No contexto deste projeto, a cianotipia assume um papel particularmente relevante pela forma como dialoga com o *upcycling* de ganga e com a valorização da imperfeição enquanto linguagem estética. A relação entre o azul característico da técnica e o denim cria uma ligação visual e conceptual coerente, onde memória, desgaste e transformação coexistem. A utilização de materiais reutilizados associados a processos manuais de estampagem contribui para a construção de peças únicas, nas quais o acaso, a marca do tempo e a intervenção humana se tornam parte integrante do resultado.

Deste modo, a cianotipia constitui uma técnica que, apesar da sua origem no século XIX, mantém uma forte relevância no contexto contemporâneo. A sua simplicidade técnica, aliada à riqueza estética, ao carácter experimental e ao potencial sustentável, torna-a uma ferramenta particularmente valiosa no campo do design e da moda. A sua capacidade de articular tradição e inovação permite-lhe assumir um papel central em práticas que procuram questionar os modelos de produção e consumo dominantes, promovendo uma abordagem mais consciente, manual e autoral na criação de objetos e superfícies têxteis.



Figura 14 - Amostras de cianotipia
Fonte: Autoria própria

mais consciente, manual e autoral na

5. Processo criativo

5.1. Marca Aspiracional - DIESEL e Marcas Concorrentes

A Diesel foi fundada em 1978 por Renzo Rosso, afirmando-se desde o início como uma proposta alternativa dentro da indústria da moda, marcada por uma atitude irreverente, experimental e profundamente ligada à cultura jovem. Ao contrário de muitas marcas italianas da época, centradas no luxo clássico e numa estética tradicional, a Diesel desenvolveu uma linguagem própria assente na desconstrução de normas, na provocação visual e na valorização da individualidade. A marca posicionou-se desde cedo como um símbolo de liberdade criativa e não conformismo, utilizando a moda não apenas como produto comercial, mas como ferramenta de expressão cultural e social.

O próprio Renzo Rosso sintetiza esta filosofia ao afirmar que “a estupidez é a coragem de correr riscos, quebrar regras e seguir o seu próprio caminho” (Rosso, 2011), demonstrando a importância da ousadia e da não conformidade como pilares fundamentais da identidade da marca. Esta abordagem traduziu-se numa estratégia criativa e empresarial que privilegiou a diferenciação e a construção de uma narrativa própria, em vez da simples adaptação às tendências dominantes do mercado.

Um dos elementos centrais na consolidação da Diesel foi a reinvenção do denim. A marca transformou um material historicamente associado ao vestuário utilitário num suporte de experimentação estética e conceptual, explorando lavagens inovadoras, desgastes artificiais, reconstruções têxteis e acabamentos diferenciados. A ganga deixa de ser apenas um tecido funcional para assumir um papel identitário e simbólico dentro da cultura contemporânea. Como é referido em *Diesel: XXX Years of Diesel*, “a Diesel não vendia apenas calças de ganga, vendia um estilo de vida e uma atitude” (Diesel, 2008), evidenciando o papel do produto enquanto veículo de identidade cultural e expressão individual.

Nesse sentido, a Diesel posiciona-se mais como um fenómeno cultural do que como uma simples entidade comercial. A marca não se limita a vender vestuário, mas propõe uma atitude perante a vida assente na autenticidade, na liberdade de expressão e na rejeição de convenções sociais e estéticas. Mais recentemente, sob a direção criativa de Glenn Martens, a Diesel tem vindo a reforçar essa identidade, reinterpretando o seu legado à luz das exigências contemporâneas. Através de uma estética mais experimental e conceptual, Martens recupera o espírito provocador da marca enquanto introduz novas abordagens formais e visuais, particularmente no tratamento do denim, da desconstrução e da experimentação material.

A relevância da Diesel torna-se particularmente importante no contexto deste projeto, uma vez que demonstra como o denim pode ultrapassar a sua dimensão funcional para se afirmar como suporte conceptual, artístico e identitário. Neste sentido, torna-se pertinente analisar outras marcas contemporâneas que, tal como a Diesel, exploram o potencial material e simbólico da ganga, associando-o a práticas sustentáveis, experimentais e artesanais.

Uma das referências internacionais mais relevantes para o presente projeto é a E.L.V. Denim, fundada por Anna Foster. A marca trabalha exclusivamente com ganga reutilizada, transformando jeans descartados em peças contemporâneas e acessórios de estética *premium*. O seu foco na reconstrução manual do denim e na sustentabilidade tornou-a uma referência no setor da moda circular, demonstrando como o *upcycling* pode ser integrado no mercado de luxo sem perder valor conceptual ou identitário. A marca evidencia ainda a crescente valorização da exclusividade e da rastreabilidade material, aspetos fundamentais na moda sustentável contemporânea.

Outra referência importante é a Gabus81, marca espanhola especializada na criação de malas e acessórios produzidos exclusivamente a partir de ganga reutilizada. Através da desconstrução e reconstrução manual de jeans pós-consumo, desenvolve peças únicas, em pequenas séries, valorizando as diferenças de tonalidade, textura e desgaste próprias do material. Esta abordagem aproxima-se diretamente do presente projeto pela valorização da singularidade e pela capacidade de transformar resíduos têxteis em objetos contemporâneos com forte identidade visual.

Pode ainda ser referida a Ariike Ruban Studio, sediada no Reino Unido, cuja prática se centra na produção artesanal de acessórios em ganga reutilizada. A marca explora formas simples e funcionais, privilegiando a construção manual e a exclusividade das peças. Tal como na coleção ELISABETE, as marcas de uso e as características originais do denim não são ocultadas, mas assumidas como elementos integrantes da linguagem estética do produto, reforçando a dimensão narrativa e emocional do material.

No contexto nacional, verificou-se uma reduzida presença de marcas portuguesas especializadas exclusivamente na produção de malas em ganga reutilizada. Esta ausência evidencia uma oportunidade de exploração e inovação dentro do design de acessórios sustentável em Portugal, reforçando a pertinência do presente projeto. Neste sentido, a coleção ELISABETE procura contribuir para este panorama através da criação de malas desenvolvidas integralmente a partir de ganga pós-consumo, valorizando simultaneamente a sustentabilidade, a experimentação material e a componente artesanal.

Apesar da crescente presença do *upcycling* no design de moda contemporâneo, a combinação entre ganga reutilizada e estampagem através da técnica de cianotipia continua a ser pouco explorada no mercado. Assim, o presente projeto diferencia-se pela união entre sustentabilidade, experimentação visual e processos artesanais, criando peças que não apenas reutilizam materiais, mas também incorporam uma forte componente artística e conceptual. A relação entre o denim envelhecido, as marcas do tempo e a impressão em cianotipia permite desenvolver objetos que articulam memória, identidade e transformação, reforçando uma abordagem de design centrada na singularidade, na materialidade e na valorização do processo manual.



Figura 15 - Moodboard da marca DIESEL Fonte: Autoria própria



Figura 16 - Moodboard de possíveis marcas concorrentes Fonte: Autoria própria

5.2. Pesquisa de tendências

As tendências apresentadas pela WGSN refletem não apenas direções estéticas para as próximas temporadas, mas também mudanças culturais, emocionais e sociais que influenciam o comportamento do consumidor e a indústria criativa. Reconhecida internacionalmente como uma das principais plataformas de previsão de tendências, a WGSN analisa áreas como moda, design, comportamento e inovação, permitindo compreender quais elementos visuais irão marcar o futuro da comunicação estética contemporânea.

A partir desta pesquisa, foram selecionadas as cores Luminous Blue e Energy Orange para o desenvolvimento da coleção. Segundo a WGSN, o Luminous Blue relaciona-se com o universo digital, a inovação e o escapismo visual, transmitindo uma sensação futurista e imersiva. No contexto deste projeto, esta tonalidade foi associada diretamente à ganga, material principal da coleção, uma vez que o azul constitui uma característica intrínseca do denim e faz parte da sua identidade histórica e visual. Desta forma, a escolha do Luminous Blue não se justifica apenas pela sua relevância enquanto tendência, mas também pela necessidade de estabelecer uma ligação coerente entre o conceito da coleção e a materialidade utilizada.

Por sua vez, o Energy Orange representa energia, criatividade e otimismo, funcionando como uma cor intensa e emocionalmente estimulante. A sua escolha resulta não apenas do seu impacto visual, mas também da intenção de criar contraste com os diferentes tons de azul presentes na ganga reutilizada. Sendo cores complementares no círculo cromático, azul e laranja estabelecem uma relação visual dinâmica e equilibrada, permitindo destacar detalhes e introduzir pontos de interesse nas peças. Além disso, o laranja remete para uma dimensão mais humana e emocional, reforçando a ideia de transformação e renovação presente no conceito do projeto. Assim, estas tonalidades foram escolhidas não apenas pelo seu valor estético, mas também pela sua capacidade de reforçar a narrativa visual e conceptual da coleção ELISABETE.

Além destas cores, outras tendências cromáticas foram identificadas, como Pop Pink, Meadowland Green e Clay, demonstrando uma crescente valorização de experiências visuais mais sensoriais, humanas e simbólicas. Cada tonalidade transmite uma atmosfera distinta: o Pop Pink associa-se a uma feminilidade expressiva, ousada e vibrante, refletindo uma procura por individualidade e autoexpressão; o Meadowland Green remete para a natureza, sustentabilidade e equilíbrio, traduzindo uma crescente preocupação com os valores ecológicos e a reconexão com o ambiente; enquanto o Clay, com os seus tons terrosos e quentes, evoca conforto, autenticidade e proximidade emocional. Em conjunto, estas cores representam uma procura crescente por identidades visuais mais emocionais, humanas e conceptuais dentro da moda contemporânea, evidenciando a importância da cor enquanto veículo de significado e comunicação.

Segundo Frings (2018), a cor possui um papel fundamental na moda, influenciando emoções, percepções e a forma como uma identidade visual é construída. Neste sentido, a seleção cromática da coleção ELISABETE

não se baseia exclusivamente nas previsões de tendência apresentadas pela WGSN, mas resulta da articulação entre essas direções criativas e as características específicas do projeto. A predominância do azul estabelece uma ligação direta com a ganga reutilizada, enquanto a introdução do laranja permite criar contraste e intensidade visual, contribuindo para uma coleção visualmente expressiva e coerente com os valores de transformação, sustentabilidade e reinterpretação do material que orientam todo o processo criativo.



Figura 17 - Moodboard da tendência de cores para 2027 Fonte: WGSN



Figura 18 - Moodboard de cores escolhidas Fonte: Autoria própria

5.3. O conceito - ELISABETE

O conceito da coleção tem origem na trajetória de vida de Elisabete, mãe da autora, nascida em 1974, na cidade do Porto, mais concretamente em Rio Tinto, onde cresceu. A sua trajetória de vida foi marcada por diversas dificuldades, sobretudo no acesso à educação, que nunca conseguiu concluir devido à necessidade de trabalhar desde cedo para se sustentar. Como consequência, não ultrapassou o que, na altura, se designava por segunda classe. Ainda assim, demonstrou sempre uma resiliência notável, recusando desistir perante os contratempos.

Aos 28 anos, conheceu o meu pai na Holanda, onde ambos se encontravam como imigrantes portugueses. Desta união nasceram três filhos: eu, aos seus 30 anos, seguido do meu irmão e, posteriormente, da minha irmã. Apesar das dificuldades que continuaram a marcar o seu percurso, Elisabete manteve-se firme, encontrando na maternidade uma força adicional para persistir.

Quando eu tinha nove anos, mudámo-nos para a Sertã, uma pequena vila no interior de Portugal, no distrito de Castelo Branco. Esta mudança representou uma tentativa de recomeço e a procura por melhores condições de vida, marcada pela transição de um contexto urbano para um ambiente mais calmo. Esta decisão evidencia a sua capacidade de adaptação e a constante procura por estabilidade para a família.

Ao longo do meu crescimento, Elisabete afirmou-se como a minha principal referência. A sua força, persistência e capacidade de não desistir tornaram-se valores importante no meu crescimento pessoal e criativo. Foi também através dela que surgiu o meu primeiro contacto com a arte. Frequentemente, partilhava comigo o seu sonho de desenhar casas, espaços pensados e construídos para acolher pessoas, um desejo que nunca teve oportunidade de concretizar.

Inicialmente, esse estímulo, em mim, manifestou-se no desenho de casas, mas, com o tempo, evoluiu para o desenho de vestuário e acessórios. A sua influência foi determinante na construção do meu percurso, incentivando-me constantemente a não desistir dos meus objetivos. Aos 46 anos, retomou os estudos, demonstrando, mais uma vez, que a aprendizagem e a realização pessoal não têm limite temporal.

Deste modo, o conceito do presente projeto nasce diretamente desta figura materna, entendida como símbolo de força, resiliência e união. Elisabete representa a capacidade de reunir fragmentos, experiências, dificuldades e conquistas, e transformá-los numa estrutura coesa e significativa. A ideia central do projeto assenta, assim, na construção a partir de partes, na recomposição de elementos soltos para a criação de algo novo e com identidade própria.

Neste contexto, o *upcycling* de ganga surge como materialização direta deste conceito. Tal como a trajetória de Elisabete é composta por diferentes fragmentos que, juntos, constroem uma história contínua, também o reaproveitamento de peças de denim permite dar nova vida a materiais previamente descartados. A união de

diferentes tecidos, com marcas de uso, desgaste e vivências próprias, traduz-se em peças únicas e irrepetíveis, onde cada fragmento carrega uma memória e contribui para a construção de um novo objeto com identidade própria.

Para além da simbologia, esta abordagem agrega também um forte elemento funcional e sustentável, alinhada com as necessidades contemporâneas do design de moda. A seleção e combinação de diferentes partes de ganga, permite explorar não só a estética, mas também a resistência e durabilidade do material, fundamentais para a criação de malas adaptadas a um uso intensivo. Assim, cada peça resulta de um processo ciente de reconstrução, onde o design não apaga o passado do material, mas antes o valoriza e integra.

Desta forma, o projeto estabelece uma relação direta entre memória, identidade e sustentabilidade, transformando resíduos em objetos com significado. O ato de reconstruir através do *upcycling* torna-se, assim, uma extensão do próprio conceito: tal como Elisabete reuniu diferentes fases e desafios da sua vida para construir um percurso sólido, também estas peças resultam da união de fragmentos que, em conjunto, dão origem a algo novo, funcional e carregado de narrativa.



Figura 19 - Moodboard do conceito Fonte: Autoria própria

5.4. Esboços

Após a fase de investigação teórica, conceptual e visual, iniciou-se o desenvolvimento dos esboços da coleção, etapa fundamental no processo de design, onde as ideias começam a ser traduzidas em propostas formais e visuais concretas. Os esboços funcionam como uma ferramenta de exploração criativa, permitindo experimentar diferentes silhuetas, proporções, detalhes construtivos e possibilidades de aplicação dos materiais, antes da definição final das peças.

Nesta fase, procurou-se explorar a relação entre o denim reutilizado e a técnica de cianotipia, articulando elementos ligados à desconstrução, ao desgaste e à transformação material. Os desenhos desenvolvidos refletem não apenas preocupações funcionais, mas também uma intenção conceptual e estética, procurando traduzir visualmente os temas centrais da coleção, como a memória, a imperfeição, a identidade e a sustentabilidade.

Os esboços apresentados representam diferentes experiências formais e visuais realizadas ao longo do processo criativo, evidenciando a evolução das ideias e a procura por soluções coerentes com a linguagem conceptual do projeto. Para além disso, permitem compreender de que forma os materiais, as texturas e os processos artesanais influenciaram o desenvolvimento das peças e contribuíram para a construção da identidade visual da coleção Elisabete.

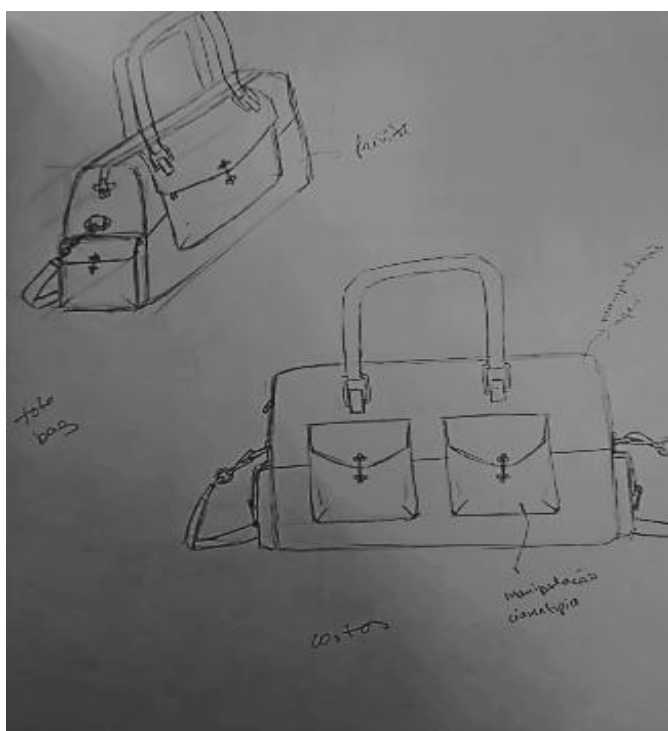


Figura 20 - Esboço elaborado para a coleção Fonte: Autoria própria

5.5. Painel de materiais e aviamentos

Após a definição do conceito e da linguagem visual da coleção, foi desenvolvido um painel de materiais e aviamentos com o objetivo de identificar, selecionar e organizar os principais elementos que compõem as peças. Esta etapa revelou-se fundamental para estabelecer uma relação coerente entre os aspetos conceptuais, estéticos e construtivos do projeto, permitindo avaliar as características dos diferentes materiais, texturas, tonalidades e componentes funcionais.

A elaboração deste painel constituiu igualmente uma ferramenta de apoio ao processo de desenvolvimento e prototipagem, possibilitando uma análise prévia da compatibilidade entre os materiais e dos requisitos técnicos necessários à construção dos acessórios. A seleção dos materiais e aviamentos foi realizada tendo em consideração os princípios de sustentabilidade que orientam a coleção, privilegiando a reutilização de ganga e a escolha de componentes adequados às exigências estruturais e funcionais das diferentes tipologias de malas. Desta forma, o painel de materiais e aviamentos permitiu consolidar a identidade visual da coleção e assegurar a coerência entre conceito, materialidade e execução.

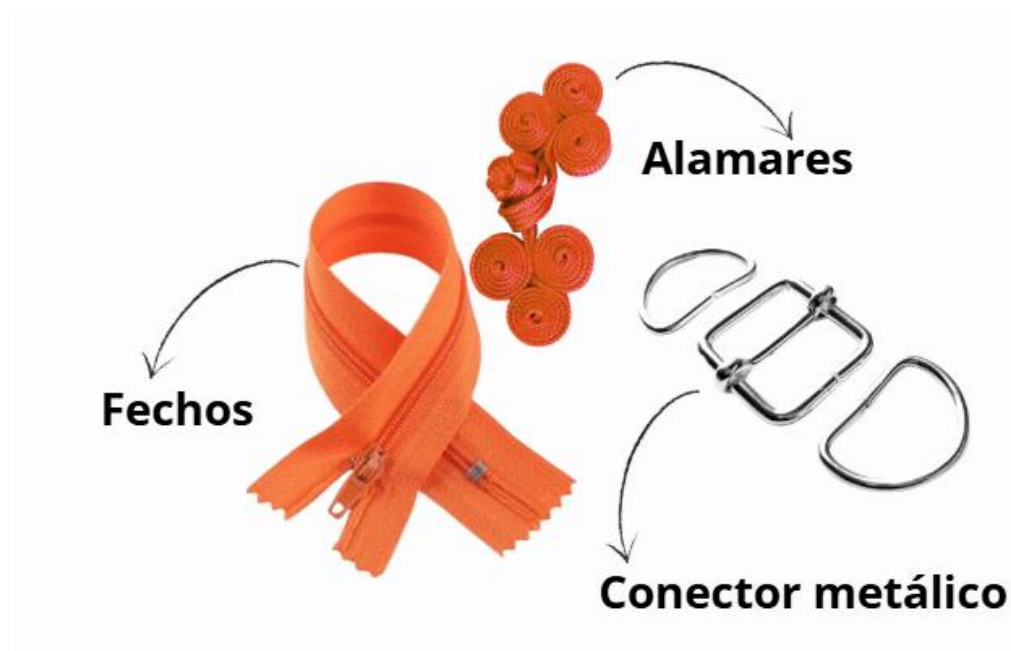


Figura 21 - Moodboard de aviamentos Fonte: Autoria própria

5.6. ELISABETE - coleção de malas

Após a fase de experimentação e desenvolvimento conceptual, foram seleccionadas e refinadas doze propostas finais de malas que integram a coleção Elisabete. Estes desenhos finais representam a consolidação do processo criativo, traduzindo visualmente as principais intenções estéticas, funcionais e conceptuais exploradas ao longo do projeto.

Cada peça foi desenvolvida a partir da relação entre o *upcycling* de ganga e a aplicação da cianotipia, procurando valorizar a materialidade, a desconstrução e a singularidade de cada objeto. Os desenhos finais permitem compreender a linguagem visual da coleção, evidenciando aspetos como formas, proporções, detalhes construtivos, texturas e possíveis aplicações dos materiais e estampagens.

Para além da sua dimensão funcional, as malas foram concebidas como objetos de expressão e identidade, refletindo uma estética contemporânea marcada pela experimentação, pela imperfeição e pela transformação do material reutilizado. Desta forma, os desenhos apresentados sintetizam a evolução do projeto e materializam a ligação entre sustentabilidade, artesanato e design conceptual presente em toda a coleção.



Figura 22 - Coleção ELISABETE Fonte: Autoria própria

5.7. Fichas técnicas

As fichas técnicas apresentadas correspondem à definição final das peças desenvolvidas para esta coleção. Estas reúnem informações essenciais para a compreensão e possível produção das malas, incluindo materiais, dimensões, acabamentos, processos construtivos e detalhes técnicos.

Para além da componente funcional, as fichas técnicas permitem sistematizar o desenvolvimento do projeto, traduzindo de forma objetiva as decisões tomadas ao longo do processo criativo e produtivo.

