

INSTITUTO POLITÉCNICO DE VIANA DO CASTELO

ESTG

O DESIGN ENTRE A TRADIÇÃO E A INOVAÇÃO NO DESENVOLVIMENTO DE ACESSÓRIOS DE MODA

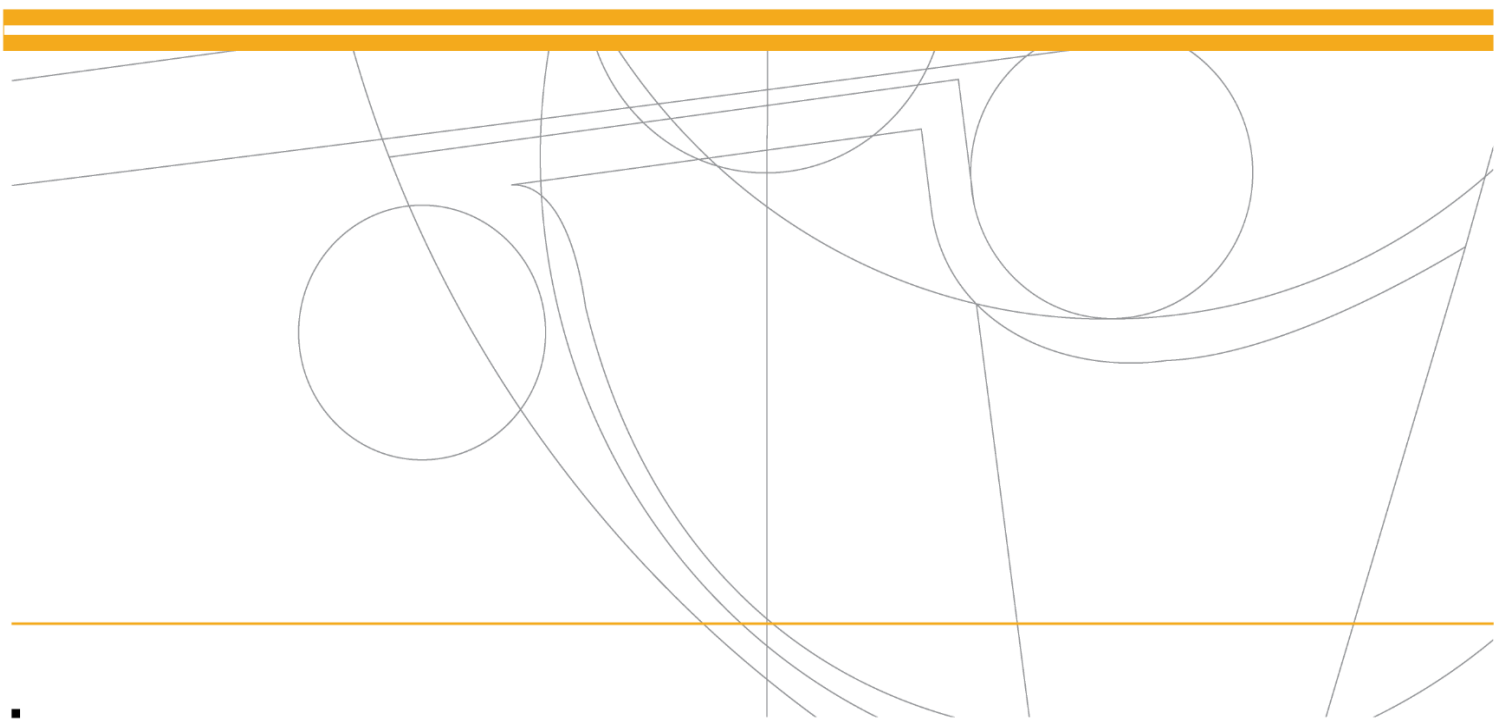
2023



INSTITUTO POLITÉCNICO DE VIANA DO CASTELO

O DESIGN ENTRE A TRADIÇÃO E A INOVAÇÃO NO DESENVOLVIMENTO DE ACESSÓRIOS DE MODA

Luana Maria Barbosa Silva



Escola Superior de Tecnologia e Gestão



**INSTITUTO POLITÉCNICO
DE VIANA DO CASTELO**

Luana Maria Barbosa Silva

**O DESIGN ENTRE A TRADIÇÃO E A INOVAÇÃO
NO DESENVOLVIMENTO DE ACESSÓRIOS DE MODA**

Nome do Curso de Mestrado
Design Integrado

Trabalho efetuado sob a orientação de
Professora Doutora Liliana Soares
e Professor Especialista Ricardo Cabral

Fevereiro de 2023

MEMBROS DO JÚRI

Presidente:

Professor Doutor Luís Miguel Gomes da Costa Ferraz Mota

Professor Adjunto da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Viana do Castelo

Vogal:

Professora Doutora Maria de Fátima Teixeira Pombo

Professora Associada com Agregação da Universidade de Aveiro

Vogal:

Liliana C. Marques Soares e Aparó

Professora Adjunta da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Orientadora

AGRADECIMENTOS

Para a realização desta dissertação de mestrado contei com o apoio de pessoas muito importantes que me incentivaram diariamente e que sem eles poderia não ter chegado aqui, a vocês estarei eternamente grata.

Antes de tudo, gostaria de salientar os meus sinceros agradecimentos aos meus orientador e coorientador, Professora Doutora Liliana Soares e Professor Especialista Ricardo Cabral, pela paciência, dedicação, persistência e principalmente pela oportunidade que me deram de criar esta equipa fantástica. A vocês, o meu sincero obrigado por todas as palavras e por toda a aprendizagem que me deram e que continuam a dar todos os dias.

Aos meus pais, Paula e Joaquim que sempre lutaram para que eu tivesse uma boa educação, que sempre me ensinaram e deram os bons conselhos para que erguesse sempre a cabeça mesmo não sendo motivo para festejar. Obrigada por todo o amor, carinho e dedicação, por me tornarem uma pessoa feliz e realizada, espero que se sintam orgulhosos de mim. Serão para sempre os meus guerreiros.

Ao meu irmão, Bruno agradeço-te pelo amor nas ações, pela lealdade e por acreditares em mim. Agradeço-te também por me chateares nos momentos menos oportunos, em quarenta por cento das vezes ainda deu para aliviar o stress.

Um agradecimento especial ao meu melhor-amigo, companheiro e namorado, João David, que foi compreensivo nos momentos de stress e me motivou sempre a continuar esta jornada, que sempre me reconfortou com palavras de força, abraços apertados e apoio psicológico, a ti por seres a manta do meu coração o meu eterno obrigada.

A Glória Oliveira, a Nancy Oliveira, a Fernanda e Susana Antunes e o Fernando Rei, pessoas que não poderia deixar de referir, pela vossa dedicação, tempo e paciência que tiveram comigo ao longo desde processo de trabalho, de vocês levo os melhores ensinamentos para a vida. Vocês que são pessoas que deram com o coração, que ajudam sem esperar receber em troca, um agradecimento muito especial, levo-vos para sempre no meu coração.

À Camara Municipal de Vila Verde e às restantes entidades envolvidas no projeto, fica o meu sincero obrigada, sem vocês este projeto não se tinha concretizado.

Para finalizar, um enorme obrigada a todos os familiares e amigos que me ajudaram diretamente ou indiretamente nesta conquista. Vocês que me deram força, coragem e não me deixaram desistir, obrigada pela vossa amizade, hoje compartilho esta vitória convosco!

Obrigada.

RESUMO

Este estudo tem como propósito comprovar em que medida o processo criativo entre a tradição e a inovação pode ser determinante para o desenho e o desenvolvimento de novos produtos de acessórios de moda veiculadores de cultura. A investigação desenvolve-se a partir de hipóteses de projeto que consideram o conceito de Design Chão (Costa, 1998) e a noção de Sistema Produto (Zurlo, 2003) como possibilidades para alcançar produtos com significado para a vida das pessoas.

De igual modo, a presente investigação beneficia do conceito de Design Comprometido (Costa, 1998), responsabilizando-se a criar ligações com agentes de natureza diferente, mas do mesmo lugar, estimulando a sustentabilidade do tecido empresarial local. Nomeadamente, este estudo tira partido de parcerias com a Câmara Municipal de Vila Verde, no Norte de Portugal e com outras entidades como, por exemplo, ateliers de costura, lojas locais e empresas com contactos que forneceram apoio ou materiais para a realização deste projeto.

Em termos metodológicos utiliza-se uma metodologia mista, não intervencionista e intervencionista, qualitativa e quantitativa, combinada no método do Co-Design (Zamenopoulos, Alexiou, 2018) e, por esta razão, dividida em quatro fases distintas – a procura, o conhecimento e o significado; as reflexões; as ideias futuras; e a prototipagem das ideias e conceitos. No desenrolar do projeto a parte colaborativa assenta na realização de inquéritos realizados a residentes e visitantes de Vila Verde, bem como as visitas feitas às bordadeiras, associadas ao espaço Namorar Portugal, desenvolvendo um enriquecimento em experiências culturais.

Finalizando, o resultado deste processo provoca a geração de experiências de emoção e conhecimento. Por um lado, desenvolvendo produtos de acessórios de moda veiculadores da cultura local. Por outro lado, trabalhando com diferentes parceiros e testando os produtos finais com as pessoas.

Com esta investigação espera-se demonstrar que a criação de ligações entre o passado e o presente, à luz dos novos desenvolvimentos, pode ser uma oportunidade para gerar novos produtos com significado e, eventualmente, provocar a sustentabilidade e a inovação.

PALAVRAS-CHAVE: Tradição e Inovação; Design Comprometido; Acessórios de Moda; Co-Design; Sistema Produto; Design Experiência.

ABSTRACT

This study aims to prove to what extent the creative process between tradition and innovation can be decisive for the design and development of new fashion accessory products that convey culture. The investigation is developed from project hypotheses that consider the concept of Design Floor (Costa, 1998) and the notion of Product System (Zurlo, 2003) as possibilities to achieve products with meaning for people's lives.

Likewise, the present investigation benefits from the concept of Committed Design (Costa, 1998), taking responsibility for creating connections with agents of a different nature, but from the same place, stimulating the sustainability of the local business fabric. Namely, this study takes advantage of partnerships with the Municipality of Vila Verde, in the North of Portugal and with other entities such as, for example, sewing ateliers, local stores and companies with contacts that provided support or materials for the realization of this project.

In methodological terms, a mixed methodology is used, non-interventionist and interventionist, qualitative and quantitative, combined in the Co-Design method (Zamenopoulos, Alexiou, 2018) and, for this reason, divided into four distinct phases – the search, the knowledge and the meaning; the reflections; future ideas; and the prototyping of ideas and concepts. During the project, the collaborative part is based on surveys carried out to residents and visitors to Vila Verde, as well as visits to embroiderers, associated with the Namorar Portugal space, developing an enrichment in cultural experiences.

Finally, the result of this process causes the generation of experiences of emotion and knowledge. On the one hand, developing fashion accessory products that convey the local culture. On the other hand, working with different partners and testing the final products with people.

With this investigation it is expected to demonstrate that the creation of connections between the past and the present, in the light of new developments, can be an opportunity to generate new products with meaning and, eventually, to provoke sustainability and innovation.

KEYWORDS: Tradition and Innovation; Committed Design; Fashion accessories; Co-Design; Product System; Design Experience.

LISTA DE ABREVIATURAS/SIGLAS

ESTG – Escola Superior de Tecnologia e Gestão

IPVC – Instituto Politécnico de Viana do Castelo

CMVV – Câmara Municipal de Vila Verde

GLOSSÁRIO

Artesanato: é o trabalho manual produzido pelo artesão.

Artesão: é um indivíduo que exerce uma arte manual.

Co-Design: dentro do Co-Design existem mecanismos que são processos, métodos e ferramentas que auxiliam as pessoas a envolverem-se nas atividades de design avançando passo a passo desenvolvendo uma compreensão da situação e das suas necessidades, valores e ideias, desenvolvendo soluções que possam moldar o futuro.

Em suma, é um processo criativo que relaciona diferentes atores de áreas distintas, que têm o mesmo objetivo, e sem hierarquizar. Ou seja, todos os intervenientes são importantes para o processo.

Design-Chão: “(...) que vá ao encontro das necessidades reais de uso e de fruição, que na prática considere a função como qualidade intrínseca dos objetos e os torne formalmente representativos do seu tempo; que pondere o que deve ser duradouro ou obsoleto e abranja as produções artesanais e industriais” (DA COSTA, 1998: 61).

Design Comprometido: que se insere no sentido de recuperação e de sustentabilidade dos setores que se encontram em decadência, sendo assim uma forma de solução para assegurar a sobrevivência destas artes, garantindo também os postos de trabalho.

Design Didático: que promove a participação de artesãos e criação de desenhos comunicativos.

Fruição: é o ato de desfrutar de algo com prazer, como se tratasse de uma posse.

Hobby: é uma palavra de origem inglesa, que nos remete para uma atividade que serve como uma ocupação ou um passatempo.

Protótipo: é um primeiro exemplar de algum produto, este serve como um modelo de experimentação para depois se avançar para a produção do mesmo.

Semiótica no design: utiliza a aplicação de signos e símbolos como um meio de comunicação para facilitar a interpretação de atividades que podem estar presentes no nosso quotidiano.

Sistema de rede territorial: é uma rede que abrange um conjunto de empresas parceiras conforme o território onde se pretende trabalhar, no nosso caso

juntamos uma rede territorial a norte de Portugal, entre os distritos de Viana do Castelo e Braga.

Sistema Produto: “o sistema produto é também um sistema de significação: o consumidor não compra um produto porque tem qualidade, mas porque compartilha um sistema de valores que a empresa, através do sistema produto, conseguiu comunicar-lhe.” (Zurlo, 2003: 8).

Sustentabilidade: O termo sustentável tem vários significados: “1) quando um produto depende apenas de si para viver (auto-sustentável). 2) quando a palavra ‘sustentável’ se relaciona com a disciplina do design (design sustentável) significa que o design, com as suas qualidades de gestão, tem a capacidade para se relacionar com outras disciplinas para agir. 3) Quando a palavra ‘sustentável’ se relaciona com o termo metodologia (metodologia sustentável) significa que a maneira de agir é hermenêutica. 4) Quando a palavra ‘sustentável’ se relaciona com a disciplina da estética (sustentabilidade estética ou emoção sustentável) significa que a interação que o utilizador tem com o produto serve-lhe de alimento espiritual ou intelectual. 5) Quando a palavra ‘sustentável’ se relaciona com o empreendedorismo (vantagem sustentável) trata-se de uma ação fundamentada na mudança para poder sobreviver no mercado e eventualmente, poder competir.” (Soares, 2012: 398).

Tipologias: é uma classificação de estudos/objetos, onde identificamos diferentes partes de acordo com as características que os sustentem e depois escolhemos a tipologia de acordo com o que pretendemos trabalhar.

Tradição: são costumes e valores que são transmitidos às gerações mais novas com o intuito destes darem continuidade aos dogmas incutidos.

ÍNDICE

I. Objeto de Estudo	25
II. Problemática do trabalho	26
III. Limites do trabalho	27
IV. Justificação da relevância do trabalho	28
V. Questão de Investigação	29
VI. Hipótese de Investigação	29
VI. Objetivo geral do trabalho	29
VII. Objetivos específicos	29
VIII. Metodologia	30
IX. Faseamento do Estudo	33
X. Benefícios da metodologia	34
Primeira Parte: A procura, o conhecimento e o significado	36
1. O conceito de Design-Chão para desenhar e desenvolver um novo produto de acessório de moda	36
2. O Sistema Produto como estratégica veiculadora de significado e experiência	37
3. Casos de Estudo	39
3.1. Caso de Estudo Gucci Jackie 1961 handbag	39
3.2. Caso de Estudo Boy Chanel 2011.....	42
4. Considerações.....	46
Segunda Parte: Reflexões	47
1. Trabalho de Campo: Inquérito	47
1.2. Análise dos inquéritos realizados	48
1.3. Considerações.....	59
2. Trabalho de Campo: Procura de parceiros.....	62
2.1. Apresentação dos parceiros	62
2.2. Considerações.....	64
3. Trabalho de Campo: Levantamento das entidades parceiras	65
3.1. A empresa Tearte	65
3.2. Gô Atelier	68
3.3. Namorarte.....	71
3.4. F. Antunes Lda	73
3.5. Sistema de rede territorial criado.....	75
4. Considerações para ideias futuras	77
Terceira Parte: Ideias Futuras	79
1. Geração de Ideias	79
2. Hipóteses de projeto.....	81

3. Experiências	83
4. Projeto	90
Quarta Parte: Prototipagem das ideias e conceitos.....	97
1. Protótipo	97
2. Criação do sistema produto.....	103
3. Considerações.....	106
PRODUTO FINAL.....	108
CONCLUSÕES	113
Referências Bibliográficas	119
Referências Webgráficas.....	121
Apêndices	124
I. Inquérito feito.....	124
II. Figuras dos Moldes	126
III. Diário de Bordo	127

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 –.....	35
Gráfico com a metodologia utilizada. Fonte: Luana Silva.	
Figura 2 –.....	40
Jacqueline Kennedy Onnassis com Bolsa Jackie 1961, original da Gucci, em NovaYork, em 1970. Fonte: https://static01.nyt.com/images/2020/08/30/t-magazine/30tmag-first-last-slide-JIOL/30tmag-first-last-slide-JIOL-jumbo.jpg?quality=75&auto=webp	
Figura 3 –.....	41
Da esquerda para a direita: Gucci Jackie Floral Embroidered Shoulder Bag. Fonte: https://prod-images.fashionphile.com/main/7c31c4852b8a9de0f3273b5298e3040d/c5531e3b2ab9126b8140424ea5157ed8.jpg Última edição da Gucci Jackie em couro branco. Fonte: https://cdn.maxima.pt/images/2020-09/img_660x1200\$2020_09_07_17_18_30_419442.jpg	
Figura 4 –.....	42
Da esquerda para a direita: Bolsa Boy Chanel. Fonte: https://i.ebayimg.com/thumbs/images/g/l7wAAOSwx2FjJtLL/s-l300.jpg e Gabrielle “Coco” Chanel com Arthur Edward “Boy” Capel. Fonte: https://i.pinimg.com/564x/95/ac/56/95ac569f69c9747594566194c042367a.jpg	
Figura 5 –.....	43
Da esquerda para a direita e de cima para baixo: Efeito acolchoado de diamante, Chanel. Fonte: https://saclab.com/bags/chanel-boy-medium-lamb-blue/ Efeito painel chevron, Chanel. Fonte: https://saclab.com/bags/chanel-boy-medium-lamb-traffic-grey/ Interior da bolsa Boy Chanel. Fonte: https://media.luxe.love/upload/articles/1593051977959.png	
Figura 6 –.....	44
Da esquerda para a direita: Detalhe do fecho em formato “lego brick”. Fonte: https://saclab.com/wp-content/uploads/2021/02/622_Chanel_Boy_Large_Black_Lamb_8-280x358.jpg e Detalhe da alça da bolsa Boy Chanel. Fonte: https://saclab.com/wp-content/uploads/2020/12/501_Chanel_Boy_New_Medium_Pink_Lamb_11-280x358.jpg	
Figura 7 –.....	44
Diferentes fechos usados na produção das bolsas Boy Chanel. Fonte: Luana Silva.	
Figura 8 –.....	45
Materiais usados na produção das bolsas Boy Chanel. Fonte: https://wp-cdn.etiquetaunica.com.br/blog/wp-content/uploads/2016/06/12011646/bolsa-boy-chanel-pattern-todos.jpg	

Figura 9 –.....	45
Detalhe da alça da bolsa Boy Chanel. Fonte: https://wp-cdn.etiquetaunica.com.br/blog/wp-content/uploads/2016/06/12011639/bolsa-boy-chanel-lock-todos.jpg	
Figura 10 –.....	46
Diferentes tamanhos da bolsa Boy Chanel. Fonte: https://saclab.com/wp-content/uploads/2021/06/Size-compare-Chanel-Boy-1.jpg	
Figura 11 –.....	49
Diagrama que ilustra a questão colocada aos inquiridos sobre a idade de cada um. Fonte: Luana Silva.	
Figura 12 –.....	49
Esquema que ilustra a questão sobre o sexo de cada inquirido. Fonte: Luana Silva.	
Figura 13 –.....	50
Esquema que ilustra a questão colocada aos inquiridos sobre a naturalidade de cada um. Fonte: Luana Silva.	
Figura 14 –.....	50
Esquema que ilustra a questão colocada aos inquiridos sobre a residência de cada um. Fonte: Luana Silva.	
Figura 15 –.....	51
Esquema que ilustra a questão colocada aos inquiridos sobre a formação acadêmica de cada um. Fonte: Luana Silva.	
Figura 16 –.....	52
Diagrama que ilustra a questão colocada aos inquiridos sobre os seus interesses pelas tradições. Fonte: Luana Silva.	
Figura 17 –.....	52
Diagrama que ilustra a questão colocada aos inquiridos sobre os seus conhecimentos sobre os lenços dos namorados. Fonte: Luana Silva.	
Figura 18 –.....	53
Diagrama que ilustra a questão colocada aos inquiridos sobre as suas opiniões sobre os lenços dos namorados. Fonte: Luana Silva.	
Figura 19 –.....	54
Diagrama que ilustra a questão colocada aos inquiridos sobre se estes consideram os lenços como uma imagem tradicional da cultura de Vila Verde. Fonte: Luana Silva.	
Figura 20 –.....	55
Diagrama que ilustra a questão colocada aos inquiridos sobre se estes têm conhecimento da história dos lenços dos namorados. Fonte: Luana Silva.	
Figura 21 –.....	56

Diagrama que ilustra a questão colocada aos inquiridos sobre se estes consideram importante manter vivas as tradições e culturas portuguesas. Fonte: Luana Silva.

Figura 22 – 56

Diagrama que ilustra a questão colocada aos inquiridos sobre se estes utilizariam ou ofereceriam uma bolsa que tivesse os lenços dos namorados como elemento decorativo. Fonte: Luana Silva.

Figura 23 – 59

Gráfico que ilustra a questão colocada aos inquiridos sobre a importância do estudo que esclareça a identidade dos lenços dos namorados. Fonte: Luana Silva.

Figura 24 – 65

Logotipo da marca Tearte. Fonte: Luana Silva.

Figura 25 – 65

Fernando Rei, artesão que criou a marca Tearte. Fonte: Luana Silva.

Figura 26 – 66

Produtos desenvolvidos pelo artesão. Fonte: Luana Silva.

Figura 27 – 67

Portugaba, de Christian Louboutin. Fonte: https://www.unibanco.pt/blog/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/Louboutin_Portugaba-768x768.jpg

Figura 28 – 67

Espaço de trabalho Tearte. Fonte: Luana Silva.

Figura 29 – 68

Processo de enfiamento da teia no tear. Fonte: Luana Silva.

Figura 30 – 68

Logotipo da marca Gô Atelier. Fonte: Luana Silva.

Figura 31 – 69

Espaço Gô Atelier. Fonte: Luana Silva.

Figura 32 – 70

Peças produzidas pela Glória Oliveira. Fonte: Luana Silva.

Figura 33 – 71

Logotipo da marca Namorarte. Fonte: Luana Silva.

Figura 34 – 72

Da esquerda para a direita: Calçados desenvolvidos pela Namorarte. Bolsas e sapatos de noivas desenvolvidos pela Namorarte. Fonte: Luana Silva.

Figura 35 – 73

Logotipo da marca F. Antunes Lda. Fonte: Luana Silva.

Figura 36 – 74

Produtos desenvolvidos pela F. Antunes Lda. Fonte: Luana Silva.

Figura 37 –	76
Sistema de rede territorial criado entre a Academia de Viana do Castelo e o Mundo empresarial a Norte de Portugal. Fonte: Luana Silva.	
Figura 38 –	77
Sistema de empresas territorial de Vila Verde. Fonte: Luana Silva.	
Figura 39 –	79
Desenho da ideia para a bolsa tear. Fonte: Luana Silva.	
Figura 40 –	79
Desenho da ideia para a bolsa bordado e as suas alças. Fonte: Luana Silva.	
Figura 41 –	80
Desenho da ideia para a bolsa casual e versátil. Fonte: Luana Silva.	
Figura 42 –	80
Desenho da ideia para a bolsa para transportar o telemóvel. Fonte: Luana Silva.	
Figura 43 –	81
Lenços bordados pela mãe da mestranda. Fonte: Luana Silva.	
Figura 44 –	81
Padrões disponíveis na formação. Fonte: Luana Silva.	
Figura 45 –	82
Da esquerda para a direita: Processo de entrançar a teia. Processo de criação da trança. Processo de enfiamento da teia no tear. Fonte: Luana Silva.	
Figura 46 –	82
Da esquerda para a direita: Roldana. Processo de enrolamento do fio na canela, realizado pela mestranda. Fonte: Luana Silva.	
Figura 47 –	82
Da esquerda para a direita: Peças que constituem a lançadeira, (lançadeira, ferro e canela). Lançadeira pronta para tecer. Fonte: Luana Silva.	
Figura 48 –	83
Da esquerda para a direita: Experiência dos bordados feita em pele BioVegan. Experiência dos bordados feita em pele de vaca. Experiência dos bordados feita em pele de cabra. Experiência dos bordados feitos nos tecidos de camurça. Materiais presentes na traseira dos tecidos (sarja e esponja). Fonte: Luana Silva.	
Figura 49 –	84
Da esquerda para a direita: Experiência realizada para a escolha do padrão da bolsa tear. Corte da experiência feita no tear. Fonte: Luana Silva.	
Figura 50 –	85
Experiência realizada para a escolha da linha a ser utilizada para a criação do padrão da bolsa. Fonte: Luana Silva.	

Figura 51 –	85
Da esquerda para a direita: Experiência realizada com entretelas sobre o tecido feito no tear (experiência 2, ver Figura 49). Entretela grossa usada nos casacos de Inverno. Entretela utilizada em tecidos mais finos. Fonte: Luana Silva.	
Figura 52 –	86
Experiência das entretelas em pele de vaca e em pele de cabra. Fonte: Luana Silva.	
Figura 53 –	86
Da esquerda para a direita: Experiência de costura no tecido de pele de cabra, à esquerda costura feita pelo Sr. Costa, à direita costura feita pela D. Glória. Experiência de costura sobre o tecido dobrado, feita pelo Sr. Costa. Fonte: Luana Silva.	
Figura 54 –	87
Experiência realizada pela F. Antunes. Fonte: Luana Silva.	
Figura 55 –	88
Experiência feita da precinta de nylon com o tecido teado. Fonte: Luana Silva.	
Figura 56 –	91
Maquete da bolsa Tear. Fonte: Luana Silva.	
Figura 57 –	92
Maquete da bolsa bordado. Fonte: Luana Silva.	
Figura 58 –	93
Estudo da maquete da alça. Fonte: Luana Silva.	
Figura 59 –	93
Maquete da bolsa para o ipad. Fonte: Luana Silva.	
Figura 60 –	94
Da esquerda para a direita: Estudo de maquetes para a bolsa do telemóvel. Maquete final. Maquete em contexto com o objeto. Fonte: Luana Silva.	
Figura 61 –	95
Estudo dos pendentos. Fonte: Luana Silva.	
Figura 62 –	97
Tecido feito em parceria com a empresa Tearte. Fonte: Luana Silva.	
Figura 63 –	98
Frente e Verso do tecido feito no tear. Fonte: Luana Silva.	
Figura 64 –	98
Colocação da entretela no tecido. Fonte: Luana Silva.	
Figura 65 –	99
Confirmação das medidas dos moldes com as do tecido. Fonte: Luana Silva.	
Figura 66 –	99
Demarcação dos moldes no tecido. Fonte: Luana Silva.	

