

Processo criativo em Design de Moda

Estágio na marca David Catalán

Diogo Alexandre Sacoto Rodrigues

Estágio Académico de Natureza Profissional elaborado para obtenção do Grau de Mestre em Design de Moda

Orientação científica
Teresa Michele Santos

Supervisor de estágio David Catalán
Entidade de acolhimento David Catalán
Período de estágio fevereiro – julho 2024

Juri
Presidente Doutor Gianni Montagna
Vogal Doutora Teresa Michele Maia dos Santos
Vogal Doutora Carla Cristina Costa Pereira

Documento Definitivo

Lisboa, FA Ulisboa, novembro, 2024

AGRADECIMENTOS

A todos os professores e colegas do ensino superior, quero agradecer pelas aprendizagens e pelo apoio.

Um especial agradecimento à Professora Teresa Michele Santos pela sua orientação e apoio, não só no decorrer deste trabalho, mas ao longo da minha formação académica.

Uma especial atenção ao designer David Catalán pela sua amizade e oportunidade de estágio.

À Beatriz, Carolina, Catarina, Inês, Joana pelo apoio e amizade incondicional ao longo dos últimos anos.

Aos meus pais por acreditarem em mim e por me terem sempre apoiado ao longo de todo o meu percurso académico.

E a toda a minha família,

Obrigado.

RESUMO

Esta dissertação, sustentada por um estágio de cinco meses, realizado de fevereiro a julho de 2024, no estúdio David Catalán, explora os temas de *workwear* e *streetwear*, sendo as as principais áreas de atuação da marca.

A pesquisa é motivada principalmente pela vontade do autor em adquirir experiência prática em contexto profissional, desenvolvendo e aprimorando competências fundamentais ao desenvolvimento do produto de moda e a toda a gestão implícita do mesmo. Esta é ainda motivada pela pandemia de COVID-19, que aumentou a procura por peças confortáveis e que mantivessem o estilo profissional em contexto de trabalho remoto.

O desenho de investigação adota uma abordagem de duas metodologias: na fase exploratória, é aplicada uma metodologia não intervencionista, onde o autor procura compreender o contexto e a história do *workwear*. Na fase generativa, correspondente ao estágio, é utilizada uma metodologia intervencionista, permitindo ao autor atuar diretamente no processo de criação e desenvolvimento de moda, com base nos projetos da marca.

Por fim, esta dissertação visa fornecer uma contribuição pessoal e profissional, reunindo conhecimento sobre *workwear*, enquanto oferece uma visão abrangente do estágio realizado e formula recomendações práticas para futuras investigações.

PALAVRAS-CHAVE

David Catalán, *Workwear*, *Streetwear*, Moda Masculina.

ABSTRACT

This dissertation, supported by a five-month internship from February to July 2024 at the David Catalán studio, explores the themes of workwear and streetwear, which are the primary areas of focus for the brand.

The research is primarily motivated by the author's desire to gain practical experience in a professional context, developing and refining key skills essential to fashion product development and its comprehensive management. Additionally, this study is driven by the impact of the COVID-19 pandemic, which has increased the demand for comfortable, practical pieces that retain a professional style suitable for remote work environments.

The research design employs a dual-methodology approach: in the exploratory phase, a non-interventionist methodology is applied, allowing the author to investigate the context and history of workwear. In the generative phase, corresponding to the internship, an interventionist methodology is adopted, enabling the author to directly engage in the fashion creation and development process, based on the brand's projects.

Finally, this dissertation aims to provide a personal and professional contribution, gathering knowledge on workwear while offering a comprehensive perspective on the internship experience and formulating practical recommendations for future research.

KEYWORDS

David Catalán, Workwear, Streetwear, Menswear.

GLOSSÁRIO

B

Bombers – (Origem etimológica: palavra inglesa; plural) Tipo de casaco/blusão de origem militar com rib nos punhos e pescoço.

C

Charriot - (Origem etimológica: palavra francesa) Suporte para roupa em cabide, utilizado regularmente em loja e estúdio de fotografia de moda.