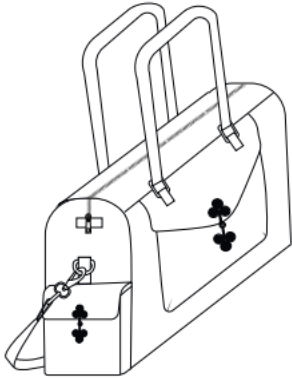
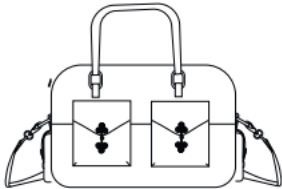
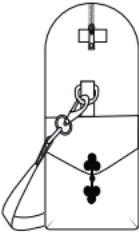
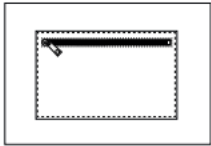
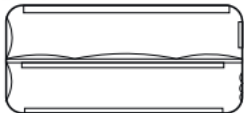
FICHA TÉCNICA - ELISABETE					
Data de envio	23/06/2026	Nome produto	BETA	Referência Linhas	
Data de entrega	02/07/2026	Referência	BETA012	Acabamento 1	
Fornecedor		Designer	Cristiana Nunes		
Estação	S/S 27	Gestor de Produto			
(a) Vista 3/4		(b) Vista trás		(d) Vista lateral	(e) Vista interior frente
					
		(c) Vista cima			(f) Vista interior trás
					
	Material	Descrição	Notas		
Material exterior	Ganga		(a)	(b)	(c)
Forro	Algodão				(d)
Fivela	Metal				
Fita de fecho	Poliéster				
Alamare	Poliéster				(e)
					(f)

Figura 23 - Ficha técnica do protótipo Fonte: Autoria própria

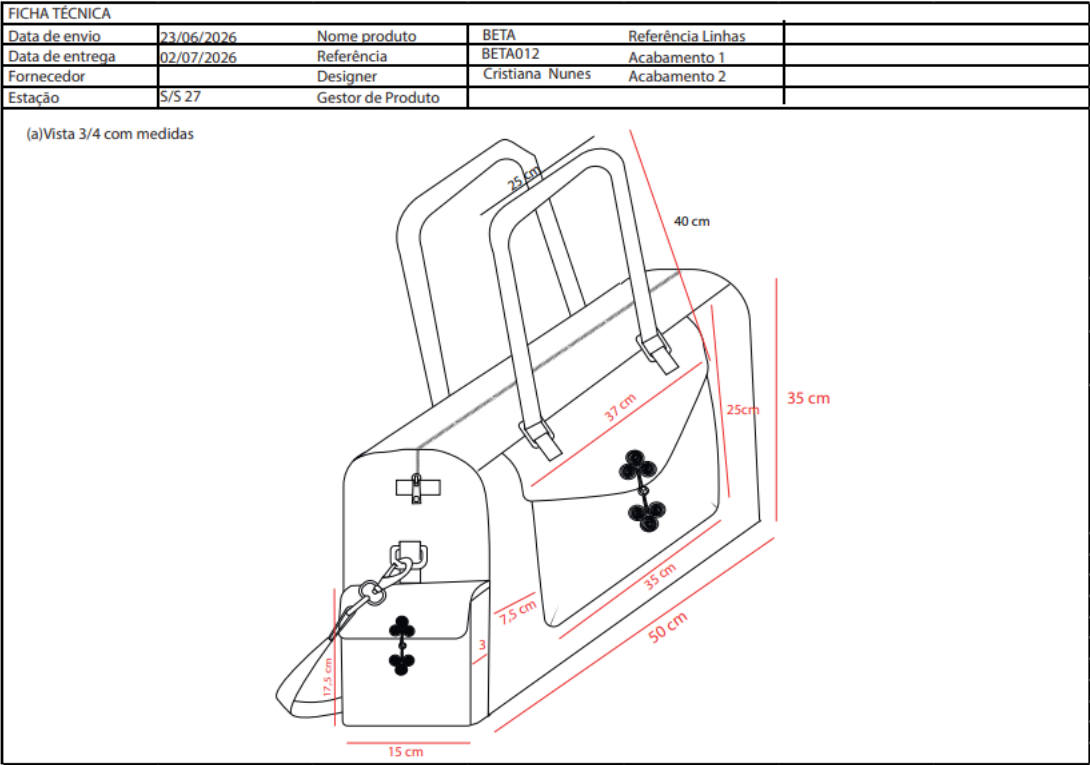


Figura 24 - Ficha técnica do protótipo vista $\frac{3}{4}$ Fonte: Autoria própria

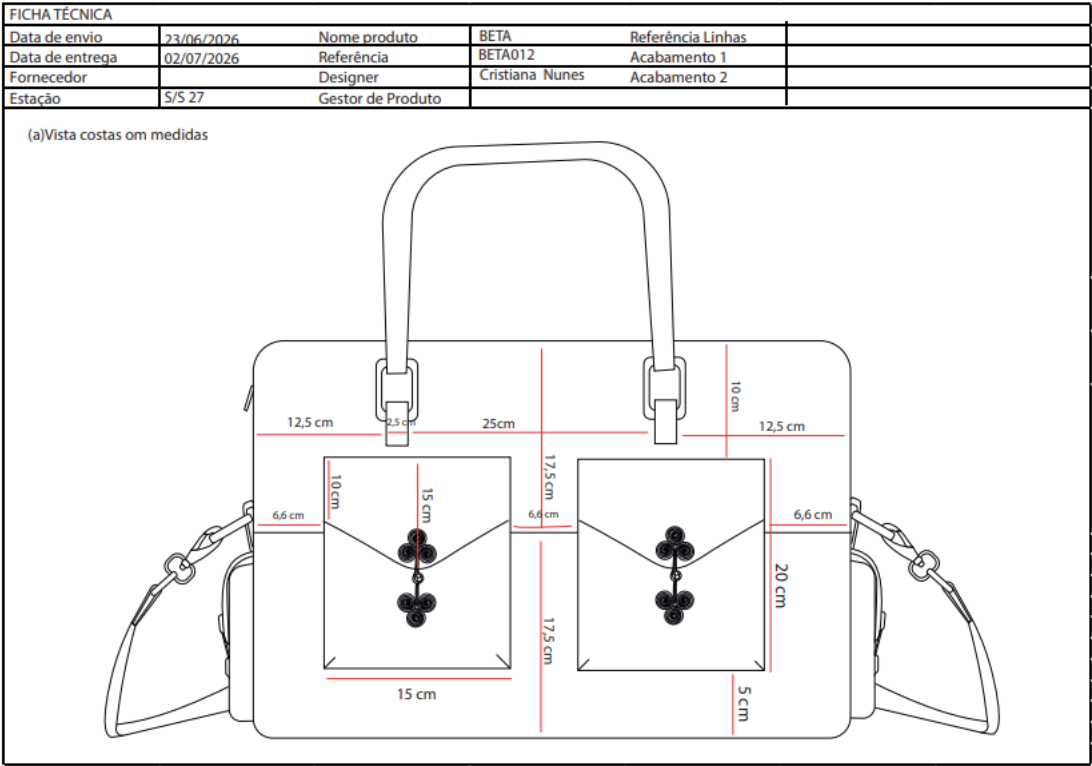


Figura 25 - Ficha técnica do protótipo vista costas Fonte: Autoria própria

FICHA TÉCNICA				
Data de envio	23/06/2026	Nome produto	BETA	Referência Linhas
Data de entrega	02/07/2026	Referência	BETA012	Acabamento 1
Fornecedor		Designer	Cristiana Nunes	Acabamento 2
Estação	S/S 27	Gestor de Produto		

(a)Vista Frente com medidas

Technical drawing of the front view of a handbag with dimensions. The bag has a top handle and a detachable shoulder strap. Dimensions include: top handle width 37 cm, top flap width 35 cm, top flap height 10 cm, main body height 25 cm, side height 35 cm, shoulder strap length 175 cm, shoulder strap width 3 cm, top flap width 7.5 cm, top flap height 15 cm, top flap width 10 cm, top flap width 2.5 cm, and top flap width 3 cm.

Figura 26 - Ficha técnica do protótipo vista frente *Fonte: Autoria própria*

FICHA TÉCNICA				
Data de envio	23/06/2026	Nome produto	BETA	Referência Linhas
Data de entrega	02/07/2026	Referência	BETA012	Acabamento 1
Fornecedor		Designer	Cristiana Nunes	Acabamento 2
Estação	S/5 27	Gestor de Produto		

(a) Vista cima om medidas

The drawing shows a top-down view of a rectangular object with a total width of 50 cm and a total height of 15 cm. The object features a central horizontal band with a wavy top edge and a straight bottom edge. The band is divided into three sections by two vertical lines, each labeled '7 cm'. The central section is labeled '5', and the side sections are labeled '6'. The top and bottom edges of the object are labeled '1' and '2' respectively. The left and right edges are labeled '3' and '4' respectively. The top-left corner is labeled '9', and the bottom-left corner is labeled '10'. The top-right corner is labeled '7', and the bottom-right corner is labeled '8'. A small vertical dimension of '1 cm' is indicated on the right edge, corresponding to the wavy section.

Figura 27 - Ficha técnica do protótipo vista cima *Fonte: Autoria própria*

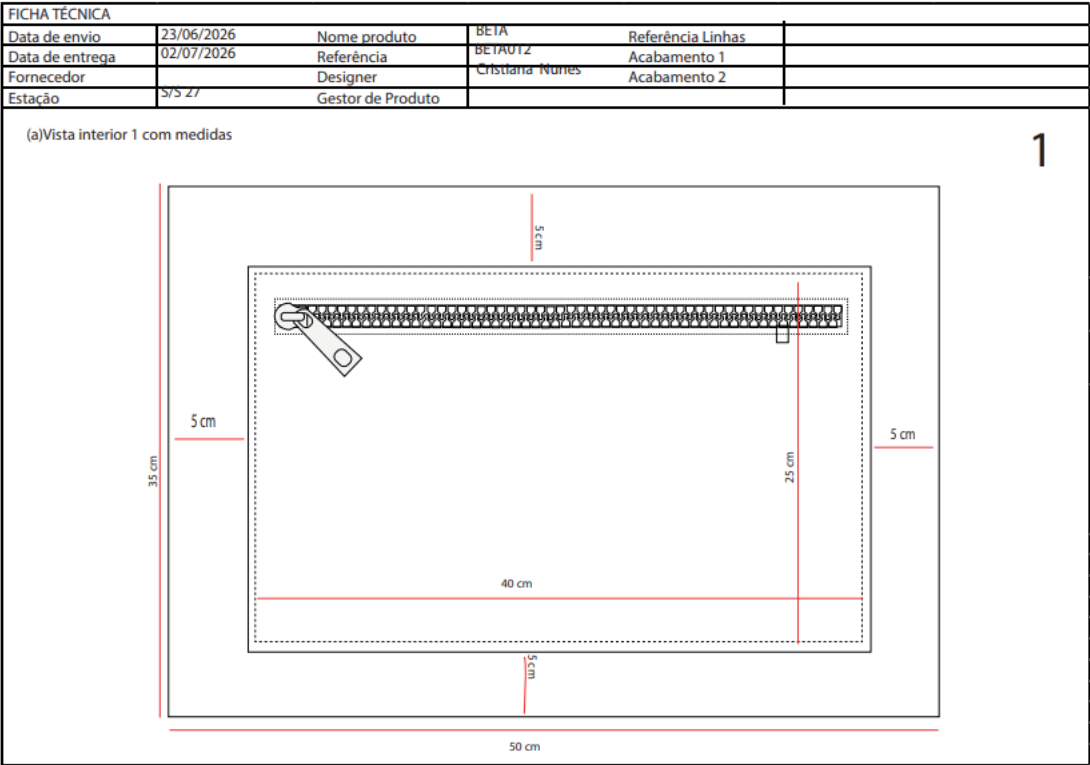


Figura 28 - Ficha técnica protótipo vista interior 1 Fonte: Autoria própria

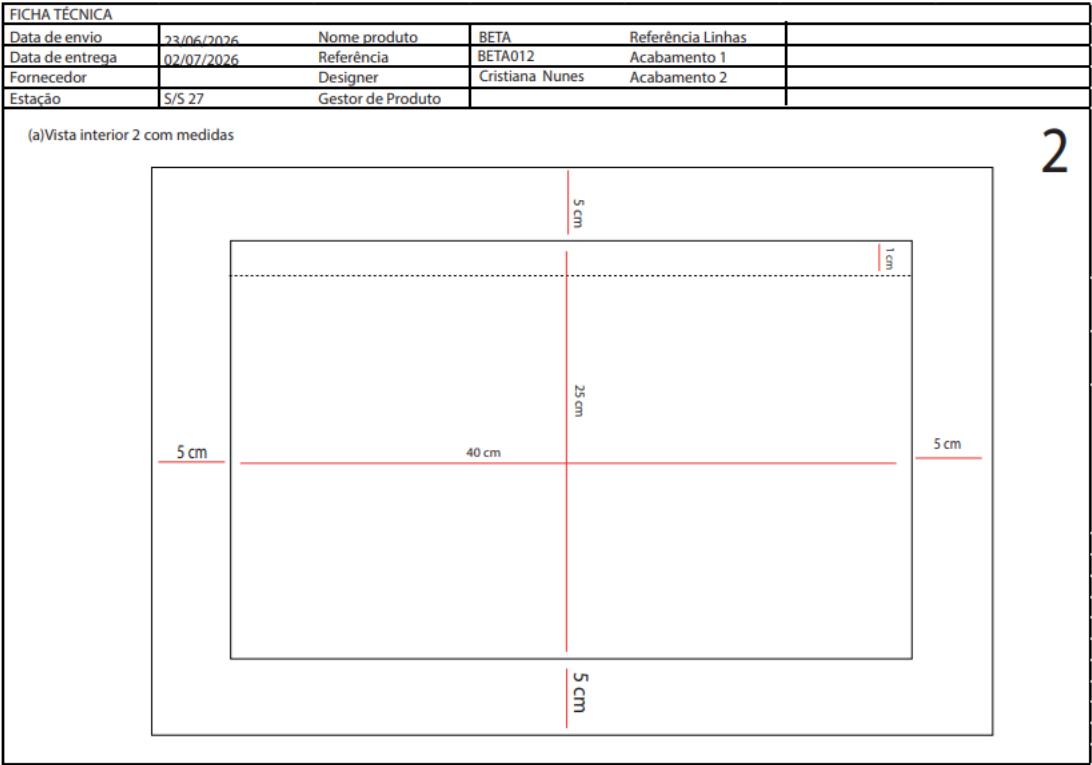


Figura 29 - Ficha técnica protótipo vista interior 2 Fonte: Autoria própria

FICHA TÉCNICA				
Data de envio	23/06/2026	Nome produto	BETA	Referência Linhas
Data de entrega	02/07/2026	Referência	BETA012	Acabamento 1
Fornecedor		Designer	Cristiana Nunes	Acabamento 2
Estação	S/S 27	Gestor de Produto		

(a)Vista interior 3 com medidas

The drawing shows the interior of a cabinet with two doors. The total width is 15 cm, divided into two 7 cm sections by a central vertical divider. The total height is 35 cm. Each door has an inner panel that is 5 cm wide and 25 cm high. The top of the inner panels is 7 cm from the top edge of the cabinet. The bottom of the inner panels is 5 cm from the bottom edge of the cabinet. The right side of the cabinet is 35 cm high. The bottom of the cabinet is 15 cm wide.

Figura 30 - Ficha técnica protótipo vista interior 3 *Fonte: Autoria própria*

FICHA TÉCNICA				
Data de envio	23/06/2026	Nome produto	BETA	Referência Linhas
Data de entrega	02/07/2026	Referência	BETA012	Acabamento 1
Fornecedor		Designer	Cristiana Nunes	Acabamento 2
Estação	S/5 27	Gestor de Produto		

4

(a)Vista interior 4 cm medidas

The drawing shows a rectangular object with a total width of 15 cm and a total height of 35 cm. The interior is divided into two main sections by a vertical line. The left section has a width of 7 cm and a height of 30 cm. The right section has a width of 7 cm and a height of 30 cm. The top of the object has a 4 cm wide section on the left and a 7 cm wide section on the right. The bottom of the object has a 1 cm wide section on the left and a 3 cm wide section on the right. The right section is further divided into three vertical strips, each 2 cm wide. The left section has a 0.5 cm wide section on the left and a 0.5 cm wide section on the right. The top of the left section has a 0.5 cm wide section on the left and a 0.5 cm wide section on the right. The bottom of the left section has a 0.5 cm wide section on the left and a 0.5 cm wide section on the right.

Figura 31 - Ficha técnica protótipo vista interior 4 *Fonte: Autoria própria*

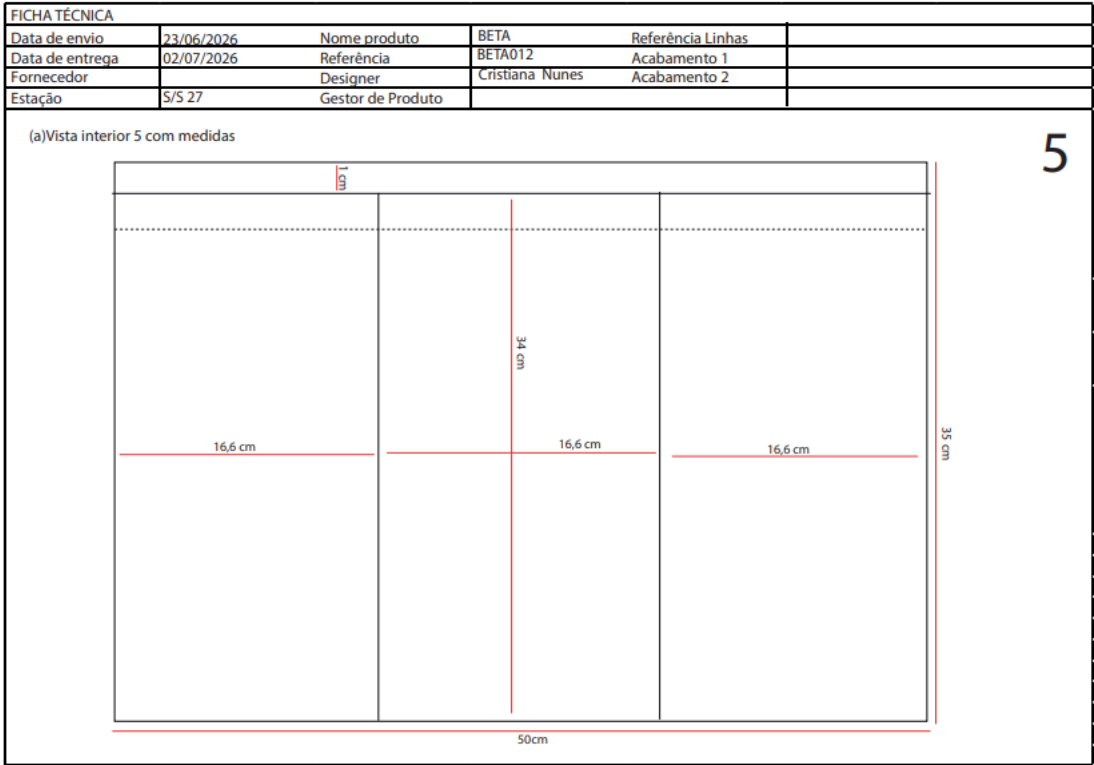


Figura 32 - Ficha técnica protótipo vista interior 5 *Fonte: Autoria própria*

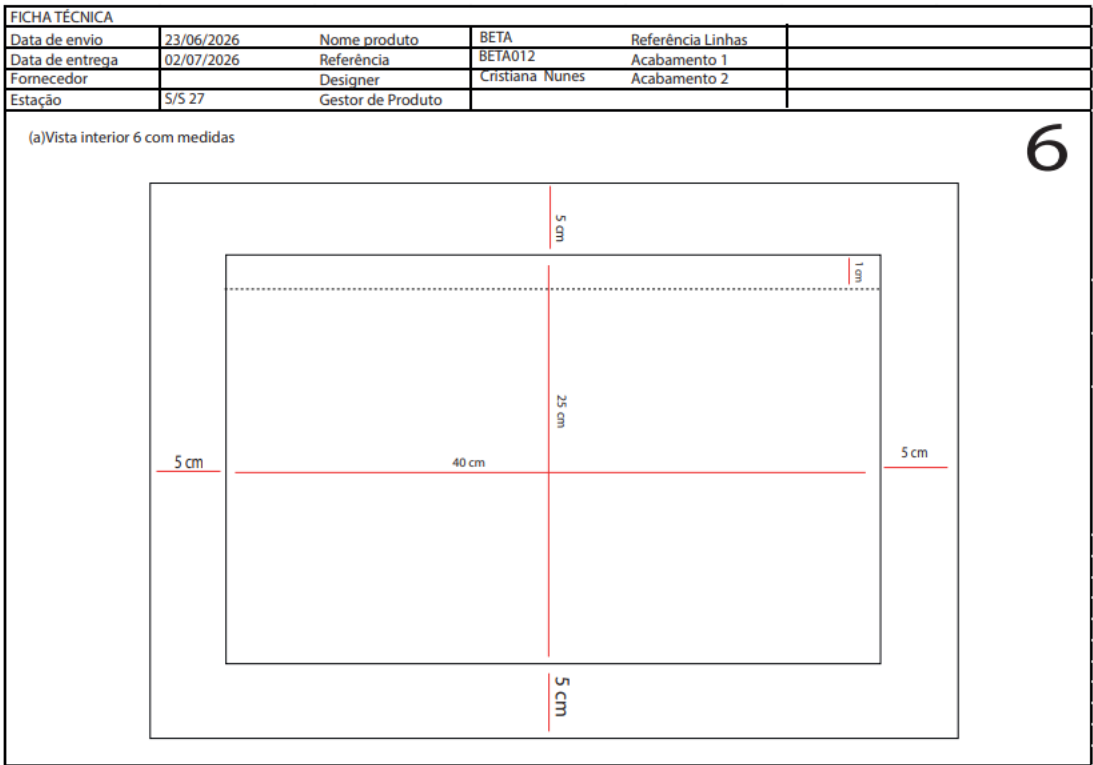


Figura 33 - Ficha técnica protótipo vista interior 6 *Fonte: Autoria própria*

FICHA TÉCNICA					
Data de envio	23/06/2026	Nome produto	BETA	Referência Linhas	
Data de entrega	02/07/2026	Referência	BETA012	Acabamento 1	
Fornecedor		Designer	Cristiana Nunes	Acabamento 2	
Estação	S/5 27	Gestor de Produto			

Detalhes de envio e Etiquetas

The diagram shows a rectangular shipping box. Inside the box, there is a smaller rectangular area with a dashed border. Within this inner area, there is a label with the word 'AZURÉ' in the center. To the left of the 'AZURÉ' label, there is a small icon of a key. To the right of the 'AZURÉ' label, there is a vertical label with the word 'AZURÉ' and a small circle containing the number '3'. Above the 'AZURÉ' label, there is a horizontal label with the word 'AZURÉ' and a small circle containing the number '3'. A dimension line on the right side of the box indicates a height of 3 cm.

Figura 34 - Ficha técnica do protótipo etiquetas *Fonte: Autoria própria*

5.8. A marca - AZURÉ

5.8.1. Nome e identidade da marca

A marca AZURÉ surge como uma extensão conceptual da coleção, refletindo os seus valores de transformação, sustentabilidade e sofisticação contemporânea. A escolha do nome resulta da associação à palavra *azur*, termo de origem francesa relacionado com a cor azul e com a imensidão do céu e do mar. Esta referência estabelece uma ligação direta com a ganga, material predominante do projeto, cuja tonalidade azul constitui um dos elementos centrais da identidade visual da coleção. Simultaneamente, a influência da língua francesa confere à marca uma dimensão mais refinada e intemporal, aproximando-a do universo do luxo e do design contemporâneo.

A identidade da marca AZURÉ foi concebida com o objetivo de transmitir uma imagem contemporânea, capaz de valorizar a singularidade das peças desenvolvidas. Mais do que uma designação comercial, AZURÉ representa uma filosofia de design assente na reinterpretação de materiais existentes e na valorização da sua história e memória. Através do recurso ao *upcycling* de ganga, a marca procura demonstrar que resíduos têxteis podem ser transformados em produtos com valor estético e simbólico, conciliando sustentabilidade, funcionalidade e expressão estética.

A escolha do azul como elemento identitário reforça a ligação entre a marca e a matéria-prima utilizada, enquanto os contrastes cromáticos presentes na coleção introduzem uma dimensão mais dinâmica e expressiva. Desta forma, a identidade visual de AZURÉ procura equilibrar autenticidade e sofisticação, refletindo uma abordagem de design que privilegia a exclusividade, a longevidade dos materiais e a construção de narrativas através do objeto.

Assim, AZURÉ afirma-se como uma marca que procura responder às preocupações contemporâneas da moda através de uma linguagem visual própria, onde a sustentabilidade não é entendida apenas como uma prática ambiental, mas como um princípio criativo capaz de transformar a memória inscrita nos materiais em novas formas de valor e significado.

5.8.2. Visão, Valores e Missão da marca

A AZURÉ ambiciona afirmar-se como uma marca de acessórios contemporâneos que alia sustentabilidade, inovação e sofisticação, promovendo uma nova perceção sobre o valor dos materiais têxteis reutilizados. A marca procura contribuir para uma indústria da moda mais consciente e circular, demonstrando que é possível transformar resíduos em objetos de desejo sem comprometer a qualidade, a funcionalidade e a identidade estética. Pretende, assim, posicionar-se como uma referência no desenvolvimento de acessórios sustentáveis, capazes de unir design, exclusividade e responsabilidade ambiental.