Figura 67 –	100
Da esquerda para a direita: Demarcação dos moldes no tecido. Moldes das laterais. Fonte: Luana Silva.	
Figura 68 –	100
Da esquerda para a direita: A mestranda a realizar o processo de alinhar. Beira da bolsa alinhavada. Alças alinhavadas. Fonte: Luana Silva.	
Figura 69 –	101
Processo de costura. Fonte: Luana Silva.	
Figura 70 –	101
Processo de costura dos bolsos internos. Fonte: Luana Silva.	
Figura 71 –	102
Da esquerda para a direita: Costura dos moldes internos aos moldes externos. Bolsa do avesso. Virou-se a bolsa através da abertura. Fonte: Luana Silva.	
Figura 72 –	102
Acabamento da bolsa. Fonte: Luana Silva.	
Figura 73 –	104
Diferentes ideias das variações das bolsas. Fonte: Luana Silva.	
Figura 74 –	104
Da esquerda para a direita: Variação do material da bolsa. Variação de pendentes bordados para personalização das bolsas. Fonte: Luana Silva.	
Figura 75 –	108
De cima para baixo da esquerda para a direita: Bolsa Tear. Padrão do tecido. Pendentes em pele com bordados em dourado. Detalhe da alça na base da bolsa. Argola para os pendentes. Bolsos internos da bolsa. Fonte: Luana Silva em parceria com a Escola Profissional Amar Terra Verde.	
Figura 76 –	109
De cima para baixo, da esquerda para a direita: Bolsa Bordado. Alça em pele com bordados em dourado. Alça com o tecido teado. Detalhes dos bordados. Pendente com o tecido teado. Fonte: Luana Silva em parceria com a Escola Profissional Amar Terra Verde.	
Figura 77 –	110
De cima para baixo, da esquerda para a direita: Bolsa Linha. Detalhe da abertura e do fecho. Bolsa em utilização. Detalhe do tecido interior. Fonte: Luana Silva em parceria com a Escola Profissional Amar Terra Verde.	
Figura 78 –	111
De cima para baixo, da esquerda para a direita: Bolsa Cruzada. Detalhe da alça. Costura com ponto cruzado. Bordado de cor na pele. Argolas laterais para a alça. Bolsa em utilização. Fonte: Luana Silva em parceria com a Escola Profissional Amar Terra Verde.	

Figura 79 –	112
De cima para baixo, da esquerda para a direita: Bolsa Tear em contexto com o utilizador. Bolsa Bordado em contexto com o utilizador. Bolsa Linha em contexto com o utilizador. Bolsa Cruzada em contexto com o utilizador. Fonte: Luana Silva em parceria com a Escola Profissional Amar Terra Verde.	
Figura 80 –	124
Primeira página do inquérito realizado. Fonte: Luana Silva.	
Figura 81 –	125
Segunda página do inquérito realizado. Fonte: Luana Silva.	
Figura 82 –	126
De cima para baixo: Molde da frente/traseira da Bolsa Tear. Moldes das laterais e da base. Fonte: Luana Silva.	

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 –	41
Descrição/Detalhes da Bolsa Gucci Jackie 1961. Fonte: Luana Silva.	
Tabela 2 –	63
Tabela dos parceiros. Fonte: Luana Silva.	

Introdução

I. Objeto de Estudo

O design entre a tradição e a inovação no desenvolvimento de acessórios de moda é uma investigação que interpreta a realidade atual - caracterizada por ser uma verdade complexa, difusa, efêmera e que cruza tudo - deixando-se guiar pela luz do passado como referência para pensar no desenvolvimento de **produtos com cultura e identidade**.

O principal tópico analisado foram as tradições de Vila Verde, um município pertencente ao distrito de Braga, na região do Norte de Portugal. Vila Verde é uma terra rica em artesanato e tradições que os mais antigos lutam para preservar ao máximo, perpetuando os seus valores nas gerações mais novas. Como refere o antropólogo Jean-Yves Duran acerca da importância dos lenços de namorados para a população desta vila portuguesa, “de facto, e como era de esperar, declarações repetidamente recolhidas no terreno nos últimos meses mostraram uma nítida preocupação em dar aos Lenços uma origem longínqua: ‘Aqui sempre bordámos desta maneira’, ‘Todos os Lenços que conheço são parecidos, e alguns são bem velhos’, ‘Há quem diga que foi no século XVIII [ou XIX, consoante as versões], que houve raparigas que começaram a imitar os lenços dos fidalgos” (Duran, 2005: 2).

Em termos de motivação pessoal, neste estudo assume-se a origem da investigadora que pertence a uma geração mais nova e que manifesta o compromisso de perpetuar a **tradição** deste legado ancestral. Nomeadamente, o fato de ser neta e filha de bordadeiras que trabalhavam o linho, orientou o projeto para um produto portador de valores da cultura de Vila Verde. “Em particular entre as jovens gerações, mas provavelmente em todo o tecido social, estão em ação vectores relacionados com os valores emergentes e que evidenciam a necessidade de narrar e de comunicar através do vestuário.” (Catalani cit in Aparo, 2010: 260). Por outro lado, este projeto de investigação desencadeou a **inovação**, encontrando valores ocultos através da competência da semiótica no design e definindo um mercado capaz de aproximar os consumidores a comprarem um produto desenvolvido entre a tradição e a inovação. “O processo de inovação na criação de um produto pode também ser estabelecido pelo desafio lançado pelos novos cenários, como o contexto em

que o design opera e ao qual pertence. A sociedade pode considerar-se causadora dos principais processos de inovação na definição de novos cenários de produto.” (Aparo, 2010: 243). De igual modo, neste estudo foram produzidos casos de estudos contemporâneos de design dos acessórios de moda que legitimem a pertinência da investigação.

Por fim, a seleção da área de acessórios de moda fundamenta-se no percurso académico a nível de licenciatura em Design do Produto, onde se desenvolveu um produto de malas em parceria com a instituição de ensino superior Pearl Academy (Índia) e o apoio de bordadeiras de Vila Verde.

II. Problemática do trabalho

Este projeto de investigação evidencia, por um lado, a decadência do trabalho do linho, no sentido que presentemente “o processo do cultivo do linho foi descrito pelos idosos como muito longo, trabalhoso e pouco compensador, o que explicará o facto de já ninguém (ou quase) se dedicar ao seu cultivo em Portugal”. (Rebello, 2012: 121). De facto, atualmente, o trabalho do linho, bem como a arte de bordar, encontram-se em decadência, com isto, estes costumes e tradições correm o risco de se extinguirem. “Há cada vez menos pessoas a cultivar e a trabalhar o linho.”, “(...) a arte de trabalhar o linho poderá ter os dias contados”¹. Por outro lado, evidencia-se a necessidade de dar continuidade às artes tradicionais como a técnica de bordar os típicos Lenços de Namorados, que o Município de Vila Verde tem apostado na valorização patrimonial. “Desde a década de 80 do século passado que em terras vilaverdenses se tem trabalhado em prol da preservação e manutenção deste elemento patrimonial, desde logo incentivando as novas gerações à aprendizagem dos bordados antigos, com que outrora, as mulheres do campo, ‘cantavam’ o seu amor ao enamorado (...)”². Ou seja, neste estudo beneficia-se de um problema – a decadência do linho – e de uma oportunidade – a ação de valorização patrimonial do município de Vila Verde – para poder avançar com um exercício de interpretação de realidade, pelo que neste projeto o designer assume-se como

¹ <https://www.radiovaledominho.com/festa-do-linho-podera-estar-em-risco-de-extincao-certame-decorre-a-10-de-agosto/> [acedido a 13 de abril de 2022].

² <https://correiodominho.pt/noticias/patrimonio-vilaverdense-recuperado-e-potenciado-pela-mao-do-municipio/130953> [acedido a 06 de maio de 2022].

um catalisador de significados e valores, contribuindo para que as entidades produtivas locais consigam sobreviver e reinventar-se.

III. Limites do trabalho

Durante a realização deste estudo considerou-se o impacto da **pandemia COVID-19**, nomeadamente, alterações nos comportamentos das pessoas e das entidades. O compromisso das empresas nesta investigação foi algo incerto, porque depois da pandemia as relações humanas nunca mais ficaram as mesmas. As empresas aderiram ao teletrabalho e isso fez com que o contacto humano fosse mais impessoal. Poderá também existir uma hesitação das mesmas para não aceitarem a parceria devido aos custos exagerados dos materiais, causado pelas problemáticas citadas no início do texto, pois muitas das empresas encontram-se com dificuldades financeiras ou caíram em decadência levando até mesmo que algumas fechassem portas. O designer deverá converter os constrangimentos em oportunidades de projeto, mantendo ofícios que arriscam a decadência (Aparo & Soares, 2012).

Uma outra limitação do projeto foi a **criação dum sistema de rede territorial**, nomeadamente, cooperando com a **Câmara Municipal de Vila Verde - CMVV** e com empresas do município envolvidas no evento **Namorar Portugal** que ocorre todos os anos naquele município, durante o mês de fevereiro. O limite referente a este evento é importante para a investigação, porque pode converter-se numa oportunidade para trabalhar com empresas parceiras da marca, que no caso nos deu o contacto do artesão Fernando Rei. A criação de parceria com o município é, também, uma oportunidade para que os residentes da vila construam os seus negócios³.

O estudo assume, igualmente, a conexão com o **Espaço Namorar Portugal**, um espaço em Vila Verde que tem como objetivo promover o património Lenços de Namorados, de dinamização das indústrias tradicionais bem como as atividades dos artesãos. Esta parceria com as artesãs deste espaço foi importante no auxílio à realização dos pequenos detalhes das peças. Em termos de parcerias, beneficiou-se da conexão com o **Gô Atelier – Glória**

³ <https://correiodominho.pt/noticias/patrimonio-vilaverdense-recuperado-e-potenciado-pela-mao-do-municipio/130953> [acedido a 06 de maio de 2022].

Oliveira, costureira que ajudou a discente no último projeto que realizou para a Licenciatura em Design do Produto.

Finalmente, desenvolveu-se um protótipo e uma proposta de sistema de promoção e divulgação do produto. Uma vez que se trata de um projeto assente num sistema de rede de empresas foi importante, não só beneficiar das ações de divulgação e de promoção das entidades parceiras, mas também criar soluções que as ajudem a alcançar voos cada vez mais altos, diversificando a sua oferta - tendo mais este trabalho de investigação como elemento de promoção da região.

IV. Justificação da relevância do trabalho

O linho foi possivelmente dos primeiros tecidos a ser produzido pelo ser humano, sendo uma parte fundamental dentro da **indústria da moda**. “Conhecido desde o Egito Antigo, em 7.000 A. C., esse tecido teve vários usos ao longo da história da humanidade, desde os rituais para mumificação, passando pelo uso na construção de velas de navios fenícios, até o uso em cortinas, móveis e roupas elegantes.”⁴

Como refere (Barroso, 2014) em Portugal, o linho contribui para a definição da tradição e a história do país, fundamentalmente, na região do Norte, em cidades como Guimarães ou Vila Verde e noutras terras minhotas. “Os trabalhos do linho constituem uma riqueza patrimonial que, em grande parte, se perdeu, embora alguns programas comunitários procurem hoje recuperar e revitalizar essa atividade e o seu potencial, animando algumas comunidades rurais com a recuperação de artesanatos ancestrais de cultivo do linho e sua transformação” (Alves, 2002: 11-12). Este tipo de situação acontece com alguns municípios, como o de Vila Verde que, por exemplo, criou o Museu do Linho de Vila Verde, inaugurado em setembro de 2013⁵. Deste modo, este projeto de investigação assume a força do passado e a cultura do lugar conotadas com as culturas produtivas vernaculares para propor um novo produto a realizar num processo de co-design.

⁴ In <https://audaces.com/tecido-linho/> [acedido a 13 de abril de 2022].

⁵ In <http://www.lifecooler.com/artigo/passear/museu-do-linho/438028/> [acedido a 06 de maio de 2022].

V. Questão de Investigação

Qual o papel do design no desenvolvimento de produtos portadores de um sistema de valores?

VI. Hipótese de Investigação

O processo criativo que alia as metodologias do Design-Chão (Costa, 1998) e do Sistema Produto (Zurlo, 2003) pode ser uma vantagem para a criação de acessórios de moda entre a tradição e a inovação, estimulando a sustentabilidade do tecido empresarial local.

VI. Objetivo geral do trabalho

Esta investigação tem como objetivo **principal**:

- Demonstrar que o processo criativo entre o design e a tradição pode estimular a criação de uma linha de acessórios de moda veiculadora de significado cultural e simbólico.

VII. Objetivos específicos

Esta investigação tem como objetivos **específicos**:

- Desenvolver conhecimento sobre as tradições de Vila Verde;
- Gerar e desenvolver experiência entre as tradições e os acessórios de moda;
- Conhecer e aplicar a noção de Sistema Produto (Zurlo, 2003);
- Conhecer o público que visita as Festas de Santo António de Vila Verde;
- Realizar um levantamento das entidades parceiras, analisando e entendendo as mesmas, para se obter um percurso de projeto;
- Planear e conceber uma linha de acessórios;
- Desenvolver o projeto ao nível de protótipo.

VIII. Metodologia

A investigação é **não intervencionista e intervencionista** de base **mista, qualitativa e quantitativa**. Como refere Fernando Moreira da Silva, “O principal propósito destas metodologias enquadradoras é o de estabelecer a identidade da investigação em design no mundo atual e torná-la possível, de modo a distinguir a investigação em design da prática do design em si e das outras formas de investigação, já há muito consolidadas.”, através desta nova forma de investigar, pode-se assumir que o design é uma área de investigação sólida que contem as suas próprias metodologias, para investigar e contextualizar o conhecimento que produz.

Neste estudo criaram-se estímulos de cooperação e integração para se determinar e definir um bom resultado. Neste sentido, a investigação assenta na metodologia de Co-Design, que é praticada em quatro fases distintas (Zamenopoulos, Alexiou, 2018). Segundo os autores, os mecanismos de co-design também são processos, métodos e ferramentas que podem ajudar as pessoas a envolverem-se na atividade de design. Os processos podem referir-se a conceitos gerais, ideias ou etapas para a realização de um projeto de co-design. Os métodos referem-se a instruções mais específicas sobre como realizar um conjunto de atividades enquanto ferramentas (e técnicas) muitas vezes referem-se a materiais específicos que ajudam as pessoas a avançar passo a passo nas atividades de design. Todos estes são mecanismos para conectar as pessoas e ajudá-las a desenvolver uma melhor compreensão da sua situação, das suas necessidades, valores e ideias, imaginar seu futuro ou desenvolver conceitualmente ideias em soluções que possam moldar seu futuro.⁶ (Zamenopoulos, Alexiou, 2018: 28).

1. Numa primeira fase nasce a **procura, o conhecimento e o significado**;
2. Na segunda fase manifestam-se as **reflexões**;
3. Na terceira fase surgem as **ideias futuras**;
4. E por fim, a **prototipagem das ideias e conceitos**.

⁶ Tradução livre do autor: “Co-Design as collaborative research” (Zamenopoulos, Alexiou, 2018: 28).

PRIMEIRA FASE: A procura, o conhecimento e o significado.

Esta é a fase **não intervencionista** de **base qualitativa** e assegura o levantamento e análise de todos os conteúdos teóricos que vão suprir o projeto com a máxima informação necessária.

Nesta parte foram analisados os **conceitos** de Design-Chão, Design Didático e Design Comprometido de Daciano da Costa (1998) e a noção de Sistema Produto de Francesco Zurlo (2003). De igual modo, foram analisados conteúdos de forma a enriquecer e fundamentar o conhecimento e, contextualizaram-se autores e livros de referência. Esta parte incluiu a criação de **casos de estudo**.

SEGUNDA FASE: Reflexões

A segunda fase, **intervencionista** de **base quantitativa**, consistiu no trabalho de campo que inclui reuniões, inquéritos realizados e a análise dos parceiros do projeto.

Num primeiro momento, realizaram-se **inquéritos** a turistas, visitantes e residentes que frequentam as Festas de Santo António e que acontecem entre os dias **9 e 13 de junho em Vila Verde**. Segundo Laurel, “(...) mas há certas fases no início, meio e fim do processo de design em que a pesquisa quantitativa de design pode informar com sucesso o design dos produtos e processos. Isso não quer dizer que a pesquisa quantitativa deva tomar o lugar da pesquisa qualitativa, mas que ela tem um lugar distinto e valor próprio, especialmente em um processo de design iterativo quando se busca ganhos incrementais e referências.”⁷ (Laurel, 2003: 64). Assim sendo, os **métodos quantitativos** dividem-se em três partes:

- A fase de início que começa por avaliar o mercado potencial e as oportunidades dos novos produtos, bem como as necessidades dos consumidores (subconscientes e não atendidas) isto, foi estudado através dos inquéritos feitos às pessoas para que se chegue a uma conclusão das necessidades e preferências de cada pessoa.

⁷ Tradução livre do autor: “Design Research: Methods and Perspectives” (Laurel Brenda, 2003: 64).

- Na fase de meio, realizam-se testes de figura e de usabilidade para estudar se o produto a ser realizado se encontra em contexto com os inquéritos realizados.
- Na fase do fim, refinam-se as mensagens e a marca que se quer passar. Esta ação ajudará a definir a tipologia de mala a desenvolver na investigação.

Num segundo momento, realizou-se o levantamento das entidades parceiras deste estudo, obtendo assim as informações necessárias das empresas parceiras, sublinhando os pontos cruciais que serão fundamentais para ajudar na criação da linha dos acessórios de moda.

TERCEIRA FASE: Ideias Futuras

Nesta fase é essencial que se comece a colocar em prática todas as informações recolhidas durante o trabalho de campo realizado na fase anterior. Esta fase é **intervencionista de base qualitativa**.

Esta é a fase de **geração de ideias** e criação de **hipóteses de projeto**. Esta parte e a fase seguinte – o projeto – são desenvolvidas num processo aberto a novos constrangimentos. Ou seja, estas últimas fases são avançadas em conjunto, devido às problemáticas que possam existir ao longo da **prototipagem**.

QUARTA FASE: Prototipagem das ideias e conceitos

Esta fase é **intervencionista de base qualitativa** e caracteriza-se pela busca da conclusão sobre as experiências realizadas ao longo da fase anterior. É nesta fase em que as ideias saem do papel e ganha vida em forma real de modo que as peças possam ter um inter-relacionamento com os utilizadores.

IX. Faseamento do Estudo

Primeira Fase: A procura, o conhecimento e o significado.

- Revisão da bibliografia;
- Levantamento e análise de **conceitos**;
- Criação de **casos de estudo**.

Segunda Fase: Reflexões

- Trabalho de campo;
- Reuniões com as empresas parceiras;
- Levantamento das entidades parceiras deste estudo;
- Realização de **inquéritos** aos turistas, visitantes e residentes que frequentaram as Festas de Santo António que aconteceram entre os dias **9 e 13 de junho em Vila Verde**;
- Definição do sistema de mala a desenvolver na investigação.

Terceira Fase: Ideias Futuras

- **Geração de ideias** e criação de **hipóteses de projeto**;
- **Prototipagem**.

Quarta Fase: Prototipagem das ideias e conceitos

- Conclusão sobre as experiências realizadas ao longo da fase anterior;
- Criação do protótipo;
- Definição do Sistema Produto (Zurlo, 2003);
- Conclusões e recomendações futuras;
- Preparação da defesa.

X. Benefícios da metodologia

O presente estudo assume um papel benéfico para o desenvolvimento de uma criatividade sustentável estimulando a que as colaborações feitas com empresas parceiras abordem a escolha de trabalho da mestranda, optando assim por trabalharem em novos setores e a promoverem ligações entre as tradições e a inovação. Para tal, é necessária uma mudança dos valores dos seus produtos, sendo que o principal objetivo destes é respeitar as antigas tradições, mas inovar a um nível produtivo, favorecendo assim, ambas as partes de maneira que se estimule ao desenvolvimento de produtos inovadores. Deste modo, através do projeto a realizar, pretende-se promover uma nova abordagem no setor dos acessórios de moda. Assim sendo, todas as dúvidas e conhecimentos recolhidos e partilhados entre os visitantes de Vila Verde, as bordadeiras ou empresas parceiras, apresentam-se como o fator chave para o desenvolvimento do presente projeto.

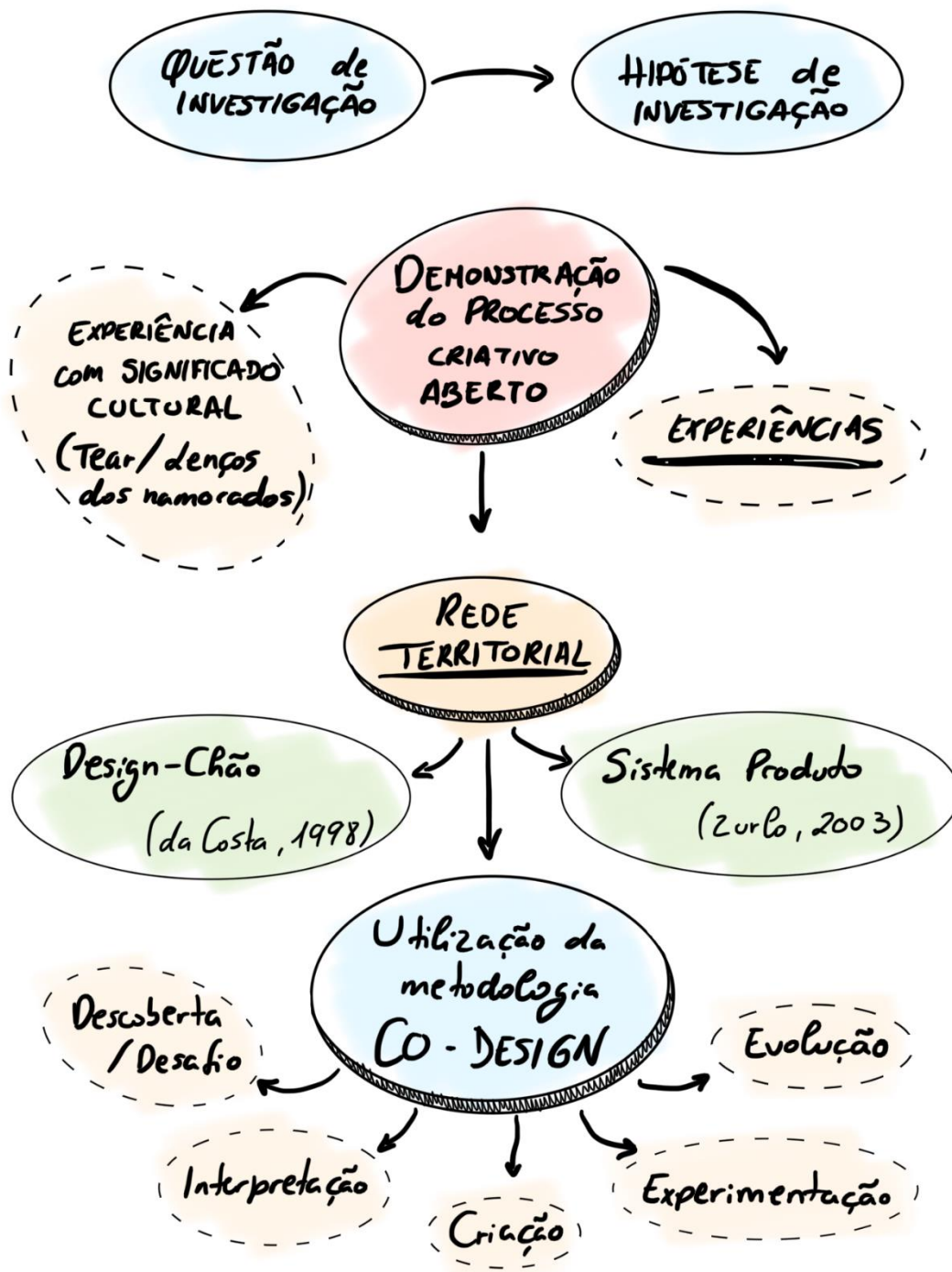


Figura 1 – Gráfico com a metodologia utilizada. Fonte: Luana Silva.

Primeira Fase: A procura, o conhecimento e o significado

1. O conceito de Design-Chão para desenhar e desenvolver um novo produto de acessório de moda

O conceito de **Design Chão** de Daciano da Costa (1998), recupera as culturas produtivas vernaculares do passado na resolução das problemáticas apresentadas, quando o autor defende que se pretende um design “que vá ao encontro das necessidades reais de uso e de fruição, que na prática considera a função como qualidade intrínseca dos objetos e os torne formalmente representativos do seu tempo, que pondere o que deve ser duradouro ou obsolecente e abranja as produções artesanais e industriais. Esta é umas das perspectivas válidas do design. Para pensar e fazer design.” (Costa, 1998: 61). Este conceito é relevante para o desenvolvimento do design de um produto de acessório de moda, no sentido que como o próprio Daciano da Costa defende que é importante que o designer contemple o que vai além da criação de produtos. “A resolução dos problemas do ambiente humano implica sempre uma componente moral. É isto que distingue o design das outras atividades artísticas”.⁸ Ou seja, o principal intuito de Daciano da Costa consistia na importância de se conhecer o projeto em todas as suas derivações. Assente na racionalidade do autor é possível definir fundamentos para se pensar em percursos alternativos para as atividades artesanais tratadas neste trabalho.

Um outro elemento significativo para o design é a necessidade de se criar um diálogo permanente com os artesãos, criando assim estímulos cooperativistas e integradores e se consiga estabelecer e definir o melhor resultado possível. Ou seja, um **Design Didático** que consista em “(...) promover a participação empenhada dos restantes intervenientes no processo de desenvolvimento do produto procura a aplicação de metodologias alternativas para o trabalho em equipa (...)” (Martins, 2001: 278). Ou seja, definindo uma linguagem técnica – baseada em desenhos eficazes - que comunique verdadeiramente com os artesãos. Um processo que verdadeiramente inclui todos os intervenientes no ato do projeto e que, por esta razão, é revelador de co-design.

⁸ In <https://www.dacianodacosta.pt/pt/atelier-daciano-da-costa/missao/> [acedido a 17 janeiro de 2022].

Esta investigação apropria-se destes conceitos de Daciano da Costa, no sentido de alcançar um produto que vá não só ao encontro das necessidades dos utilizadores, mas que também seja, ele rico em tradição e cultura, sendo por isto um fato de recuperação dos nossos antepassados. Ainda assim valorizamos bastante a necessidade de recorrermos ao auxílio de artesãos e de conseguirmos criar laços com eles de forma a conseguirmos não só aprender com estes que tão bem conhecem os nossos antepassados como também para conseguirmos ter uma certa coerência com eles e conseguirmos trabalhar de forma a conseguirmos criar produtos com o máximo de dedicação.

2. O Sistema Produto como estratégia veiculadora de significado e experiência

Na cultura de Vila Verde e em termos práticos, embora os bordados estejam presentes somente nos lenços dos namorados, atualmente é possível encontrar esta técnica noutros produtos – vestuário, malas, cintos – dignificando e ampliando a oferta da técnica no mercado. Como refere João Paulo Martins, trata-se da escolha de “ultrapassar a acomodação instalada, ousar explorar novos mercados.” (Martins, 2001: 258). Sendo o linho e os bordados tradições ancestrais e divulgadoras da cultura artesanal portuguesa, neste estudo interessa, igualmente, preservá-las na atualidade, através de um processo criativo que estes saberes dos materiais e processos alternativos/ inovadores contribuam para a sua preservação. “A relação entre o designer e artesão evidencia a possibilidade de novas lógicas de produtos sustentados para **novas orientações de mercado** que procuram produto capazes de se afirmarem pelas **qualidades localizadas.**” (Aparo, 2010: 141). A relação que se cria entre o designer e o artesão - que neste caso são as bordadeiras - poderá potenciar produtos que sejam inovadores e excepcionais, para públicos característicos, sem que se comprometam as tradições, criando assim produtos defensores dos antigos costumes. O linho e os bordados serão os componentes de ligação das peças criadas. Cada peça terá o seu estilo e formato único, mas os bordados estarão presentes nos acessórios através de pequenos detalhes que irão interligar todos os acessórios.