Cholo - (Origem etimológica: palavra espanhola) Termo espanhol pejorativo utilizado para se referir à população mestiça e indígena. Enquanto tribo urbana, refere-se aos chicanos e mexicanos radicalizados contra o sistema norte-americano

Coifas - Rede para cabelo = Touca; [armamento] Gorro de tecido, couro ou malha.

Couro Nobuck - Semelhante à camurça, porém mais durável e resistente; É usada a camada externa (*top-grain*) do couro de bezerro ou de vaca.

F

Francalete - Correia que segura boné, capacete ou barretina à cabeça. Utilizado para proteção da cabeça.

Fustão - Tecido encorpado com avesso flanelado e direito em relevo. Produzido em algodão, lã, linho ou seda.

H

Hip-hop - Movimento da cultura popular que surgiu entre as comunidades afro-americanas nos subúrbios de Nova York na década de 1970, caracterizado pela sua música (rap), dança (break), moda e pintura (graffiti).

Hipster – (Origem etimológica: palavra inglesa) Quem segue ou é influenciado por novas tendências urbanas, geralmente da moda ou da cultura, que não são convencionais ou dominantes.

I

Ignífugo - Qualidade do que repela o fogo.

L

Look - (Origem etimológica: palavra inglesa) Forma de vestir, também associado a um conjunto de roupas vestidas.

M

Manguitos - Manga associada à proteção do antebraço.

Moleskin - (Origem etimológica: palavra inglesa) Tecido de algodão forte e pesado, tosquiado para replicar a sensação e a aparência da camurça.

N

Neoprene – Borracha sintética utilizada comumente em vestuário de desportos aquáticos

Nitrilo - Nome genérico dos compostos orgânicos $-C \equiv N$. Utilizado para produzir luvas de proteção descartáveis.

P

Packaging - (Origem etimológica: palavra inglesa) Termo para definir embalagem.

Polaina - Peça de vestuário que cobre a canela e a parte superior do pé/calçado = perneira.

R

Rap - Discurso rítmico com rimas e poesias, que surgiu no final do século XX entre as comunidades afro-descendentes nos Estados Unidos.

S

Soft Skills - (Origem etimológica: palavra inglesa; plural) Termo usado para definir habilidades e competências pessoais associadas ao comportamento humano.

T

Tie-dye (Origem etimológica: palavra inglesa) - Técnica de tingimento artesanal que consiste em amarrar ou torcer o tecido antes de aplicar o corante, criando padrões únicos e irregulares. Frequentemente associado ao movimento cultural hippie dos anos 60 e 70.

LISTA DE ACRÓNIMOS E ABREVIATURAS

Aprox. – Abreviatura de “aproximadamente”;

APSEI – Associação Portuguesa de Segurança;

ASAE – Autoridade de Segurança Alimentar e Económica;

AW – Fall/Winter (outono/inverno);

BCG – Boston Consulting Group;

CAGR – Compound Annual Growth Rate (taxa de crescimento anual composta);

EPI – Equipamento de Proteção Individual;

SS – Spring/Summer (primavera/verão).

ÍNDICE GERAL

AGRADECIMENTOS	III
RESUMO / PALAVRAS-CHAVE	V
ABSTRACT / KEYWORDS	VII
GLOSSÁRIO	IX
LISTA DE ACRÓNIMOS E SIGLAS	XII
ÍNDICE GERAL	XIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XV
ÍNDICE DE TABELAS	XV
ÍNDICE DE FIGURAS	XV
CAPÍTULO I - INTRODUÇÃO	1
1.1. PROBLEMATIZAÇÃO E TÓPICO INVESTIGATIVO	4
1.2. OBJETIVOS.....	6
1.3. ARGUMENTO	6
1.4. DESIGN DE INVESTIGAÇÃO	7
1.5. ORGANOGRAMA	8
CAPÍTULO II – ENQUADRAMENTO TEÓRICO	11
2.1. WORKWEAR.....	14
2.2. STREETWEAR	24
2.3. WORKWEAR E STREETWEAR	27
2.4. DO WORKWEAR A PRODUTO DE LUXO	34
2.5. CASOS DE ESTUDO	43
2.5.1. CARHARTT	44
2.5.1.1. CARHARTT WORK IN PROGRESS	46
2.5.2. DICKIES.....	47
2.5.3. LEVI’S.....	50
2.5.4. STAN RAY.....	52
2.5.5. BEN DAVIS	54
2.6. ANÁLISE COMPARATIVA	43
CAPÍTULO III – ESTÁGIO DAVID CATALÁN	59
3.1. EMPRESA DAVID CATALÁN	61
3.2. O DESIGNER E MARCA.....	62
3.3. ESTÁGIO	64
3.4. PROJETOS REALIZADOS.....	70