Missão: A missão da AZURÉ consiste em desenvolver acessórios de moda através da reutilização criativa de ganga pós-consumo, valorizando a memória dos materiais e

prolongando o seu ciclo de vida. A marca procura criar peças que conciliem funcionalidade, expressão estética e sustentabilidade, transformando desperdícios têxteis em produtos contemporâneos com valor simbólico e emocional. Paralelamente, pretende incentivar uma relação mais consciente entre o utilizador e o objeto, promovendo uma visão da moda baseada na durabilidade, na singularidade e na valorização do design.

Valores:

Sustentabilidade: A AZURÉ adota uma abordagem assente nos princípios da economia circular, privilegiando a reutilização de materiais e a redução do desperdício têxtil, contribuindo para práticas mais responsáveis no setor da moda.

Criatividade e Inovação: A marca entende a criatividade como uma ferramenta de transformação, capaz de reinterpretar materiais existentes e desenvolver soluções originais que conciliem estética, funcionalidade e consciência ambiental.

Autenticidade: Cada peça é concebida de forma a preservar as características próprias da ganga reutilizada, valorizando as suas marcas, tonalidades e imperfeições como elementos que conferem identidade e exclusividade ao produto.

Qualidade e Funcionalidade: Para além da componente estética, a AZURÉ procura desenvolver acessórios duráveis e adaptados às necessidades do quotidiano, assegurando um equilíbrio entre design, conforto e utilidade.

Expressão e Identidade: A marca acredita que os acessórios constituem formas de comunicação e expressão pessoal, procurando criar peças capazes de transmitir valores, emoções e narrativas através do design.

Consciência e Responsabilidade: A AZURÉ assume uma postura crítica perante os atuais modelos de produção e consumo da indústria da moda, defendendo práticas mais conscientes e uma maior valorização dos recursos existentes.

5.9. Modelagem e Prototipagem

Após a conclusão da fase de desenvolvimento conceptual e da elaboração das fichas técnicas das propostas desenvolvidas, foi selecionada a mala Beta para avançar para a fase de modelagem e prototipagem. A escolha desta proposta deveu-se às suas características formais e funcionais, que melhor representavam os objetivos definidos para o projeto.

A mala Beta consiste numa tote bag, caracterizada pela sua estrutura ampla e versátil, concebida para responder às necessidades de utilização quotidiana. O seu design procurou conciliar funcionalidade, conforto e estética, integrando elementos inspirados na identidade visual e nos valores explorados ao longo do processo criativo.

A fase de modelagem permitiu desenvolver os moldes necessários à construção da mala, definindo com precisão as diferentes peças que compõem a sua estrutura. Posteriormente, a prototipagem possibilitou a materialização do conceito, permitindo avaliar aspetos como as proporções, o volume, a resistência dos materiais, os métodos de construção e a funcionalidade geral do produto. Esta etapa revelou-se fundamental para a identificação de possíveis melhorias e ajustes técnicos, contribuindo para o aperfeiçoamento da solução final antes da sua execução definitiva.

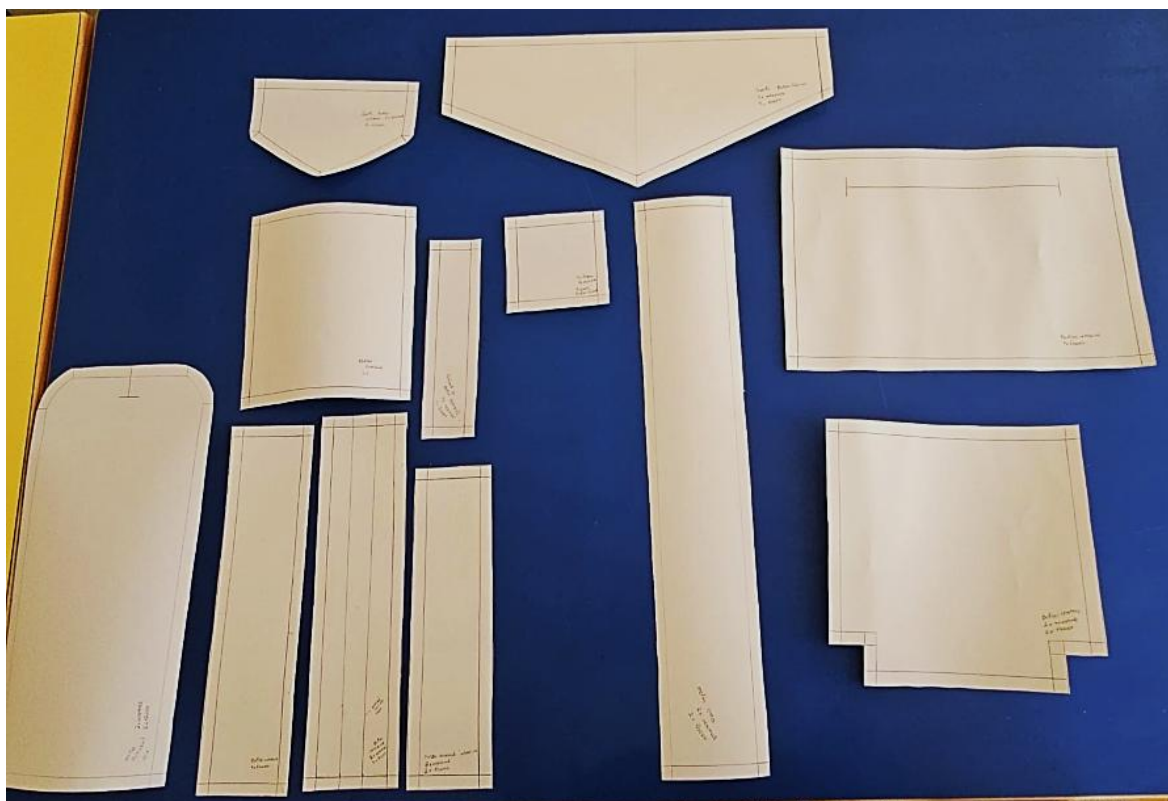


Figura 35 - Moldes protótipo Fonte: Autoria própria

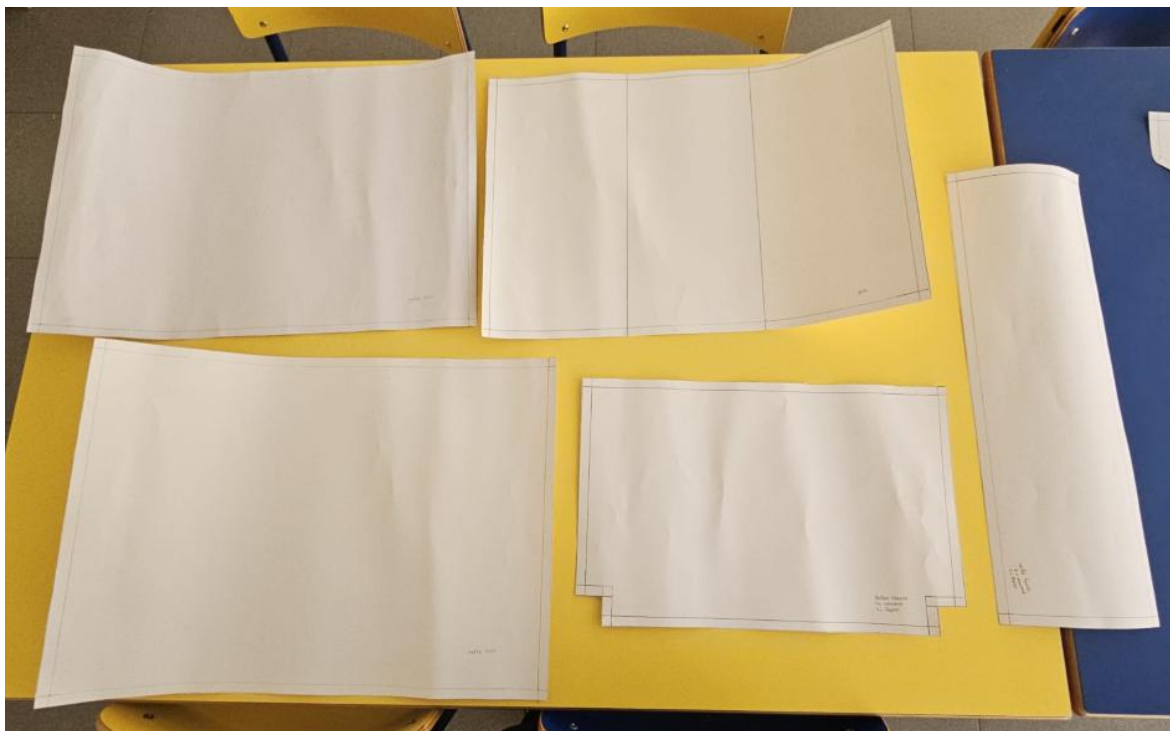


Figura 36 - Moldes Protótipo Fonte: Autoria própria

6. Protótipo Final

Após a fase de desenvolvimento do conceito, da seleção de materiais e da definição das soluções técnicas, procedeu-se à concretização do protótipo. Esta etapa constituiu um momento fundamental do projeto, permitindo materializar as decisões tomadas ao longo do processo de design e avaliar a sua viabilidade em contexto real.

A construção do protótipo possibilitou testar aspetos como a funcionalidade, a ergonomia, a resistência dos materiais, os processos de confeção e a integração da técnica de cianotipia no produto final. Paralelamente, esta fase permitiu identificar oportunidades de melhoria, realizar ajustes ao modelo inicialmente concebido e validar a resposta do produto às necessidades do público-alvo definido.

Neste capítulo são apresentados o processo de desenvolvimento do protótipo, as diferentes etapas da sua execução e as principais decisões técnicas adotadas até à obtenção da versão final da mala.



Figura 37 - Bolsos estampados



Figura 38 - Bolso da Frente



Figura 39 - Mala pendurada no ombro do manequim



Figura 40 - Mala colocada na transversal do manequim

7. Orçamento

Compreendendo o projeto no contexto de uma prática de design desenvolvida em regime de freelancer, foi necessário, numa fase inicial, definir o valor horário do meu trabalho enquanto base para a construção de um orçamento sustentável. Partindo de um valor de referência de 600€, correspondente ao salário médio de um recém-licenciado, e considerando que o desenvolvimento do projeto decorre a partir de um pequeno estúdio integrado na minha habitação, procedeu-se à contabilização de custos fixos anuais associados à atividade profissional.

Neste cálculo foram incluídas despesas como seguros, contribuições para a segurança social, eletricidade, água, comunicações, bem como custos associados a marketing e contabilidade. A soma destes fatores permitiu determinar o valor total anual necessário para a manutenção da prática profissional.

Posteriormente, ao relacionar esse valor com o número estimado de horas de trabalho anuais, foi possível estabelecer um preço/hora de referência. Assim, para cada hora de trabalho dedicada ao desenvolvimento de projetos, o valor correspondente é de 9,74€.

Tabela 1 - Orçamento Cálculo preço/hora Fonte: Autoria própria

Calculo do preço / hora		
Custo	mensal	anual
Remuneração mensal	600	8400
Seguros (acidentes de trabalho, viaturas, edificios, etc)	34	408
Segurança social	21,40%	1540,8
Eletricidade, água e gás	50	600
Comunicações/ internet	50	600
Rendas e Alugueres ou Imposto Municipal sobre Imóveis (IMI)	200	2400
Deslocações, despesas de envio e estadias	50	600
Combustíveis	0	0
Ativos tangíveis - Taxas de amortizações, depreciação máquinas, outro	150	37,5
Ativos intangíveis - software, resisto do desenho, registo da marca, outros	200	66
Material de escritório e de desgaste rápido	40	480
Marketing e publicidade. Despesas de representação	50	600
Contabilidade, advogados e ou serviços de consultadoria	150	1800
IRS	11,50%	isento
IVA	23%	isento
Despesas com Formação	200	200
Taxas bancárias para manutenção de conta	7	84
Outros gastos	100	100
Total gastos ano		17916,3
horas/dia		8
dias uteis		230
horas/ano		1840
Preço/hora		9.74

De seguida, ao estimar o total de horas necessárias para a execução de cada fase do projeto, torna-se possível calcular o seu valor final. No entanto, importa referir que,

para além do desenvolvimento criativo, este projeto inclui também a realização de protótipos físicos, o que influencia diretamente o custo global.

Desta forma, foi possível estabelecer uma distinção clara entre o custo do projeto enquanto processo conceptual e o custo do projeto quando este integra a fase de prototipagem, permitindo compreender o impacto real de cada etapa no valor final.

Tabela 3 - Cálculo reprodução produto/design
Fonte: Autoria própria

Cálculo reprodução produto/design	
Atividade	Horas
Pesquisa	5
Paineis/Temas/Paletas	5
Escolha de materiais	10
Esboços	7,3
Ilustrações	3
Fichas Técnicas	10
Total horas	40,30
Preço/hora	9,74
Semi-Total mão-de-obra	392,52
Material Diverso	20
Impressão	25
Semi-Total de Material	45,00
Total do Projeto/Design	437,52

Tabela 2 - Cálculo custo de produção Fonte: Autoria própria

Cálculo custo de produção	
Atividade	Horas
Modelagem	4
Corte	1,3
Confeção	3
Total horas	8,30
Preço/hora	9,74
Semi-Total mão-de-obra	80,84
Tecido - Ganga	15,99
Forro	10,8
Fecho	3,55
Linhas	1,78
Outros	14,65
Semi-Total de Material	46,77
Total do Protótipo	127,61

Tabela 4 - Orçamento trabalho freelancer/ a pagar pelo cliente Fonte: Autoria própria

Estimativa do preço de venda	Valor (€)
Matérias-primas e aviamentos	46,77
Mão de obra (confeção e acabamentos)	32,14
Afetação do projeto	21,09
Preço de venda estimado	100

8. Conclusão

O desenvolvimento deste projeto permitiu compreender de forma aprofundada o potencial do *upcycling* enquanto estratégia de design sustentável aplicada à criação de acessórios, demonstrando que a reutilização de materiais pós-consumo pode gerar soluções funcionais, esteticamente relevantes e alinhadas com as exigências contemporâneas do setor da moda. Através da investigação exploratória, generativa e evolutiva, foi possível construir um processo projetual sólido, fundamentado tanto em referências teóricas como em experimentação prática, confirmando a importância das metodologias de design na estruturação e validação das decisões tomadas ao longo do percurso.

A escolha da ganga reutilizada como matéria-prima principal revelou-se particularmente pertinente, não apenas pela sua resistência e versatilidade, mas também pela carga simbólica e cultural que transporta. A integração da cianotipia acrescentou uma dimensão expressiva e artesanal ao projeto, permitindo explorar superfícies únicas e reforçar a identidade visual da coleção. Esta combinação de técnicas e materiais contribuiu para a criação de peças que valorizam a imperfeição, a narrativa material e a singularidade, aspetos que se alinham com uma visão contemporânea e consciente do design.

O estudo das necessidades do público-alvo, nomeadamente estudantes e profissionais ligados às artes, permitiu desenvolver soluções que respondem de forma eficaz às exigências de transporte, organização e durabilidade. A criação de compartimentos específicos, reforços estruturais e sistemas de transporte confortáveis demonstrou que é possível conciliar funcionalidade e expressão estética sem comprometer a sustentabilidade.

Em síntese, o projeto ELISABETE evidencia que o design pode assumir um papel ativo na transformação de práticas de consumo e produção, promovendo alternativas mais responsáveis e inovadoras. A coleção desenvolvida não representa apenas um conjunto de objetos, mas uma reflexão sobre o valor dos materiais, sobre a importância da experimentação e sobre o papel do designer enquanto agente de mudança. Este trabalho abre caminho para futuras investigações e desenvolvimentos, nomeadamente na exploração de novos resíduos têxteis, na aplicação de outras técnicas artesanais e na expansão da coleção para diferentes tipologias de acessórios.

Bibliografia

- Ware, Mike – Cyanotype: The History, Science and Art of Photographic Printing in Prussian Blue (2014)
- Anderson, Christina Z. – Cyanotype: The Blueprint in Contemporary Practice (2013)
- Enfield, Jill – Guide to Photographic Alternative Processes (2013)
- Schaaf, Larry J. – Sun Gardens: Victorian Photograms by Anna Atkins (2018)
- Rosso, Renzo – Be Stupid: For Successful Living (2011)
- Diesel – Diesel: XXX Years of Diesel (2008)
- Brown, T. - *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation*. HarperBusiness. (2009).
- Hanington, B., & Martin, B. - *Universal methods of design: 100 ways to research complex problems, develop innovative ideas, and design effective solutions*. Rockport Publishers. (2012).
- Frings, G. S. - *Fashion: From concept to consumer* (12th ed.). Pearson. (2018).
- [WGNS](#) - *Color Forecast and Trend Forecasting Reports*. (2024).
- Munari, B. - *Das coisas nascem coisas*. Edições 70. (2008).
- Lupton, E. - *Graphic design thinking: Beyond brainstorming*. Princeton Architectural Press. (2011).
- Runco, M. A., & Jaeger, G. J. - The standard definition of creativity. (2012).
- Cox, C. - *Handbags: A History*. Harper Design. (2009).
- Semmelhack, E.- *On the Art of the Boot and Shoe*. Bloomsbury Visual Arts. (2020).
- Steele, V. - *The Berg Companion to Fashion*. Bloomsbury Academic. (2010).
- Steele, V. - *Paris Fashion: A Cultural History*. Oxford University Press. (1999).
- Miller, D. - *Stuff*. Polity Press. (2010).
- Armstrong, C. M., Niinimäki, K., Kujala, S., Karell, E., & Lang, C. - Sustainable product-service systems for fashion. *Journal of Cleaner Production*, 97, 1–9. (2015).
- Black, S. - *The Sustainable Fashion Handbook*. Thames & Hudson. (2012).
- Fletcher, K. - *Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys* (2nd ed.). Routledge. (2014).
- McDonough, W., & Braungart, M. - *Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things*. North Point Press. (2002).
- Gwilt, A. - *Fashion Design for Living*. Routledge. (2014).
- Anguelov, N. (2016). *The dirty side of the garment industry: Fast fashion and its negative impact on environment and society*. CRC Press.

Braddock Clarke, S. E., & O'Mahony, M. (2005). *Techno textiles 2: Revolutionary fabrics for fashion and design*. Thames & Hudson.

Levi Strauss & Co. (n.d.). *History of denim*. <https://www.levistrauss.com>

Ambrose, G., & Harris, P. (2010). *Design Thinking*. AVA Publishing.

Löbach, B. (2001). *Design Industrial: Bases para a Configuração dos Produtos Industriais*. Edgar Blücher.

Barnard, M. (2014). *Fashion Theory: An Introduction*. Routledge.

Entwistle, J. (2000). *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Modern Social Theory*. Polity Press.

UNEP. (2020). *Sustainability and Circularity in the Textile Value Chain*

Ellen MacArthur Foundation. (2017). *A New Textiles Economy: Redesigning fashion's future*.