Neste ponto adapta-se o conteúdo defendido por Tim Brown (2009) de proporcionar uma **experiência de conhecimento** com valor acrescentado com o desenvolvimento de um produto personalizado, satisfazendo os gostos de cada pessoa, através da liberdade de escolha em relação aos bordados, cores, símbolos. “A mensagem aqui é que o design thinking precisa de ser praticado nos dois lados da mesa: pela equipa de design, obviamente, mas também pelo cliente.” (Brown, 2009: 27)⁹. Ou seja, trata-se de pensar uma estratégia de comunicação do produto, um sistema de significação que motiva o consumidor a comprar o produto porque ele partilha um sistema de valores, gerando novas alternativas para um futuro negócio. Como afirma Francesco Zurlo, “o sistema produto é também um sistema de significação: o consumidor não compra um produto porque tem qualidade, mas porque compartilha um sistema de valores que a empresa, através do **sistema produto**, conseguiu comunicar-lhe.” (Zurlo, 2003:8). A implementação de um sistema produto torna-se uma exigência para o desenvolvimento de uma estratégia que, mais do que uma mala, pretende orientar e envolver o cliente numa aventura de sensações e conhecimento. Deste modo, o sistema produto de acessórios de moda a desenvolver irá de encontro às necessidades reais de uso dos consumidores, declarando que a durabilidade será superior pois passarão por um processo artesanal, onde todo o cuidado será mantido ao longo de todo o processo de produção, para que estas cheguem ao consumidor com personalização e um significado único. O utilizador poderá escolher o tipo de desenho e cor que pretender, o que acaba por desenvolver uma relação do produto com o cliente, fazendo com que estes estejam mais suscetíveis à utilização das bolsas de linho e a darem-lhes uma vida útil.

⁹ Tradução livre da autora: “The message here is that design thinking need to be practiced on both sides of the table: by the design team, obviously, but by the client as well.” (BROWN, 2009: 27).

3. Casos de Estudo

Como casos de estudo temos a Jackie 1961 da marca Gucci e a Boy Chanel, estas bolsas são uma grande inspiração pois acabam por ir ao encontro do que se pretende na realização deste projeto. A produção de bolsas simples, modernas e exclusivas. Utilizando ainda o detalhe dos bordados para a criação do efeito de acolchoado, as alçar com correntes “é uma característica que define as bolsas clássicas”¹⁰ e os detalhes dos fechos das bolsas que acabam por dar uma nova cara à bolsa, tornando-as ainda mais bonitas e interessantes.

Basicamente a ideia que a mestrandia quer passar é, uma imagem simples, moderna e limpa de cada uma das bolsas, mas que no fundo estejam interpretadas as tradições de Vila Verde.

3.1. Caso de Estudo Gucci Jackie 1961 handbag

Jackie 1961 é uma linha de bolsas da marca registada Gucci e bastante conhecida pela sua forma de meia-lua curva e o seu equipamento de fecho exclusivo, a fivela com o pistão. Por esta razão, ela é descrita como uma ação contemporânea e foi lançada, como o nome indica em 1961, quarenta anos depois de Guccio Gucci inaugurar a sua primeira loja em Florença. Deste aí, a carteira tem reaparecido com outros tipos de materiais e padrões. Sendo uma bolsa também apreciada por muitos homens. Por exemplo, “Peter Sellers usava a sua nos anos 70, assim como Samuel Beckett”¹¹. Originalmente, a Jackie 1961 foi produzida em pele de tom castanho e couros bastante requintados, como pele de crocodilo, avestruz e pitão, recebendo depois um acabamento de alto luxo.

O modelo da bolsa Jackie 1961 era, conhecida inicialmente como G1244¹², Fifties Constance¹³ ou Hobo Bag até que nas décadas 70 e 80 do século XX se tornou um êxito quando uma das primeiras-damas dos Estados Unidos a começou a utilizar regularmente. Jacqueline Kennedy Onassis, esposa de John F. Kennedy tornou-se um símbolo de estilo e inspiração pela

¹⁰ In <https://www.pursebop.com/chain-reaction-all-about-the-chain-strap-bag/> [acedido a 14 de janeiro de 2023].

¹¹ In <https://www.maxima.pt/celebridades/detalhe/gucci-faz-rebranding-da-jackie-bag> [acedido a 16 de outubro de 2022].

¹² In <https://www.nytimes.com/2020/08/28/t-magazine/gucci-jackie-1961-saddlebag.html> [acedido a 16 de outubro de 2022].

¹³ In <https://editorialist.com/fashion/gucci-jackie-bag/> [acedido a 16 de outubro de 2022].

sua elegância e audácia, Jackie era vista, frequentemente, com a sua bolsa Gucci, que completava o seu look icônico, o lenço em volta da cabeça, óculos arredondados e a sua “hobo bag”¹⁴ no ombro (ver Figura 2). Por consequência disto, os colaboradores da marca começaram a chamar a carteira por “Jackie” entre si e mais tarde foi renomeada pelo nome da primeira-dama como homenagem à mesma¹⁵.



Figura 2 – Jacqueline Kennedy Onassis com Bolsa Jackie 1961, original da Gucci, em Nova York, em 1970. Fonte:¹⁶

A bolsa permaneceu com a sua silhueta popular desde que recebeu a aprovação de Kennedy, e foi um item básico da Gucci nas décadas seguidas. Ao longo desse tempo, foi frequentemente reinterpretada com diferentes padrões e estampas, utilizando padrões florais e a estampa exclusiva “GG” Supreme. Foi visivelmente reinventada pelos diretores criativos da Gucci ao longo dos anos, como Tom Ford (1999) e Frida Giannini (2009). Para a apresentação da coleção outono/inverno, em 2020, Alessandro Michele, designer italiano e diretor criativo da Gucci reinventou a Jackie 1961 desta vez com tamanhos diferentes, média e mini, em tons de pastel e com acabamentos em couro liso e elegante, a jackie bag ressurgiu no evento da Gucci de moda masculina e na passerelle (ver Figura 3), os modelos usaram luvas até aos cotovelos para imitar o look de Jacqueline Kennedy, apresentada como Gucci MX, uma “proposta para desconstruir binários preconcebidos e questionar como esses conceitos se relacionam com nossos corpos. Celebrando a autoexpressão

¹⁴ Hobo bag – bolsa larga de ombro com um corpo macio e flexível e que tem uma forma característica curva entre as duas extremidades da alça.

¹⁵ In <https://www.nytimes.com/2020/08/28/t-magazine/gucci-jackie-1961-saddlebag.htm> [acedido a 16 de outubro de 2022].

¹⁶ <https://static01.nyt.com/images/2020/08/30/t-magazine/30tmag-first-last-slide-JIOL/30tmag-first-last-slide-JIOL-jumbo.jpg?quality=75&auto=webp>

em nome de toda a igualdade de gênero”¹⁷ o projeto ressalta ainda que, “(...) a natureza performativa do que vestimos, apresentando masculinidade e feminilidade como conceitos relativos”¹⁸. Criando assim uma igualdade de gênero no uso da Jackie 1961.



Figura 3 – Da esquerda para a direita: Gucci Jackie Floral Embroidered Shoulder Bag. Fonte¹⁹. Última edição da Gucci Jackie em couro branco. Fonte²⁰.

Como esta bolsa clássica sofreu algumas alterações ao longo destes 60 anos, existem inúmeros estilos da bolsa. Segundo fontes²¹, a mala tem as seguintes características (ver tabela 1).

Tabela 1 – Descrição/Detalhes da Bolsa Gucci Jackie 1961

Descrição da Jackie 1961	Detalhes da bolsa
<ul style="list-style-type: none"> • Gucci Hobo • Tela de neutros • Fecho da bolsa tom dourado • Alça de ombro ajustável única • Acabamento em couro • Forro de lona ou microfibra com acabamento em camurça • Bolso interno aberto 	<ul style="list-style-type: none"> • Alça: 18 cm a partir do orifício central. • Alça com alça de ombro adicional: queda de 52 cm do orifício central; • Largura: 27,5 cm • Altura: 19 cm • Profundidade: 4 cm • Peso: aproximadamente 0,45 kg

¹⁷ Tradução livre: “set out to deconstruct preconceived binaries and question how these concepts relate to our bodies. Celebrating self-expression in the name of all gender equality, the House presents MX.”, in <https://www.teenvogue.com/story/gucci-genderless-shopping-section-gucci-mx> [acedido a 16 de outubro de 2022].

¹⁸ Tradução livre: “(...) the performative nature of what we wear, presenting masculinity and femininity as relative concepts.”, in <https://www.teenvogue.com/story/gucci-genderless-shopping-section-gucci-mx> [acedido a 16 de outubro de 2022].

¹⁹ <https://prod-images.fashionphile.com/main/7c31c4852b8a9de0f3273b5298e3040d/c5531e3b2ab9126b8140424ea5157ed8.jpg>

²⁰ [https://cdn.maxima.pt/images/2020-09/img_660x1200\\$2020_09_07_17_18_30_419442.jpg](https://cdn.maxima.pt/images/2020-09/img_660x1200$2020_09_07_17_18_30_419442.jpg)

²¹ In <https://www.therealreal.com/products/women/handbags/hobos/gucci-flora-jackie-o-hobo-ezt38> [acedido a 16 de outubro de 2023].

3.2. Caso de Estudo Boy Chanel 2011

A bolsa Boy Chanel é uma linha de bolsas andrógena²², com um design ousado e com uma grande versatilidade (ver Figura 4). “É a mistura perfeita de atemporalidade e elegância associada a todas as bolsas Chanel e ousadia pela qual Coco é conhecida”²³. O produto foi criado por Karl Lagerfeld e lançado em 2011 na coleção outono/inverno da Chanel tornando-se, num instante, numa das bolsas icónicas da casa Chanel. Desde o seu lançamento que a bolsa “foi um sucesso imediato, voando das prateleiras e tornando-se um dos estilos mais procurados”²⁴, sendo ainda hoje um dos estilos mais procurados no mercado.

A carteira é inspirada nas bolsas utilizadas pelos caçadores para colocarem os cartuchos. Já o seu nome icónico deriva do “grande amor da sua vida”²⁵ - de Gabrielle “Coco” Chanel - Arthur Edward Capel (lado direito da Figura 4), mais conhecido como Boy Capel que foi a pessoa mais importante da vida de Gabrielle, com quem esta teve um longo caso de amor. Capel foi um jogador de pólo com quem Chanel teve um caso apaixonante que durou nove anos. Foi este, também, que a inspirou a criar bastantes looks que a tornaram famosa, mais tarde foi também este que inspirou Lagerfeld na criação da bolsa Boy Chanel.



Figura 4 – Da esquerda para a direita: Bolsa Boy Chanel. Fonte²⁶ e Gabrielle “Coco” Chanel com Arthur Edward “Boy” Capel. Fonte²⁷

²² Andrógena – (refere-se a dois conceitos: uma mistura de características femininas e masculinas num único ser). In <https://pt.wikipedia.org/wiki/Androginia> [acedido a 07 de novembro de 2022].

²³ In <https://www.mibolsodelujo.com/chanel/bolso-le-boy-chanel/> [acedido a 07 de novembro de 2022].

²⁴ Tradução livre: “...was an immediate success, flyng off the shelves and becoming one of the most sought after styles...” in <https://www.timeinternational.co.id/iconic-bag-boy-chanel-handbag/> [acedido a 07 de novembro de 2022].

²⁵ Tradução livre: “...the great love of her life...” in <https://www.chanel.com/au/fashion/news/2015/02/boy-chanel-the-origin-of-the-name.html> [acedido a 07 de novembro de 2022].

²⁶ <https://i.ebayimg.com/thumbs/images/g/I7wAAOSwx2FjJtLL/s-l300.jpg>

²⁷ <https://i.piniimg.com/564x/95/ac/56/95ac569f69c9747594566194c042367a.jpg>

O design da bolsa revela uma silhueta retangular com uma aba que se dobra sobre a frente da bolsa, dispõe de uma moldura retangular grossa com linhas limpas em relevo que procede como contraste do corpo central que, geralmente é decorado com o clássico acolchoado de diamante Chanel ou os painéis Chevron (ver Figura 5).

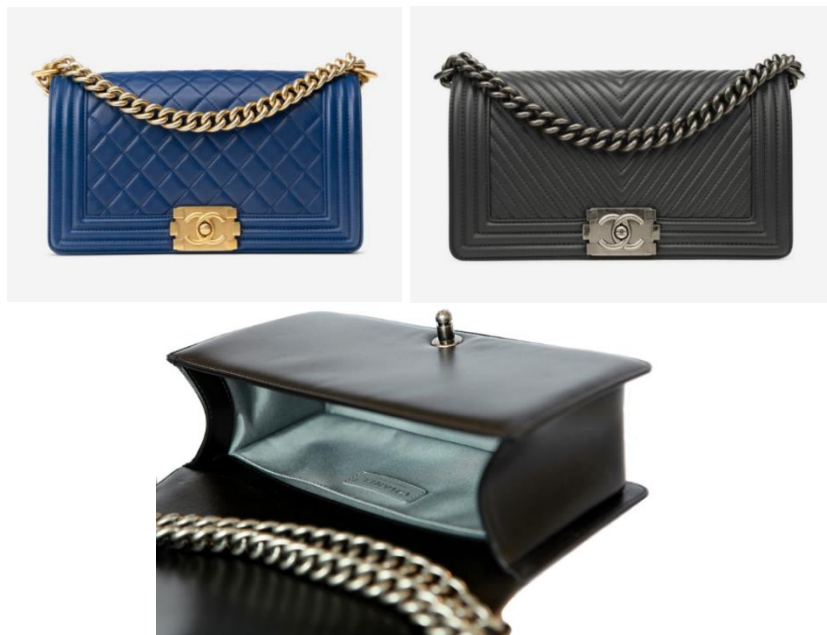


Figura 5 – Da esquerda para a direita e de cima para baixo: **Efeito acolchoado de diamante, Chanel. Fonte²⁸. Efeito painel chevron, Chanel. Fonte²⁹. Interior da bolsa Boy Chanel. Fonte³⁰**

Ao contrário da linha clássica da Chanel, este modelo tem apenas uma aba, o que permite ao utilizador pegar no conteúdo que tenha na bolsa mais facilmente, sendo uma bolsa versátil e prática. Como podemos ver na Figura 5, o interior é só um compartimento forrado em tecido invés do couro, que é comum da marca, estando este material presente por exemplo nas famosas 2.55 da Chanel, um grande ícone da marca.

A **alça** consiste numa corrente de metal vigorosa, pontuada com um painel de couro, esta dispõe de várias possibilidades para a sua utilização, tanto pode ser dobrada e usada no ombro ou esticada como alça longa transversal, isto acaba por dar à bolsa um estilo adequado tanto para a atualidade como para o futuro devido ao seu visual moderno. Existem ainda algumas edições que lançaram uma alça superior curta para que pudesse ser carregada à mão.

²⁸ <https://saclab.com/bags/chanel-boy-medium-lamb-blue/>

²⁹ <https://saclab.com/bags/chanel-boy-medium-lamb-traffic-grey/>

³⁰ <https://media.luxe.love/upload/articles/1593051977959.png>

O **fecho** é das características mais distintivas da bolsa, o retângulo grande com o icónico logotipo CC (ver Figura 6) – criado por Lagerfeld, que lhe confere uma imagem revolucionária – vem, geralmente, com um acabamento em ouro a imitar o antigo, prata ou rutênio³¹.



Figura 6 – Da esquerda para a direita: **Detalhe do fecho em formato “lego brick”**. Fonte³² e **Detalhe da alça da bolsa Boy Chanel**. Fonte³³

De igual modo, podem encontrar-se edições limitadas com este fecho todo trabalhado, iridescente ou com cores, azul, vermelho, etc. (ver Figura 7).

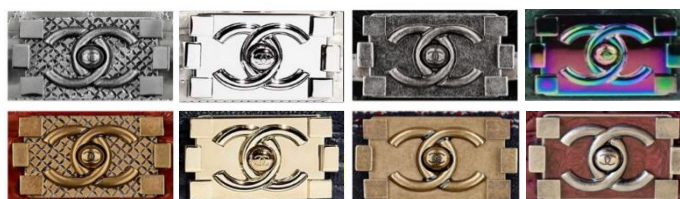


Figura 7 – **Diferentes fechos usados na produção das bolsas Boy Chanel**. Fonte: Luana Silva.

Cada uma das ‘Boy Chanel’ é feita de acordo com as regras rigorosas da marca, desde a escolha dos materiais e das peles à sua montagem, cada processo reflete nos valores de excelência da famosa marca Chanel.³⁴ Os **materiais** mais comuns utilizados na produção deste modelo são o couro de bezerro e o couro de cordeiro³⁵. Existem ainda modelos produzidos com materiais exóticos, com pele de crocodilo, pitão e arraia³⁶, onde os preços são

³¹ Rutênio – é um elemento químico (Ru, número atômico 44) que pertence ao grupo do ferro. À temperatura ambiente, este encontra-se em estado sólido. In <https://pt.wikipedia.org/wiki/Rut%C3%AAnio> [acedido a 08 de novembro de 2022].

³² https://saclab.com/wp-content/uploads/2021/02/622_Chanel_Boy_Large_Black_Lamb_8-280x358.jpg

³³ https://saclab.com/wp-content/uploads/2020/12/501_Chanel_Boy_New_Medium_Pink_Lamb_11-280x358.jpg

³⁴ In <https://www.timeinternational.co.id/iconic-bag-boy-chanel-handbag/> [acedido a 07 de novembro de 2022].

³⁵ In <https://saclab.com/all-about-the-boy/> [acedido a 07 de novembro de 2022].

³⁶ In <https://www.rebag.com/thevault/chanel-101-boy-bag/> [acedido a 07 de novembro de 2022].

elevados em comparação com os couros e têxteis. Em 2018, a marca anunciou que não iriam utilizar mais estes materiais. Porém, a Chanel não hesitou em ousar na estética da aba do modelo e, ao longo dos anos lançaram vários modelos com variados materiais, como por exemplo, tweed, veludo, nylon... (ver Figura 8).



Figura 8 – Materiais usados na produção das bolsas Boy Chanel. Fonte³⁷

Ainda assim, a marca apostou nas abas tralhadas através do uso de lantejoulas, pérolas, adornos em metal, correntes, etc. (ver Figura 9).

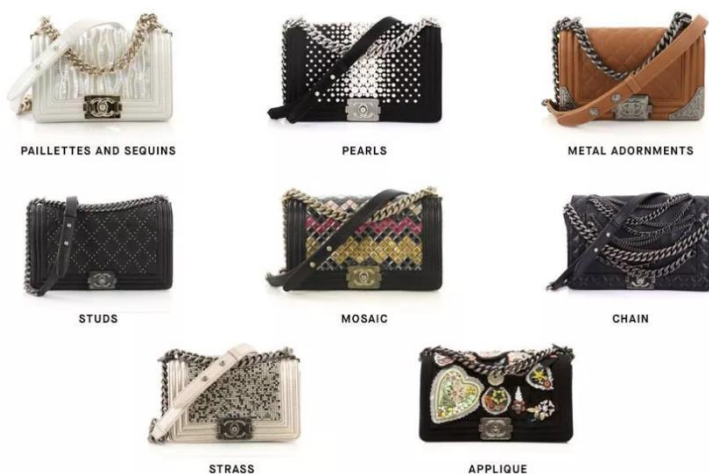


Figura 9 – Detalhes das alças da bolsa Boy Chanel. Fonte³⁸

³⁷ <https://wp-cdn.etiquetaunica.com.br/blog/wp-content/uploads/2016/06/12011646/bolsa-boy-chanel-pattern-todos.jpg>

³⁸ <https://wp-cdn.etiquetaunica.com.br/blog/wp-content/uploads/2016/06/12011639/bolsa-boy-chanel-lock-todos.jpg>

Além dos diferentes materiais e fechos, a Boy Bag está também disponível em vários **tamanhos**, no site podemos encontrar quatro tamanhos diferentes, ver Figura 10: a bolsa Boy Pequena, Boy Média, Boy Média Nova e Boy Grande.

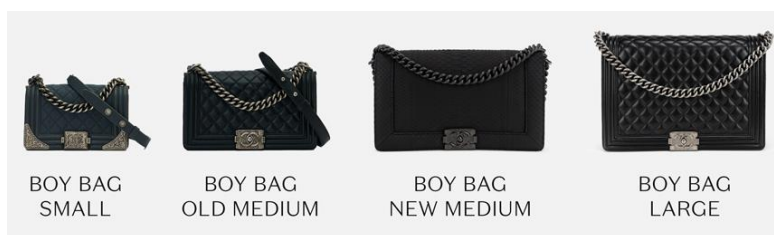


Figura 10 – Diferentes tamanhos da bolsa Boy Chanel. Fonte³⁹

Medida de cada uma das bolsas:⁴⁰

- Pequena: 12cm x 20cm x 7cm
- Média Antiga: 14,5cm x 25cm x 8cm
- Média Nova: 17,5cm x 28cm x 7,5cm
- Grande: 30cm x 21cm x 10cm

4. Considerações

Uma análise de diferentes casos de estudos é importante para o conhecimento de novas técnicas e de novos materiais, é também um grande fornecedor de inspiração onde muitas das vezes após uma análise de casos de estudo se acaba por perceber o que está de errado com o produto que se pretende criar, acabando assim por proporcionar indiretamente uma ajuda. Nos casos de estudo acima apresentados acabamos por ter algumas interligações com os objetivos que a mestranda pretendia, o caso dos bordados, os fechos, as correntes e a junção dos diferentes materiais.

Em resumo conclui-se que:

- Os **bordados** serão um ponto relevante das bolsas, estando presentes no tecido de pele principalmente em tons dourado.
- Os **fechos desenhados** com originalidade que torna cada bolsa única.
- As **correntes** que remetem uma imagem forte e rebelde, junta com estes materiais mais simples, é o caso da pele, remete para uma imagem muito mais clássica.
- O cuidado a ter com as **costuras** para criar uma linha de bolsas sublime.

³⁹ <https://saclab.com/wp-content/uploads/2021/06/Size-compare-Chanel-Boy-1.jpg>

⁴⁰ In <https://blog.etiquetaunica.com.br/tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-bolsa-boy-chanel/> [acedido a 07 de novembro de 2022].

Segunda Fase: Reflexões

1. Trabalho de Campo: Inquérito

1.1 Criação do Inquérito

Nesta fase do estudo foi realizado um inquérito aos residentes e visitantes de Vila Verde nas festas de Santo António e nas Festas do Concelho, que se realizaram entre os dias 09 e 13 de junho de 2022, a fim de obter informações sobre o conhecimento das pessoas por parte dos bordados e dos lenços dos namorados. Com esta ação pretendia-se que o projeto comunicasse uma experiência veiculadora de cultura. Neste sentido, realizou-se um inquérito tipo (ver apêndice 1) com questões orientadas para o público-alvo referido acima. Os inquéritos foram realizados de duas formas:

- No local do recinto da Festa de Santo António, como também fora deste para que assim se conseguisse obter ter mais resultados, sendo que se acumulou um total de **86 inquéritos de campo**.
- Foram ainda realizados **114 inquéritos numa plataforma online** de maneira a obter a totalidade de 200 inquéritos.

Assim sendo, dos 200 inquéritos realizados, 98 dos inquiridos são naturais de Vila Verde. Os restantes indagados são de outras localidades do país. As idades compreendem-se entre os 16 a 72 anos, com formações académicas e âmbitos profissionais distintos. Após as respostas já obtidas, comprova-se que cerca de **94,5% dos inquiridos tem conhecimento acerca dos lenços dos namorados** e que a grande maioria dos questionados - que não são naturais de Vila Verde - tem mais conhecimento sobre a história dos lenços dos namorados que as pessoas que são naturais ou residentes em Vila Verde.

Para tonar o estudo eficaz a apresentação dos resultados é exposta em gráficos tratadas ao longo do texto. As perguntas formuladas para a criação do Inquérito modelo, foram:

- **Pergunta 1:** Idade
- **Pergunta 2:** Sexo
- **Pergunta 3:** Naturalidade
- **Pergunta 4:** Lugar de Residência
- **Pergunta 5:** Profissão

- **Pergunta 6:** Formação Acadêmica
- **Pergunta 7:** Tem interesse pelas tradições da sua localidade?
- **Pergunta 8:** Tem conhecimento dos lenços dos namorados?
- **Pergunta 9:** O que acha dos lenços dos namorados?
- **Pergunta 10:** O que é para si os lenços dos namorados?
- **Pergunta 11:** Considera que os lenços sejam uma boa imagem como tradição cultural de Vila Verde?
- **Pergunta 12:** Como acha que nasceram os lenços dos namorados?
- **Pergunta 13:** Conhece a história por trás dos lenços dos namorados?
- **Pergunta 14:** Que elemento considera relevante nos lenços?
- **Pergunta 15:** Que elemento é que lhe transmite mais identidade cultural acerca de Vila Verde?
- **Pergunta 16:** Considera importante manter estas tradições e culturas portuguesas?
- **Pergunta 17:** Utilizaria / Ofereceria uma bolsa que utilizasse como elemento decorativo os lenços dos namorados?
- **Pergunta 18:** Que elemento considera relevantes para estarem presentes num acessório de moda?
- **Pergunta 19:** Que elemento dos lenços dos namorados utilizaria como decoração de um acessório de moda?
- **Pergunta 20:** Considera importante o estudo que esclareça a identidade dos lenços dos namorados?

1.2. Análise dos inquéritos realizados

Tema: Estudo coletivo sobre os lenços dos namorados de Vila Verde, os bordados e acessórios de moda.

Objetivos: estudar a perspetiva associada às tradições de Vila Verde que os residentes do concelho e os visitantes têm. Com este estudo acaba-se por entender a influência que as tradições têm na vida das pessoas e compreender os gostos de cada inquirido.

1.2.1. Idade dos inquiridos

Através desta questão percebeu-se que os inquiridos estão compreendidos entre os 16 e 72 anos de idade, sendo que o valor médio ronda os 18 a 25 anos.

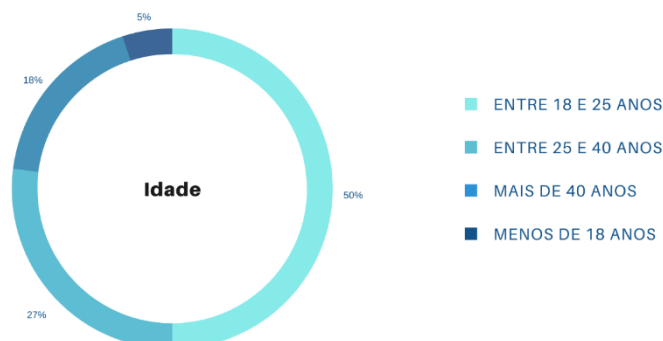


Figura 11 – Diagrama que ilustra a questão colocada aos inquiridos sobre a idade de cada um. Fonte: Luana Silva.

O resultado deste gráfico, por ordem decrescente é o seguinte:

- 1º) Entre 18 e 25 anos: com um total de 100 respostas (50%);
- 2º) Entre 25 e 40 anos: com um total de 54 respostas (27%);
- 3º) Mais de 40 anos: com um total de 36 respostas (18%);
- 4º) Menos de 18 anos: com um total de 10 respostas (5%).

1.2.2. Sexo dos inquiridos

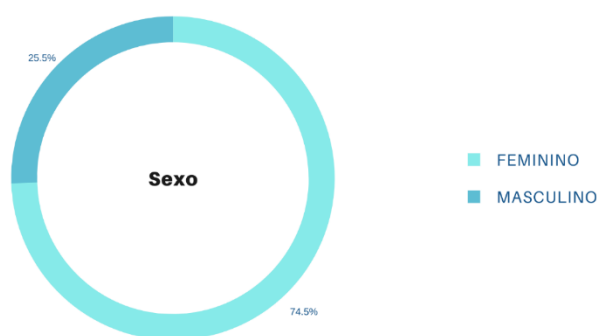


Figura 12 – Esquema que ilustra a questão sobre o sexo de cada inquirido. Fonte: Luana Silva.

Os resultados deste gráfico, por ordem decrescente é:

- 1º) **Sexo Feminino:** com 149 inquiridos (74,5%);
- 2º) **Sexo Masculino:** com 51 inquiridos (25,5%).

1.2.3. Naturalidade

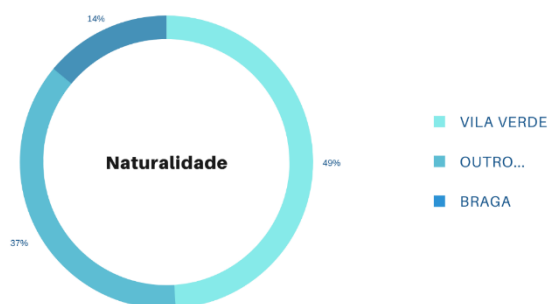


Figura 13 – Esquema que ilustra a questão colocada aos inquiridos sobre a naturalidade de cada um. Fonte: Luana Silva.

A questão é de resposta livre e consiste em conhecer a **localidade** dos inquiridos para que se consigam obter respostas generosas para o estudo. Através desta pergunta consegue-se ter uma perceção se os inquiridos são da terra dos lenços dos namorados - o tema do trabalho de estudo.