3.4.1. PROJETO 1 – USHUAIA IBIZA.....	70
3.4.2. PROJETO 2 – GLAD CHOCOLATES	75
3.4.3. PROJETO 3 – COLEÇÃO “ACADEMY” SPRING SUMMER 24	78
3.4.4. PROJETO 4 – COLEÇÃO “THE BLANKET” AUTUMN WINTER 24/25	82
3.4.5. PROJETO 5 – COLEÇÃO “1974” SPRING SUMMER 25	86
3.5. AVALIAÇÃO	90
CAPÍTULO IV – CONCLUSÕES.....	93
5.1 CONCLUSÃO	95
5.2 RECOMENDAÇÕES PARA FUTURAS INVESTIGAÇÕES	97
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	99
BIBLIOGRAFIA	101
APÊNDICES	113
ANEXO	139

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Adaptado de “Protective workwear market in europe size abstract 2024” (Technavio, 2023)	4
--	---

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 Tabela casos de estudo de marcas <i>workwear</i> Fonte: Autor (2024)	56
--	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Organograma da investigação Fonte: Autor (2024).....	8
Figura 2 Diagrama de investigação Fonte: Autor (2024).....	13
Figura 3 Fases de certificação Fonte: Asae.gov.pt (consultado a 18 de junho, 2024)	15
Figura 4 Jardineiras Fonte: Autor (2024).....	20
Figura 5 Calças de ganga Fonte: Autor (2024)	21
Figura 6 Casaco de trabalho Fonte: Autor (2024).....	22
Figura 7 Macacão Fonte: Autor (2024)	23
Figura 8 Buddy Austin (left) and Rene Lacoste (right) before a match, 1928 Fonte: Heddels.com (consultado a 14 de novembro, 2024).....	24
Figura 9 1984 to now Stussy logo Fonte: vintageclothingguide.com (consultado a 14 de novembro, 2024).....	25
Figura 10 1994 American Music Awards, Jim Smeal. Fonte: gettyimages.com (consultado a 14 de novembro, 2024)	26
Figura 11 Marlon Brando, “The Wild One” (1953) Fonte: Bamfstyle.com (consultado a 21 de julho, 2024).....	28
Figura 12 Marilyn Monroe as Roslyn Tabor in The Misfits, 1961. Fonte: Eve Arnold (1961)	29
Figura 13 Bota Timberland Premium® Premium 6 Inch Fonte: Timberland.pt (consultado a 24 de julho, 2024).....	30
Figura 14 Tupac & Rosie Perez at 7th Soul Train Music Awards (1993) Fonte: 2PacLegacy.net (consultado a 27 de julho, 2024)	30