9. Apêndices

9.1. Apêndice A - Scrapbook

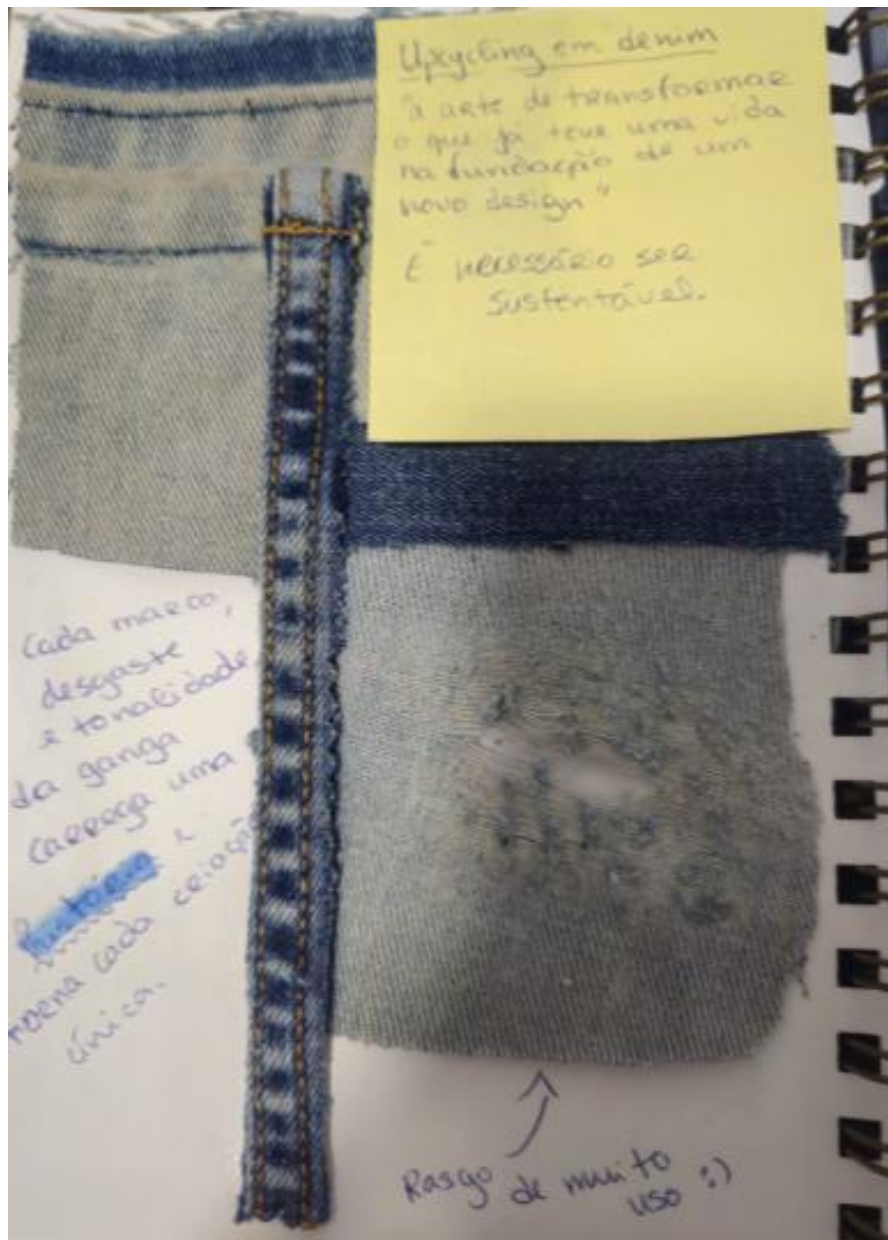


Figura 41 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria

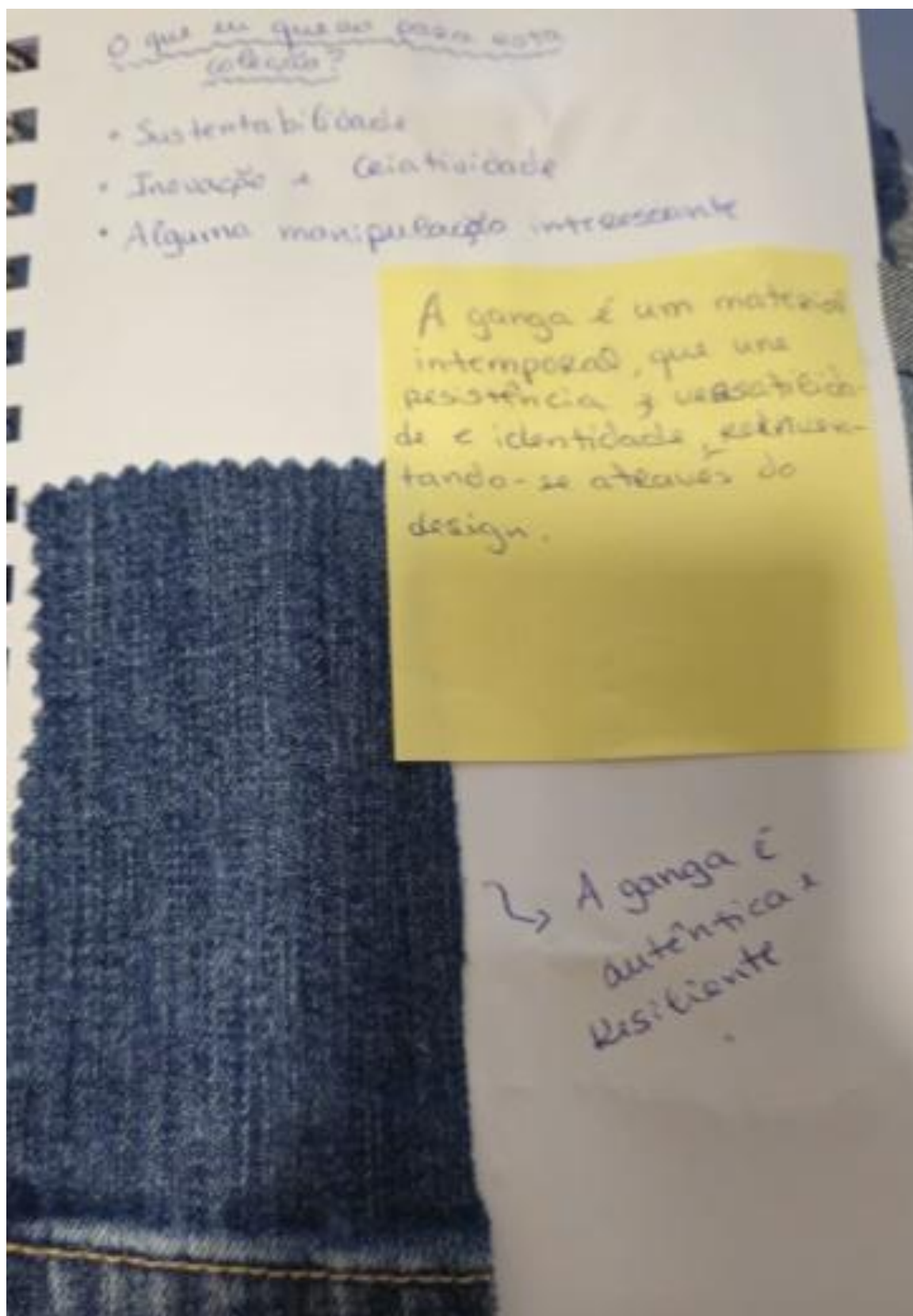


Figura 42 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria



Figura 43 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria



Figura 44 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria



Figura 45 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria

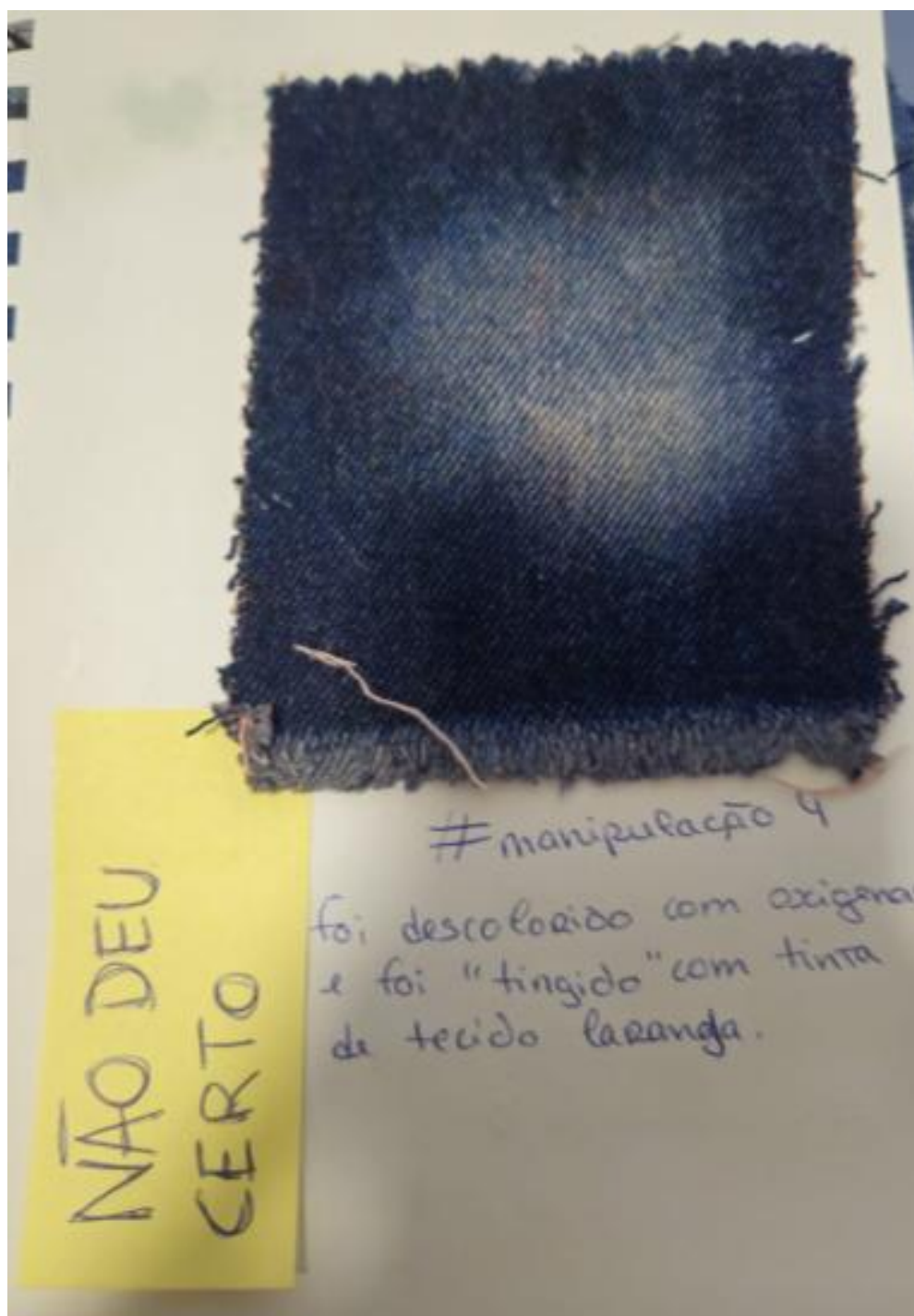


Figura 46 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria



Figura 47 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria

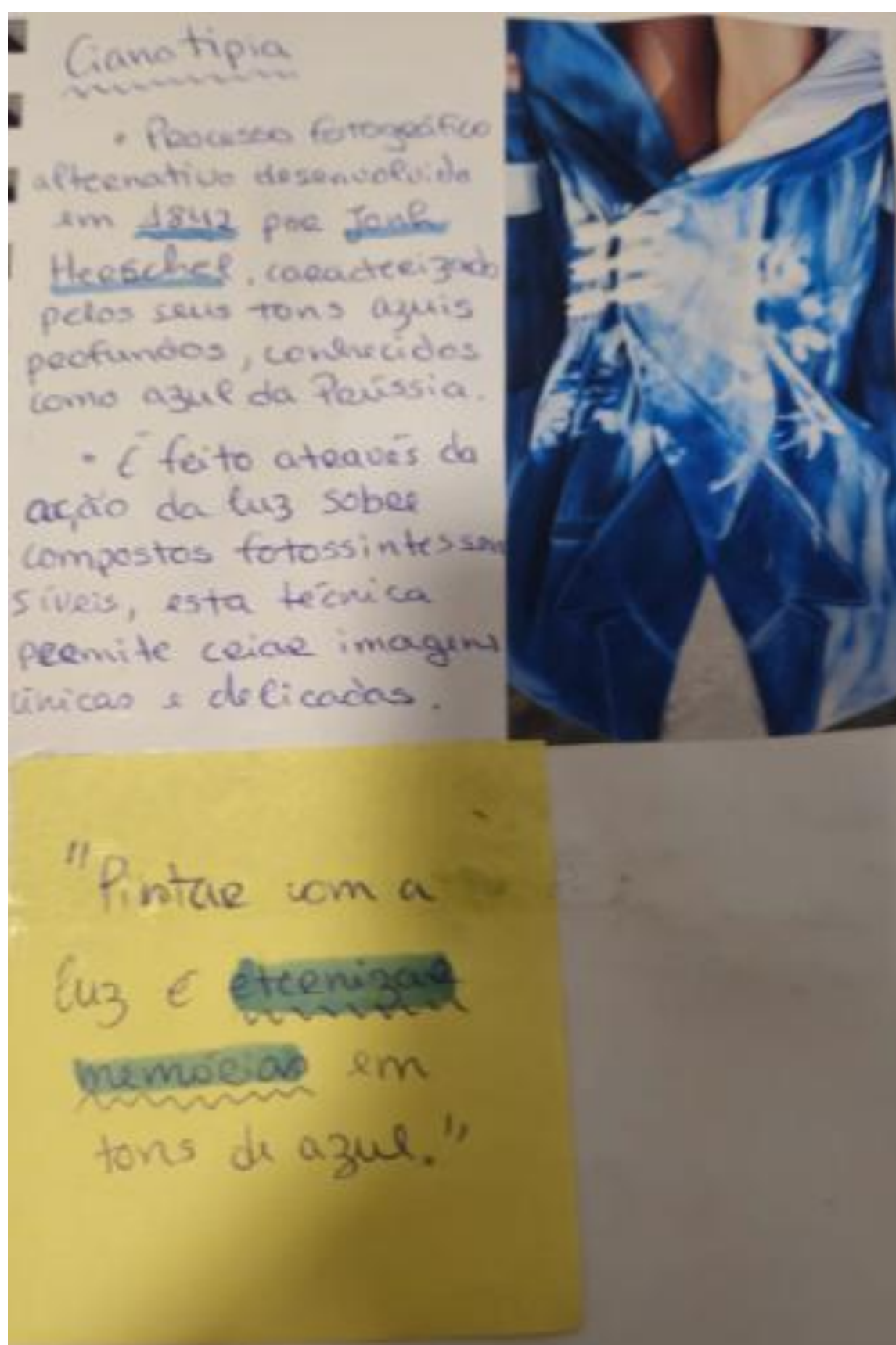


Figura 48 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria



Figura 49 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria

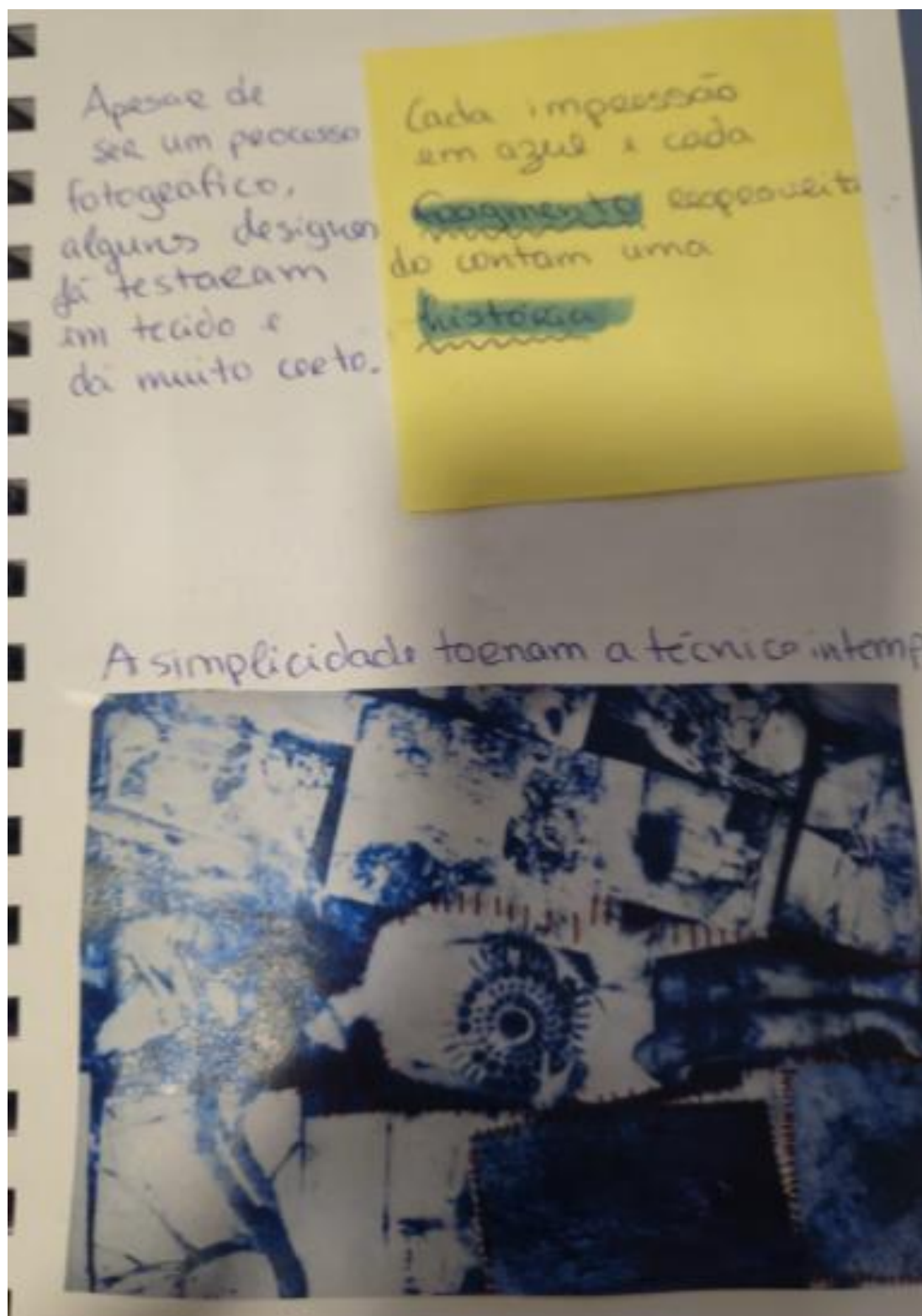


Figura 50 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria

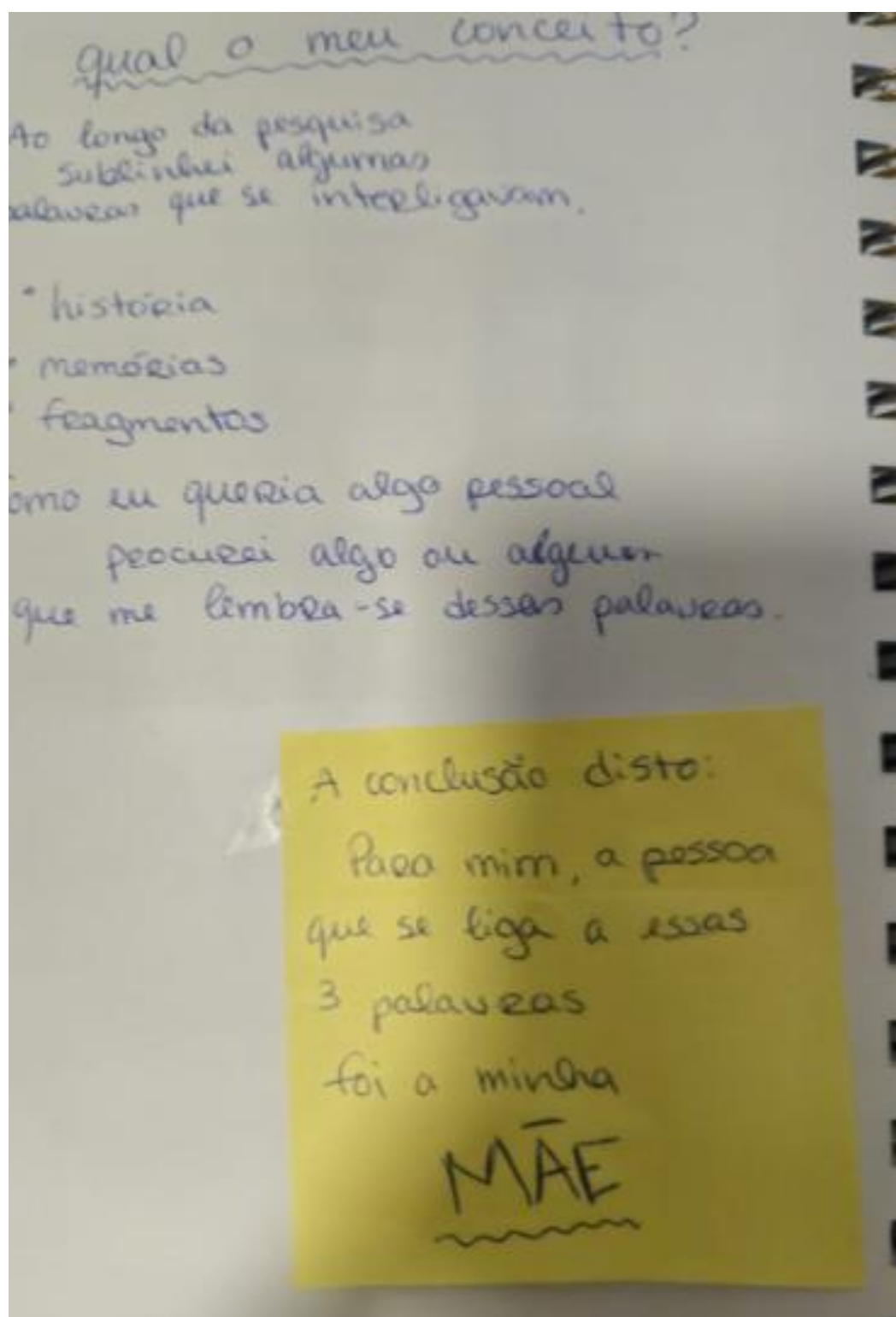


Figura 51 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria



Figura 52 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria

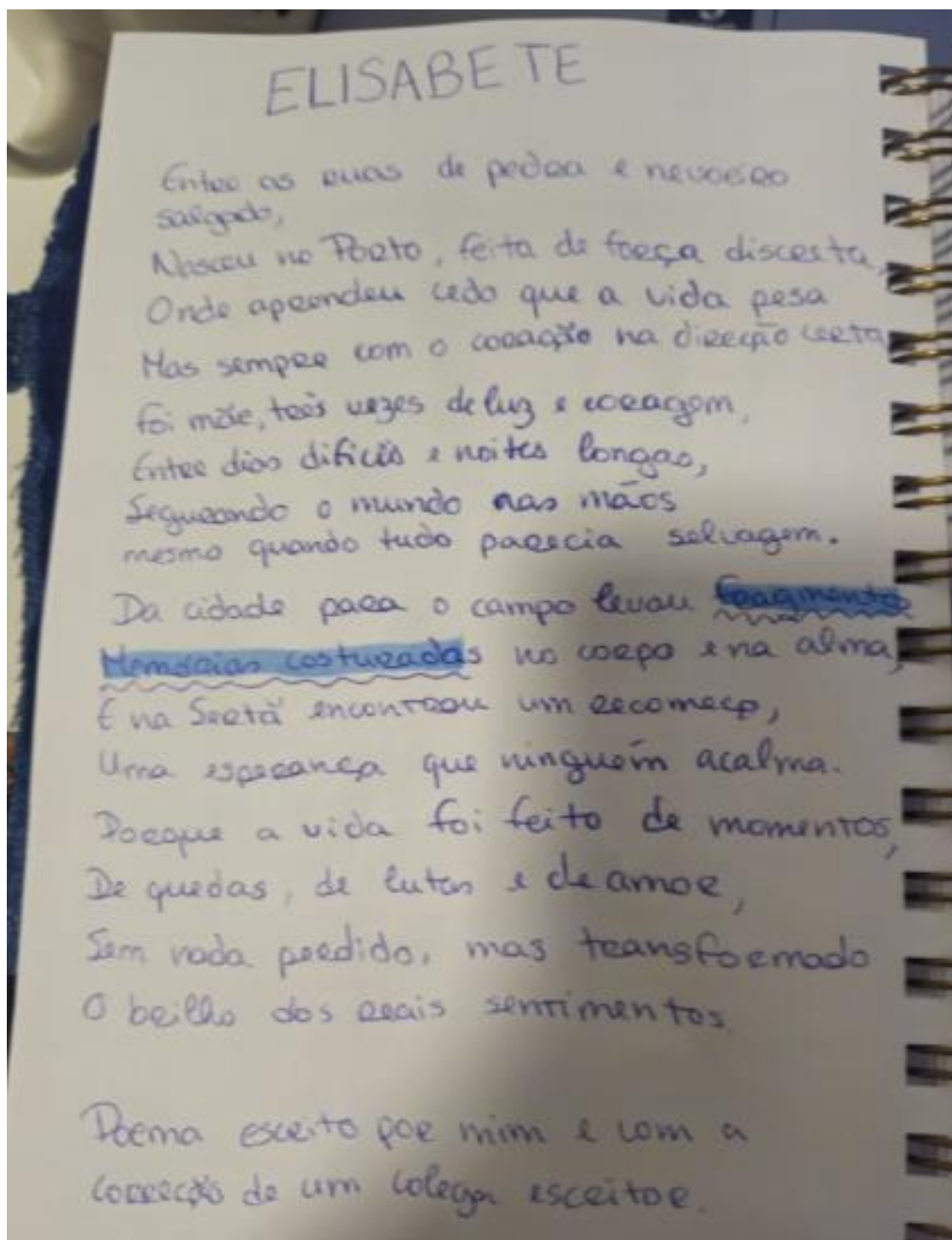


Figura 53 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria



Figura 54 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria



Figura 55 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria

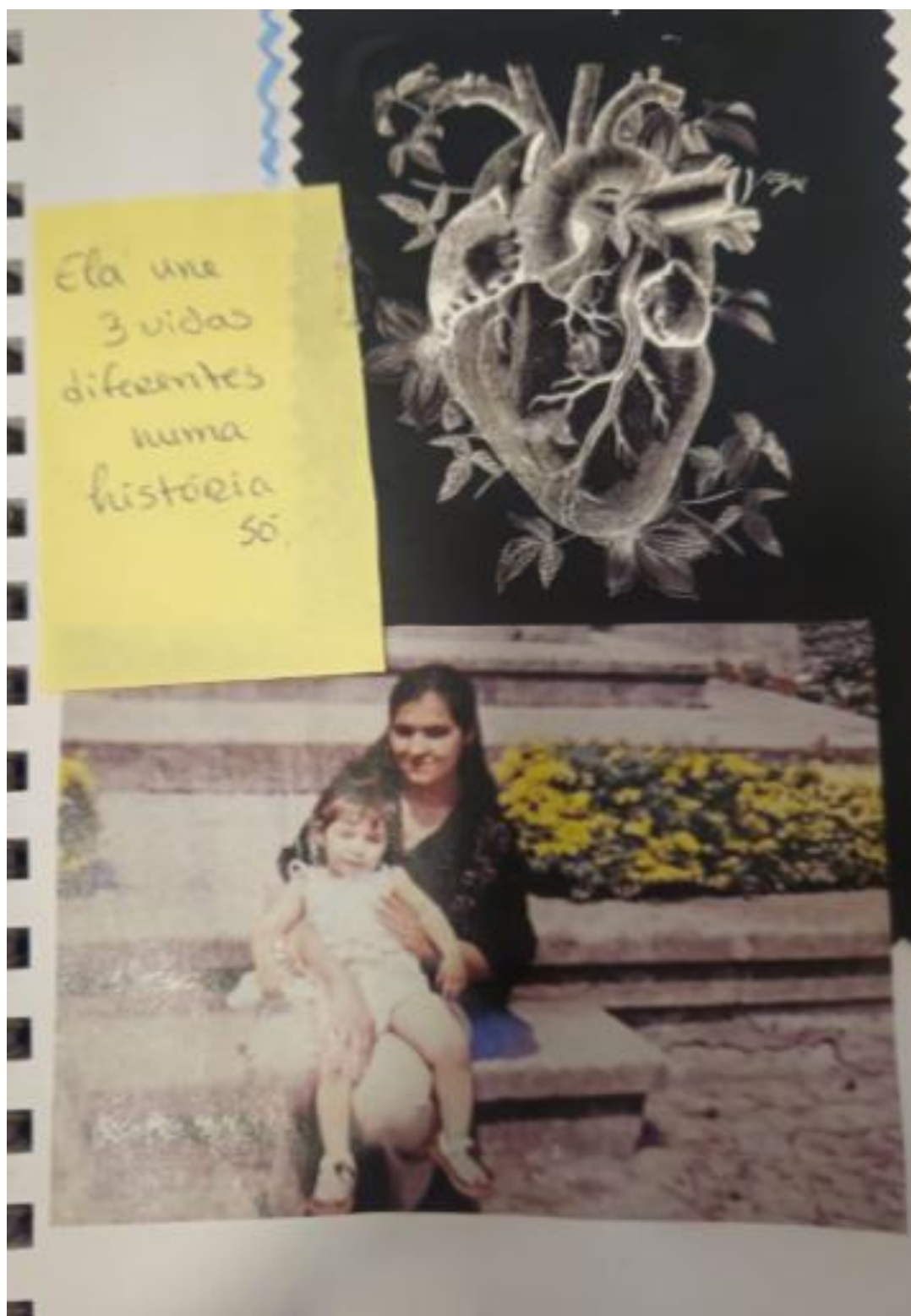


Figura 56 - Imagem retirada do scrapbook Fonte: Autoria própria

9.2. Apêndice B - Esboços



Figura 57 - Esboços Fonte: Autoria própria

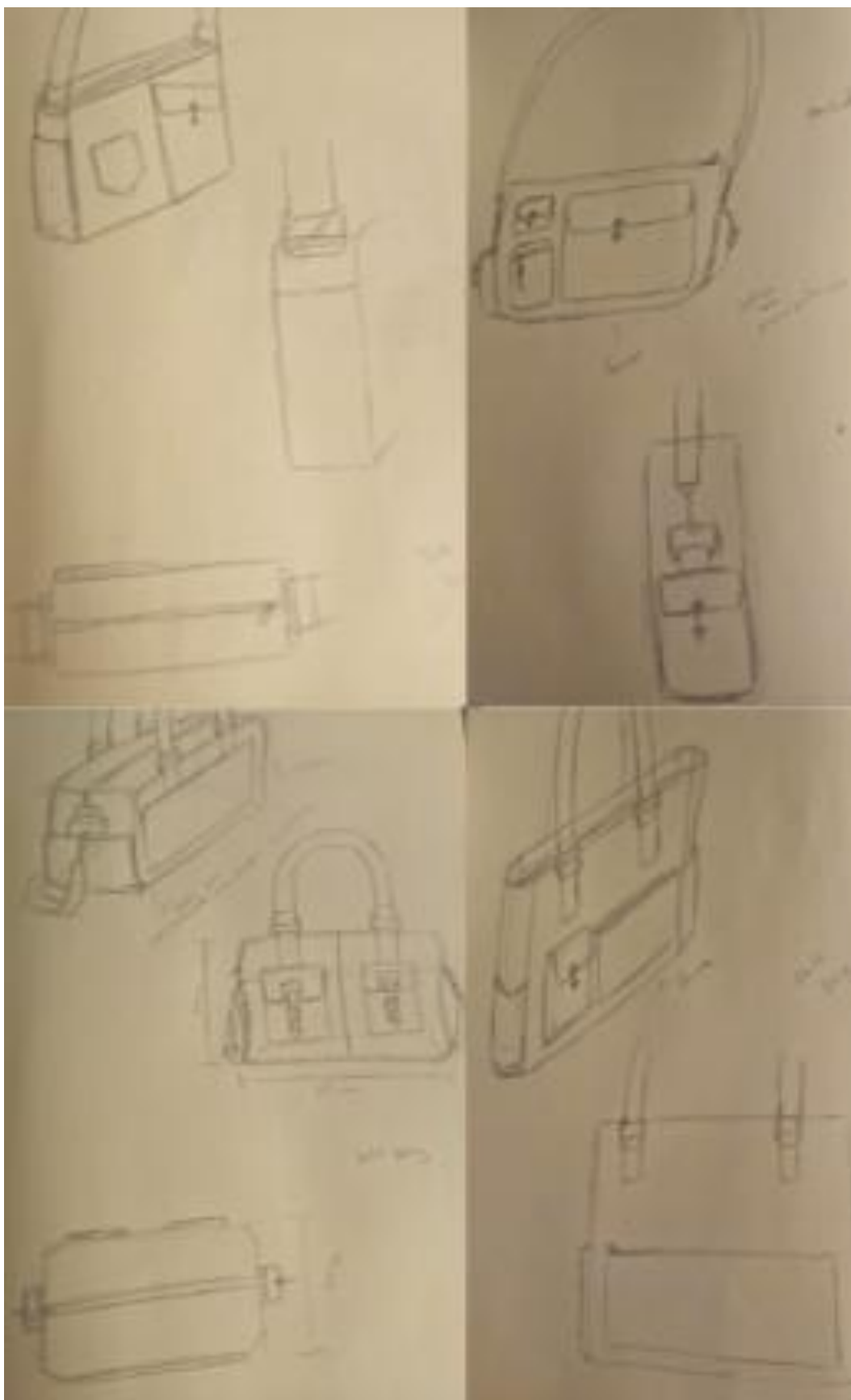


Figura 58 - Esboços Fonte: Autoria própria

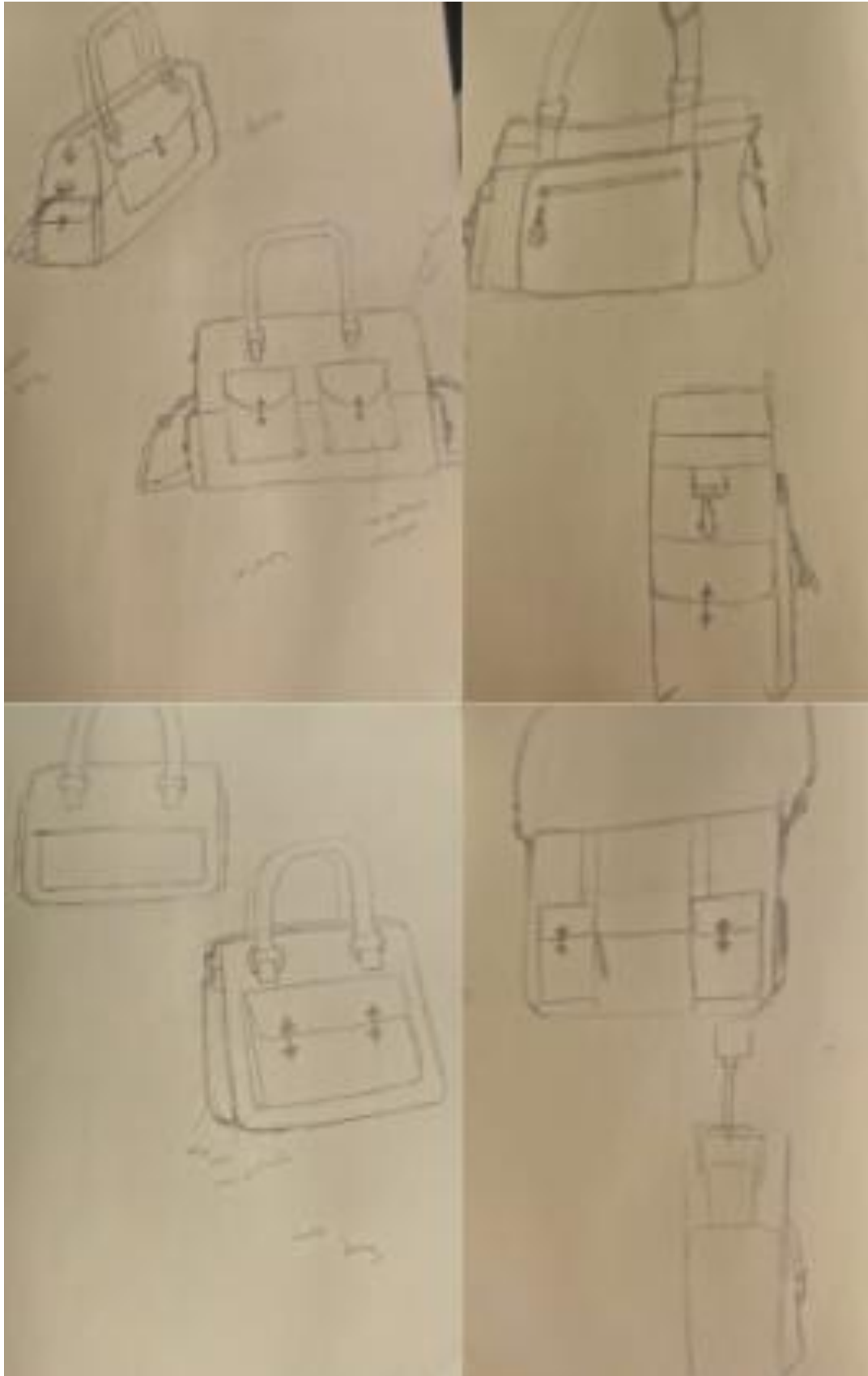


Figura 59 - Esboços Fonte: Autoria própria

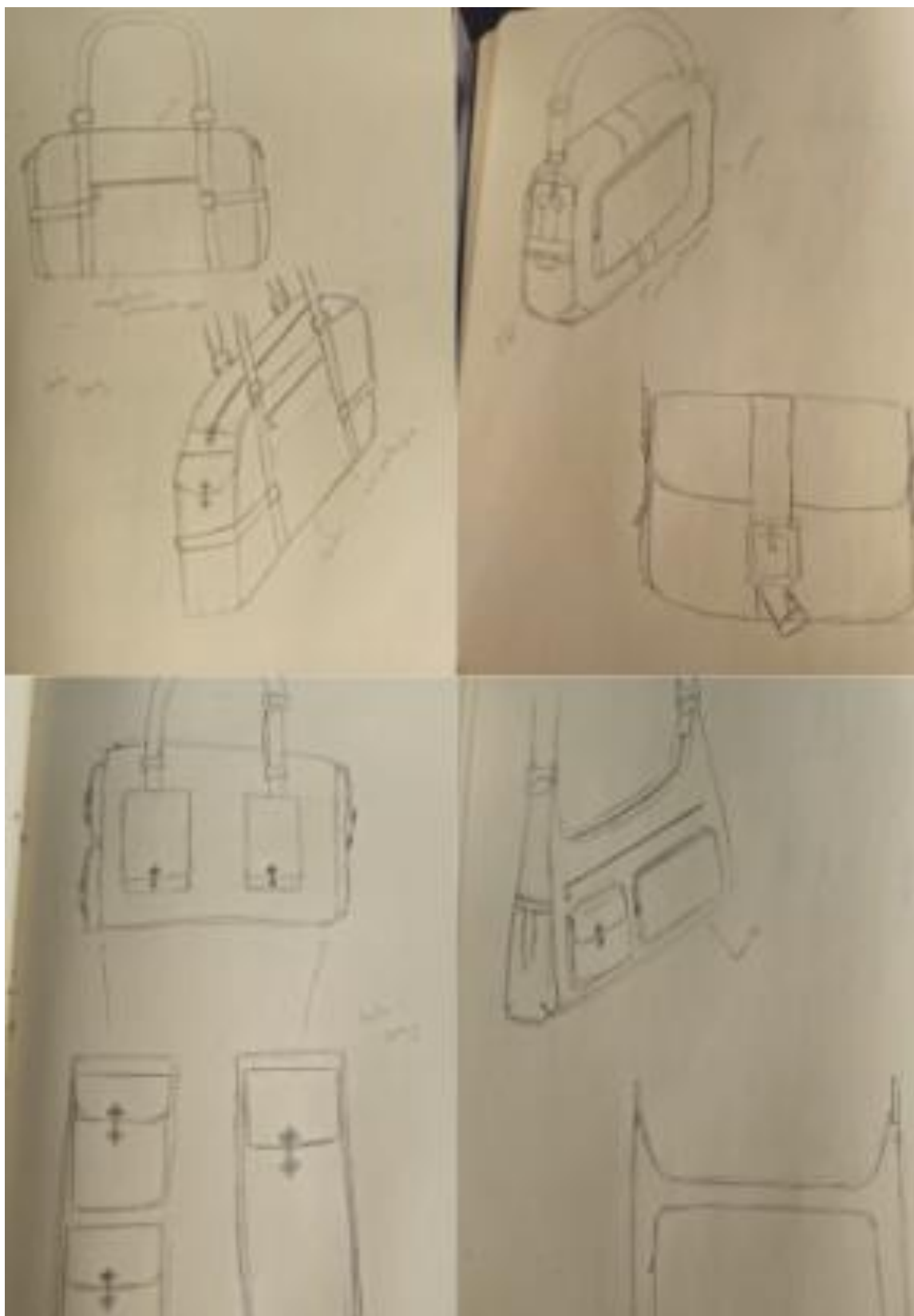


Figura 60 - Esboços Fonte: Autoria própria



Figura 61 - Esboços Fonte: Autoria própria



Figura 62 - Esboços Fonte: Autoria própria

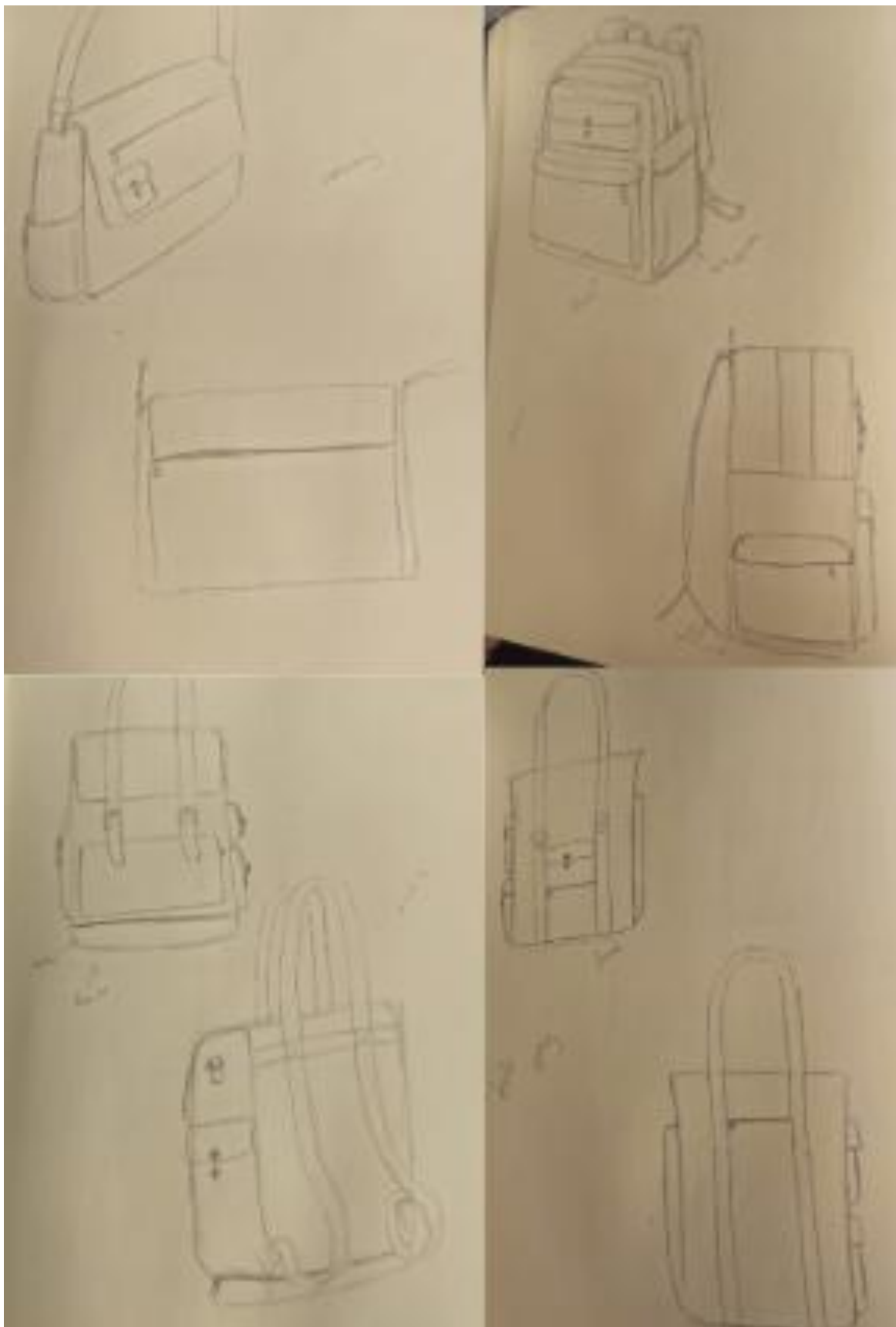


Figura 63 - Esboços Fonte: Autoria própria



Figura 64 - Esboços Fonte: Autoria própria

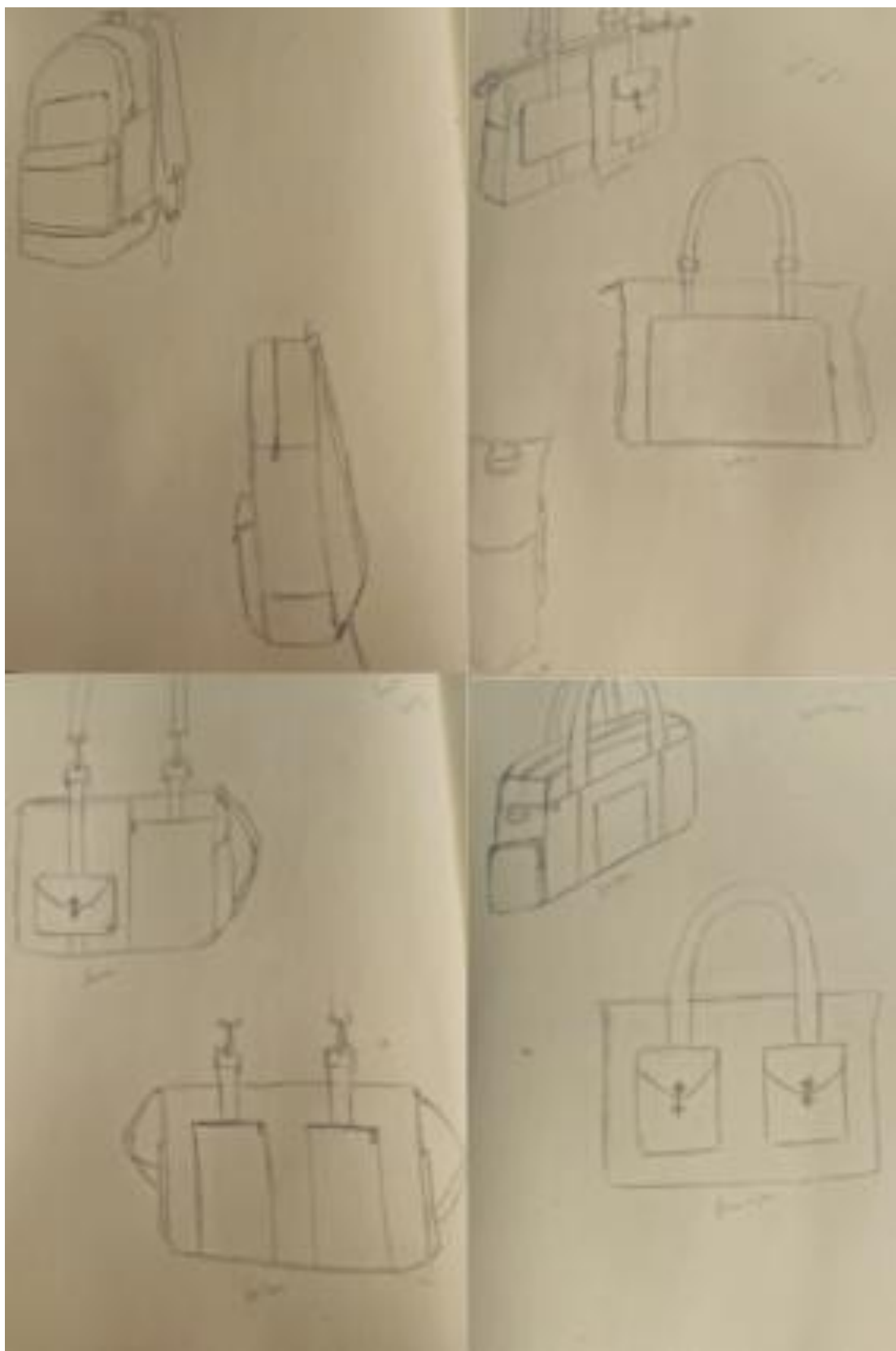


Figura 65 - Esboços Fonte: Autoria própria



Figura 66 - Esboços Fonte: Autoria própria

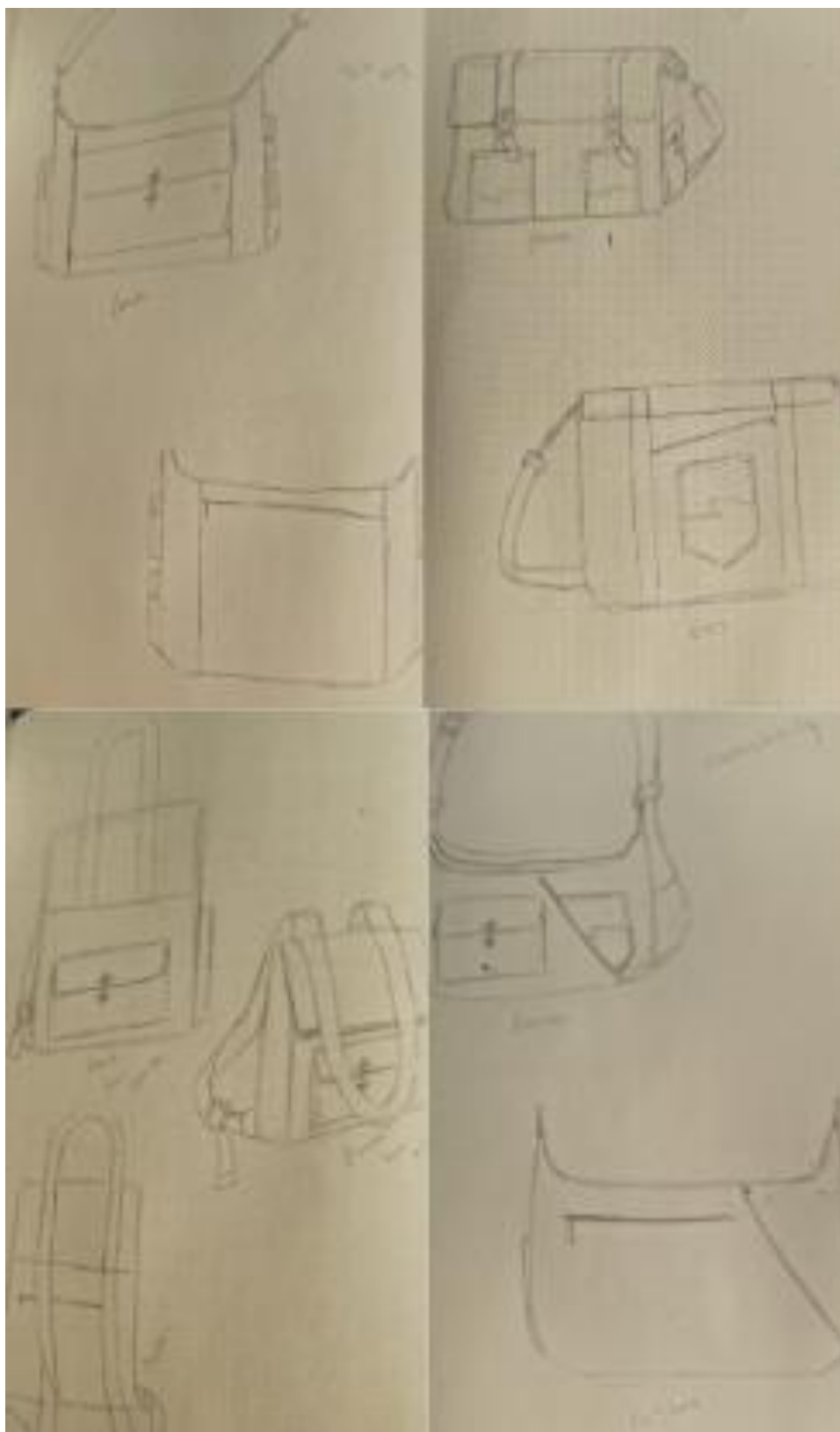


Figura 67 - Esboços Fonte: Autoria própria



Figura 68 - Esboços Fonte: Autoria própria

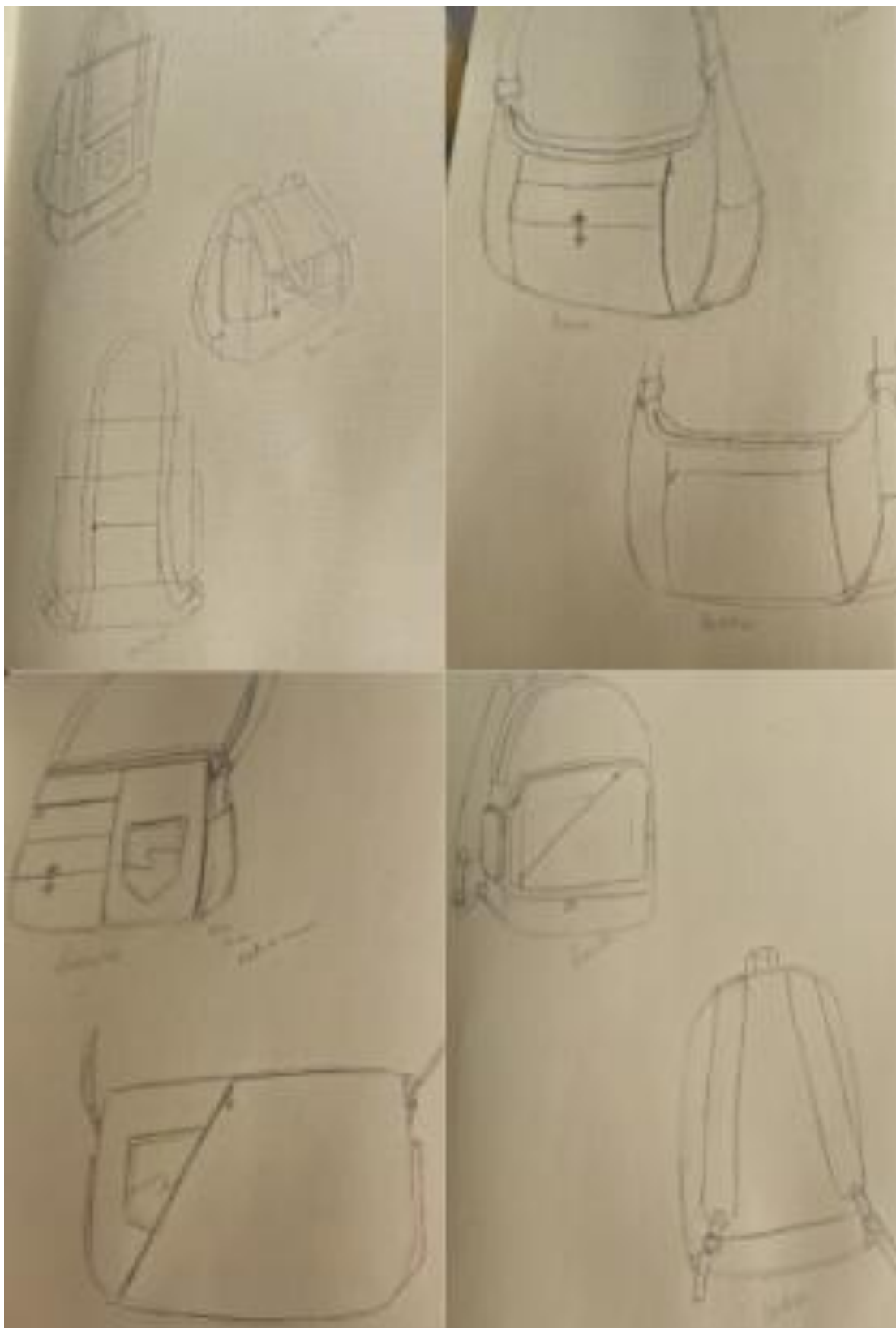


Figura 69 - Esboços Fonte: Autoria própria

9.3. Apêndice C - Fichas técnicas

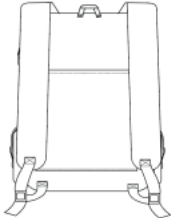
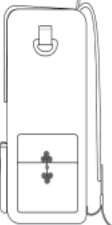
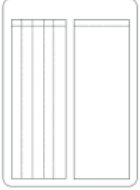
FICHA TÉCNICA					
Data de envio	23/06/2026	Nome produto	Maria	Referência Linhas	
Data de entrega	02/07/2026	Referência	#Maria01	Acabamento 1	
Fornecedor		Designer	Cristiana Nunes		
Estação	S/S 27	Gestor de Produto			