As respostas examinadas, por ordem decrescente são:

- 1º) **Vila Verde:** com 98 respostas (49%);
- 2º) **Outro:** com 74 respostas (37%);
- 3º) **Braga:** com 28 respostas (14%).

1.2.4. Lugar de residência

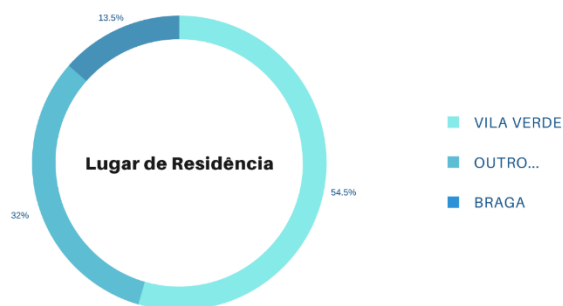


Figura 14 – Esquema que ilustra a questão colocada aos inquiridos sobre a residência de cada um. Fonte: Luana Silva.

A questão corresponde à residência dos inquiridos, sendo uma resposta livre que consiste em conhecer os averiguados de forma a obter respostas pertinentes para o trabalho de estudo a ser realizado.

As respostas examinadas, por ordem decrescente são:

- 1º) **Vila Verde:** com 109 respostas (54,5%);
- 2º) **Outro:** com 64 respostas (32%);
- 3º) **Braga:** com 27 respostas (13,5%).

1.2.5. Profissão

A questão é de resposta livre e não obrigatória, sendo que o propósito da pergunta consiste em conhecer os inquiridos. Obtiveram-se 129 respostas de 200, sendo que 71 das respostas se apresentam em branco, o que corresponde a 55% de pessoas que avançaram a questão. No entanto, comprova-se que a grande maioria é **estudante**, sendo que 50% dos inquiridos também estão entre os 18 e os 25 anos (dado presente na questão 1.2.1).

1.2.6. Formação Acadêmica

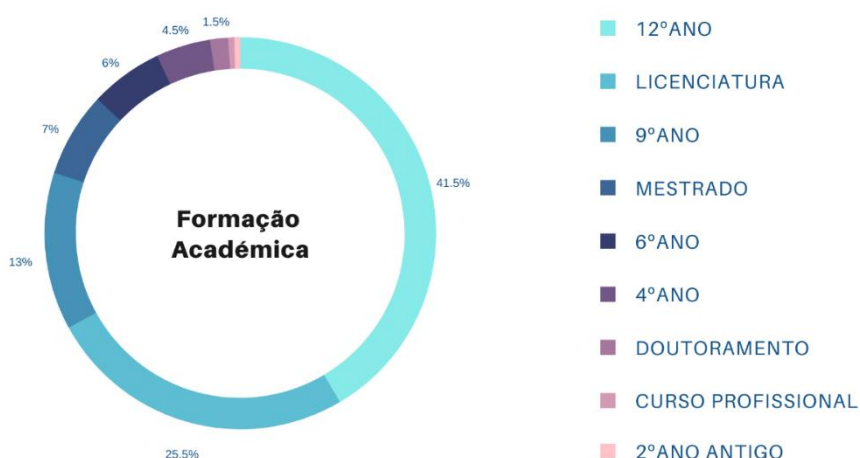


Figura 15 – Esquema que ilustra a questão colocada aos inquiridos sobre a formação acadêmica de cada um. Fonte: Luana Silva.

Os resultados deste gráfico, por ordem decrescente são:

1º) 12ºano: com um total de 83 inquiridos (41,5%)

2º) Licenciatura: com um total de 51 inquiridos (25,5%)

3º) 9ºano: com um total de 26 inquiridos (13%)

4º) Mestrado: com um total de 14 inquiridos (7%)

5º) 6ºano: com um total de 12 inquiridos (6%)

6º) 4ºano: com um total de 9 inquiridos (4,5%)

7º) Doutoramento: com um total de 3 inquiridos (1,5%)

8º) e 9º) Curso profissional e 2 ano antigo, ambos com uma resposta, total de 1%.

1.2.7. Análise das respostas à questão “Tem interesse pelas tradições da sua localidade?”

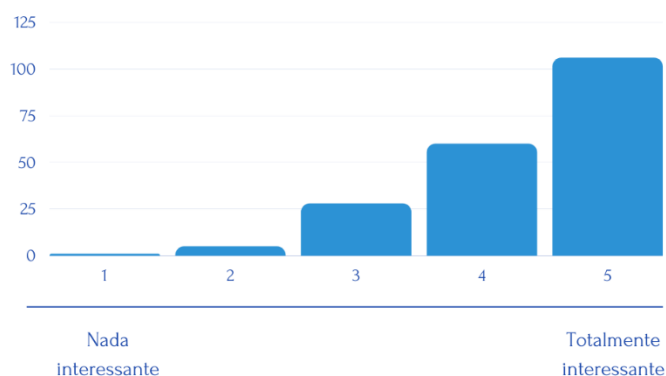


Figura 16 – Diagrama que ilustra a questão colocada aos inquiridos sobre os seus interesses pelas tradições. Fonte: Luana Silva.

Os itens examinados neste gráfico, por ordem crescente, foram:

- 1º) Nada interessante – com 1 inquirido (0,5%);
- 2º) Pouco interessante – com 5 inquiridos (2,5%);
- 3º) Interessante – com 28 inquiridos (14%);
- 4º) Muito interessante – com 60 inquiridos (30%);
- 5º) Totalmente interessante – com 106 inquiridos (53%).

1.2.8. Análise das respostas à questão “Tem conhecimento dos lenços dos namorados de Vila Verde?”

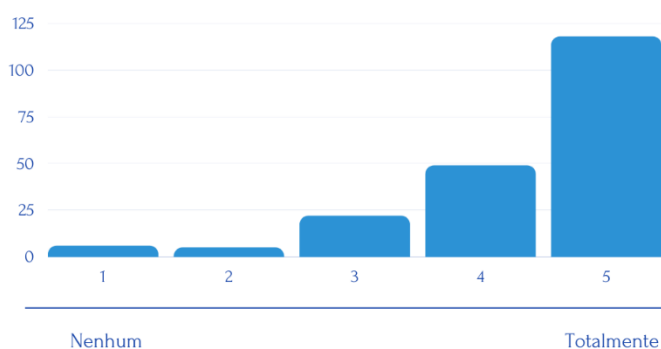


Figura 17 – Diagrama que ilustra a questão colocada aos inquiridos sobre os seus conhecimentos sobre os lenços dos namorados. Fonte: Luana Silva.

Os itens examinados neste gráfico, por ordem crescente, foram:

- 1º) Nada interessante – com 6 inquirido (3%);
- 2º) Pouco interessante – com 5 inquiridos (2,5%);
- 3º) Interessante – com 22 inquiridos (11%);
- 4º) Muito interessante – com 49 inquiridos (24,5%);
- 5º) Totalmente interessante – com 118 inquiridos (59%).

1.2.9. Análise das respostas à questão “O que acha dos lenços dos namorados?”

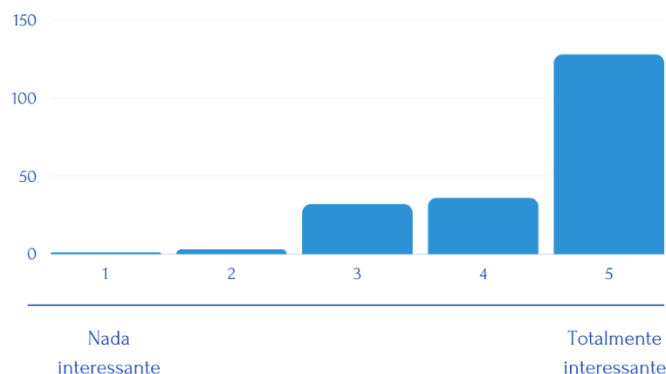


Figura 18 – Diagrama que ilustra a questão colocada aos inquiridos sobre as suas opiniões sobre os lenços dos namorados. Fonte: Luana Silva.

Os itens examinados neste gráfico, por ordem crescente, foram:

- 1º) Nada interessante – com 1 inquirido (0,5%);
- 2º) Pouco interessante – com 3 inquiridos (1,5%);
- 3º) Interessante – com 32 inquiridos (16%);
- 4º) Muito interessante – com 36 inquiridos (16%);
- 5º) Totalmente interessante – com 128 inquiridos (64%).

1.2.10. Análise das respostas à questão “O que é para si os lenços dos namorados?”

Nesta questão obteve-se um total de 55,5% de respostas concedidas por parte dos inquiridos, sendo que de duzentos (200), oitenta e nove (89) inquiridos continham esta resposta em branco.

Apesar disto, conseguiu-se fazer um apanhado das respostas, das quais prevalece com maior força as palavras “tradição” e “amor”. Podemos ainda encontrar algumas frases como “Mensagens de amor” ou “cartas de amor” e até pequenas frases que explicam um pouco sobre a história que está por trás dos lenços, este é o caso dos inquiridos que conhecem os lenços e quiseram deixar o seu conhecimento nesta pergunta.

E de facto os lenços dos namorados fazem parte da história, da cultura e da tradição de Vila Verde. Eles eram também uma forma de demonstrar o amor que existia entre as pessoas, sendo oferecido como uma prova. Antigamente, os lenços eram bordados com essas expressões e a simbologia dos sentimentos, atualmente já é mais uma prática comum pois utiliza-se esta

imagem em qualquer produto no mercado. No entanto, os erros ortográficos que ainda existem, são fruto da iliteracia do passado e acabou por se dar continuidade a estes erros, sendo que pelo estudo feito aos inquiridos é o que mais cativa a atenção das pessoas.

1.2.11. Análise das respostas à questão “Considera que os lenços sejam uma boa imagem como tradição cultural de Vila Verde?”

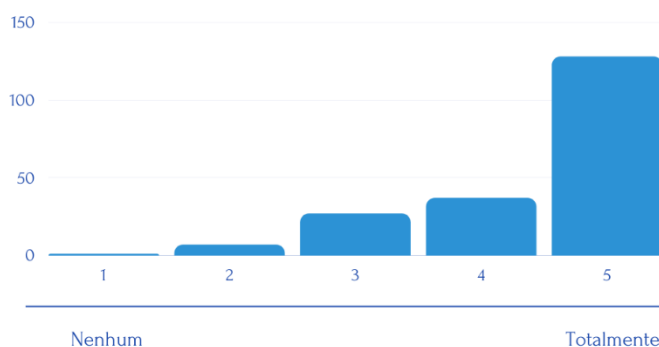


Figura 19 – Diagrama que ilustra a questão colocada aos inquiridos sobre se estes consideram os lenços como uma imagem tradicional da cultura de Vila Verde. Fonte: Luana Silva.

Os itens examinados neste gráfico, por ordem crescente, foram:

- 1º) Nada interessante – com 1 inquirido (0,5%);
- 2º) Pouco interessante – com 7 inquiridos (3,5%);
- 3º) Interessante – com 27 inquiridos (13,5%);
- 4º) Muito interessante – com 37 inquiridos (18,5%);
- 5º) Totalmente interessante – com 128 inquiridos (64%).

1.2.12. Análise das respostas à questão “Como acha que nasceram os lenços dos namorados?”

A questão é de resposta livre e não obrigatória, sendo que o propósito da pergunta consiste em saber se os inquiridos conhecem a história dos lenços dos namorados. Obteve-se uma percentagem baixa, apenas 43,5% dos inquiridos responderam a esta pergunta, possuindo assim um total de 113 respostas em branco. Assim sendo, considera-se uma resposta inconclusiva.

1.2.13. Análise das respostas à questão “Conhece a história por trás dos lenços dos namorados?”

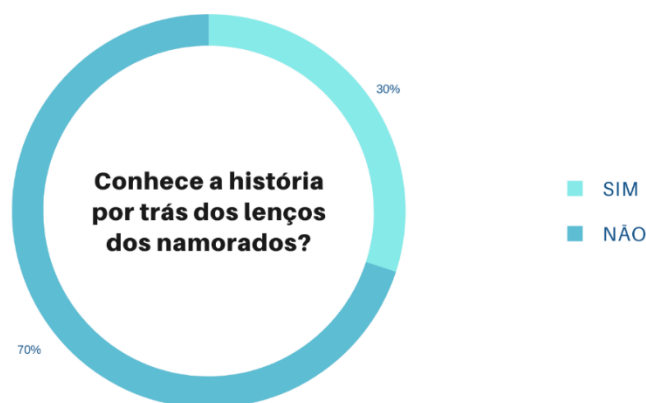


Figura 20 – Diagrama que ilustra a questão colocada aos inquiridos sobre se estes têm conhecimento da história dos lenços dos namorados. Fonte: Luana Silva.

O gráfico em questão consiste em obter-se números verdadeiros em relação à história da criação dos lenços dos namorados e se esta é conhecida pelos inquiridos, quer sejam naturais de vila verde ou não. Sendo que, se obtiveram 140 respostas negativas (70%) e 60 respostas positivas (30%). Ou seja, aparentemente, apenas 30% dos inquiridos conhecem a história dos lenços.

1.2.14. Análise das respostas à questão “Que elemento considera relevante nos lenços?”

A questão em foco é livre e não obrigatória. Obtendo um total 47% de respostas dadas por parte dos inquiridos, apresentando assim 106 respostas em branco. Deste modo, considera-se a pergunta inconclusiva.

1.2.15. Análise das respostas à questão “Que elemento é que lhe transmite mais identidade cultural acerca de Vila Verde?”

A resposta à questão é livre e não obrigatória. Obteve-se 36% de respostas concretas, sendo um total de 128 respostas em branco. Considera-se com isto que a pergunta é inconclusiva.

1.2.16. Análise das respostas à questão “Considera importante manter estas tradições e culturas portuguesas?”

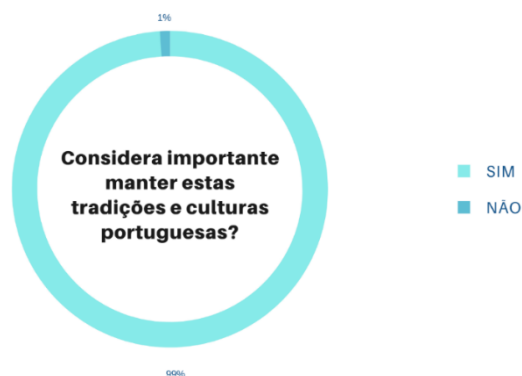


Figura 21 – Diagrama que ilustra a questão colocada aos inquiridos sobre se estes consideram importante manter vivas as tradições e culturas portuguesas. Fonte: Luana Silva.

O gráfico em questão consiste em arrecadar uma resposta concreta das opiniões dos inquiridos em relação a manter estas tradições e culturas portuguesas vivas. Obtendo-se no final, 198 respostas positivas (99%) e 2 respostas negativas (1%).

1.2.17. Análise das respostas à questão “Utilizaria / Ofereceria uma bolsa que utilizasse como elemento decorativo os lenços dos namorados?”



Figura 22 – Diagrama que ilustra a questão colocada aos inquiridos sobre se estes utilizariam ou ofereceria uma bolsa que tivesse os lenços dos namorados como elemento decorativo. Fonte: Luana Silva.

O gráfico apresentado baseia-se nos gostos de casa um dos inquiridos, sendo que o objetivo é saber se utilizariam ou não uma bolsa que empregasse o tema dos lenços dos namorados. Dos inquiridos 177 responderam que sim (88,5%) e 23 responderam que não (11,5%).

1.2.18. Análise das respostas à questão “Que elementos considera relevantes para estarem presentes num acessório de moda?”

A questão é de resposta obrigatória e a qual consiste em conhecer os gostos e preferências de cada um dos inquiridos em relação aos acessórios de moda. Assim sendo, para fazer a análise da questão foram revistas todas as respostas e no total obteve-se 75,5% de respostas válidas, por parte dos inquiridos, sendo que 49 foram anuladas, por estarem em branco ou com “.”, ou “não sei”, considerando assim 24,5% das respostas inválidas.

Depois de realizar uma análise a todas as respostas validadas, confirma-se que os inquiridos pretendem que se aposte numa boa **qualidade dos materiais** a utilizar e **bons acabamentos**, com isto podemos apostar num produto que seja bastante bom e que dure por uns longos anos, adequando-se à realidade do nosso quotidiano, combatendo assim o *fastfashion*. Pediram também para apostar na **originalidade**, funcionalidade, **durabilidade**, ergonomia e estética de cada uma das bolsas. Apostando em **elementos simples** e minimalistas, mas que consigam transpor o amor existente nos lenços, tornando a bolsa intemporal.

Tivemos ainda algumas opiniões para apostar em cores mais neutras (como por exemplo o **preto, bege ou branco**), em relação às cores mais vibrantes, poderão ser utilizadas como elemento decorativo. Devemos apostar também nos **padrões e nas texturas dos tecidos**, como também na **ornamentação** criando assim uma identidade própria e autêntica das bolsas. Como elementos decorativos deram algumas opiniões que nos cativaram, é o caso dos **pendentes**, os quais poderão ser criados conforme os desenhos existentes nos lenços e correntes.

Alguns dos inquiridos foram ainda colocando a sua opinião conforme gostariam de ter a bolsa segundo os seus gostos, recolhemos então várias respostas como “**bolsa grande**”, “**bolsa média**” ou “**bolsa pequena**”, “em pele”, “tipo banana”, “unissexo”, com apenas um repartimento ou várias divisórias/ bolsos para poder colocar tudo separado, “bolsa pequena que depois encaixe numa maior” ou bolsa para o telemóvel e prática.

Em relação às **alças**, obtivemos da mesma forma algumas opiniões que nos sugeriram e que acabaram por cativar a nossa atenção, sendo pedido de novo um bom material para que a vida das alças acabe também por ter

uma boa durabilidade. Nomeadamente, utilizando as alças mais largas que acabam por ser mais confortáveis e poderão ainda ser uma tela para utilizar os elementos dos lenços dos namorados, que seja regulável e prática, ou duas alças na mesma bolsa, mas com tamanhos diferentes.

1.2.19. Análise das respostas à questão “Que elemento dos lenços dos namorados utilizaria como decoração de um acessório de moda?”

A questão é de resposta obrigatória e consiste em conhecer os gostos e preferências de cada um dos inquiridos em relação aos lenços dos namorados. Assim sendo, para fazer a análise da questão foram revistas todas as respostas e no total obtiveram-se 71,5% de respostas válidas, por parte dos inquiridos, sendo que 57 foram anuladas, por estarem em branco ou com “.”, ou “não sei”, considerando assim 28,5% das respostas inválidas.

Após uma análise a todas as respostas válidas, confirma-se que os inquiridos preferem que se utilizem os elementos mais conhecidos do lenço, desde o **linho** que é a base do lenço, às cores, aos desenhos dos quais temos o **coração, a chave, o pássaro com a mensagem, as flores, os verdes, os corações e as quadras.**

Muitas foram as respostas que recomendaram apostar pelos elementos simples. No entanto, houve também pedidos mais arrojados como, por exemplo, usar o ponto dos bordados, o ponto cruz para a costura da bolsa, criar lenços para o cabelo/ pescoço com o tema e criar porta-chaves. Com a avaliação dos inquiridos desenvolveram-se ainda algumas ideias, como a utilização dos desenhos tradicionais para a criação de pendentives para que os utilizadores possam identificar a sua bolsa ou até utilizar como elemento decorativo. O croché que é utilizado como acabamento do lenço, poderá também ser um elemento da bolsa.

1.2.20. Análise das respostas à questão “Considera importante o estudo que esclareça a identidade dos lenços dos namorados?”

Os itens examinados neste gráfico, por ordem crescente, foram:

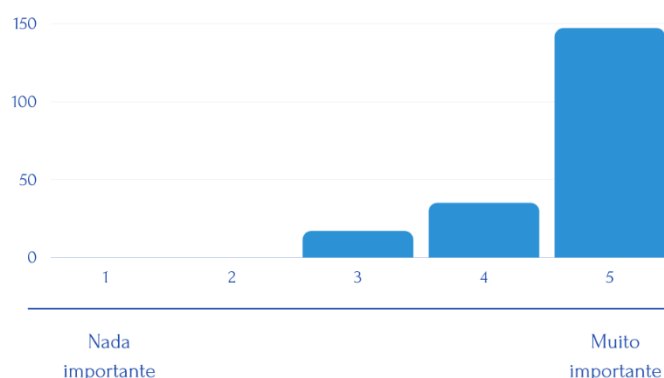


Figura 23 – Gráfico que ilustra a questão colocada aos inquiridos sobre a importância do estudo que esclareça a identidade dos lenços dos namorados. Fonte: Luana Silva.

- 1º) Nada interessante – com 0 inquiridos;
- 2º) Pouco interessante – com 0 inquiridos;
- 3º) Interessante – com 17 inquiridos (8,5%);
- 4º) Muito interessante – com 35 inquiridos (17,5%);
- 5º) Totalmente interessante – com 148 inquiridos (74%).

1.3. Considerações

A análise e o estudo dos inquéritos realizados acerca dos lenços dos namorados realçam a importância destas tradições para os vilaverdenses, realça também todos os eventos criados pela Câmara Municipal de Vila Verde de maneira a realçar todas as tradições que enriquecem a terra e o povo.

Constata-se assim que, **os lenços dos namorados são um símbolo de cultura e tradição que Vila Verde** pretende continuar a preservar. Vila Verde é uma terra da região Norte de Portugal e caracteriza-se pelas suas tradições artesanais e os seus artesãos. “A relação entre o designer e artesão evidencia a possibilidade de novas lógicas de produtos sustentados para novas orientações de mercado que procuram produtos capazes de se afirmarem pelas qualidades localizadas.” (APARO, 2010: 141). Assim sendo, a **relação que se cria entre o designer e o artesão** poderá potenciar produtos que sejam inovadores e excepcionais, para públicos característicos, sem que se comprometam as antigas tradições e, criando produtos artesanais e defensores dos antigos costumes.

Atualmente, os lenços dos namorados remetem para vários produtos presentes no mercado, como por exemplo materiais escolares (canetas, lápis, bolsas, guarda-chuvas, rótulos de produtos, roupa e calçado), sendo assim uma imagem muito utilizada para captar a atenção de quem visita ou fica a conhecer Vila Verde e os lenços. “Outrora peças cuja realização era motivada por um sentimento suposto também ele permanecer único, os lenços tinham, para sobreviver, que se adaptar aos novos valores e comportamentos amorosos. Agora, sobretudo apreciados enquanto peças decorativas, ainda são ocasionalmente utilizados no namoro...” (DURAN, 2004: 104). De igual modo, é um dos elementos decorativos mais utilizados como **decoração de casamento**, quer em convites, lembranças, espaço ou o próprio lenço na entrega das alianças. A maioria dos inquiridos, conhece a imagem dos lenços dos namorados, mas não a sua história, havendo alguns que acreditavam que o lenço era da região Norte num geral. Porque de facto o Norte de Portugal é rico em tradições, desde as festas populares e romarias, gastronomia e vinhos, ao artesanato e à filigrana.

Outrora, os lenços integravam parte do traje das senhoras como elemento decorativo, e mais tarde como fruto de romance, passando assim a ser utilizado como forma de conquistar o namorado. Quando as raparigas se encontravam na idade de casar, preparavam o seu lenço bordado, utilizavam um pano de linho fino ou um lenço de algodão e utilizavam os seus conhecimentos ensinados pelas suas mães e avós. Estando o lenço pronto, era enviado para o seu pretendente e caso este o utilizasse em público, quer no pescoço, em cima do casaco, na ponta do pau ou na aba do chapéu, era sinal do início de uma relação amorosa, assim sendo, o lenço era utilizado como o anel de noivado é usado nos dias de hoje. Outra grande diferença entre estes dois elementos é que, na tradição do lenço era comum ser a mulher a entregar e em relação ao anel é comum ser o homem a pedir a mão à mulher. Ainda sobre o lenço, caso o moço não aceitasse o namoro, este seria enviado para a rapariga que o fez.

Outro hábito alterado com o tempo são as cores, sendo que os originais e **mais antigos eram bordados apenas a vermelho e a preto e com o ponto de cruz**. Com o tempo as bordadeiras começaram por utilizar as cores nos lenços, e passaram a usar pontos mais fáceis e rápidos. Segundo Durand (2004: 22), os lenços dos namorados são “objetos cujas produção e utilização já não

têm nada de comparável com o que eram, seja em termos das suas motivações ou das suas significações”. Contudo são objetos genuínos e autênticos e existem coisas que ainda hoje se mantém, é o caso dos **erros ortográficos** e a **caligrafia** muito parecida com a infantil. Atualmente, as bordadeiras fingem iliteracia e cometem os erros, propositadamente, para manterem essa tradição de ingenuidade dos lenços dos namorados originais.

É notório o desejo dos habitantes de Vila Verde em manterem vivas estas **tradições e culturas portuguesas**, como o de preservarem os lenços dos namorados e a imagem dos artesãos que vivem deste ofício, mantendo assim a história dos romances antigos duradoura. Todos os inquiridos foram confrontados com as seguintes questões “Considera importante manter estas tradições e culturas portuguesas?” e “Considera importante o estudo da identidade dos lenços dos namorados?”, obtendo 99% das respostas positivas no caso de manter as tradições e a cultura portuguesas perduráveis. Em relação ao estudo sobre a **identidade dos lenços** obteve-se 100% positivo, sendo a soma total de Interessante (5,5%), Muito interessante (17,5%) e Totalmente interessante (74%). Conclui-se que este estudo será bastante importante não só para o lugar como para todos os vilaverdenses.

Em resumo concluiu-se o seguinte:

- Vila Verde é uma vila nutrida de **tradições, culturas portuguesas** e inovação, os lenços dos namorados são um símbolo avantajado do lugar.
- Nos lenços dos namorados, considerar e analisar os **desenhos** e as **quadrados**. Os originais e mais antigos eram bordados apenas a vermelho e a preto e com a técnica do ponto de cruz.
- Trata-se de uma tradição relacionada à sazonalidade e aos **eventos** como o casamento.
- A relação que se cria entre o **designer** e o **artesão** poderá potenciar produtos que sejam inovadores e excecionais, para públicos característicos.
- Potenciar um produto como um **sistema produto** (Zurlo, 2003) portador dos valores de Vila Verde.

2. Trabalho de Campo: Procura de parceiros

2.1. Apresentação dos parceiros

Os inquiridos foram escolhidos em função de serem agentes com intervenção em Vila Verde e a Norte de Portugal. No caso da Dr. Júlia Fernandes, **Presidente da Câmara Municipal de Vila Verde** o intuito da entrevista era de pedir o apoio por parte da **Câmara e do Namorar Portugal** para apoiar este projeto devido à utilização da imagem dos Lenços dos Namorados.

No decorrer da entrevista com a Sr. Presidente da Câmara houve uma troca de ideias e surgiu o nome do Sr. Fernando Rei, CEO da **empresa Tearte**, localizada em Aboim da Nóbrega, uma freguesia do concelho de Vila Verde. Esta parceria torna o projeto ainda mais enriquecido de tradições de Vila Verde, conjugando assim a arte de tear com o bordado dos lenços.

Numa segunda fase falou-se com a D. Glória Oliveira, **CEO do Gô Atelier**, um atelier de costura em Vila Verde. No caso da Glória Oliveira, decidiu-se fazer parceria com esta **costureira** devido a um trabalho passado já realizado durante a licenciatura, onde a mestranda acabou por conseguir realizar um bom trabalho de grupo com a mesma, criando ainda laços de afeto com a mesma.

De seguida, falamos com a Nancy Oliveira, **Fundadora e diretora executiva da Namorarte**, esta é uma empresa de calçados que utiliza os lenços dos namorados como inspiração na criação das suas peças. Esta parceria nasceu com o intuito de pedir auxílio para a criação das bolsas, mas após a mestranda mostrar o seu trabalho de licenciatura a empresária aconselhou que fosse esta a produzir as suas próprias bolsas com pequenas empresas de Vila Verde, evitando as grandes empresas que iriam levar no mínimo trezentos e cinquenta (350) euros para a produção de cada um dos moldes das bolsas a serem criadas. Ao longo da conversa, a Nancy mostrou-se disponível para mostrar os catálogos dos mais variados materiais e foi daí que nasceu a parceria com a Namorarte, onde nos forneceu alguns dos materiais disponíveis na loja, alguns deles para a realização de testes, como também nos auxiliou com a compra da pele de cabra.