Figura 15 Chicano gang East Side Stories: Gang Life in East Fonte: Joseph Rodríguez (2000)	31
Figura 16 Street Style / No.12540 Fonte: Fashionsnap.com (consultado a 19 de julho, 2024)	32
Figura 17 Kim Kardashian e Kanye West, Vogue Met Gala 2019 Fonte: Gettyimages.pt (consultado a 27 de julho, 2024)	33
Figura 18 Calvin Klein Show (1976) Fonte: Vogue.com (consultado a 2 de agosto, 2024).....	35
Figura 19 Versace Spring 1992 Ready-toWear Collection. Fonte: Vogue.com (consultado a 2 de agosto, 2024).....	36
Figura 20 Diesel Catalogue Fall/Winter (1978-1979) Fonte: Long-John.nl (consultado a 5 de agosto, 2024).....	37
Figura 21 Resort 2023, Diesel Fonte: Vogue.com (consultado a 2 de agosto, 2024).....	38
Figura 22 Fall 2021, Balenciaga Fonte: Balenciaga.com (consultado a 10 de agosto, 2024).....	39
Figura 23 Reversible Parka, Balenciaga Fonte: Nzherald.co.nz (consultado a 10 de agosto, 2024)	40
Figura 24 Casaco refletor com proteção anti-chama e anti-estática Fonte: Senyals.com (consultado a 10 de agosto, 2024)	40
Figura 25 Max mara Stretch Cotton Workwear Jumpsuit Fonte: Maxmara.com Preço: 789€ (consultado a 13 agosto, 2024)	41
Figura 26 C814 Reflective Coverall Jumpsuit Fonte: AppleSafety.com Preço: aprox. 35,33€ (consultado a 13 agosto, 2024)	41
Figura 27 Loewe Workwear jacket in cotton Fonte: Loewe.com Preço: 1,300€ (consultado a 13 agosto, 2024)	42
Figura 28 Dickies Denim Core Coach Fonte: Sivasdescalzo.com Preço: 110€ (consultado a 13 agosto, 2024)	42
Figura 29 Carhartt Service Trousers Fonte: Carhartt.com (consultado a 28 de julho, 2024)	44
Figura 30 Carhartt for Women Product Catalog, 1998. Fonte: Carhartt.com (consultado a 28 de julho, 2024).....	46

Figura 31 Sacai x Carhartt WIP Spring/Summer 2024 Fonte: Carhartt-wip.com (consultado a 28 de julho, 2024)	47
Figura 32 Dickies Casual Slacks 1967 Ad. Williamson-Dickies Manufacturing, 1967. Fonte: Bambootrading.com (consultado a 28 de julho, 2024)	48
Figura 33 Dickies Skate Team. Fonte: Dickies.com (consultado a 28 de julho, 2024).....	49
Figura 34 Production site of Levi Strauss & Co in San Francisco in 1882 Fonte: Gettyimages.pt (consultado a 29 de julho, 2024)	50
Figura 35 Levis Horse Patch (1886) Fonte: Instagram.com/levistraussco/ (consultado a 29 de julho, 2024).....	51
Figura 36 Off-duty soldiers in Vietnam. Fonte: formfollowsfunctionjournal.tumblr.com (consultado a 29 de julho, 2024)	52
Figura 37 Deadstock Camo Collection. Stan Ray, 2022. Fonte: Stanray.com (consultado a 29 de julho, 2024).....	53
Figura 38 Ben Davis Logo. Fonte: Bendavid.com (consultado a 29 de julho, 2024).....	54
Figura 39 Layzie Bone in Ben Davis. Bone Thugs n Harmony, 90's. Fonte: Gaudiemaeson.com (consultado a 29 de julho, 2024)	55
Figura 40 Organograma de empresa Fonte: Autor (2024)	61
Figura 41 David Catalán Fonte: VisualTales Instagram (2024) (consultado a 8 de setembro, 2024)	62
Figura 42 Cronograma de projetos de estágio Fonte: Autor (2024)	64
Figura 43 Fluxograma de trabalho Fonte: Autor (2024)	65
Figura 44 Modelagem Sushimen Ushuaia Ibiza Fonte: Autor (2024)	66
Figura 45 Etiquetas de produto Urban Outffiters Fonte: Autor (2024)	68
Figura 46 Ushuaia Ibiza Beach Club Fonte: theushuaiaexperience.com (consultado a 12 de setembro, 2024).....	70
Figura 47 Desenvolvimento de avental Pisos - Camareiro/a Fonte: Autor (2024).....	72
Figura 48 Desenvolvimento de camisa Oyster - camareiro/a Fonte: Autor (2024).....	73