(a)Vista 3/4		(b)Vista trás		(d)Vista lateral	(e)Vista interior frente
					
		(c)Vista cima			(f)Vista interior trás
					
	Material	Descrição	Notas		
Material exterior	Ganga		(a)	(b)	(c)
Forro	Algodão				(d)
Fivela	Metal				
Fita de fecho	Poliéster				
Alamare	Poliéster				(e)
					(f)

Figura 70 - Ficha técnica Mochila Fonte: Autoria própria

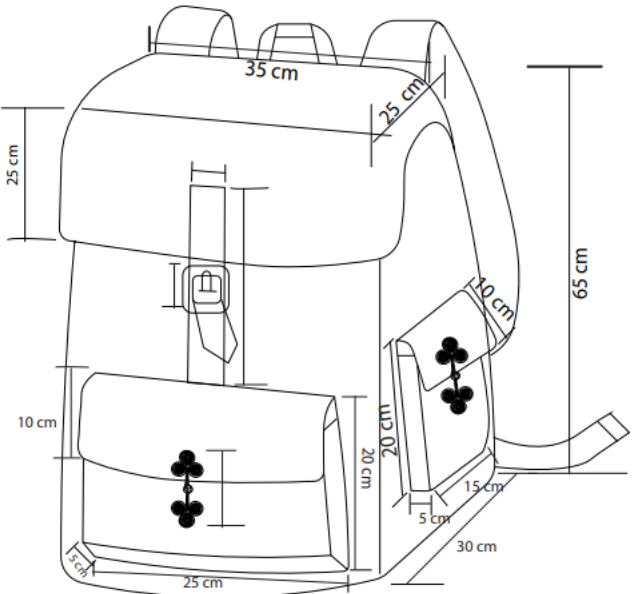
FICHA TÉCNICA					
Data de envio	23/06/2026	Nome produto	Maria	Referência Linhas	
Data de entrega	02/07/2026	Referência	#Maria01	Acabamento 1	
Fornecedor		Designer	Cristiana Nunes	Acabamento 2	
Estação	S/S 27	Gestor de Produto			
(a)Vista 3/4 com medidas					
					

Figura 71 - Ficha técnica Mochila vista $\frac{3}{4}$ Fonte: Autoria própria

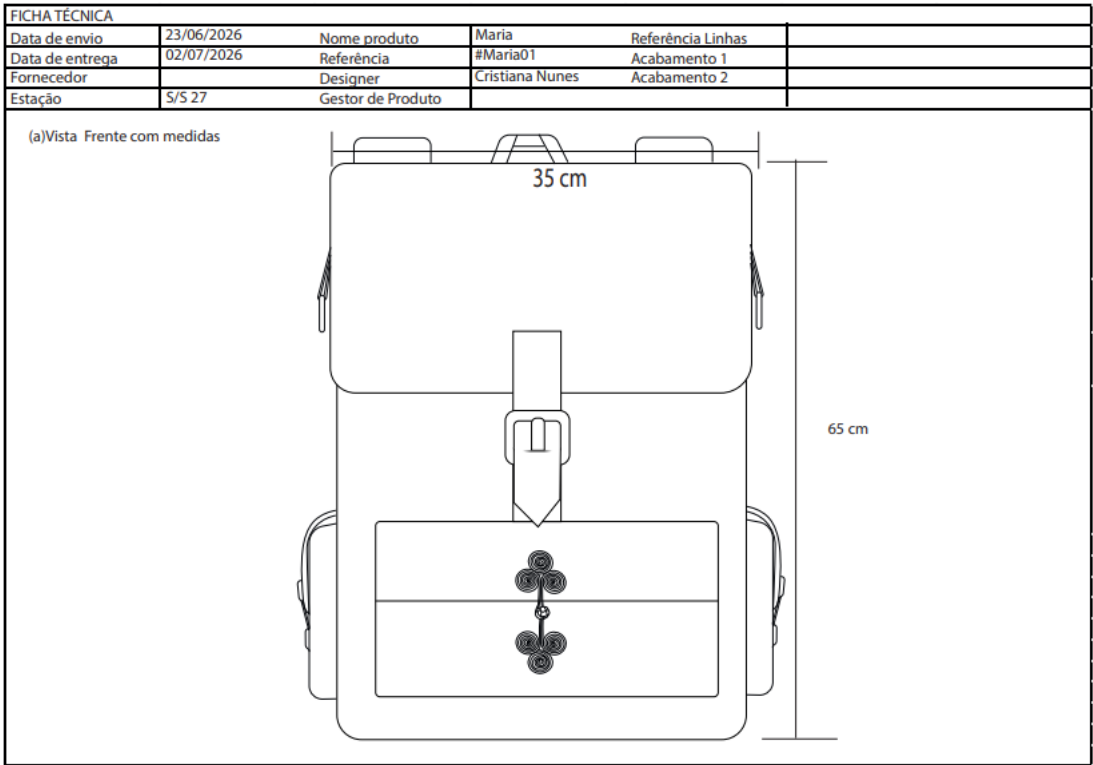


Figura 72 - Ficha técnica Mochila vista frente Fonte: Autoria própria

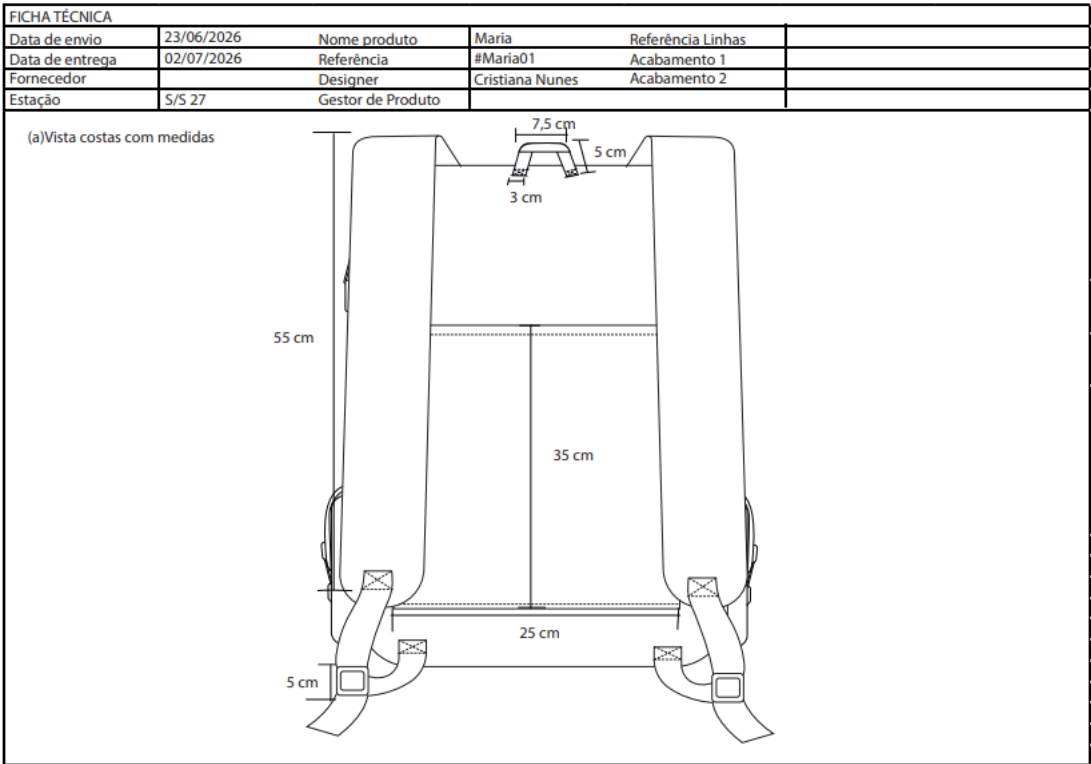


Figura 73 - Ficha técnica Mochila vista costas Fonte: Autoria própria

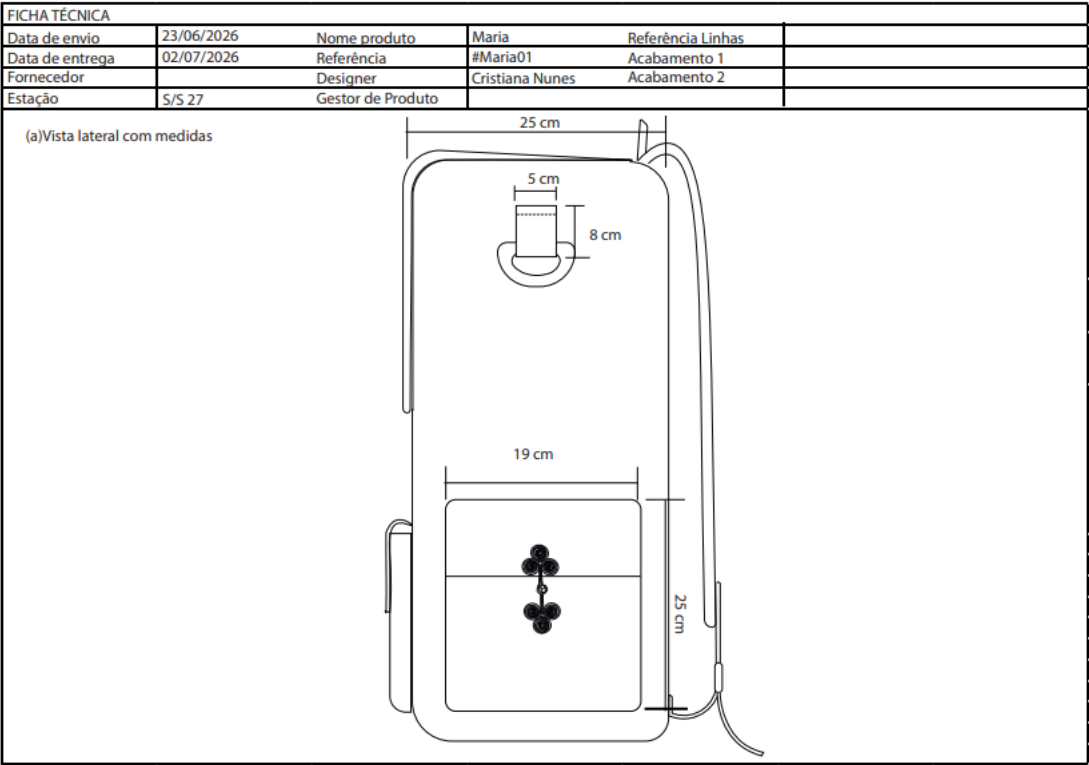


Figura 74 - Ficha técnica Mochila vista lateral Fonte: Autoria própria

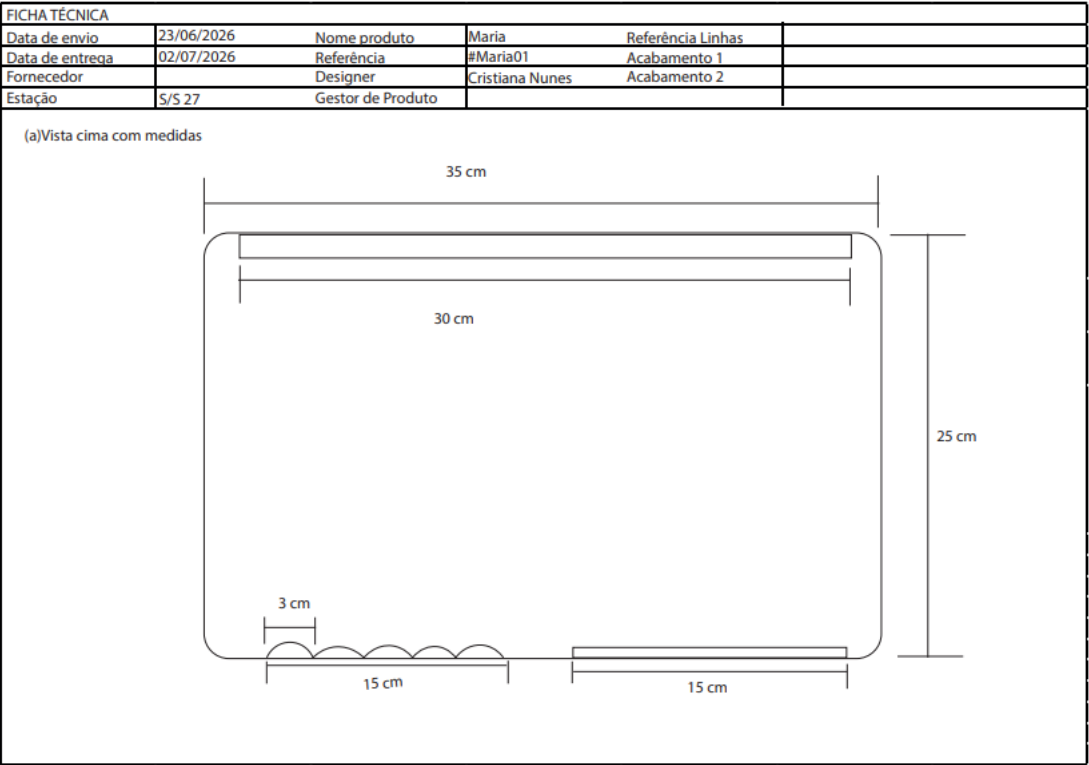


Figura 75 - Ficha técnica Mochila vista cima Fonte: Autoria própria

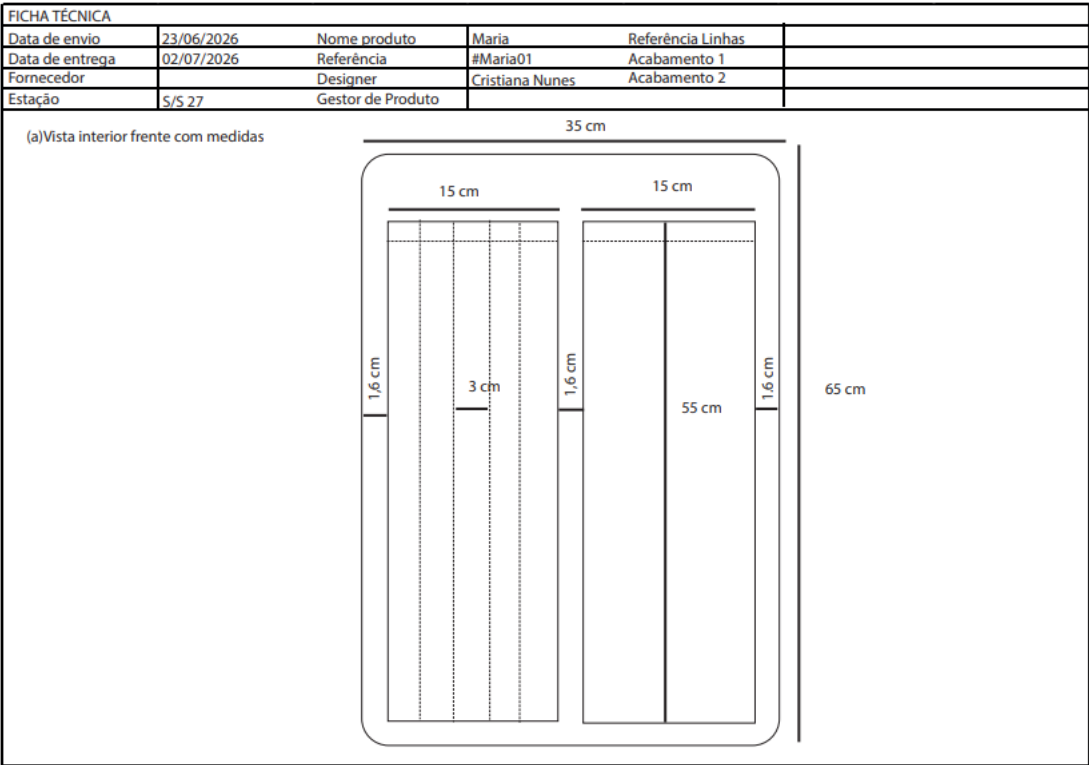


Figura 76 - Ficha técnica Mochila vista interior frente Fonte: Autoria própria

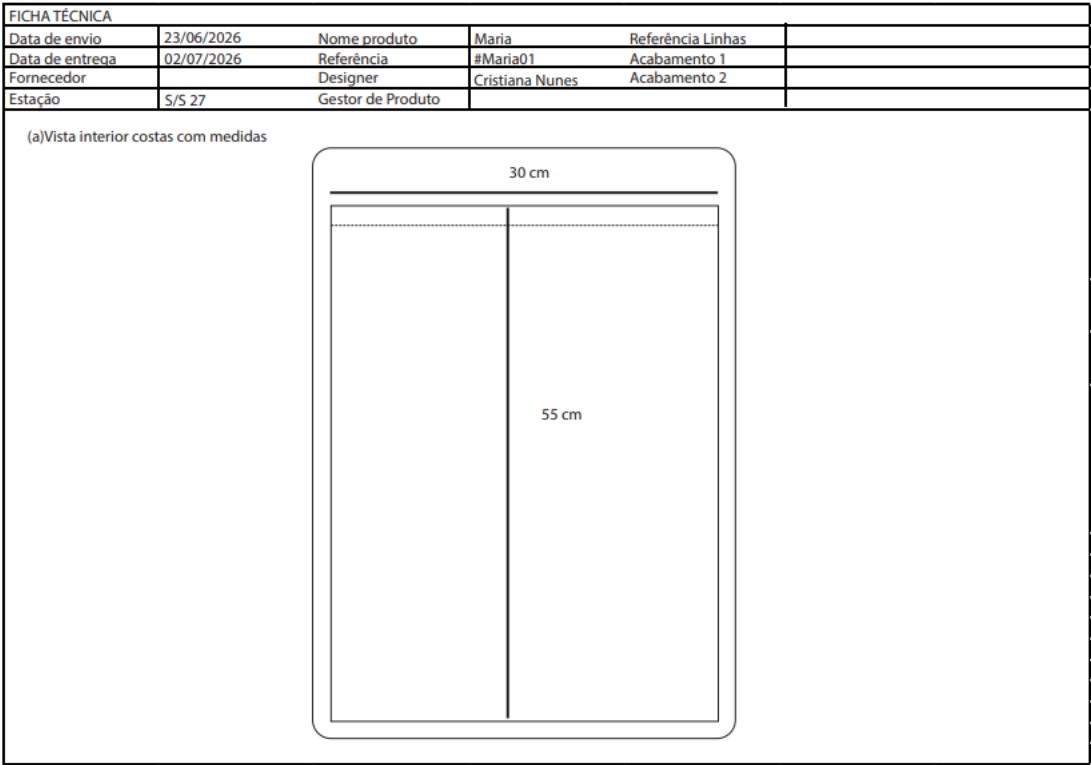
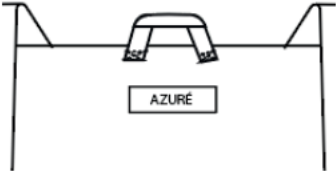