Ainda assim, a Nancy acabou por nos fornecer o contacto da **F. Antunes Lda** para a produção da bolsa em pele. Visto que os testes realizados na

costureira e no sapateiro não correram conforme planeado. Daí recorrermos a alguém que tenha capacidade e máquinas indicadas para trabalhar com estes tipos de materiais.

Dando seguimento, apresentamos a loja de tecidos **Jesus**, onde a mestranda comprou a entretela. De seguida, a **Retrosaria da Zéza**, situada em Prado, uma das freguesias do município de Vila Verde. Recorreu-se a esta loja para comprar todo o tipo de acessórios para a criação das bolsas, desde os fechos, argolas, ganchos, correntes e etc. Para finalizar, a empresa **Divazus**, situada em Barcelos onde se comprou os tecidos Denis Black e Wadding, ambos 100% poliéster, utilizados para a produção de uma das bolsas, o primeiro é um tecido impermeável e acaba por ser o mais indicado para o que se pretende, já o segundo é uma pasta de enchimento.

Tabela 2 – Tabela dos parceiros

Nome	Profissão	Localidade	Produtos disponibilizados/comprados pela mestranda
Júlia Fernandes	Presidente da Câmara Municipal de Vila Verde	CMVV, Vila Verde (centro)	Apoio da Câmara Fornecimento de contactos
Fernando Rei	CEO da empresa Tearte	Aboim da Nóbrega, Vila Verde	Tecido feito no tear
Glória Oliveira	CEO do Gô Atelier	Vila Verde (centro)	Costura e produção das bolsas
Nancy Oliveira	Fundadora e diretora executiva da Namorarte	Vila Verde (centro)	Tecidos para experiências Tecido de pele Fornecimento de contactos
F. Antunes Lda	Indústria de malas e acessórios de moda	Dume, Braga	Costuras realizadas no tecido de pele
Jesus – Tecidos	Loja de tecidos	Vila Verde (centro)	Entretela
Retrosaria da Zéza	Loja de artigos	Vila de Prado, Vila Verde	Todos os acessórios usados nas bolsas, por exemplo, os ganchos, as argolas e as correntes
Divazus	Loja de tecidos	Barcelos	Tecidos

2.2. Considerações

Após uma análise ao trabalho de campo realizado concluiu-se que é necessário produzir uma pesquisa detalhada para se conseguir obter um trabalho com qualidade. Por outro lado, verificou-se que a importância do erro durante o processo, no sentido que é com testes, experiências (bem e malsucedidas) que se modifica o processo até se alcançar um bom resultado.

Através da análise a eventuais parcerias conclui-se que o projeto teria a cooperação de:

- Um dos melhores artesãos de Vila Verde, **Fernando Rei**, para produzir o tecido base no seu tear;
- A costureira **Glória Oliveira** que não só domina a arte da costura há muitos anos, como também transmitiu conhecimento à mestranda, sugerindo que fosse esta a fazer algumas partes do processo para aprender e perder o medo de estragar materiais;
- A empresária **Nancy Oliveira** e a sua equipa (**Namorarte**) que permitiu que se comprassem materiais específicos e se construísse uma rede de contactos com novas empresas. Esta ação afetou o processo de trabalho, nomeadamente no desenvolvimento do protótipo;
- A **F. Antunes Lda**, que industrializa malas e acessórios de moda, sobretudo produtos em pele, esta acabou por nos auxiliar nas costuras da bolsa em pele e dos pendentis;
- Empresas **Divazus**, **Retrosaria Zéza** e a **Jesus – Tecidos** que cooperaram na construção de partes do protótipo;

3. Trabalho de Campo: Levantamento das entidades parceiras

3.1. A empresa Tearte

3.1.1. Apresentação da empresa

A empresa Tearte é uma empresa que trabalha a **tecelagem manual**, e cujo objetivo é divulgar a comercialização de tecidos produzidos artesanalmente, proporcionando tecidos exclusivos e personalizáveis.⁴¹ O espaço de produção da Tearte localiza-se em Aboim da Nóbrega, uma freguesia do concelho de Vila Verde.



Figura 24 – Logotipo da marca Tearte. Fonte: Luana Silva.

3.1.2. O processo e as pessoas da empresa

Fernando Rei é o responsável pela empresa e pela criação e produção dos tecidos em teares manuais. O processo utilizado é unicamente a **tecelagem a metro**.



Figura 25 – Fernando Rei, artesão que criou a marca Tearte. Fonte: Luana Silva.

⁴¹ In <https://tearte-weaving-mill.negocio.site/> [acedido a 15 de julho de 2022]

3.1.3. Materiais utilizados na empresa

Os materiais utilizados na produção dos tecidos são geralmente **matérias-primas orgânicas**, regularmente de produção caseira, é o caso do linho, da lã, do algodão e da seda.

3.1.4. Processos produtivos: processos desenvolvidos internamente

A Tearte disponibiliza uma vasta produção de artefactos desde os tecidos que acaba como criação de tapeçarias, mantas, através disto, também é capaz de produzir moldes para roupas e bolsas, neste caso é possível criar desde o corpo da bolsa até à alça. Podemos ver na figura abaixo, alguns dos produtos criados pelo artesão.



Figura 26 – Produtos desenvolvidos pelo artesão. Fonte: Luana Silva.

3.1.5. Processos produtivos: processos desenvolvidos externamente

Como processos produtivos que sejam desenvolvidos externamente temos o caso das etiquetas, os sacos de venda que o artesão utiliza para entregar os seus produtos aos consumidores e as lãs que vêm em rolos e são depois trabalhados e colocados no tear para começar a produzir os produtos desejados. Existe ainda o caso da bolsa “Portugaba” (ver Figura 27) realizada por Christian Louboutin em uma parceria com o Sr. Fernando, no caso deste projeto o artesão realizou as peças modelo definidas pela marca no seu próprio espaço. Após estarem concluídas seguiram para outro local para se juntarem a moldes produzidos por outros artesãos, criando assim a bolsa através de várias partes feitas em diferentes locais, sendo assim um processo produtivo interno da Louboutin.



Figura 27 – Portugaba, de Christian Louboutin. Fonte⁴²

3.1.6. Maquinaria e ferramentas desenvolvidas

Os aparelhos utilizados pela Tearte, são os **teares**. Estes são aparelhos mecânicos e eletromecânicos para fins de tecelagem, são utilizados por artesãos para criar produtos através de uma técnica de entrelaçado da urdidura⁴³ e da trama. Definindo assim o tear como um equipamento capaz de produzir tecidos de diversas espessuras, com ou sem padrão e os desenhos puxados.

Na tearte existem quatro tipos de teares, o que os diferencia é os seus tamanhos, sendo o mais pequeno capaz de produzir peças de cinquenta centímetros (50cm) e o maior capacitado para peças de cento e seis centímetros (106cm).



Figura 28 – Espaço de trabalho Tearte. Fonte: Luana Silva.

⁴² https://www.unibanco.pt/blog/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/Louboutin_Portugaba-768x768.jpg

⁴³ Urdidura - "conjunto dos fios que se lançam ao comprimento do tear e por entre os quais se passa a trama ou fio."

"urdidura", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2021, <https://dicionario.priberam.org/urdidura> [consultado em 28-09-2022].

3.1.7. Técnicas implementadas

Tecelagem a metro Manual. Depois como técnica de trabalho dentro da tecelagem temos, por exemplo, os puxados, os padrões e os riscados.



Figura 29 – Processo de enfiamento da teia no tear. Fonte: Luana Silva.

3.2. Gô Atelier

3.2.1. Apresentação da empresa

O Gô Atelier é um atelier de costura que tem o intuito de criar peças únicas e originais para os seus clientes, assegurando assim que cada peça produzida seja única e exclusiva. O atelier localiza-se no centro de Vila Verde.

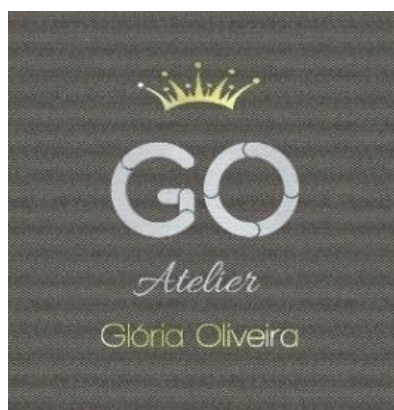


Figura 30 – Logotipo da marca Gô Atelier. Fonte: Luana Silva.

3.2.2. O processo e as pessoas da empresa

Glória Oliveira é costureira há vários anos, tornou-se CEO da Gô Atelier e é também a responsável pela imaginação, criação e produção das peças feitas no espaço. Por vezes tem uma ajudante para a auxiliar nos momentos em que se encontra com mais encomendas.



Figura 31 – Espaço Gô Atelier. Fonte: Luana Silva.

3.2.3. Materiais utilizados na empresa

O Gô Atelier utiliza dos mais **variados tipos de tecidos**, desde cetins a tules e lantejoulas, também utiliza qualquer tipo de aplicações nas peças como por exemplo de rendas, entretelas, fechos, botões e etc. Depois são utilizados todos os materiais convenientes da parte da costura, isto é, fita métrica, giz, alfinetes, agulhas, linhas, dedais, tesouras.

3.2.4. Processos produtivos: processos desenvolvidos internamente

Como processos produtivos que sejam desenvolvidos internamente temos todas as peças vendidas no atelier, totalmente, criadas pela D. Glória. Para a criação de qualquer peça é necessário a cliente indicar o que deseja, desde um modelo que tenha como inspiração, o tecido e a cor do mesmo, como também qualquer tipo de aplicação que deseje de colocar, como por exemplo uma parte de lantejoulas na parte de cima da peça. Na Figura 32 podemos ver alguns dos trabalhos produzidos pela costureira.

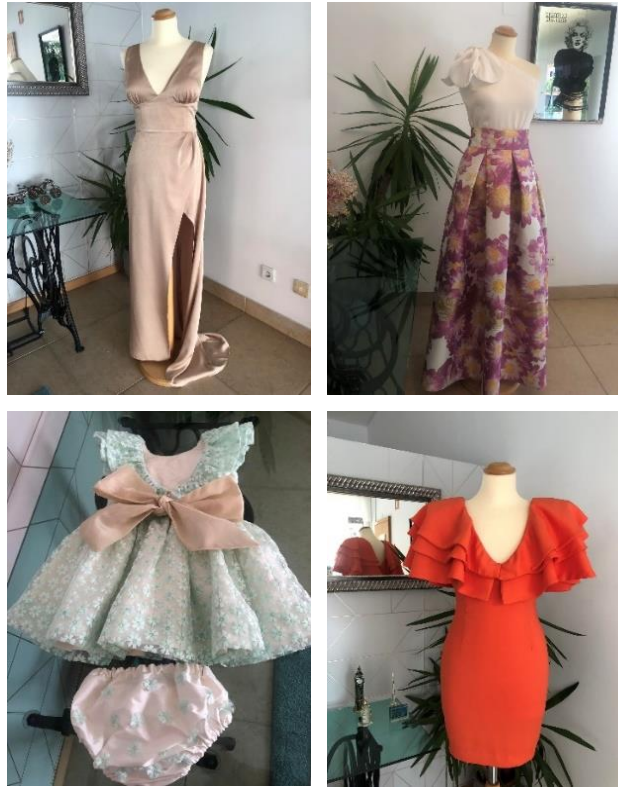


Figura 32 – Peças produzidas pela Glória Oliveira. Fonte: Luana Silva.

Depois de definir o modelo a ser produzido os tecidos são comprados, também há a hipótese de ser a cliente a trazer um tecido e após a realização da peça são feitos testes de experimentação para confirmar o modelo da cliente e daí dar seguimento para os acabamentos finais.

3.2.5. Processos produtivos: processos desenvolvidos externamente

Como processos produtivos que sejam desenvolvidos externamente temos o caso dos tecidos, as etiquetas e os sacos de venda. Em relação aos materiais utilizados como aplicações das peças, estes são comprados em empresas externas, é o caso dos botões, fechos, as linhas, as agulhas e etc.

3.2.6. Maquinaria e ferramentas desenvolvidas

Júpiter BR-500-3 (máquina de costura);
 Brother EF4-B531 (máquina de corte e cose);
 Ferro a Vapor.

3.2.7. Técnica implementada

Costura.

3.3. Namorarte

3.3.1. Apresentação da empresa

A Namorarte é uma empresa criada em 2013 e que começou por utilizar o sapato bordado com os motivos dos Lenços dos Namorados como uma estratégia de distinção no mercado, a inspiração dos bordados está relacionada com a terra, Vila Verde, onde os lenços são uma imagem cultural local. Isto acaba de ir ao encontro do projeto a ser realizado pela mestranda.

A orientação desta empresa tende a responder aos **pedidos de noivas** e a **personalização dos sapatos** para este dia especial, sendo uma ótima forma de ajudar cada uma a criar o seu sapato de sonho, sendo que cada produto é tratado com exclusividade. A empresa localiza-se no centro de Vila Verde.



Figura 33 – Logotipo da marca Namorarte. Fonte: Luana Silva.

3.3.2. O processo e as pessoas da empresa

Nancy Oliveira é fundadora e diretora executiva do projeto juntamente com o seu marido, Rafael. No total a equipa de trabalho conta com oito elementos que trabalham profissionalmente para proporcionar os melhores produtos e serviços com a melhor qualidade ao cliente.

3.3.3. Materiais utilizados na empresa

A empresa apenas apresenta os tecidos e alguns moldes no espaço, sendo de facto as únicas ferramentas de trabalho utilizadas no espaço, o computador com os programas de trabalho.

3.3.4. Processos produtivos: processos desenvolvidos internamente

Como processos produtivos que sejam desenvolvidos internamente temos a produção do design dos sapatos da coleção permanente e serviços de personalização conforme os gostos de cada um. Sendo todos os produtos desenvolvidos efetivamente por empresas externas que trabalham com a marca.

3.3.5. Processos produtivos: processos desenvolvidos externamente

Como processos produtivos que sejam desenvolvidos externamente temos todos os produtos desenhados e criados pela marca, desde os sapatos, as meias, malas. Na Figura abaixo apresentamos alguns dos produtos criados pela marca.



Figura 34 – Da esquerda para a direita: Calçados desenvolvidos pela Namorarte. Bolsas e sapatos de noivas desenvolvidos pela Namorarte. Fonte: Luana Silva.

3.3.6. Maquinaria e ferramentas desenvolvidas

Sendo a Namorarte uma marca que trabalha com outras empresas externas, acaba assim sendo por não apresentar maquinaria no espaço, os únicos materiais utilizados pela marca é o computador que é a principal ferramenta de trabalho da empresa, este é utilizado para editar e criar cada um dos produtos, para que depois seja colocada a proposta a cada um dos clientes.

Os programas utilizados são os Offices normais, por exemplo o word para criar relatórios de cada um dos produtos, Adobe Photoshop, CorelDRAW, CRM.

3.3.7. Técnicas implementadas

Criação, Prototipagem e Design dos produtos desenvolvidos pela marca, como as coleções lançadas e a personalização conforme os gostos de cada cliente.

3.4. F. Antunes Lda

3.4.1. Apresentação da empresa

A F. Antunes é uma empresa industrial onde criam produtos em pele, desde bolsas, malas e carteiras, mochilas e artigo de viagem. Para além da pele trabalham também com artigos Vegan. A empresa localiza-se em Dume, Braga a 13km de Vila Verde.



Figura 35 – Logotipo da marca F. Antunes Lda. Fonte: Luana Silva.

3.4.2. O processo e as pessoas da empresa

A empresa tem uma equipa de oito elementos, onde cada um tem uma área de trabalho específica. Estes estão separados por partes, sendo elas: do corte das peças, a montagem a costura dos produtos e depois as pinturas e os acabamentos. Têm ainda quem só se dedique às carteiras e malas mais pequenas porque estão especializadas nesse âmbito.

3.4.3. Materiais utilizados na empresa

Desde peles e tecidos que é o que mais utilizam, também disponibilizam alguns materiais sintéticos, sendo maioritariamente produtos Vegan. Depois a nível de materiais interiores existe uma grande componente de materiais, como é o caso de telas autocolantes, espumas, papeis, cartões e aglomerados.

3.4.4. Processos produtivos: processos desenvolvidos internamente

Como processos produtivos que sejam desenvolvidos internamente temos todo o tipo de trabalho de costura em peles, desde a colagem, costura, colocação de acessórios, entre outros. Sendo predominantemente a produção das bolsas o trabalho mais desenvolvido pela empresa.



Figura 36 – Produtos desenvolvidos pela F. Antunes Lda. Fonte:⁴⁴.

3.4.5. Processos produtivos: processos desenvolvidos externamente

Como processos produtivos que sejam desenvolvidos externamente temos as etiquetas, os sacos de pano que muitas das vezes são temperados pelas marcas dos clientes, sendo o papel da F. Antunes costurar essas bolsas e depois as embalagens que geralmente são os clientes que produzem e por vezes as enviam para a fábrica para os produtos serem colocados diretamente nas suas embalagens.

3.4.6. Maquinaria e ferramentas desenvolvidas

A F. Antunes apresenta uma parte tecnológica avançada de maquinarias e ferramentas adequada ao nível de trabalho que estes produzem, desde máquinas de costura, máquinas de corte, máquina de facear para colocar as peles mais finas.

3.4.7. Técnicas implementadas

Dentro da empresa existem várias técnicas que são trabalhadas todos os dias, no caso das técnicas usadas para fazer uma peça em marroquinaria é muito mais complexa, porque são várias peças para fazer apenas uma carteira, até se considera que seja mais melindrosa do que fazer uma bolsa e, é preciso desenvolver técnicas para se poder desenvolver estes artigos. Depois temos as técnicas mais usadas, é o caso do risco, a costura e a parte dos acabamentos.

⁴⁴ <https://e6c0b84fe7.clvaw-cdnwnd.com/fd5211d914db13799c8b88126bc4b892/200000066-105cc1155e/Zesty%20Color%20Blocking.png?ph=e6c0b84fe7>

3.5. Sistema de rede territorial criado

O sistema territorial foi criado com empresas do **Norte de Portugal**. “Este tipo de processo desenvolve-se na leitura e na análise das condicionantes que determinam o seu sucesso ou fracasso. Trata-se de um processo de verificação e ponderação acerca, quer das condições existentes, quer das opções selecionadas com o objetivo de garantir um resultado final portador de cultura e de diálogo entre as diferentes forças existentes no território.” (Aparo, Moreira da Silva, Soares, 2017: 130). Esta ação contribui para a sustentabilidade empresarial, no sentido que estimula a criação de conexões entre entidades do mesmo lugar a desenvolverem atividades orientadas para a criação de um sistema produto de acessórios de moda, considerando os critérios sociais, económicas e ambientais que garantem a perenidade do projeto a ser desenvolvido. Além disto, o sistema de rede territorial desenvolve uma prioridade das empresas parceiras escolhidas, aumentando a boa imagem de cada uma delas.

Como empresa parceira em Viana do Castelo, temos a **Escola Superior de Tecnologia e Gestão**, pertencente ao IPVC, escola onde a mestranda cursa. Em Vila Verde, temos algumas das empresas parceiras que auxiliaram a mestranda na produção do projeto, no fornecimento de materiais, produção de peças para a criação das bolsas, e a produção das mesmas. Após uma longa procura de um tecido em específico em diversas lojas de Vila Verde, foi em Barcelos, que se encontrou o parceiro ideal para o projeto. Assim sendo, a empresa **Divazus** (Barcelos) pertence ao sistema territorial criado, pois foi nesta empresa onde se encontrou um dos tecidos pretendidos. Temos ainda presente a **F. Antunes Lda**, uma empresa localizada em Dume (Braga) que desenvolve principalmente produtos em pele.

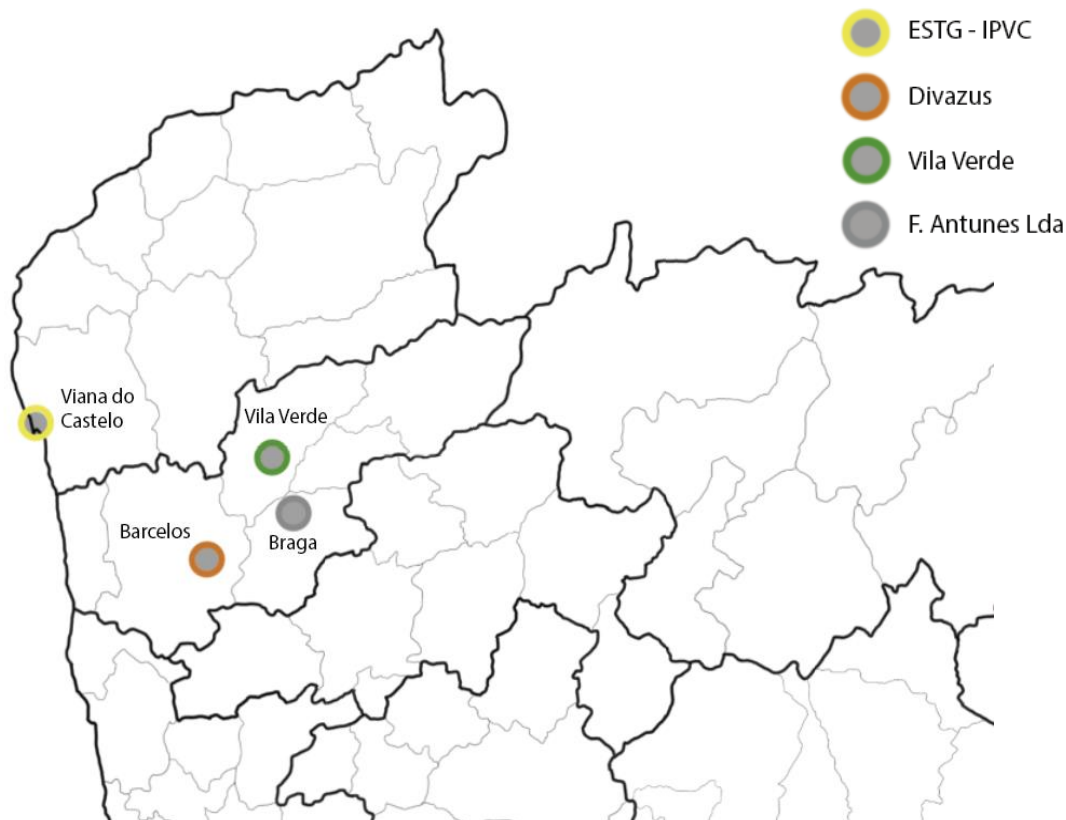


Figura 37 – Sistema de rede territorial criado entre a Academia de Viana do Castelo e o Mundo empresarial a Norte de Portugal. Fonte: Luana Silva.

No caso do sistema territorial de Vila Verde, um concelho localizado na cidade de Braga, decidiu-se dar prioridade às empresas da terra localizadas na vila, tornando o desenvolvimento do projeto mais prático e momentâneo.

A figura 38 apresenta o sistema de rede territorial de Vila Verde:

- A freguesia **Aboim da Nóbrega** (destacada a vermelho) que inclui o espaço de trabalho do **artesão Fernando Rei** e a empresa **Tearte**, onde se produziu o tecido feito no tear para a produção de uma das bolsas, situado em Aboim da Nóbrega;
- A **Vila de Prado** que abarca a **Retrosaria da Zéza** que disponibilizou acessórios para a produção do protótipo (realçado a verde-água);
- O **Centro de Vila Verde** (identificado a verde), que inclui as restantes empresas parceiras, designadamente, a **CMVV** (a verde), a **Namorarte** (a cor-de-rosa), o **Gô Atelier** (a roxo) e a **Jesus – Tecidos** (a azul).

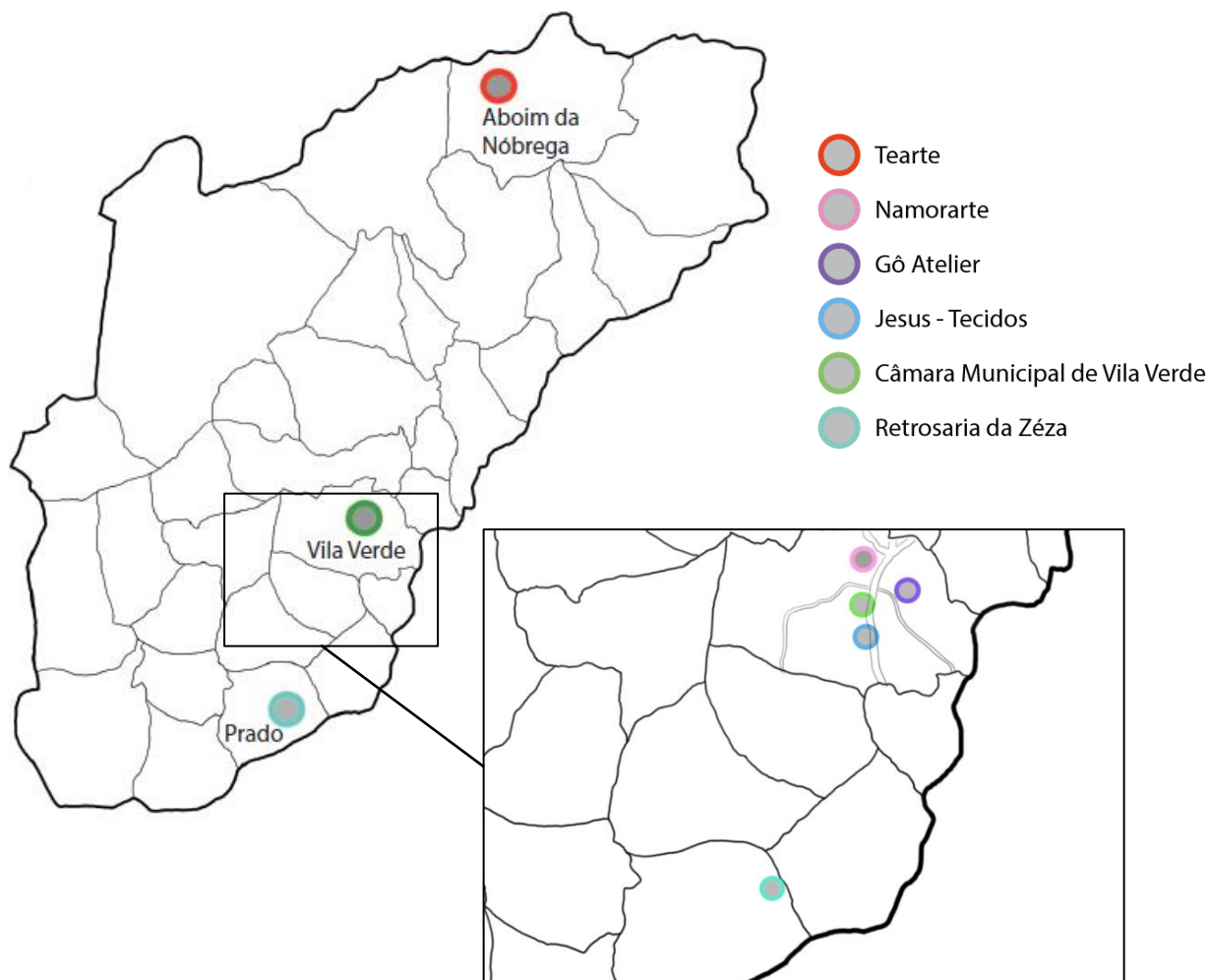


Figura 38 – Sistema de empresas territorial de Vila Verde. Fonte: Luana Silva.

4. Considerações para ideias futuras

De forma a reunir reflexões para a fase de geração de ideias, cruzou-se o estudo realizado com os **inquéritos** com a análise das **entrevistas** e **levantamentos** das empresas e concluiu-se que:

- Há o interesse em manter as **tradições** de Vila Verde, pelo que a criação de uma linha de acessórios de moda que cruza a tradição com a inovação pode ser uma ideia com sentido;
- A tradição e o passado são elementos considerados importantes por inquiridos e entrevistados;
- Há o risco de o **trabalho artesanal** desaparecer, porque há poucas pessoas a saberem fazê-lo.