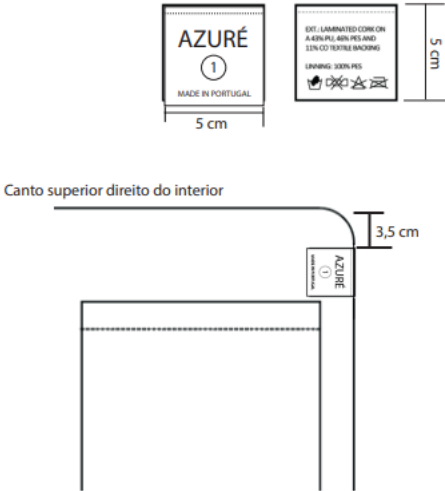
Figura 77 - Ficha técnica Mochila vista interior costa Fonte: Autoria própria

FICHA TÉCNICA					
Data de envio	23/06/2026	Nome produto	Maria	Referência Linhas	
Data de entrega	02/07/2026	Referência	#Maria01	Acabamento 1	
Fornecedor		Designer	Cristiana Nunes	Acabamento 2	
Estação	S/S 27	Gestor de Produto			

Etiquetas



Superior costas



Canto superior direito do interior

Figura 78 - Ficha técnica Mochila etiquetas Fonte: Autoria própria

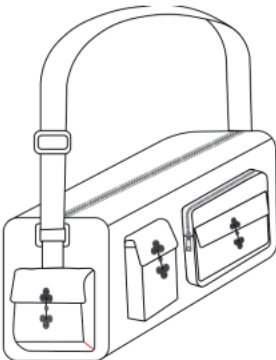
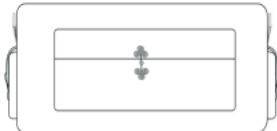
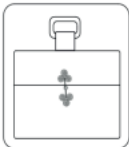
FICHA TÉCNICA					
Data de envio	23/06/2026	Nome produto	Esteves	Referência Linhas	
Data de entrega	02/07/2026	Referência	#Esteves01	Acabamento 1	
Fornecedor		Designer	Cristiana Nunes		
Estação	S/S 27	Gestor de Produto			
(a)Vista 3/4	(b)Vista trás		(d)Vista lateral	(e)Vista interior frente	
					
	(c)Vista base			(f)Vista interior trás	
					
	Material	Descrição	Notas		
Material exterior	Ganga	(a)	(b)	(c)	(d)
Forro	Algodão			(e)	(f)
Fivela	Metal				
Fita de fecho	Poliéster				
Alamares	Poliéster				

Figura 79 - Ficha técnica Crossbody Fonte: Autoria própria

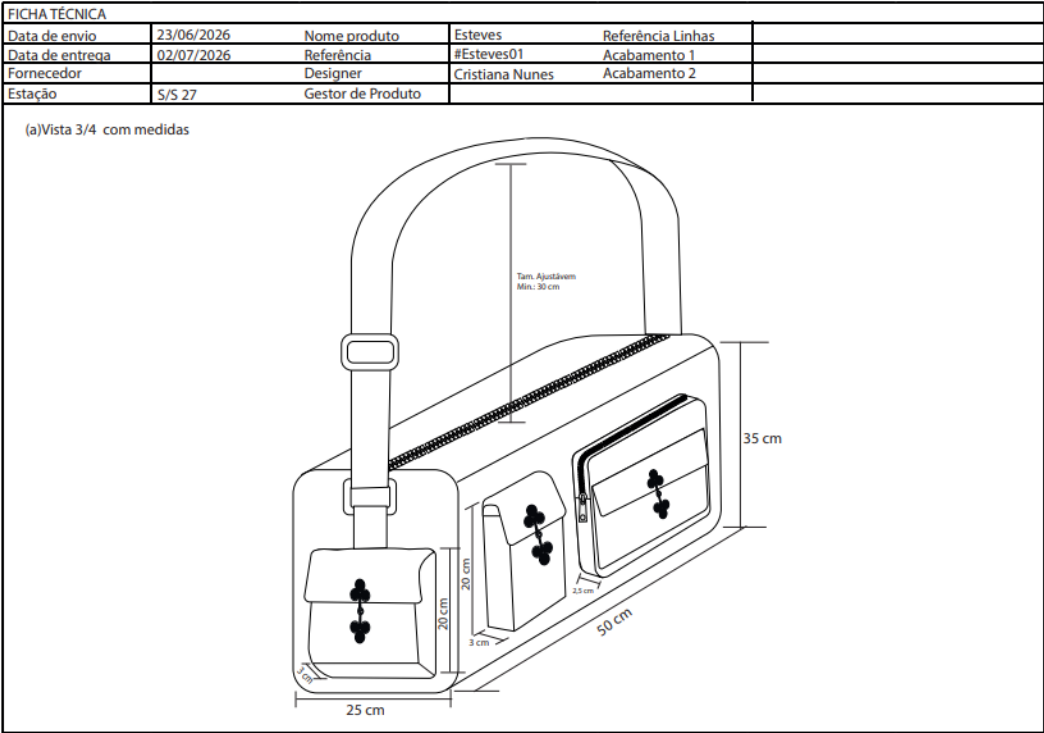


Figura 80 - Ficha técnica Crossbody vista $\frac{3}{4}$ Fonte: Autoria própria

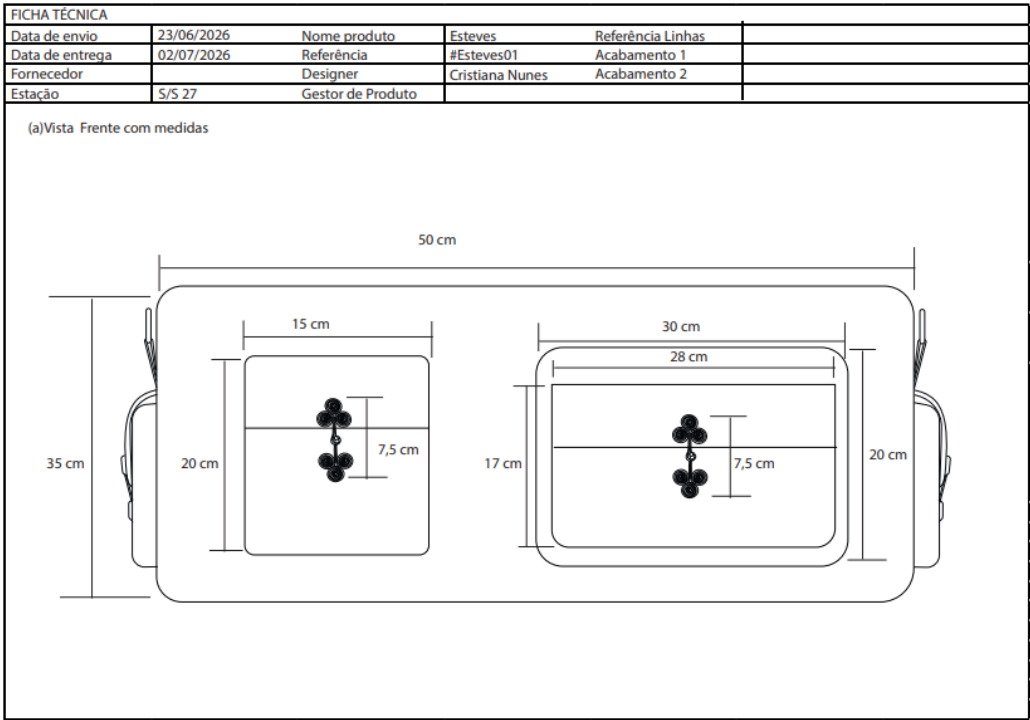


Figura 81 - Ficha técnica Crossbody vista frente Fonte: Autoria própria

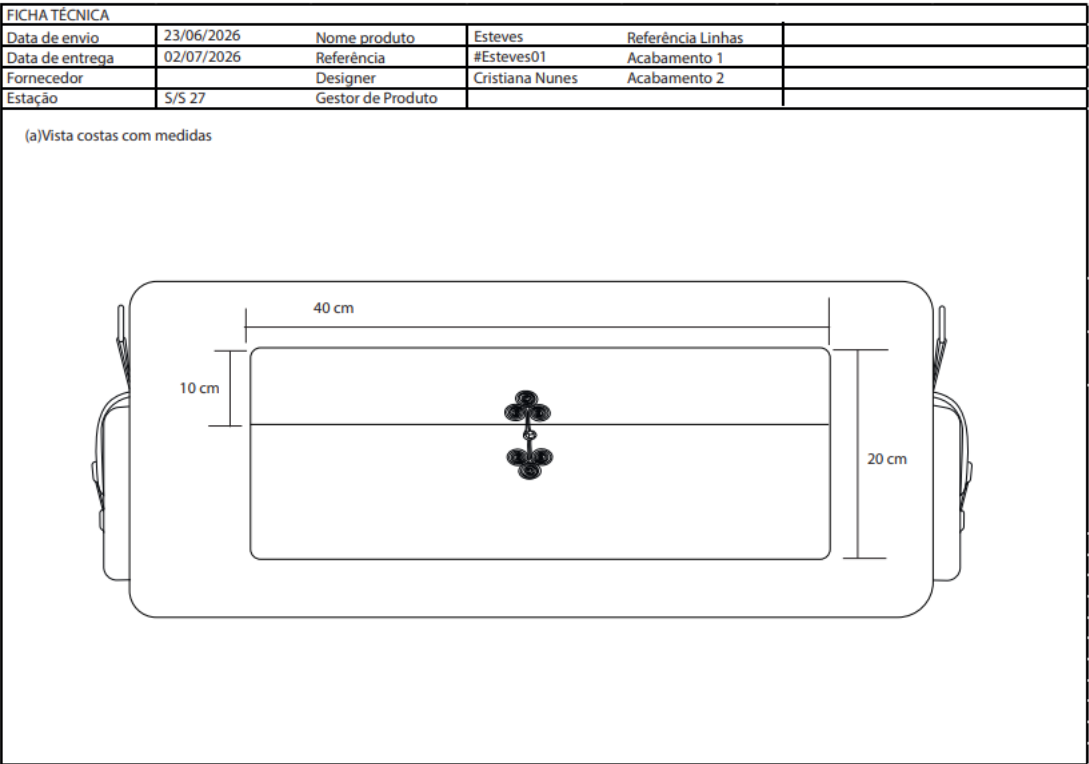


Figura 82 - Ficha técnica Crossbody vista costas Fonte: Autoria própria

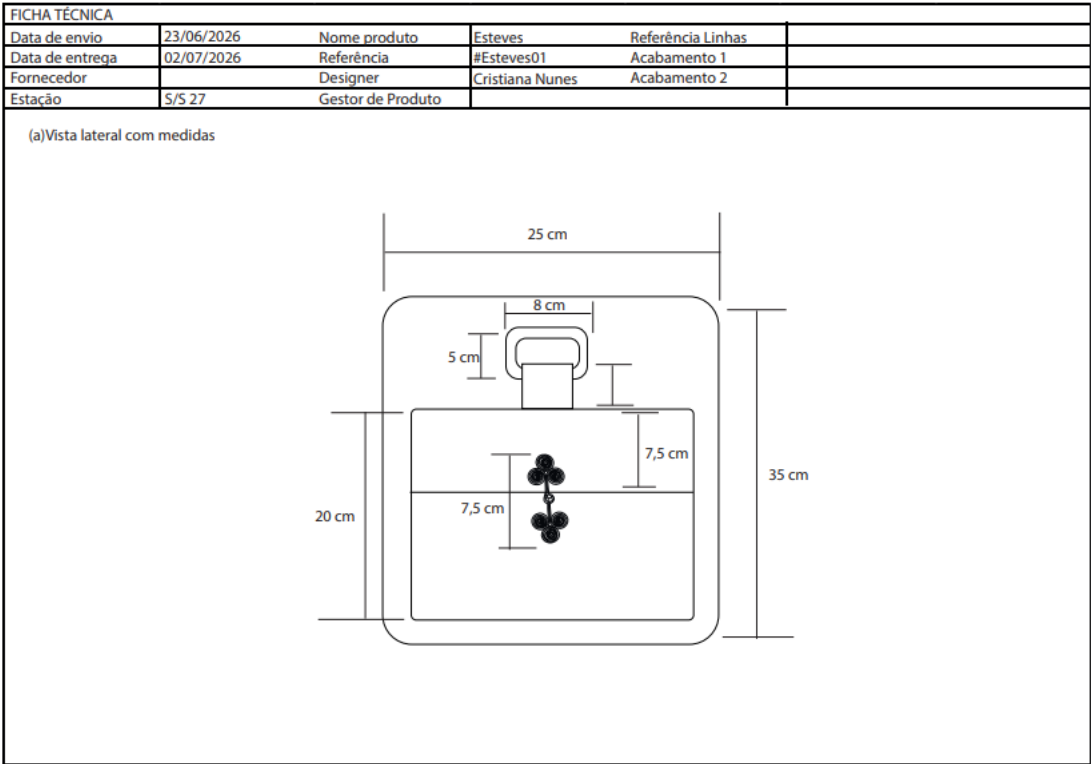


Figura 83 - Ficha técnica Crossbody vista lateral Fonte: Autoria própria

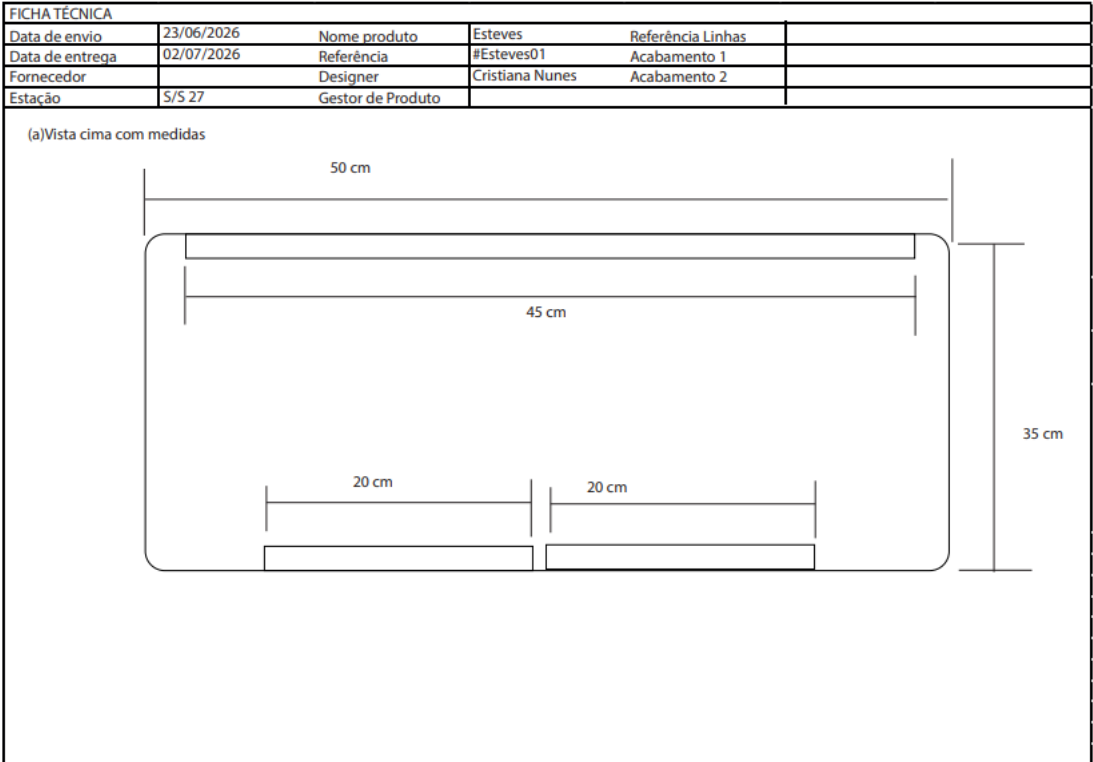


Figura 84 - Ficha técnica Crossbody vista cima Fonte: Autoria própria

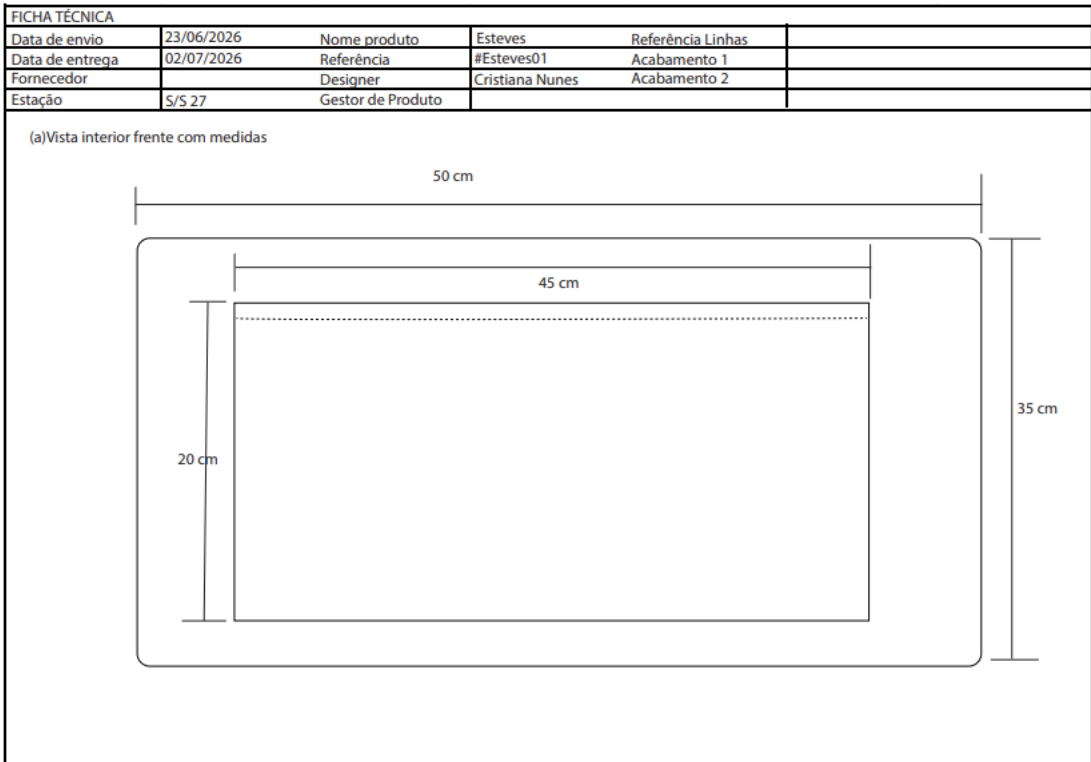


Figura 85 - Ficha técnica Crossbody vista interior frente Fonte: Autoria própria

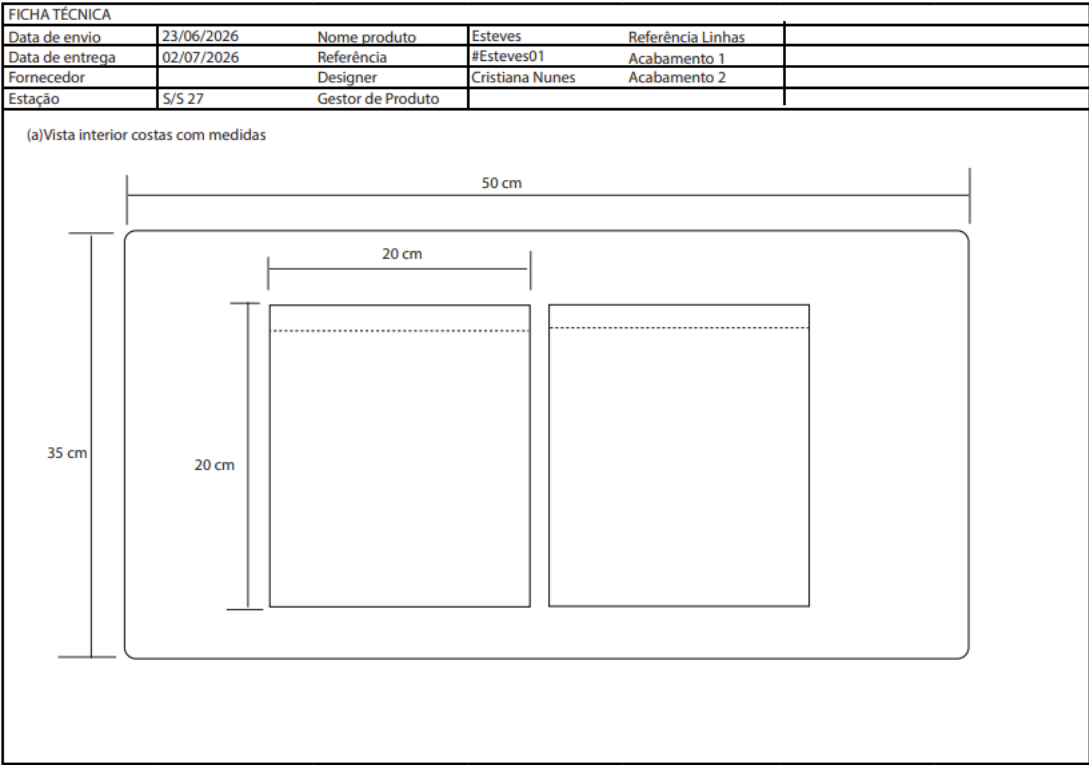


Figura 86 - Ficha técnica Crossbody vista interior costas Fonte: Autoria própria

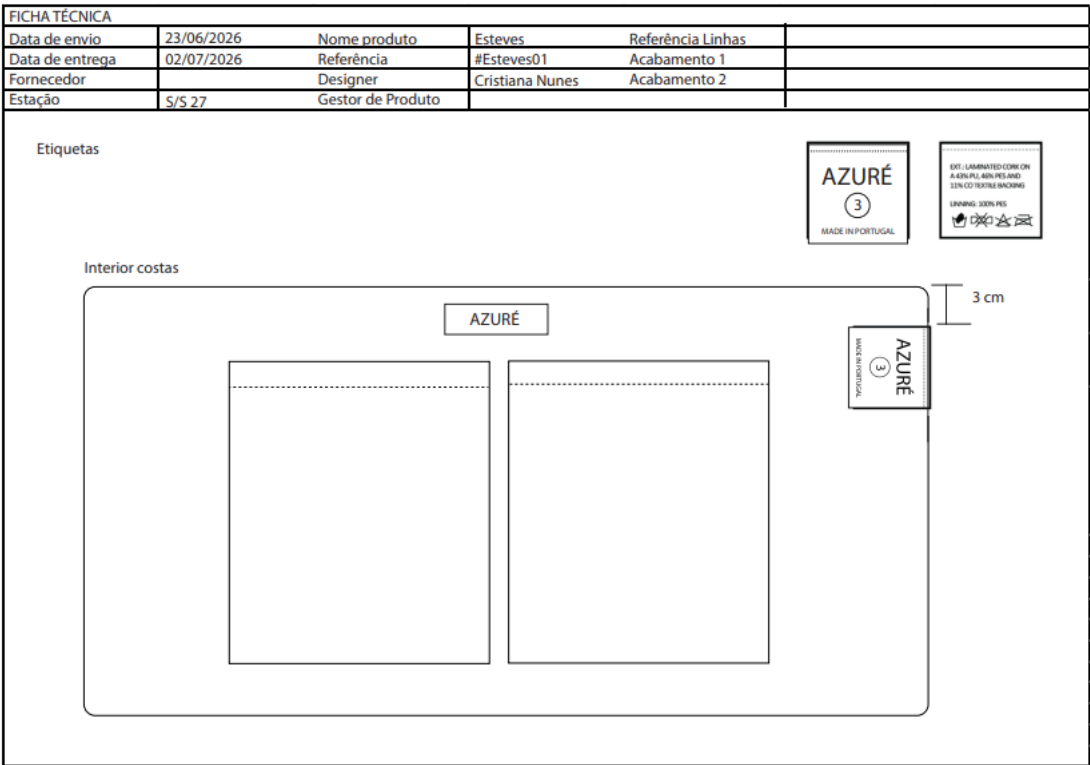


Figura 87 - Ficha técnica Crossbody etiquetas Fonte: Autoria própria

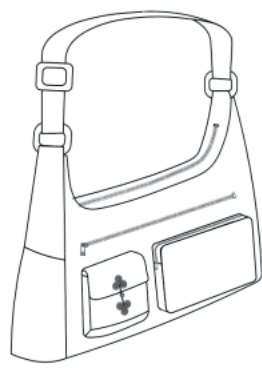
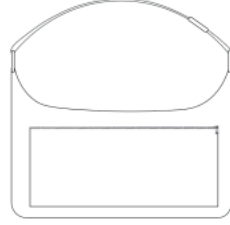
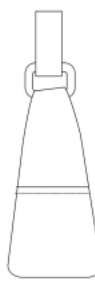
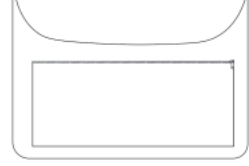
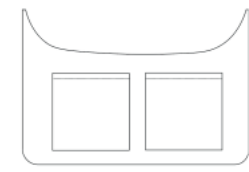
FICHA TÉCNICA					
Data de envio	23/06/2026	Nome produto	Cora	Referência Linhas	
Data de entrega	02/07/2026	Referência	#Cora01	Acabamento 1	
Fornecedor		Designer	Cristiana Nunes		
Estação	S/S 27	Gestor de Produto			
(a)Vista 3/4		(b)Vista trás		(d)Vista lateral	(e)Vista interior frente
					
		(c)Vista base			(f)Vista interior trás
					
	Material	Descrição	Notas		
Material exterior	Ganga		(a)	(b)	(c)
Forro	Algodão				(d)
Fivela	Metal				
Fita de fecho	Poliéster				
Alamares	Poliéster				
					(e)
					(f)

Figura 88 - Ficha técnica Crossbody Fonte: Autoria própria

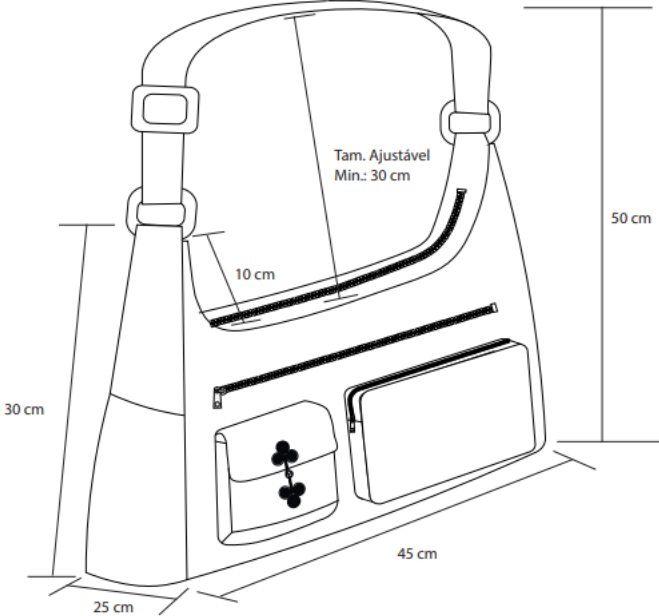
FICHA TÉCNICA					
Data de envio	23/06/2026	Nome produto	Cora	Referência Linhas	
Data de entrega	02/07/2026	Referência	#Cora01	Acabamento 1	
Fornecedor		Designer	Cristiana Nunes	Acabamento 2	
Estação	S/S 27	Gestor de Produto			
(a)Vista 3/4 com medidas					
					

Figura 89 - Ficha técnica Crossbody vista ¾ Fonte: Autoria própria

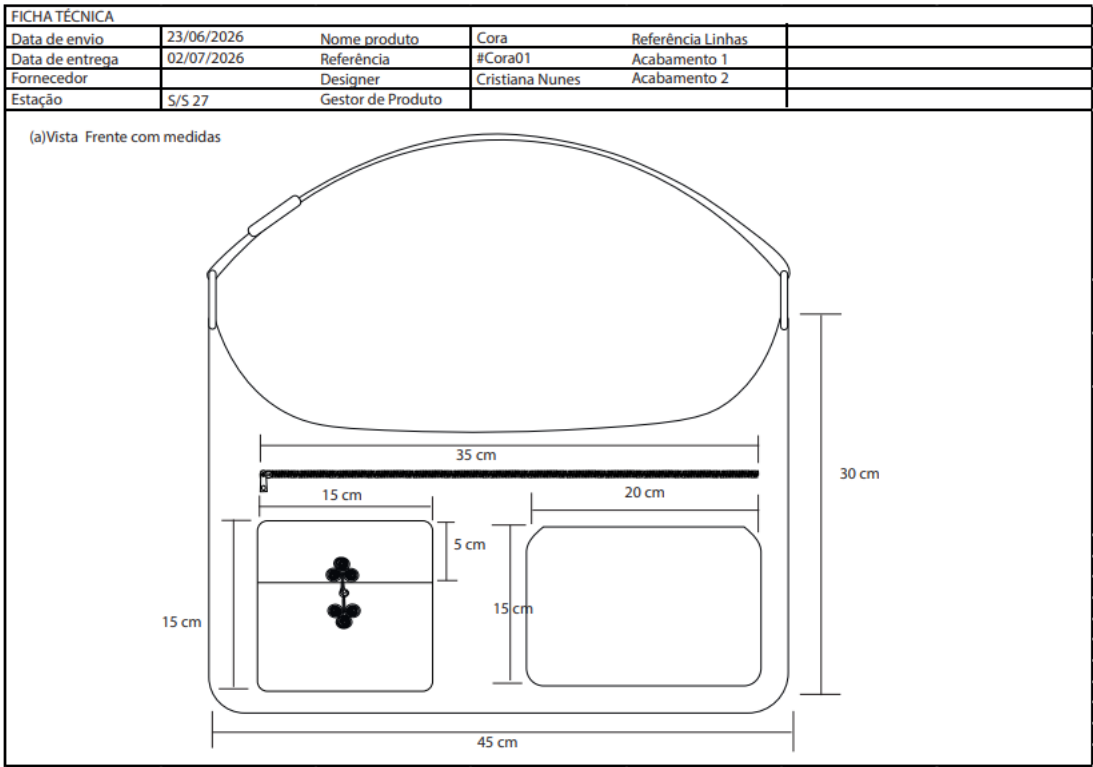


Figura 90 - Ficha técnica Crossbody vista frente Fonte: Autoria própria

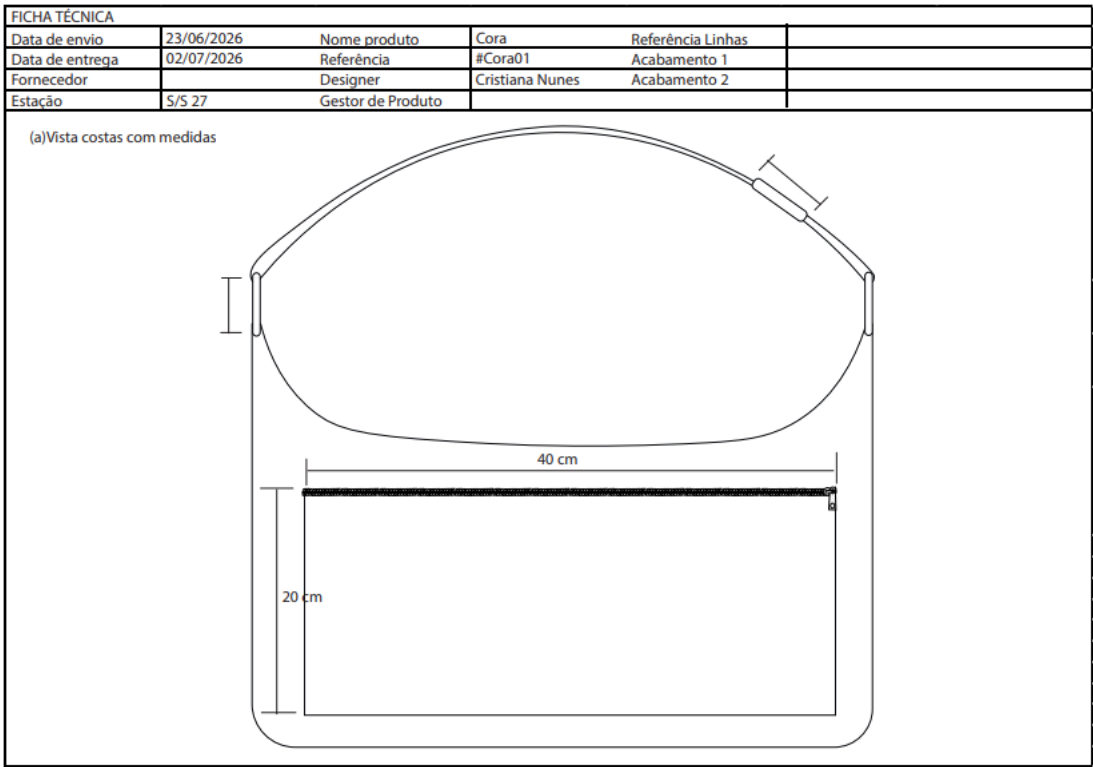


Figura 91 - Ficha técnica Crossbody vista costas Fonte: Autoria própria

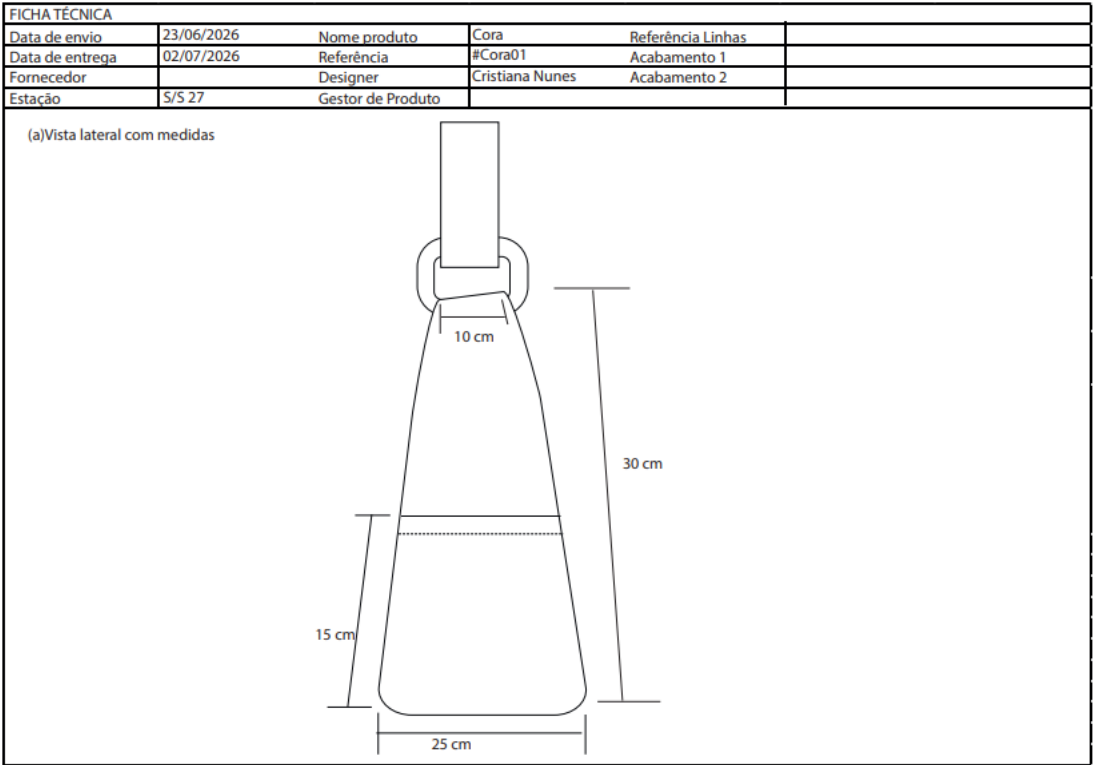


Figura 92 - Ficha técnica Crossbody vista lateral Fonte: Autoria própria

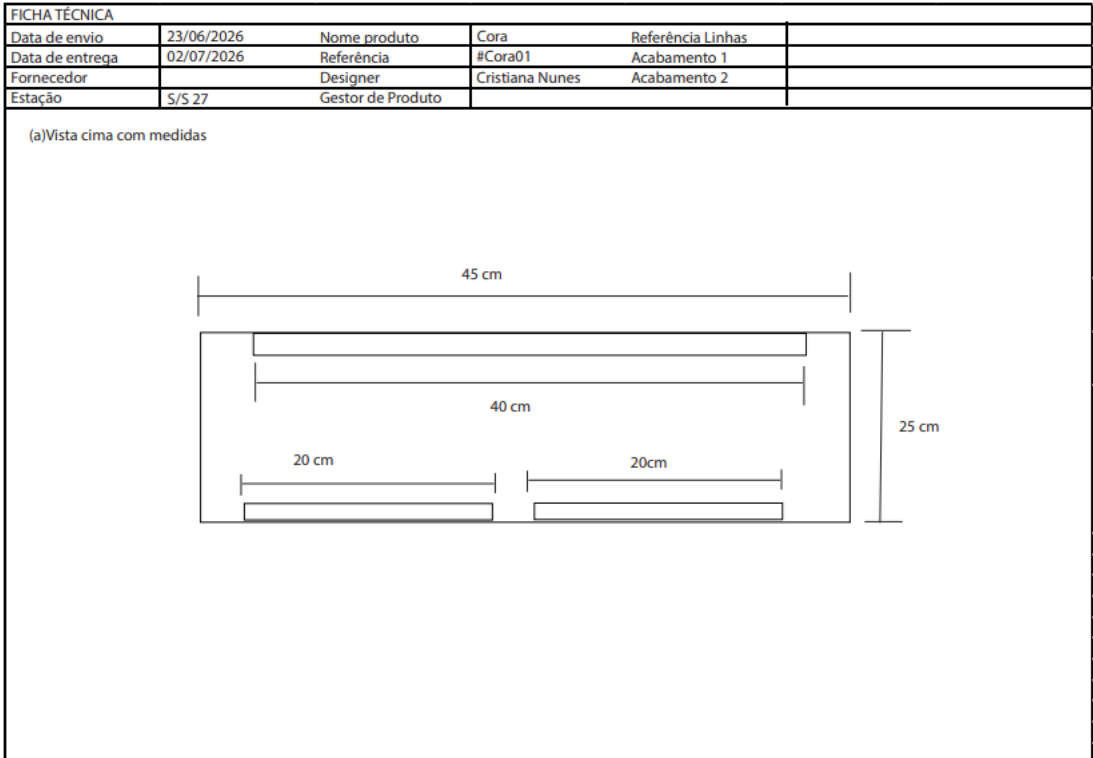


Figura 93 - Ficha técnica Crossbody vista cima Fonte: Autoria própria

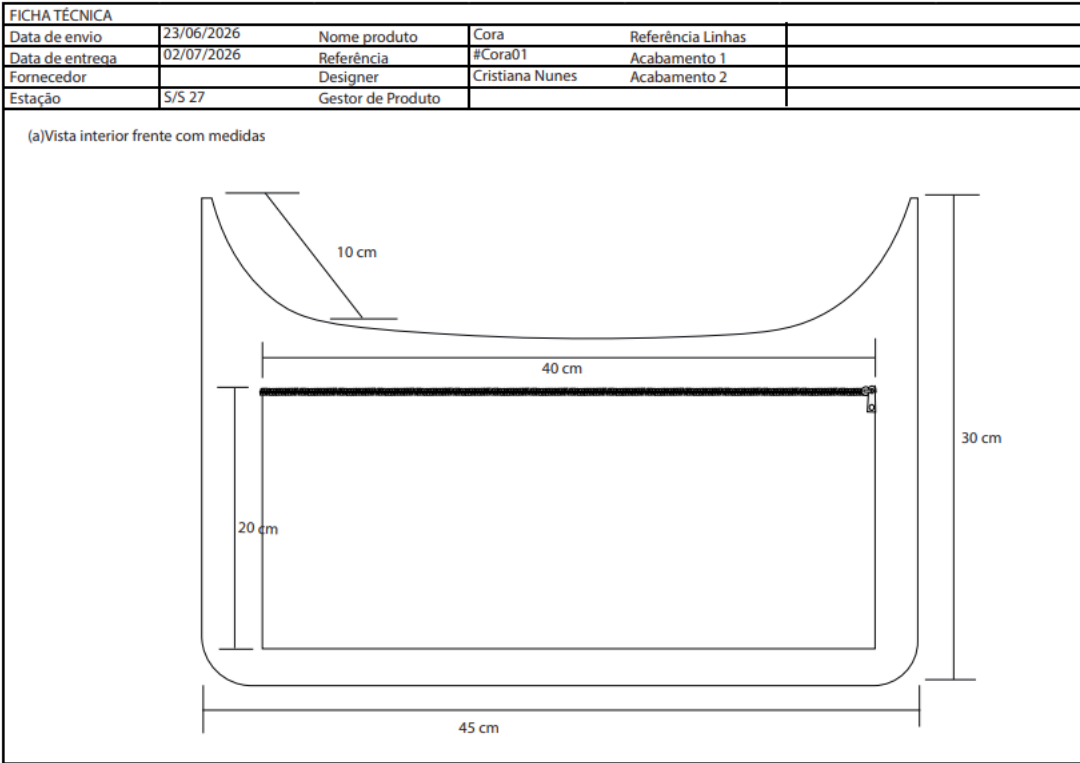


Figura 94 - Ficha técnica Crossbody vista interior frente Fonte: Autoria própria

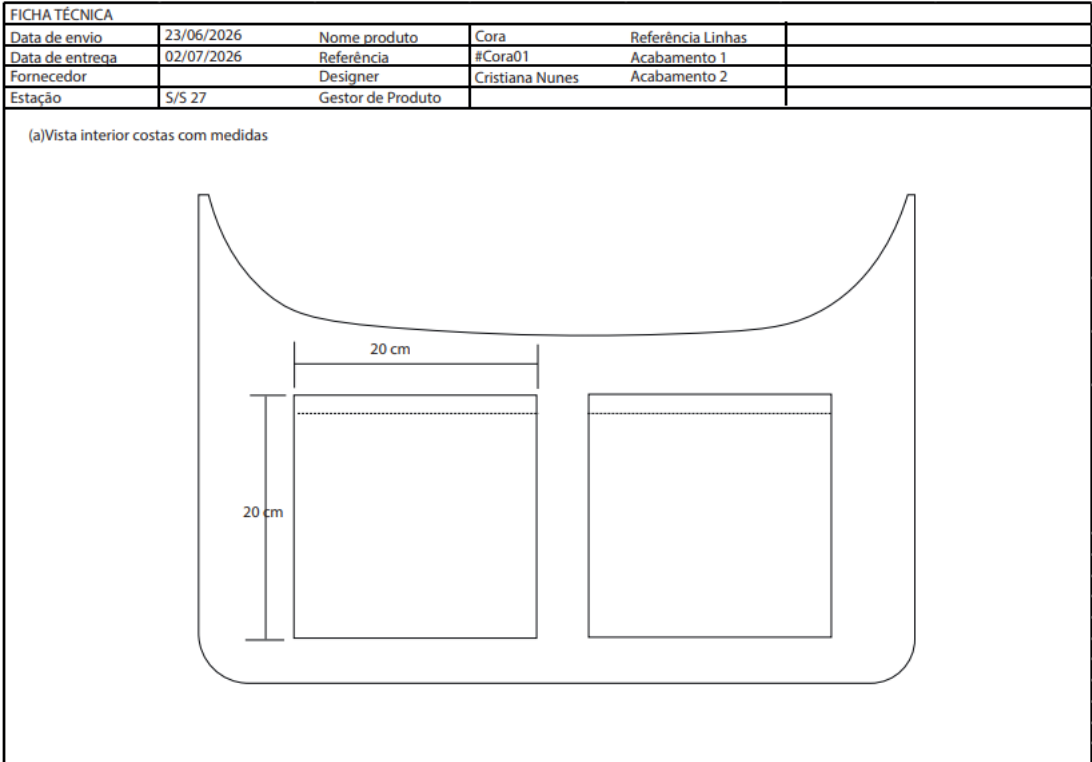


Figura 95 - Ficha técnica Crossbody vista interior costas Fonte: Autoria própria

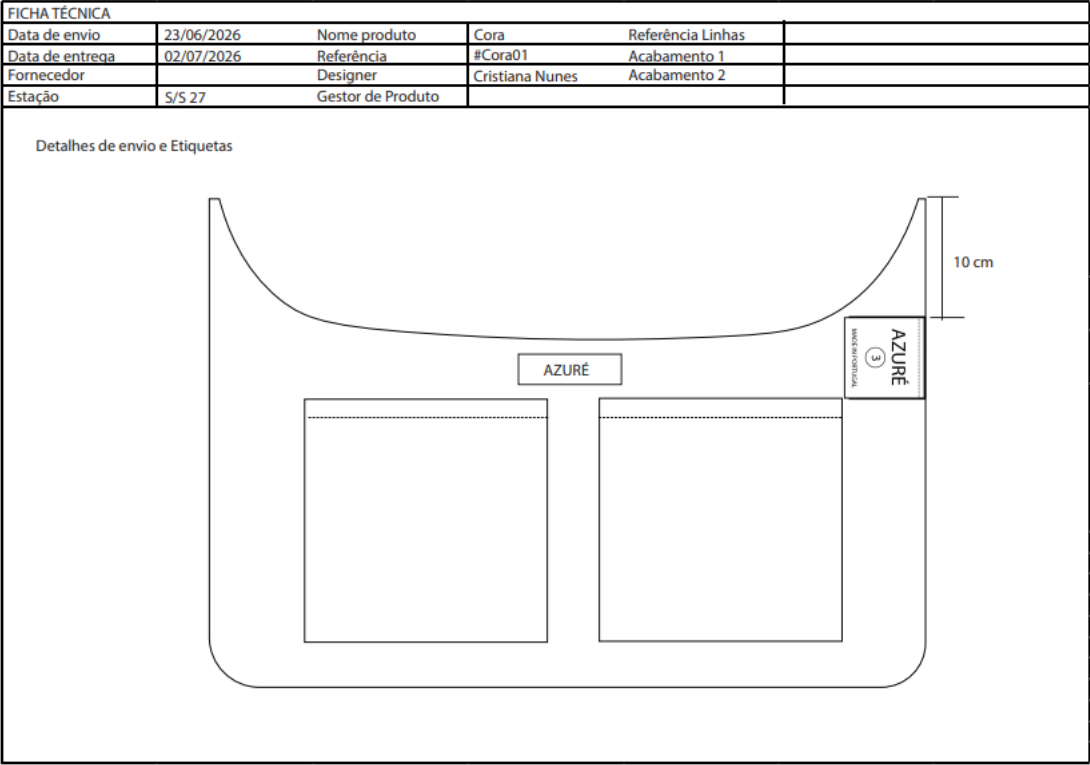


Figura 96 - Ficha técnica Crossbody etiquetas Fonte: Autoria própria

10. Anexos

10.1. Anexo A - Tabelas - Sustentabilidade e *Upcycling*

Tabela 5 - Gráfico de poluição emitida pela indústria da moda