- As ideias de **tipologias** a desenvolver devem ser simples, introduzindo o detalhe artesanal que personalize o produto.
- Relativamente aos elementos decorativos dos lenços dos namorados, destacaram-se alguns símbolos, nomeadamente, o **coração** e as quadras com os **famosos erros ortográficos**.
- O **tear** é o aparelho a utilizar na criação do tecido do produto futuro.
- Fomenta-se a ligação entre técnicas e materiais do passado e do presente que garantem a criação de um produto que é reflexo de uma realidade atual.

Terceira Fase: Ideias Futuras

1. Geração de Ideias

Considerando os inquéritos realizados, e depois destes terem sido analisados cuidadosamente, criaram-se algumas ideias das bolsas, estipulando assim uma tipologia para a linha de malas a ser produzida. Assim sendo definiram-se quatro tipologias.

A primeira, como podemos ver na Figura 39, é uma bolsa de cor neutra, prática, espaçosa e funcional, enquadrando-se na **sazonalidade** da época de verão e de dias mais quentes de praia e de calor.



Figura 39 – Desenho da ideia para a bolsa tear. Fonte: Luana Silva.

A segunda (Figura 40), é uma **bolsa mais prática**, que se apostou pela **simplicidade**, originalidade e estética da mesma, neste caso, temos uma bolsa simples, com o elemento dos bordados na frente da bolsa e nas alças, sendo este o elemento que dará vida à bolsa, optou-se por isto para dar ainda mais originalidade à bolsa, sendo que cada uma das **alças** é personalizável conforme os gostos de cada um.



Figura 40 – Desenho da ideia para a bolsa bordado e as suas alças. Fonte: Luana Silva.

Para a terceira tipologia temos uma bolsa mais casual e versátil (ver Figura 41). Esta tanto dá para utilizar num jantar mais sofisticado, como também é útil para utilizarmos no nosso dia a dia para transportarmos o iPad ou até documentos. Neste caso apostou-se na **durabilidade, ergonomia** e estética da bolsa para que seja bonita, mas que consiga ser segura para se poder transportar um tablet.



Figura 41 – Desenho da ideia para a bolsa casual e versátil. Fonte: Luana Silva.

A quarta bolsa, é uma **mini bolsa**, para transportar apenas o **telemóvel**, sendo que atualmente se torna mais prático só o uso do telemóvel, através da evolução das aplicações, como por exemplo o MbWay já se torna possível pagar as nossas contas através do telemóvel, daí a criação desta bolsa, por ser mais prática para o nosso dia a dia. Os bordados podem ainda ser personalizados conforme o pedido do cliente, podemos comprovar na Figura abaixo, onde temos duas opções de bordados.



Figura 42 – Desenho da ideia para a bolsa para transportar o telemóvel. Fonte: Luana Silva.

Em relação aos materiais das bolsas, apostou-se na utilização de materiais com boa qualidade para que assim se finalize o projeto com boa qualidade e bons acabamentos, prolongando a vida de cada uma das bolsas criadas e combatendo o *fastfashion*.

2. Hipóteses de projeto

Considerando que os lenços dos namorados e o tear são tradições que têm grande influência em Vila Verde e, na região do Minho de Portugal, para a realização das tipologias escolhidas para as bolsas, adaptou-se o uso da tradição dos nossos antepassados bem como o uso do artesanato. Posto isto, investigou-se os lenços dos namorados, nomeadamente, os bordados. A Figura 43 apresenta alguns exemplos de **bordados** realizados pela mãe da mestranda.



Figura 43 – Lenços bordados pela mãe da mestranda. Fonte: Luana Silva.

Consequentemente, estudou-se também a **arte do tear**, neste caso contou-se com o Sr. Fernando Rei para nos ensinar o que é o tear. Após uma visita da mestranda ao espaço da Aliança Artesanal, descobriu-se que este estava a dar uma Formação, “*Formação em tecelagem, produção de tecido*” onde resultou de uma grande oportunidade de experiência e conhecimento para a mesma, acabando mesmo por colaborar com as formandas, auxiliando-as nos seus trabalhos, ajudou-se a entrançar os fios (ver Figura 45 (centro)), a colocá-los no pente do tear (Figura 45 (lado direito)) e nos liços conforme o padrão escolhido por cada um dos formandos, presentes na Figura 44. E é, esta sequência que, acaba por criar o padrão desejado.



Figura 44 – Padrões disponíveis na formação. Fonte: Luana Silva.

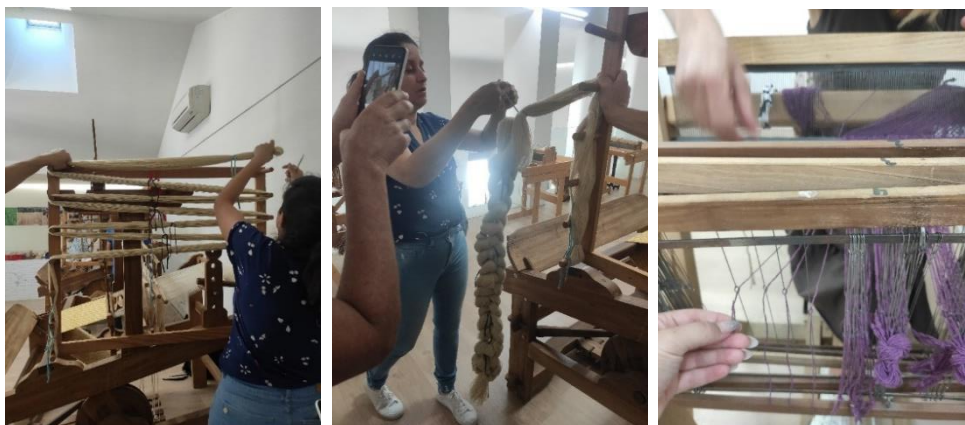


Figura 45 – Da esquerda para a direita: **Processo de entrançar a teia. Processo de criação da trança. Processo de enfiamento da teia no tear.** Fonte: Luana Silva.

De seguida ajudou-se a enrolar o fio de tecer nas canelas (ver Figura 46).



Figura 46 – Da esquerda para a direita: **Roldana. Processo de enrolamento do fio na canela, realizado pela mestranda.** Fonte: Luana Silva.

As canelas depois de prontas encaixam nas lançadeiras (ver Figura 47) e está pronto para começar a tecer, tentando sempre perceber como é que eram as seqüências, conforme se ia vendo as pessoas a trabalhar ia-se aprendendo, até que houve a oportunidade de tecer num dos projetos e aí tirou-se partido ao estudo que se foi fazendo das seqüências anteriormente.



Figura 47 – Da esquerda para a direita: **Peças que constituem a lançadeira, (lançadeira, ferro e canela). Lançadeira pronta para tecer.** Fonte: Luana Silva.

Na fase de **experimentação** foram-se desenvolvendo alguns exemplos de estudo, onde se pôde explorar vários materiais, para que se chegasse a um consenso das melhores matérias-primas a utilizar nos produtos finais. Neste projeto experimentou-se vários materiais com variadas espessuras e texturas, em que o objetivo era testar a durabilidade, a flexibilidade e o aspeto final de cada uma das experiências realizadas para assim se obter o melhor resultado.

3. Experiências

3.1. Experiência 1

Numa fase inicial começou-se por fazer pequenas experiências do bordado em vários tecidos, com o **ponto pé de flor** que é muito usado nos lenços dos namorados. As experiências (presentes na Figura 48) foram feitas em **pele BioVegan, pele de vaca, pele de cabra e em tecido de camurça**, podemos ver ainda a traseira dos tecidos, onde o primeiro apresenta sarja e o segundo uma esponja. O objetivo desta experiência é testar os tecidos e observar o seu comportamento com a técnica do bordado, nomeadamente, a relação que a agulha e a linha estabelecem com o material, o resultado final do bordado e a durabilidade do tecido bordado quando testado à força.



Figura 48 – Da esquerda para a direita, de cima para baixo: **Experiência dos bordados feita em pele BioVegan. Experiência dos bordados feita em pele de vaca. Experiência dos bordados feita em pele de cabra. Experiência dos bordados feitos nos tecidos de camurça. Materiais presentes na traseira dos tecidos (sarja e esponja).** Fonte: Luana Silva.

3.2. Experiência 2

Numa segunda fase, testaram-se padrões para produzir o tecido com **Fernando Rei**. A experiência foi realizada no decorrer da Formação que o artesão ministrou na **Aliança Artesanal**. Durante o processo, houve a oportunidade de se realizarem alguns testes para se ter uma percepção acerca do padrão e dos materiais que se pretendiam utilizar para a produção do tecido. Deste modo, realizou-se um ponto de sarja onde o enfiamento no tear se denomina como *diamante duplo*. Para a construção do padrão - escolhido pela mestrandia – escolheu-se um fio 100% algodão num tom cinza-claro para criar uma imagem neutra do tecido, no sentido que se pretendia que os produtos tivessem esta qualidade. Ou seja, a razão de escolhermos este tecido, o padrão e a cor neutra, é para conseguirmos transmitir serenidade e equilíbrio aos nossos consumidores através do produto.

Na Figura 49, temos presente uma experiência que fizemos de forma a experimentar o ponto que pretendíamos. Como ponto final realizamos o tafetá “O ponto mais básico e mais importante...)⁴⁵. Segundo Fernando Rei, este é um ponto muito utilizado, no entanto é fundamental que se use este ponto quando finalizamos a peça, pois é utilizado como uma segurança após cortarmos o tecido do tear, isto é, como são tecidos teados existe a possibilidade de haver um desfiamento, mas com este ponto a probabilidade de isto acontecer diminui abundantemente.



Figura 49 – Da esquerda para a direita: Experiência realizada para a escolha do padrão para a bolsa tear. Corte da experiência feita no tear. Fonte: Luana Silva.

⁴⁵ In <http://www.viladoartesaio.com.br/blog/pontos-basicos-para-usar-o-tear/> [acedido a 05 de novembro de 2022].

Posteriormente, foi ainda executado um outro teste com um fio de algodão com detalhes em dourado, como se pode ver na Figura 50. Porém, o material não sobressaiu pelo que a experiência foi excluída.



Figura 50 – Experiência realizada para a escolha da linha a ser utilizada para a criação do padrão da bolsa. Fonte: Luana Silva.

3.3. Experiência 3

Numa terceira fase optou-se por testar **a relação da entretela com o tecido produzido na experiência realizada anteriormente** (ver Figura 51). Neste sentido, utilizaram-se dois tipos de entretela - uma utilizada mais para a produção de casacos de Inverno e outra mais fina usada em tecidos mais moles, como por exemplo o cetim. Com isto, pretende-se obter uma maior durabilidade no tecido produzido no tear, para que este se segure sem recorrer à utilização de cartões no interior da bolsa.



Figura 51 – Da esquerda para a direita: Experiência realizada com entretelas sobre o tecido feito no tear (experiência 2, ver Figura 49). Entretela grossa usada nos casacos de Inverno. Entretela utilizada em tecidos mais finos. Fonte: Luana Silva.

As entretelas foram ainda usadas na concretização de algumas experiências em amostras de pele (ver Figura 52), sendo feitos vários testes com diferentes tipos para se testar o comportamento de cada uma com os materiais.



Figura 52 – Experiência das entretelas em pele de vaca e em pele de cabra. Fonte: Luana Silva.

3.4. Experiência 4

Numa quarta fase experimentámos a **costura no tecido de pele de cabra**, para tal recorremos a várias máquinas de diferentes áreas de trabalho para termos uma perceção do comportamento do material com as diferentes máquinas e com as linhas de cada uma.

Nesta fase tivemos **várias etapas**, sendo que na **primeira** recorreu-se ao espaço de costura **Gô Atelier** (ver primeira costura apresentada na Figura 53), e verificou-se que a máquina utilizada tinha o calcador por cima e o arrastador por baixo, ou seja, tratava-se de um instrumento impróprio para a costura deste tipo de materiais. O material acabou por ter um bom comportamento, não rasgou nem sofreu qualquer corte no tecido, porém os dentes da máquina deixaram pequenas marcas na pele.

Avançando para a **segunda etapa**, procurou-se a ajuda de um **sapateiro** local que dobrou o tecido, criando quatro camadas (ver lado direito da Figura 53). O teste correu bem, considerando que a linha era mais grossa e aguentou bem a costura, o tecido também não rasgou. No entanto, notou-se, mais uma vez, uma pequena marca dos dentes da máquina na pele.



Figura 53 – Da esquerda para a direita: Experiência de costura no tecido de pele de cabra, à esquerda costura feita pelo Sr. Costa, à direita costura feita pela D. Glória. Experiência de costura sobre o tecido dobrado, feita pelo Sr. Costa. Fonte: Luana Silva.

Na **terceira fase** recorreu-se à Estofovila, um estofador de Vila Verde habituado a trabalhar com este tipo de materiais. Em termos de execução, o artesão apenas reforçaria as costuras do protótipo de bolsa apresentada. Apesar de haver a possibilidade de avançar com esta hipótese, chegou-se à conclusão de que esta não seria a melhor opção, uma vez que havia a necessidade de ter uma pessoa que costurasse os moldes.

Por último, na **quarta fase**, recorreu-se à empresa parceira **Namorarte** que forneceu o contacto de uma empresa que produz grandes números de bolsas em pele, a F. Antunes Lda. Foi com esta empresa que conseguimos realizar a produção da bolsa, pois foi a única que nos conseguiu disponibilizar as máquinas indicadas para o nosso material. Porém, em seguida à primeira experiência realizada (ver Figura 54), foi notória a alta qualidade de trabalho, profissionalismo e perfeição que decidimos logo avançar com o processo.



Figura 54 – Experiência realizada pela F. Antunes. Fonte: Luana Silva.

3.5. Experiência 5

Fizemos uma última experiência para testarmos a alça da bolsa. O nosso intuito é dar estabilidade ao produto e, por isto decidimos utilizar uma alça que fosse resistente e proporcional ao tamanho do produto criado.

Depois de vários estudos, decidimos comprar uma precinta de nylon na Retrosaria da Zéza, para utilizar em conjunto com o tecido produzido pelo artesão Fernando Rei. Foram então realizados testes com água sobre os materiais e com o calor do ferro de engomar para testarmos os materiais em conjunto, para confirmar se a alça não desbotava (ver Figura 55). Como

resultado, nenhum dos materiais sofreu qualquer tipo de imperfeição, chegando à conclusão de que este material é o mais indicado para o objetivo que se pretende.



Figura 55 – Experiência feita da precinta de nylon com o tecido teado. Fonte: Luana Silva.

3.6. Considerações

Após a realização das experiências, constata-se a importância de trabalhar com diferentes materiais, enfatizando assim a importância de escolher os materiais para a realização do tecido.

Assim sendo, concluiu-se que:

- Na primeira experiência o material que melhor se comportou na **fase de bordar foi tecido BioVegan**. Mas, como a investigação é orientada para a criação de um produto que cruza a tradição com a inovação, promovendo a sustentabilidade, a característica de um tecido vegan não era um objetivo a alcançar. Ou seja, ao produzir a bolsa artesanal com o tecido feito no tear temos de utilizar obrigatoriamente a entretela para o tecido não se desfiar ao cortar, no entanto com a utilização da entretela que é feita através de mioplásticos, acabamos por contradizer o estilo Vegan. Neste sentido, optou-se por utilizar **tecido de pele de cabra**, material reaproveitado da empresa.

- A experiência realizada no **tear** ofereceu a oportunidade de participar na formação e criar empatia com as restantes formandas, ajudando na **escolha do padrão** a produzir, visto que eram cerca de 15 pessoas na formação e todas elas tinham diferentes padrões e diferentes materiais. No final da primeira experiência realizada ficou logo definido o padrão da bolsa. O que foi mais trabalhoso foi a escolha do **desenho para o padrão** com o outro material, que ficará na parte frontal da bolsa. Considerando que se pretende que o produto comunique com o utilizador, pareceu fundamental utilizar um material mais

atrativo, deste modo, que explore os atributos visuais dos utilizadores através da cor e da textura. Na Figura 50, experimentou-se um fio de algodão com detalhes em dourado, mas o fio branco acabou por desaparecer sobre a cor neutra escolhida como cor base da bolsa. Assim sendo, optou-se pelo **fio de algodão em tom cinza** que criava um contraste maior com os outros materiais.

- Para a experiência com as **entretelas** utilizaram-se dois tipos de entretelas - uma mais grossa e utilizada em tecidos mais rígidos e, normalmente, usada para os casacos de inverno e, uma entretela mais fina utilizada em tecidos mais finos. Ambas tiveram um bom comportamento na relação com o tecido, tornando-o mais resistente. Porém, quando se fez o teste de esticar o tecido, a entretela com melhor comportamento foi a mais grossa. Considerando que se pretendia aplicar a entretela num tecido produzido no tear, optou-se pela entretela mais grossa, porque o tecido teado é também mais grosso.

- Em relação aos **testes de costura** sobre a pele de cabra, excluiu-se a ajuda da costureira, do sapateiro e do estofador, porque não havia um processo de produção excelente, havendo uma grande probabilidade de terminar o processo com um produto com imperfeições. Assim, optou-se pela F. Antunes Lda, cujas costureiras possuem grande conhecimento do material e trabalham com máquinas aptas para a pele. Recorrendo assim a especialistas que nos conseguissem proporcionar uma excelente qualidade ao nosso produto.

4. Projeto

Tear é o nome dado à máquina utilizada para a realização da tecelagem, uma arte que aplica a utilização de tramas para criação de variados padrões em formatos retangulares. Pode variar as dimensões de largura conforme a largueza do próprio tear, e o comprimento é calculado pelo artesão que tem de definir uma medida certa para poder calcular a medida dos fios a serem colocados no tear.

Esta arte era muito praticada nas décadas de 1930 e 1950, nesse período histórico, quase todas as mulheres de Vila Verde sabiam tear, era algo que se aprendia com os mais velhos. Atualmente, esta tecnologia caiu em desuso e poucos são os tecelões que a praticam como um negócio próprio, dado que a tecelagem já não é passada aos mais novos como antigamente, nos dias de hoje quem tiver interesse em aprender esta técnica tem de recorrer aos artesãos, workshops ou formações.

Em relação ao caso da mestranda, esta conhecia a tecelagem e os produtos produzidos no tear, no entanto desconhecia todo o trabalho que está por detrás desta arte, e quando recorreu ao artesão Fernando Rei acabou por ter um contacto direto com o funcionamento dos teares. Esta ação permitiu perceber o funcionamento daqueles, conhecer materiais e ferramentas, e frequentar uma ação de formação que Fernando Rei deu na Aliança Artesanal (ver Figura 44 a 47, nas Hipóteses de Projeto). Especificamente, foi possível acompanhar o processo de início a fim e conseguimos aprender mais sobre a tecelagem e a produção de tecido. Atualmente, a tecelagem em Vila Verde é valorizada porque o município apostou no evento Namorar Portugal que juntamente com a cooperativa Aliança Artesanal, pretende preservar e promover as tradições, na qualidade de identidade cultural do concelho.

É neste sentido que nasce o nome do projeto TEAR. Por um lado, etimologicamente, tear deriva do latim “telam+ar”, tela, tecido, véu, teia de aranha⁴⁶ e significa a capacidade para entrelaçar, juntando uma coisa a outra ou entre si. Ou seja, trata-se de algo possível de relacionar à criação de um projeto sustentado na noção de sistema de rede territorial. Por outro lado, em termos históricos, tear remete para Penélope, a heroína da Odisseia de Homero, referindo-se a um trabalho que precisa ser sempre recomeçado, e que nunca

⁴⁶ In

<https://origemdapalavra.com.br/palavras/tear/#:~:text=O%20nosso%20tear%20vem%20de,arcaico%20TAHER%2C%20%E2%80%9C%3%A1grima%E2%80%9D> [acedido a 25 de fevereiro de 2023].

acaba. Em suma, um processo que poderá ser sempre recomeçado, em função do tempo, do espaço e das circunstâncias que definem a realidade que se está a interpretar e que se compromete com todos os intervenientes.

4.1. Tipologia 1

Numa primeira fase fez-se a maquete da bolsa Tear para que se pudesse definir o tamanho de cada produto, definindo assim todas as medidas e quais os elementos a ter em mais atenção. Para a realização das maquetes utilizaram-se tecidos desgastados que a mestranda possuía em casa.

Após a maquete realizada começou-se a colocar todos os pontos a ter em atenção, sendo eles:

- Analisar as alças e as costuras da mesma.
- Acrescentar 5 cm de altura em cada um dos moldes (frente, traseira e laterais) para criar uma beira no interior da bolsa e integrar com o forro no interior da mesma, como se pode ver na Figura 56, ainda se tentou fazer esse estudo com uma beira de 3 cm, chegando à conclusão de que esta medida se poderia aumentar.
- Diminuir o tamanho da bolsa na totalidade, sendo que esta em comparação com o corpo humano ficava menos equilibrada visualmente.
- Ter em atenção o bolso interior.



Figura 56 – Maquete da Bolsa Tear. Fonte: Luana Silva.

4.2. Tipologia 2

Após a primeira experiência desenvolveu-se a maquete da bolsa que terá como elemento decorativo os bordados, sendo estes que darão expressividade adicional ao produto, estes serão feitos à mão, como seguimento das tradições.

Estando a maquete concluída, elencaram-se alguns aspetos a ter em conta na realização do protótipo final da mesma, sendo estes:

- Diminuição do tamanho da bolsa, tanto altura como largura, pois os tamanhos da maquete em estudo remetem mais para um *necessaire* e não uma bolsa para se utilizar no nosso dia a dia.
- Estudar melhor com a costureira que nos apoiou neste projeto, D. Glória, sobre as costuras a serem realizadas.



Figura 57 – Maquete da bolsa bordado. Fonte: Luana Silva.

4.2.1. Tipologia das alças

O segundo passo desta fase era realizar as maquetes das alças para a bolsa relatada acima. Neste caso fez-se os estudos dos moldes a serem feitos, bem como a costura dos mesmos relativamente ao tipo de tecidos escolhidos para a produção das mesmas, na Figura 58 temos uma maquete à escala real das alças a serem produzidas. Ainda assim utilizaram-se os acessórios já comprados pela discente para um estudo da costura em relação aos mesmos, nessa mesma figura podemos ter uma perceção de como será costurada a alça à argola com travão para que esta seja uma alça regulável.

Aspetos a ter em atenção:

- Observar detalhadamente as costuras da alça com as argolas, verificar sempre os estudos feitos na maquete.



Figura 58 – Estudo da maquete da alça. Fonte: Luana Silva.

4.3. Tipologia 3

Numa terceira fase, fez-se os estudos da bolsa para iPad, (ver Figura 59) sendo que as medidas se encaixaram perfeitamente consoante o pretendido. Contudo, após a escolha do tecido, nylon com efeito almofadado, serão feitos novos estudos ao tecido com a esponja colocada para que assim se chegue a uma conclusão plausível de que as medidas estão corretamente distribuídas para o efeito que se pretende. Assim sendo, o único aspeto a ter em atenção com o estudo feito é, aumentar as medidas caso o tecido necessite depois de trabalhado.

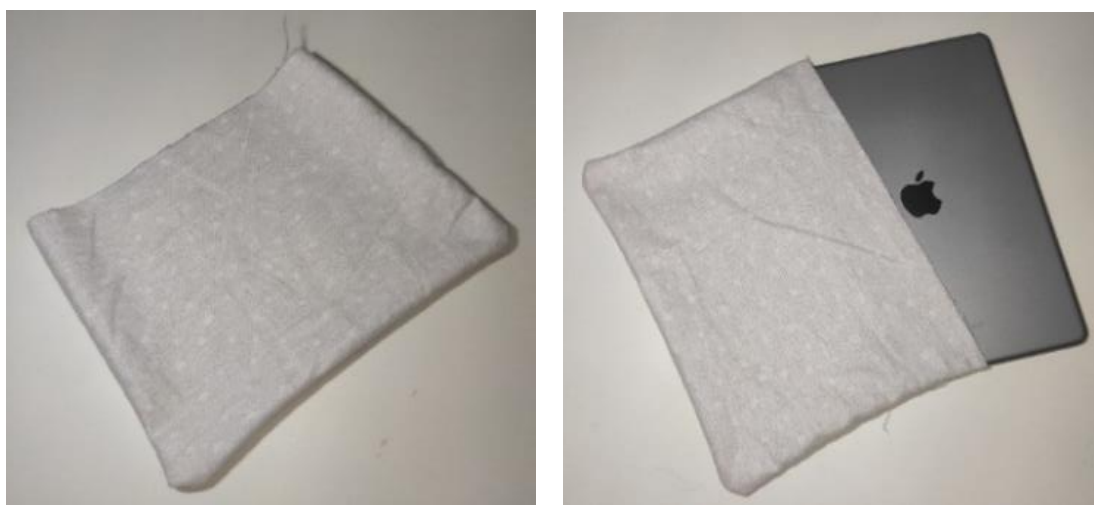


Figura 59 – Maquete da bolsa para o iPad. Fonte: Luana Silva.

Após a maquete realizada começou-se a identificar todos os pontos a ter em atenção, sendo eles:

- Aumentar o tamanho da bolsa, comprimento e altura, devido ao material escolhido, quando costurado com a esponja acaba por sacrificar o espaço e interrompe com a tipologia definida.
- Analisar a costura do forro com o fecho e o tecido exterior.
- Colocar um molde para a base e para as laterais.

4.4. Tipologia 4

Dando seguimento à fase de estudo das bolsas, chegamos à última idealizada para a produção, a bolsa para telemóvel. Nesta fase foram feitos dois estudos, sendo que o primeiro se apresentava consideravelmente grande para uma bolsa com esta tipologia (lado esquerdo da Figura 60). Consequentemente foi produzido um segundo modelo com as medidas modificadas de forma a obter-se o resultado que se pretendia. Podemos comprovar isto, no lado direito da Figura 60.

Confirma-se assim que na segunda experiência as medidas respeitaram o conceito a ser seguido e após as costuras estarem concluídas optou-se por colocá-las no exterior do produto, mantendo a linguagem seguida nas experiências realizadas com os materiais.



Figura 60 – Da esquerda para a direita: **Estudo de maquetes para a bolsa do telemóvel. Maquete final. Maquete em contexto com o objeto.** Fonte: Luana Silva.

Aspetos a analisar:

- Costuras feitas à mão.
- Colocar tecido de esponja no interior.
- Fecho e alça que sejam ergonómicos.

4.5. Pendentes

Por último refletiu-se na criação de pendentes para a personalização das bolsas. Mantendo a mesma linguagem de projeto relacionado à herança cultural e visual de Vila Verde, foram feitos desenhos inspirados na iconografia simbólica dos lenços dos namorados. (ver Figura 61).

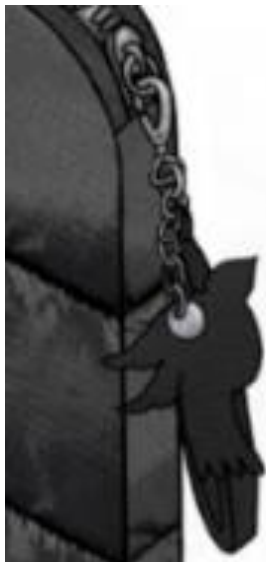


Figura 61 – Estudo dos pendentes. Fonte: Luana Silva.

4.6. Conclusões

Após uma análise às tipologias apresentadas, consideramos que seria relevante focarmo-nos na realização de apenas uma das bolsas apresentadas, para não correremos o risco de não se conseguir obter o melhor resultado, que é o que pretendemos acima de tudo. Christopher Alexander (1968), menciona que o caminho para compreendermos um sistema completo, está exemplificado na cidade, ou seja, está na capacidade de o projetista apresentar alternativas de projeto para as partes do todo; ou seja, se tentarmos interpretar o todo logo de início correremos o risco de não entender nada. “Isto significa que se deve tratar a *pattern* como uma ‘entidade’; tentando conceber esta entidade, o inteiro e o todo, antes de se começar a criar quaisquer outras *patterns*.” (Alexander, 1977: 464).⁴⁷ Posto isto, se tentarmos interpretar as bolsas todas correremos o risco de interpretarmos o todo de cada uma e não termos em atenção as diferentes partes

⁴⁷ Tradução livre: “This means you must treat the pattern as an “entity”; and try to conceive this entity, entire and whole, before you start creating any other patterns.” (Alexander, 1977).

que cada uma delas constitui, assim sendo, pode-nos faltar uma parte necessária para o produto, resultando numa incompreensão do projeto.

Posto isto, acreditamos que seguindo o conceito de *pattern language* conseguimos chegar mais longe, focando-nos na escolha de melhores materiais, trabalhar com tempo e dedicação de maneira a termos máxima atenção aos acabamentos, tudo isto acaba por convergir nas diferentes partes do projeto, dado que no final o projeto é o todo.

Seguindo esta conclusão, é através destas mudanças que vamos fazendo ao longo do projeto, que iremos conseguir descobrir e desenvolver uma capacidade para tornar o nosso projeto ainda melhor.

Quarta Fase: Prototipagem das ideias e conceitos

1. Protótipo

A fase de produção iniciou com o desenho dos moldes em papel cartão, estipulando assim cada um dos moldes da bolsa conforme as medidas que foram definidas no estudo das maquetes. Após a sua realização, passou-se para a fase de produção da bolsa, começando pelo corte dos tecidos conforme os moldes definidos e por fim, a costura e respectivos acabamentos.

1.1. Bolsa Tear

O tecido usado na produção desta bolsa foi produzido em parceria com a Tearte, empresa criada pelo artesão Fernando Rei (ver Figura 62). Tendo este tecido, cinquenta e oito centímetros (58cm) de largura e cento e cinquenta centímetros (150cm) de comprimento, foi produzido com dois tipos de fios, sendo ambos os fios 100% algodão.



Figura 62 – Tecido feito em parceria com a empresa Tearte. Fonte: Luana Silva.

Numa primeira fase dirigimo-nos ao espaço Gô Atelier, oficina de costura, para que a D. Glória nos auxiliasse no corte do tecido. Assim sendo, colou-se o tecido na mesa de trabalho e escolheu-se o padrão (ver Figura 63) para ser utilizado na bolsa.



Figura 63 – Frente e Verso do tecido feito no tear. Fonte: Luana Silva.

Posteriormente colou-se a entretela ao tecido (ver Figura 64). Para começar, esticou-se bem o tecido, passou-se a ferro e após este processo, colocou-se a entretela por cima com a cola virada para baixo para que, ao passar com o ferro por cima, este se colasse ao tecido. A escolha deste procedimento foi feita para que o tecido quando cortado conforme os moldes, não se desfiasse. A entretela serve ainda para endurecer mais o tecido tornando a bolsa capaz de se sustentar melhor e não estar sujeita às deformações inerentes à estrutura ligeira de um tecido.



Figura 64 – Colocação da entretela no tecido. Fonte: Luana Silva.

Estando a entretela colada, começamos a demarcar o tecido, recorrendo ao auxílio dos moldes criados anteriormente. Confirmamos as medidas do molde com as do tecido para que o meio do molde se associe com a linha central do padrão existente, criando um molde simétrico (ver Figura 65).



Figura 65 – Confirmação das medidas dos moldes com as do tecido. Fonte: Luana Silva.

Contudo, os moldes definidos acabavam por não caber dentro dos limites estipulados e após uma análise das medidas da largura das laterais, optamos por retirar dois centímetros à largura para que, na produção da bolsa ficasse um padrão perfeito, podendo confirmar este processo na figura abaixo.



Figura 66 – Demarcação dos moldes no tecido. Fonte: Luana Silva.

Finalizado o desenho dos moldes no tecido, passamos para o corte dos mesmos, podemos verificar este processo na Figura 67. Quando acabamos de cortar os moldes, foi necessário o maior cuidado para que o tecido não se desfiasse, mesmo com a entretela corria-se o risco de se perder alguns fios. Não recorremos ao corte e cose para este processo pois o tecido estruturalmente já é mais espesso que os demais devido à estrutura dos fios que o compõe e, com a junção da entretela ainda ficou mais. Caso utilizássemos essa técnica iria acabar por condicionar a costura, daí descartarmos essa possibilidade.



Figura 67 – Da esquerda para a direita: **Demarcação dos moldes no tecido. Moldes das laterais.**
Fonte: Luana Silva.

Para dar seguimento ao processo de produção desta bolsa, alinhavou-se o tecido, para se demarcar a linha da dobra interior. Para tal, utilizou-se uma estratégia indicada pela D. Glória, recorrendo a uma etiqueta onde se demarcou a medida correta, isto auxiliou o processo e poupou-nos tempo. Utilizou-se ainda a técnica de alinhavar para colocar as alças no sítio correto, tiramos todas as medidas para que mais uma vez a simetria prevaleça. Podemos comprovar este processo na Figura 68.

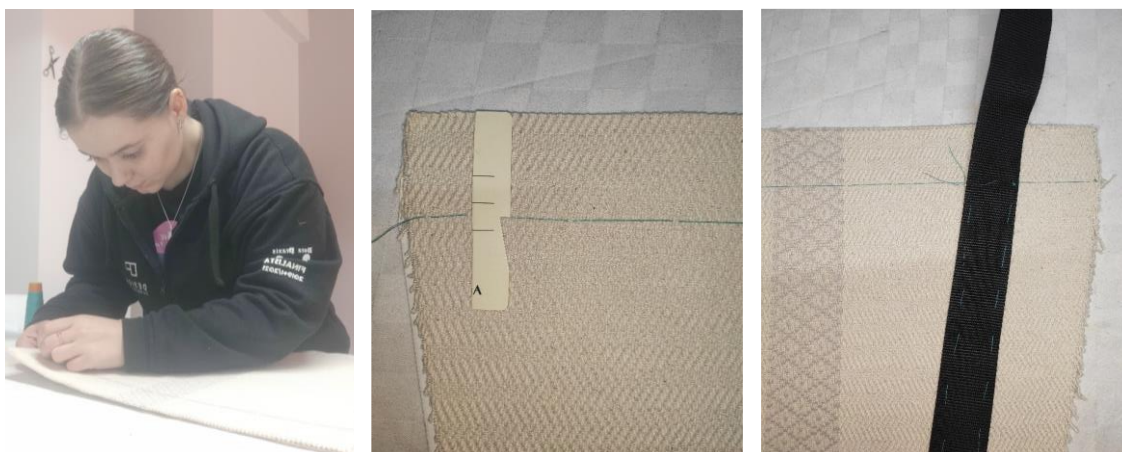


Figura 68 – Da esquerda para a direita: **A mestranda a realizar o processo de alinhavar. Beira da bolsa alinhavada. Alças alinhavadas.** **Fonte:** Luana Silva.

Prosseguindo com a produção da bolsa, seguimos para o processo de costura (ver Figura 69), começou-se por costurar as alças aos moldes, depois cada um dos moldes, começando assim a bolsa a ganhar forma. Nesta fase houve sempre o cuidado de se confirmar se todos os detalhes das alças estavam posicionados na localização exata, definida em projeto, criando assim uma linha perfeita em volta da bolsa.

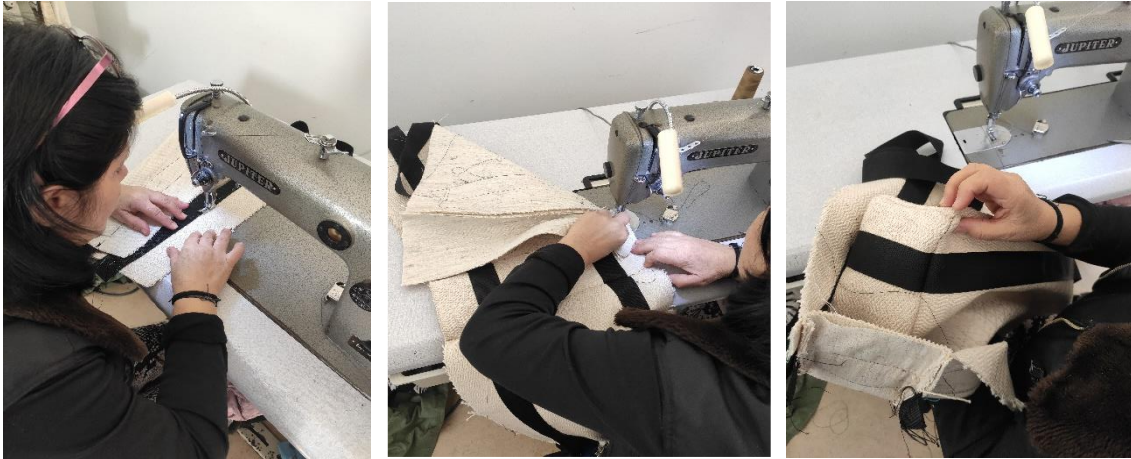


Figura 69 – Processo de costura. Fonte: Luana Silva.

Estando pronta a parte de fora da bolsa, começamos o processo do interior da mesma, na Figura 70 podemos verificar todo o cuidado que se teve para criar os bolsos internos desta, apesar de se pensar numa bolsa prática, onde se descartou o uso de fecho, achou-se conveniente a colocação de bolsos no interior da bolsa para proteger os pertences mais valiosos, como por exemplo, as chaves, a carteira e o telemóvel. Na imagem à esquerda está presente um bolso com fecho *zipper*, já na imagem à direita temos um bolso aberto e na imagem do centro utilizamos o tecido do forro do bolso para criar uma beira.

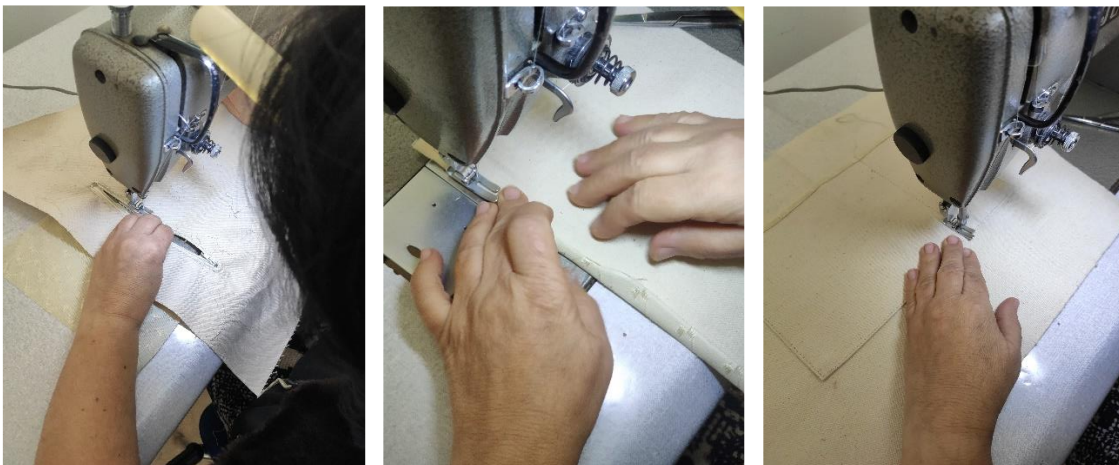


Figura 70 – Processo de costura dos bolsos internos. Fonte: Luana Silva.

Depois dos moldes estarem preparados, começamos por costurar o exterior ao interior da bolsa, na Figura abaixo está presente o procedimento da costura, esta foi feita do avesso e, na figura à direita, podemos ver que quando finalizado viramos o tecido ao contrário para colocar o produto direito.



Figura 71 – Da esquerda para a direita: **Costura dos moldes internos aos moldes externos. Bolsa do avesso. Virou-se a bolsa através da abertura.** Fonte: Luana Silva.

Para finalizar este processo, confirmamos se os moldes encaixavam corretamente, retiramos todas as linhas de alinhavar ou que estavam em excesso e cosemos a abertura que deixamos para virar a bolsa do avesso (ver Figura 72).



Figura 72 – Acabamentos da bolsa. Fonte: Luana Silva.

2. Criação do sistema produto

Consideramos relevante a criação de um sistema produto para o projeto desenvolvido porque este é um elemento de ligação comum com todas as *patterns* que se relacionem com o sistema do projeto. “O nome que o design estratégico utiliza para definir este conjunto de elementos é **sistema produto**, não chega ter um produto de qualidade (estética e produtiva) porque o produto deve ser completado por uma **estratégia de comunicação** coerente, de um projeto de serviço eficaz, da escolha de um correto canal distributivo, de um correto display de produto.” (Zurlo, 2003)

Posto isto, o nosso objetivo não é criar só os objetos, mas sistemas de produtos que sejam capazes de instruir as particularidades destes, para que depois consigamos ter uma boa comunicação com o público-alvo, fazendo com que os produtos criados cheguem ao maior número de pessoas, não só pela sua qualidade como também pelo sistema produto que pretendemos desenvolver. Como forma de vos dar a conhecer o sistema produto a realizar, vamos dividir em diferentes pontos.

2.1. Variações cromáticas, texturas e tipologias (tamanhos)

Neste primeiro tópico apresentamos uma variedade de produtos que poderão ser modificados e personalizados conforme os gostos de cada um, isto assegura-nos que conseguimos obter um público-alvo ainda maior, porque nem todos temos os mesmos gostos e o facto de termos a perceção de criar bolsas em diferentes tamanhos e vários materiais acaba por dar mais liberdade de escolha aos nossos clientes. Posto isto, oferece-se ao cliente a oportunidade de criar a sua própria bolsa, ou seja, mesmo que a participação destes esteja condicionada aos elementos e produtos cedidos pela empresa, acabam mesmo assim por ser integrados no processo de design do produto.

Nas Figuras 73 e 74 apresentamos algumas das propostas que disponibilizamos para a escolha dos nossos consumidores. Temos várias escolhas desde os tecidos, diferentes tamanhos, formatos e padrões, até aos pendentos. Dentro destes, disponibilizamos o mesmo formato, mas com diferentes aspetos visuais, tendo a personalização com as iniciais dos nomes, até à utilização do pássaro que é um dos elementos icónicos dos lenços dos namorados.



Figura 73 – Diferentes ideias das variações das bolsas. Fonte: Luana Silva.

A customização dos pendentos, contribui com dois níveis de interação para o projeto, por um lado aumenta gradualmente o portefólio de oferta ao consumidor, por outro lado reforça o aspeto de identificação do comprador com o objeto, uma vez que este seleciona cada um dos componentes, podendo-se dizer até certo ponto que esta é uma construção pessoal do produto final.



Figura 74 – Da esquerda para a direita: Variação do material da bolsa. Variação de pendentos bordados para personalização das bolsas. Fonte: Luana Silva.

2.2. Campanha promocional

Consideramos bastante importante a utilização de campanhas promocionais para dar a conhecer os nossos produtos, desde os materiais, a produção e a qualidade dos mesmos e, com isto, conseguirmos alcançar um maior número de consumidores. Para tal os nossos produtos serão divulgados na nossa plataforma de rede social, este tipo de divulgação, mais imediata e abrangente permite-nos chegar com maior rapidez e economia de custos aos nossos consumidores.

2.3. Segmento de Mercado

Relativamente ao segmento de mercado, embora este ainda não esteja concretizado em termos práticos, a equipa decidiu segmentá-lo em quatro aspetos específicos, por forma a que estes nos facilitem uma compreensão mais objetiva dos clientes e do mercado que pretendemos alcançar:

Geograficamente estipulamos como área de interesse e de influência a participação inicial em feiras locais, nomeadamente na região de Braga, posteriormente o objetivo passa por participar em feiras de venda nacionais. O passo seguinte será a participação em feiras internacionais, onde o nosso objetivo é disponibilizar os nossos produtos para exportação. O facto de termos uma presença online efetiva retira alguma da noção de segmentação geográfica, neste setor específico, no entanto permite-nos ter uma presença global, aumentando consideravelmente a área de venda dos nossos produtos.

Sobre o segmento demográfico queremos encaixar os nossos produtos num público-alvo diversificado, mas mesmo assim definido: isto é, clientes que procurem personalização. São produtos unissexo e com isto qualquer género os pode usar.

Em relação ao segmento comportamental oferecemos a escolha de compra física aos nossos clientes, complementada com a possibilidade de compra online, esta última permite-nos tirar proveito da estratégia de venda formulada por Chris Anderson, em 2004, a teoria de Long Tail, desta forma pretendemos, ao colocar os nossos produtos online, retirá-los da competição excessiva das lojas físicas e cadeias de distribuição e, aproveitando a virtude da venda online, chegar a um mercado global.

Já no segmento psicográfico, os nossos produtos apelam claramente à sensibilidade dos nossos clientes face às questões da compra ambientalmente consciente, fazendo uma distinção objetiva face à oferta massificada e sem cuidado ambiental, tornando-nos numa escolha consciente e objetiva, desta forma os clientes têm a noção concreta do processo de fabrico e da escolha de materiais sustentáveis.

2.4. Estratégia de penetração de mercado

A estratégia de penetração de mercado que a marca quer implementar é a presença efetiva no ciberespaço, nomeadamente através de um site de venda e divulgação, também a definição de campanhas de promoção em redes sociais, em particular no Instagram, Facebook, tik-tok, entre outros... Segundo um estudo feito pela Statista, os números de usuários do Instagram em Portugal têm vindo a aumentar cada vez mais e, em março de 2022, os números registados foram os mais altos de sempre⁴⁸. Isto acaba por dar a conhecer os nossos produtos mais facilmente a países vizinhos, aumentando a possibilidade de exportarmos as nossas bolsas.

Este método escolhido contempla também a utilização e a procura de espaços de divulgação da mesma junto de potenciais clientes, estas ações serão levadas a cabo em eventos muito específicos, como feiras de artesanato locais. Localmente pretendemos estar presentes em dois eventos: Festas das Colheitas e Festas de Santo António, são eventos que congregam milhares de pessoas e que nos permitem estar frente a frente com um elevado número de pessoas e daí conseguirmos obter uma perceção concreta do que os clientes acham do produto.

Para podermos alcançar ainda outros pontos de venda em Portugal, os nossos produtos estarão futuramente presentes em várias feiras de negócio de âmbito nacional, nomeadamente a Modtíssimo (Porto), Intercasa (Lisboa) e Lisboa Design Show (Lisboa).

3. Considerações

Após uma análise ao sistema produto definido, consideramos que é bastante importante a criação deste sistema de forma a conseguirmos partilhar e dar a conhecer os nossos produtos aos consumidores. “O método projetual para o designer não é algo absoluto e definitivo; é algo modificável se são encontrados outros valores objetivos que melhoram o processo. E este feito depende da criatividade do projetista que, ao aplicar o método, pode descobrir algo para melhorá-lo.” (Munari, 1983:18)⁴⁹ Assim sendo, se o método projetual é

⁴⁸ In <https://www.statista.com/statistics/1021943/instagram-users-portugal/> [acedido a 16 de fevereiro de 2022].

⁴⁹ Tradução livre: “El método-proyectual para el diseñador no es algo absoluto e definitivo; es algo modificable si se encuentran otros valores objetivos que mejoren el proceso. Y este hecho depende de la creatividad del proyectista que, al aplicar el método, puede descubrir algo para mejorarlo.” (Munari, 1983).

um processo mutante em que a transformação dele depende de uma ação metodológica altruísta em que não elimina nada do seu caminho é então, necessária a criação de limites para se poder avançar com a investigação que consiste em investigar como um método em design.

Concluimos desta forma uma análise do estudo do trabalho que foi realizado, realçando assim que é fundamental pensarmos em cada parte que define cada produto de modo que não procedam falhas para que possamos proporcionar os melhores produtos com a melhor qualidade aos nossos usuários.

Assim sendo, terminamos que:

- A probabilidade de existir uma **variação cromática, de textura, de material e de tamanhos**, acaba por ser uma escolha interessante porque nem todos temos os mesmos gostos e isto acaba por chamar mais a atenção dos usuários. A gestão e a eficiência da produção podem ser alcançadas com a aplicação de um *twist* final: o produto é único para o utilizador ainda antes de este ter um valor de posse emocional - dado que o consumidor participa na sua definição através da escolha dos elementos que o constituem - algo que normalmente só se tem depois da aquisição do produto, este sentimento passa a ser obtido ainda antes.

- A **campanha promocional** irá promover não só os produtos, como a marca e o trabalho realizado pela mestranda e, principalmente, vai promover os produtos da marca, que por intenção metodológica e consciência objetiva, utiliza técnicas artesanais de produção e representa num objeto uma herança cultural evidente.

- O **packaging e as etiquetas** terão uma linha simples e neutra, optamos pela escolha da simplicidade para que não exista ruído visual.

- O **segmento de mercado** poderá ser melhor definido depois da marca ter participado em feiras e eventos, assim como depois de realizadas as primeiras vendas.

- As **redes sociais** têm ocupado um espaço cada vez mais relevante na apresentação das marcas aos seus potenciais clientes, nesse sentido a nossa aposta recai muito nessa faceta específica para a divulgação do trabalho.

PRODUTO FINAL

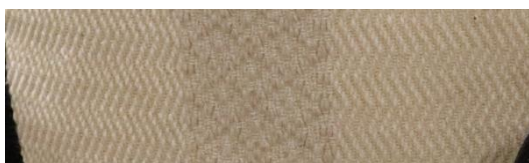


Figura 75 – De cima para baixo, da esquerda para a direita: Bolsa Tear. Padrão do tecido. Pendentes em pele com bordados em dourado. Detalhe da alça na base da bolsa. Argola para os pendentes. Bolsos internos da bolsa. Fonte: Luana Silva em parceria com a Escola Profissional Amar Terra Verde.



Figura 76 – De cima para baixo, da esquerda para a direita: Bolsa Bordado. Alça em pele com bordados em dourado. Alça com o tecido teado. Detalhes dos bordados. Pendente com o tecido teado. Fonte: Luana Silva em parceria com a Escola Profissional Amar Terra Verde.

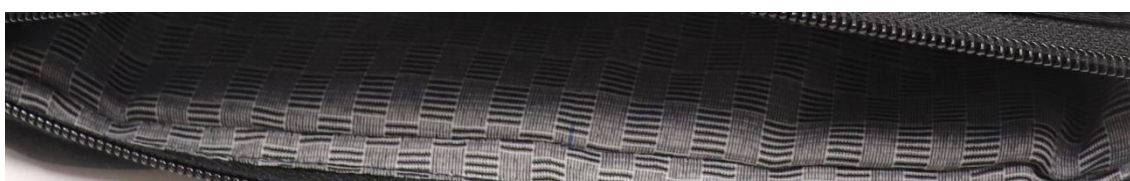


Figura 77 – De cima para baixo, da esquerda para a direita: **Bolsa Linha. Detalhe da abertura e do fecho. Bolsa em utilização. Detalhe do tecido interior.** Fonte: Luana Silva em parceria com a Escola Profissional Amar Terra Verde.

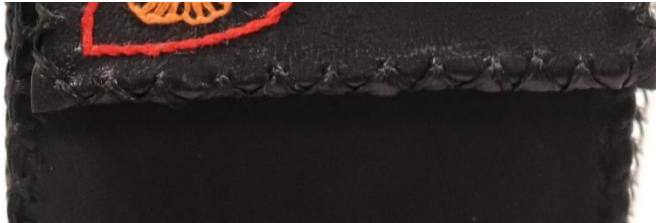


Figura 78 – De cima para baixo, da esquerda para a direita: Bolsa Cruzada. Detalhe da alça. Costura com ponto cruzado. Bordado de cor na pele. Argolas laterais para a alça. Bolsa em utilização.
Fonte: Luana Silva em parceria com a Escola Profissional Amar Terra Verde.

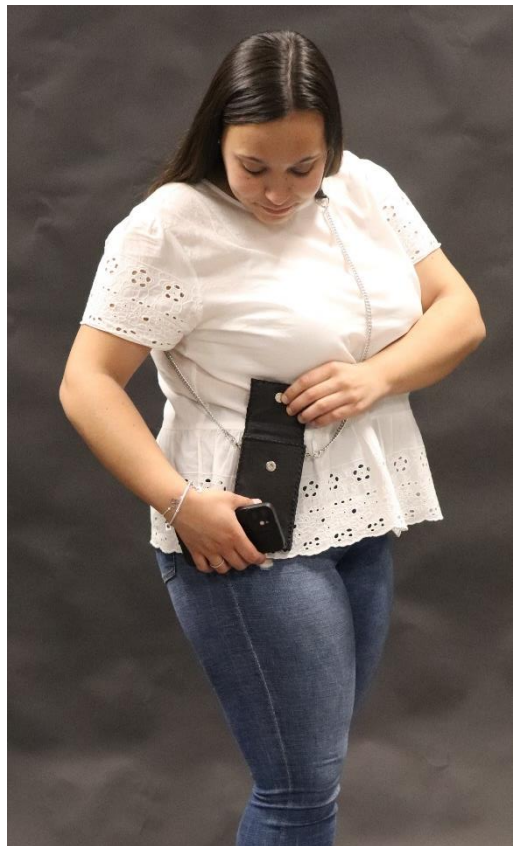
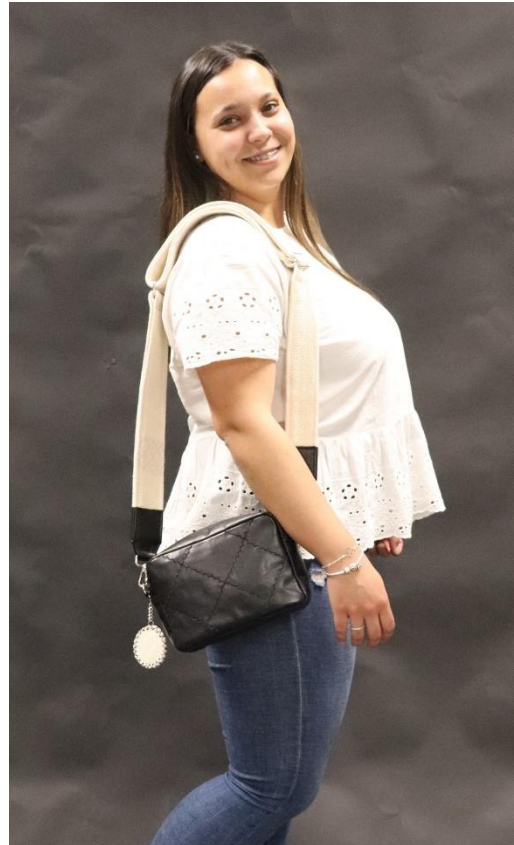


Figura 79 – De cima para baixo, da esquerda para a direita: Bolsa Tear em contexto com o utilizador. Bolsa Bordado em contexto com o utilizador. Bolsa Linha em contexto com o utilizador. Bolsa Cruzada em contexto com o utilizador. Fonte: Luana Silva em parceria com a Escola Profissional Amar Terra Verde.

CONCLUSÕES

Com este projeto pretendia-se propor uma nova abordagem para o setor dos acessórios de moda, no desenho e desenvolvimento de um novo produto portador de cultura e conhecimento na vida dos utilizadores. Especificamente, o estudo ambicionava denotar e conotar um produto de acessórios de moda com as tradições do município de Vila Verde, no Norte de Portugal, assumindo o design como elemento catalisador de conexões entre diferentes entidades daquela região.

A criação de um produto de acessórios de moda foi entendida como uma oportunidade para investigar os valores e os significados presentes quer nas tradições do tear, quer nos bordados dos lenços dos namorados que caracterizam o município de Vila Verde. Neste sentido, para interpretar a realidade atual, ponderou-se acerca do Design de Experiências (Brown, 2009) como processo criativo, consequência de uma conjugação de diferentes partes ou contribuições que é necessário estruturar criando uma narrativa consistente. Assim, entendeu-se que as ideias deviam ser partilhadas entre diferentes atores do mesmo lugar, promovendo a sustentabilidade e legitimando o papel do designer como cocriador que projeta sobre as ideias de outros, estimulando a cooperação. A investigação assentou na noção de Sistema Produto (Zurlo, 2003) que compreende um sistema de significação para o consumidor que não compra apenas um produto porque ele tem qualidade, mas porque ele compartilha um sistema de valores que a empresa, através do sistema produto, conseguiu comunicar-lhe.

O **primeiro momento**, definido como não intervencionista de base qualitativa, consistiu na análise de todos os conteúdos teóricos, como a definição de conceitos e a criação de casos de estudo, que permitiram a criação da fundamentação do estudo. Este projeto tem um processo globalizante desde a sua contextualização produtiva, passando pela expressão artística, social, cultural, económica e sustentável. As considerações e as reflexões retiradas durante a fase de análise, proporcionaram o desenvolvimento projetual sobre o tema a ser trabalhado. Esta metodologia permitiu que se identificassem os pontos fracos e fortes do projeto.

Deste modo, o estudo alude aos conceitos de Design Comprometido, Design-chão e Design Didático de Daciano da Costa (1998) que compreendem

a recuperação e a sustentabilidade das tradições que se encontram em decadência, de maneira a assegurar a sobrevivência destas artes e de garantir o emprego dos artesãos que, atualmente, ainda praticam estes trabalhos. O conceito de Design Comprometido responsabiliza o designer a relacionar-se com todos os intervenientes, do início ao fim do processo, garantindo que todos beneficiem do sistema criado. A noção de Design-Chão é importante no desenvolvimento de um projeto de acessórios de moda, pois é fulcral que o designer contemple fundamentos das atividades artesanais e industriais que caracterizam o território. O conceito de Design Didático assinala a necessidade de criar um diálogo permanente com os parceiros do projeto, criamos estímulos cooperativos para obter o melhor resultado para todos. De facto, este é um processo que inclui verdadeiramente todos os membros associados, sendo por isto, revelador de coordenação, integração e articulação de todos os fatores que participam no processo essencial da forma de um produto.

Em termos metodológicos, aplicou-se a técnica do co-design para demonstrar e validar que este sistema criativo é importante para todos os intervenientes envolvidos - academia, empresas, município, artesãos – e para a região e, por esta razão, uma metodologia causadora de sustentabilidade. A utilização desta técnica ajudou a determinar as ligações cooperativas e colaborativas no desenvolvimento do projeto. O uso desta metodologia orientou o estudo para a criação de um sistema de rede territorial constituído por entidades e empresas que auxiliassem o desenvolvimento da investigação com conhecimento específico. O sistema de rede territorial foi composto por entidades localizadas no Norte de Portugal, mais precisamente nos distritos de Viana do Castelo e Braga. De igual modo, esta ação permitiu comunicar, valorizar e ajudar a preservar técnicas e conhecimento utilizados pelos nossos antepassados.

O **segundo momento**, intervencionista de base quantitativa, consistiu no trabalho de campo e incluiu reuniões com as empresas parceiras, inquéritos realizados a turistas, visitantes e residentes que frequentaram as Festas de Santo António - realizadas em junho de 2022 no município de Vila Verde - e, também, uma análise à cultura empresarial de todos os parceiros desta investigação. Os métodos quantitativos foram divididos em três partes. Na fase inicial avaliou-se a necessidade dos consumidores, o mercado potencial e a

oportunidade de introduzir novos produtos. Este estudo foi produzido através da análise aos inquéritos realizados. Na segunda parte realizaram-se experiências para termos uma perceção do produto a ser produzido. Já na fase final definimos a tipologia da bolsa e aprimoramos a mensagem que se queria passar ao nosso público-alvo. Nesta fase foi possível concluir que dentro do círculo académico existe uma interligação com todas as associações, o trabalho de campo enfatiza este ponto de extrema importância, onde trabalhamos as ligações pessoais, o espírito de equipa, o domínio de comunicação e a resolução de problemas. Estes pontos influenciam não só os projetos de âmbito académico como, também o setor profissional, sendo estas experiências de conhecimento e cultura que nos dão a conhecer empresas e nos previnem o trabalho profissional futuro.

O **terceiro momento**, intervencionista de base qualitativa, consistiu na geração de ideias e criação de hipóteses do projeto. Esta fase foi desenvolvida num processo aberto a novos constrangimentos que poderiam aparecer e qualificar a realidade que se estava a interpretar. Este momento desenvolveu-se conjuntamente com a última fase da investigação.

O **quarto momento** do presente estudo, intervencionista de base qualitativa, procurou a conclusão das hipóteses realizadas no terceiro momento. Nesta fase, começámos a trabalhar nas ideias, criámos maquetes para termos uma ideia do inter-relacionamento do produto em conjunto com o utilizador. Assim sendo, estes dois últimos momentos foram trabalhados em conjunto devido às problemáticas que existiram ao longo da prototipagem.

Deste modo, destaca-se que este estudo é procedente de um processo aberto a todos os fatores externos – como por exemplo, os constrangimentos e os erros que tivemos ao longo da fase de produção. Quando houve uma falha de quatro centímetros no tecido criado pelo artesão, optamos por retirar dois centímetros de cada molde lateral, resolvendo logo a situação, assim como outras que aparecerem ao longo do percurso de criação do produto de acessórios de moda. Neste procedimento existiram avanços e recuos, provocando algumas alterações no desenvolvimento do estudo. Destaca-se que esta abordagem permitiu converter os problemas que foram surgindo em novas oportunidades de projeto, para que pudéssemos dar continuidade ao mesmo. Este *modus operandi* revelou-se numa grande aprendizagem para a aluna.

Em termos de aplicação, para além da materialização do produto foi, também, possível alcançar um conhecimento no âmbito da sustentabilidade empresarial, devido ao processo adotado de **criação do sistema de rede territorial**. Nomeadamente, foi possível perceber as dinâmicas das empresas que estão dentro da indústria dos acessórios de moda, em especial, entender o que elas procuram de forma a inovarem o setor, onde o design de experiência é variável, encontra-se em constantes mudanças devido aos imprevistos encontrados no decorrer do projeto, mas apesar de tudo conseguimos dar sempre resposta às adversidades. Estes aspetos referidos, ajustam-se como ligações de comunicações e escolhas no decorrer da investigação do projeto.

O estudo abrange temas de interesse na área de design de produto, que procura entender a ligação da metodologia do co-design interligada ao projeto. A investigação abrange um público-alvo diversificado, mas definido: clientes que procurem a personalização, abrangendo temas com cultura e tradição que será do interesse de qualquer leitor, sendo esta uma história para preservar.

Sendo este um projeto de **co-design**, interessa perceber as vantagens para todos os intervenientes.

Em termos empresariais, o contacto direto com a **Câmara Municipal de Vila Verde** foi essencial para o estudo, no sentido que facilitou o processo de comunicação com a empresa **Tearte** – uma empresa que utiliza técnicas de produção no tear artesanal e que comunicou conhecimento sobre a técnica do tear, os processos e os materiais. O trabalho produzido em conjunto com a Tearte foi essencial para a produção do tecido utilizado na fase de produção da bolsa. Este é um projeto que reinventa o tecido produzido denotando-o e conotando-o com uma nova identidade, carregando nele um espírito rico da cultura da região de Vila Verde.

Esta investigação foi importante para as empresas **Jesus – Tecidos, Retrosaria Zéza, Divazus e Namorarte** que apresentaram e forneceram materiais para o processo de produção, desde os tecidos usados, aos adereços metálicos que estão presentes no produto de acessórios de moda. O trabalho em conjunto com estas empresas gerou a oportunidade de interligação entre pequenas e grandes empresas, que contribuíram para um projeto académico, dando a conhecer as suas habilidades técnicas e os seus trabalhos/produtos. A

conexão com a Namorarte permitiu ainda o envolvimento com outra empresa, a F. Antunes Lda.

Para a **Gô Atelier** e a **F. Antunes Lda**, o trabalho em conjunto com duas costureiras distintas acabou por fornecer mais conhecimento sobre os materiais, as capacidades e as técnicas implementadas por cada uma delas. Apesar de trabalharem ambas no sector da costura, existem várias técnicas que ambas desenvolveram e que as diferenciam uma da outra.

Na perspetiva **académica**, com esta investigação comprovou-se a importância do desenvolvimento de projetos em parceria com o sector empresarial, desta forma os alunos acabam por ter um desenvolvimento e evolução das suas habilidades profissionais, após estarem em contacto com o mundo do trabalho sentir-se-ão mais seguros deles mesmos. O estudo permitiu uma análise essencial em que se compreende o público-alvo a ser explorado bem como os meios e as formas mais eficazes para os conseguirmos cativar.

Este estudo orienta-se para estudantes e investigadores que pretendam aprofundar conhecimentos no âmbito do design de acessórios de moda, design estratégico, design do produto.

Em termos futuros, no âmbito profissional, a investigação produzida poderá servir como uma absorção para o desenvolvimento de novos projetos e/ou o envolvimento com empresas que trabalhem no âmbito dos acessórios de moda. Considerando a noção de sistema produto, a curto prazo, pondera-se a criação de um sistema de significação, no sentido que o consumidor não compra um produto apenas porque tem qualidade, mas porque compartilha um sistema de valores que a empresa, através do sistema de produto, consegue comunicar-lhe. Ou seja, prevê-se a criação de uma estratégia de comunicação que inclui o desenho e desenvolvimento de outras tipologias de malas, de um filme promocional, em suma, da escolha de um correto canal distributivo e de uma correta exposição do produto. A médio prazo, considera-se a criação de uma estratégia de negócio ou a criação de uma marca.

Finalmente, espera-se que o estudo sirva de referência para designers, não só como profissionais, mas como pessoas responsáveis, no sentido que as experiências que vamos tendo ao longo da nossa vida acabam por se tornar parte da nossa história de vida. Precisamos de aprender com as experiências que vamos tendo ao longo dos nossos projetos e da nossa vida, quer sejam boas

ou más, há sempre algo a aprender de novo e, é através das nossas aprendizagens que vamos construindo cada passo para a realização da nossa história. É a aprendizagem que nos torna cada vez melhores.

Referências Bibliográficas

- ALEXANDER, C.** (1977). *A pattern language: towns, buildings, Constructions*. Oxford, UK: Oxford University Press. (1ª edição 1968).
- ALVES, J. F.** (2002). O Trabalho do Linho. *In* MENDES, José Amado; FERNANDES, Isabel (Coord.) – Património e Indústria no Vale do Ave. Vila Nova de Famalicão: Adrave.
- APARO, E.** (2010). A Cultura cerâmica no Design da Joalheria Portuguesa. Universidade de Aveiro, Aveiro. U.R.L: <https://ria.ua.pt/handle/10773/3688>
- APARO, E., MOREIRA DA SILVA, F., SOARES, L.** (2017). "O design como método para a implementação de processos produtivos relacionados com a criação de instrumentos musicais em Portugal: A criação de uma campana de trompete", *In* Zuanon, Rachel (org). DAT (Design Art and Technology) Journal 2, 1: 115 - 132. URL: <https://ppgdesign.anhembib.br>
- APARO, E.; SOARES, L.** (2012). *Seis projetos à procura de um autor*. Firenze: Alinea.
- BARROSO, L. P.** (2014). Estudo das potencialidades do linho na moda contemporânea. Universidade da Beira Interior, Covilhã. U.R.L.: https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/5697/1/3629_7312.pdf
- BROWN, T.** (2009). *Change by design: how design Thinking transforms organizations and inspires innovation*. New York: Harper Collins.
- DA COSTA, D.** (1993) «A integração do designer no mundo empresarial» in AA. VV. *Design em Aberto – Uma Antologia*. Lisboa: Centro Português de Design, 75 – 81.
- DA COSTA, D.** (1998) *Design e mal-estar*. Porto: Centro Português de Design.
- DURAN, J-Y.** (2004) *Vila Verde: uma etnografia no presente*, Câmara Municipal de Vila Verde.
- DURAN, J-Y.** (2005) *Haverá coisas eternas? Vila Verde, os Lenços de Namorados, a tradição e a inovação*. Vila Verde: Câmara Municipal de Vila Verde.
- LAUREL, B.** (2003). *Design Research: Methods and Perspectives* Cambridge, Mass.: MIT Press.
- MARTINS, J. P.** (2001) *Daciano da Costa: Designer*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

MUNARI, B. (1983). Como nacen los objectos: apuntes para una metodologia proyectual. Barcelona: Editorial Gustavo Gili. (1ª edição 1981).

REBELO, H. (2012). Um património linguístico em vias de extinção ou a sabedoria linguística dos idosos analfabetos: o arado, o carro de bois e o linho.

Universidade da Madeira. U.R.L.:

<https://digituma.uma.pt/bitstream/10400.13/4136/1/Um%20patrim%C3%B3nio%20lingu%C3%ADstico%20em%20vias%20de%20extin%C3%A7%C3%A3o%20ou%20a%20sabedoria%20lingu%C3%ADstica%20dos%20idosos%20analfabetos.pdf>

SOARES, L. (2012). O Designer como intérprete de Cenários de Equipamentos. Aveiro: Universidade de Aveiro. URL: <http://hdl.handle.net/10773/8998>

ZAMENOPOULOS, T. e **ALEXIOU, K.** (2018). “CO-DESIGN AS COLLABORATIVE RESEARCH” em Facer, K E Dunleavy, K. (eds.) Connected Communities Foundation Series. Bristol: University of Bristol/ AHRC

ZURLO, F. (2003). «Design del sistema prodotto» *In* BERTOLA, Paola; MANZINI, Ezio(coord.) Design multiverso: Appuntidifenomenologiadeldesign. Milano: Polidesign, 141 –151.

Referências Webgráficas

AUDACES; Tecido de linho, o que é?; Blog. [Acedido a 13 de abril de 2022]. Disponível em: <https://audaces.com/tecido-linho/>

BLOGINFFINO; Gucci Jackie, histórias e suas diversas releituras; Blog. [Acedido a 16 de outubro de 2022]. Disponível em: <https://blog.inffino.com/gucci-jackie-historia-e-suas-diversas-releituras/>

CHANELNEWS; Boy Chanel: The Origin of the Name; Site. [Acedido a 07 de novembro de 2022]. Disponível em: <https://www.chanel.com/au/fashion/news/2015/02/boy-chanel-the-origin-of-the-name.html>

CORREIODOMINHO; Património vilaverdense recuperado e potenciado pela mão do município; Site. [Acedido a 06 de maio de 2022]. Disponível em: <https://correiodominho.pt/noticias/patrimonio-vilaverdense-recuperado-e-potenciado-pela-mao-do-municipio/130953>

DACIANODACOSTA; Atelier Daciano da Costa; Site. [Acedido a 17 janeiro de 2022]. Disponível em: <https://www.dacianodacosta.pt/pt/atelier-daciano-da-costa/missao/>

EDITORIALIST; A Brief History of the Iconic Gucci Jackie Bag; Site. [Acedido a 16 de outubro de 2022]. Disponível em: <https://editorialist.com/fashion/gucci-jackie-bag/>

ETIQUETAÚNICA; Tudo o que você precisa saber sobre: a bolsa Boy Chanel; Site. [Acedido a 07 de novembro de 2022]. Disponível em: <https://blog.etiquetaunica.com.br/tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-bolsa-boy-chanel/>

FFW; Gucci faz 100 anos: a linha do tempo da história da marca italiana; Site. [Acedido a 16 de outubro de 2022]. Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/gucci-faz-100-a-linha-do-tempo-da-historia-da-marca-italiana/>

LIFECOOLER; Museu do Linho; Site. [Acedido a 06 de maio de 2022]. Disponível em: <http://www.lifecooler.com/artigo/passear/museu-do-linho/438028/>

LUXE.LOVE; Chanel Le Boy Bag – Design Overview and Brief History; Site. [Acedido a 07 de novembro de 2022]. Disponível em: <https://luxelove.com/pages/chanel-le-boy-bag>

MÁXIMA; Gucci faz “Rebranding” da Jackie Bag; Blog. [Acedido a 16 de outubro de 2022]. Disponível em: <https://www.maxima.pt/celebridades/detalhe/gucci-faz-rebranding-da-jackie-bag>

MIBOLSODELUJO; Bolso Le Boy Chanel; Site. [Acedido a 07 de novembro de 2022]. Disponível em: <https://www.mibolsodelujo.com/chanel/bolso-le-boy-chanel/>

NAMORARPORTUGAL; Namorar Portugal all about love by Vila Verde; Site. [Acedido a 17 de julho de 2022]. Disponível em: <http://namorarportugal.pt/pt/conteudos/conteudo/id/238>

NYTIMES; Bolsa de escolha de Jackie O., renomeada em seu nome; Site. [Acedido a 16 de outubro de 2022]. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2020/08/28/t-magazine/gucci-jackie-1961-saddlebag.html>

PORTOENORTE; Artesanato de Vila Verde – Lenços dos Namorados; Site. [Acedido a 11 de outubro de 2022]. Disponível em: <http://www.portoenorte.pt/pt/o-que-fazer/artesanato-de-vila-verde-lencos-dos-namorados/>

PURSEBOP; Reação em cadeia: tudo sobre a bolsa de corrente; Site. [Acedido a 14 de janeiro de 2023]. Disponível em: <https://www.pursebop.com/chain-reaction-all-about-the-chain-strap-bag/>

RADIOVALEDOMINHO; Festa do Linho poderá estar ‘em risco de extinção’; Site. [Acedido a 13 de abril de 2022]. Disponível em: <https://www.radiovaledominho.com/festa-do-linho-podera-estar-em-risco-de-extincao-certame-decorre-a-10-de-agosto/>

REBAG; Chanel 101: The Boy Bag; Site. [Acedido a 07 de novembro de 2022]. Disponível em: <https://www.rebag.com/thevault/chanel-101-boy-bag/>

SACLÀB; All about The Boy; Site. [Acedido a 07 de novembro de 2022]. Disponível em: <https://saclab.com/all-about-the-boy/>

TEARTE; Tearte Tecelagem Manual; Site. [Acedido a 15 de julho de 2022]. Disponível em: <https://tearte-weaving-mill.negocio.site/>

TEENVOGUE; Gucci Launches New Genderless Shopping Section “Gucci MX”; Site. [Acedido a 16 de outubro de 2022]. Disponível em: <https://www.teenvogue.com/story/gucci-genderless-shopping-section-gucci-mx>

TIMEINTERNATONAL; Iconic Bag: Boy Chanel Handbag; Site. [Acedido a 07 de novembro de 2022]. Disponível em: <https://www.timeinternational.co.id/iconic-bag-boy-chanel-handbag/>

VORTEXMAG; Tradições portuguesas: o Lenço dos Namorados; Site. [Acedido a 11 de outubro de 2022]. Disponível em: <https://www.vortexmag.net/lenco-dos-namorados/>

WIKIPÉDIA; Androginia; Site. [Acedido a 07 de novembro de 2022]. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Androginia>

WIKIPÉDIA; Rutênio; Site. [Acedido a 08 de novembro de 2022]. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Rut%C3%AAnio>

ZANKYOU; Namorarte: namoro, amor e arte; Site. [Acedido a 14 de novembro de 2022]. Disponível em: <https://www.zankyou.pt/p/namorarte-namorar-portugal-e-tao-confortavel>

Apêndices

I. Inquérito feito

Inquérito aos residentes e visitantes de Vila Verde nas festas de Santo António e nas Festas do Concelho, nos dias 09 a 13 de junho de 2022, sobre os bordados e os lenços dos namorados que faz parte das tradições do concelho de Vila Verde.

Este inquérito por questionário insere-se no âmbito do Projeto de Mestrado “O design entre a tradição e a inovação no desenvolvimento de acessórios de moda” elaborado pela mestranda Luana Maria Barbosa Silva no curso de Mestrado em Design Integrado do Instituto Politécnico de Viana do Castelo com o objetivo de dignificar as tradições da sua localidade (Vila Verde). Os inquéritos servem para sustentar testemunhos que possam autenticar o objetivo do estudo, através duma análise de conhecimento sobre o tema a ser investigado. Informa-se que os dados são totalmente anonimizados e tratados de forma confidencial e o preenchimento é rápido.

Agradeço desde já a sua cooperação.

“O design entre a tradição e a inovação no desenvolvimento de acessórios de moda”

1 – Idade

Menos de 18 anos Entre 18 e 25 Entre 25 e 40 Mais de 40

2 – Sexo

Feminino Masculino

3 – Naturalidade

Vila Verde Braga outro...
(indique qual) _____

4 – Lugar de Residência

Vila Verde Braga outro...
(indique qual) _____

5 – Profissão

(indique qual) _____

6 – Formação Académica

4º ano 6º ano 9º ano 12º ano

Licenciatura Mestrado Doutoramento

Figura 80 – Primeira página do inquérito realizado. Fonte: Luana Silva.

	Nada	2	3	4	Totalmente
7 – Tem interesse pelas tradições da sua localidade?	Interessado				Interessado
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 – Tem conhecimento dos lenços dos namorados de Vila Verde?	Nenhum	2	3	4	Totalmente
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 – O que acha dos lenços dos namorados?	Nada Interessante	2	3	4	Totalmente Interessante
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10 – O que é para si os lenços dos namorados?	Nada Interessante	2	3	4	Totalmente Interessante
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11 – Considera que os lenços sejam uma boa imagem como tradição cultural de Vila Verde?	Nenhum	2	3	4	Totalmente
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12 – Como acha que nasceram os lenços dos namorados?

13 – Conhece a história por trás dos lenços dos namorados? Sim Não

14 – Que elemento considera relevante nos lenços?

15 – Que elemento é que lhe transmite mais identidade cultural acerca de Vila Verde?

16 – Considera importante manter estas tradições e culturas portuguesas?

Sim Não

17 – Utilizaria/Ofereceria uma bolsa que utiliza-se como elemento decorativo os lenços dos namorados? Sim Não

18 – Que elementos considera relevantes para estarem presentes nos acessórios de moda?

	Nada	2	3	4	Totalmente
19 – Considera importante o estudo que esclareça a identidade dos lenços dos namorados?	Importante				Importante
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

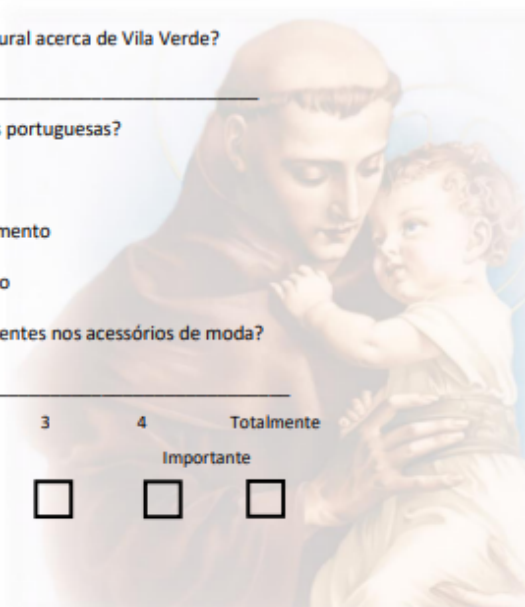


Figura 81 – Segunda página do inquérito realizado. Fonte: Luana Silva.

II. Figuras dos Moldes

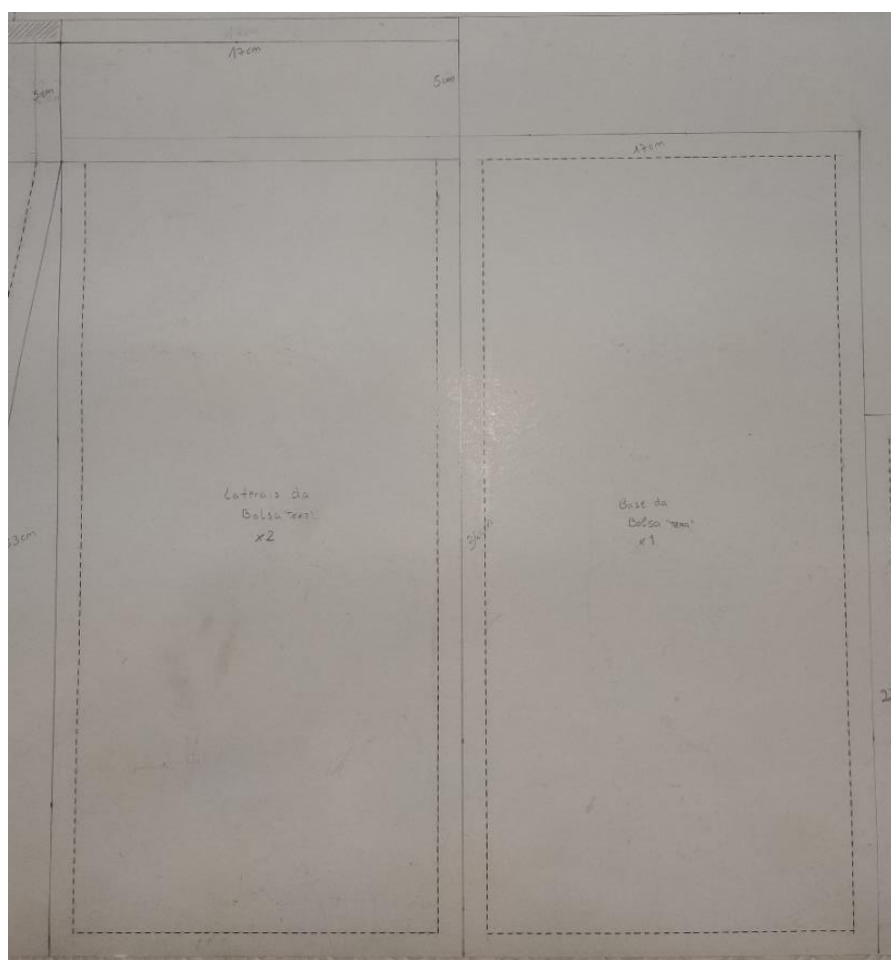


Figura 82 – De cima para baixo: Molde da frente/traseira da Bolsa Tear. Moldes das laterais e da base. Fonte: Luana Silva.

III. Diário de Bordo

30 de junho de 2022 – Reunião com a Presidente da Câmara Municipal de Vila Verde, onde se obteve uma confirmação positiva de um apoio para com o projeto a ser realizado.

11 de julho de 2022 – Reunião com o CEO da empresa Tearte, Fernando Rei. Obteve-se confirmação para uma parceria com o projeto.

14 de julho de 2022 – Reunião de Orientação com a equipa de orientadores

– Discussão sobre as entrevistas já realizadas

– Discussão sobre os inquéritos a decorrer

26 de setembro de 2022 – A mestranda começou a assistir à “Formação em tecelagem, produção de tecido” dada pelo artesão Fernando Rei, no espaço da Aliança Artesanal, em Vila Verde.

– Reunião com a CEO do Gô Atelier, Glória Oliveira. Obteve-se confirmação para uma parceria com o projeto.

08 de outubro de 2022 – Reunião com Nancy Oliveira, fundadora e diretora executiva da empresa Namorarte.

– Ofereceu ainda várias amostras para a realização de testes dos materiais.

– Reunião com o Sr. Costa. Obteve-se confirmação para uma parceria com o projeto.

14 de outubro de 2022 – Realização da primeira experiência no tear para a escolha do tecido para a bolsa.

18 de outubro de 2022 – Testes feitos com entretelas sobre os materiais, no espaço Gô Atelier.

19, 24 e 26 de outubro de 2022 – Acerto das maquetes para um estudo das medidas de cada uma das bolsas.

20 de outubro de 2022 – Recebeu-se o tecido produzido pelo Fernando Rei.

28 de outubro de 2022 – Encomenda do tecido de pele à Nancy.

– Ainda disponibilizou um tecido de Sarja de Algodão para o interior da bolsa.

29 de outubro de 2022 – Realização dos moldes das bolsas.

03 de novembro de 2022 – Compra dos materiais para a produção das bolsas, fechos, ganchos, argolas, na Retrosaria da Zéza.

– Encomenda dos materiais que não disponibilizavam na loja.

04 de novembro de 2022 – Testes feitos com as máquinas de costura do Sr. Costa e da D. Glória sobre o tecido de pele de cabra.

11 de novembro de 2022 – Recebeu-se o tecido utilizado para forros de uma empresa que produz malas de viagem.

– Compra dos tecidos na empresa Divazus, em Barcelos.

14 de novembro de 2022 – Recebeu-se o tecido de pele de cabra que se encomendou à Nancy.

18 de novembro de 2022 – Começou-se a produção das bolsas.

27 de novembro de 2022 – Começou-se a bordar as bolsas de pele.

02 de dezembro de 2022 – Bolsa Tear e Bolsa iPad finalizadas.

06 de dezembro de 2022 – Produção da alça feita para a Bolsa Bordado com o tecido teado que sobrou.

10 de dezembro de 2022 – Bordou-se o molde em pele para a alça.

12 de dezembro de 2022 – Reunião de Orientação com a professora Liliana Soares, onde se discutiu sobre os últimos detalhes do projeto.

09 de janeiro de 2023 – Testes de costura realizados sobre a pele.

13 de janeiro de 2023 – Bordou-se a pele para a realização do pendente.

17 de fevereiro de 2023 – Testes de costura feitos na F. Antunes Lda.

– Costura e produção dos pendentos.

23 de fevereiro de 2023 – Fotografou-se o produto final.

28 de fevereiro de 2023 – Entrega do documento.