Figura 49 Plano de corte do casaco sushiman/tepanyaki Fonte: Autor (2024)	73
Figura 50 Etiquetas de composição produção Ushuaia Ibiza Fonte: Autor (2024).....	74
Figura 51 GLAD Chocolates By David Catalán Logo Fonte: David Catalán (2024).....	75
Figura 52 Proposta final GLAD Chocolates Fonte: David Catalán (2024) ...	75
Figura 53 Etiqueta GLAD Chocolates David Catalán Fonte: Autor (2024) ...	76
Figura 54 Etiquetas de composição GLAD Chocolates Fonte: Autor (2024)	76
Figura 55 Ficha técnica casaco de trabalho GLAD Chocolates Fonte: Autor (2024).....	77
Figura 56 David Catalán Academy Collection SS24 Capa Lookbook Fonte: David Catalán (2023).....	78
Figura 57 Corte de produção David Catalán SS24 Fonte: Autor (2024)	79
Figura 58 Sessão fotográfica David Catalán SS24 Fonte: Dulce Daniel (2024)	80
Figura 59 Composição visual 4 Fonte: Autor (2024)	80
Figura 60 Backstage Photoshoot David Catalán SS24 Fonte: Beatriz Fonseca (2024).....	81
Figura 61 David Catalán The Blanket Collection AW24/25 Capa Lookbook Fonte: David Catalán (2023).....	82
Figura 62 Ficha técnica Papa Coat David Catalán AW24/25 Fonte: Autor (2024).....	83
Figura 63 Etiquetas de composição David Catalán AW24/25 Fonte: Autor (2024).....	84
Figura 64 Corte de referência DCAW24-SHIRT06 Light Blue Shirt Fonte: Autor (2024).....	85
Figura 65 David Catalán 1974 Collection SS25 Capa Lookbook Fonte: Autor (2024).....	86
Figura 66 Desenvolvimento de coleção David Catalán SS25 Fonte: Autor (2024).....	87

Figura 67 Organização de coleção David Catalán SS25 Fonte: Autor (2024)	88
Figura 68 Letra C bordada Fonte: Autor (2024)	88
Figura 69 Photoshoot David Catalán SS25 Fonte: Autor (2024)	89

CAPÍTULO I

INTRODUÇÃO

1. INTRODUÇÃO

A presente investigação surge com o propósito de conclusão do mestrado em Design de Moda na Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa, com o intuito de aprimorar os conhecimentos já adquiridos durante o percurso académico por meio de estágio curricular de índole profissional no estúdio de moda do designer David Catalán.

Durante 5 meses, entre fevereiro e julho, o autor vê-se envolvido em diversos projetos da autoria de David Catalán onde explora a tipologia de *workwear* na sua forma mais pura como também fundida ao *streetwear*, sendo estas as áreas principais onde o designer atua.

A escolha deste estágio surgiu ainda a propósito do interesse pessoal do autor e da crescente popularidade do *workwear*. Com o surgimento da pandemia de COVID-19, foi desencadeado um período de confinamento da população mundial, alterando profundamente as dinâmicas sociais e a percepção em torno do vestuário. Com a necessidade de desempenhar tarefas profissionais em contexto remoto, a população passou a investir em peças de vestuário que transitassem facilmente entre o conforto do lar e o profissionalismo exigido para desempenhar o seu trabalho.

Ao longo desta investigação, o autor apresenta primeiramente uma pesquisa no campo do *workwear* e de que forma esta tipologia foi apropriada pela cultura do *streetwear*, de forma a criar uma base de conhecimento para colocar em prática no desenvolvimento dos projetos propostos pelo designer David Catalán. Posteriormente e de forma detalhada, o autor apresenta o trabalho desenvolvido ao longo do estágio no estúdio David Catalán.

1.1. PROBLEMATIZAÇÃO E TÓPICO INVESTIGATIVO

A problematização desta investigação reside na intenção do autor em realizar um estágio, com o propósito de adquirir uma compreensão aprofundada sobre o processo criativo do designer e o funcionamento de um estúdio de design de moda. Esta prática permite ao autor obter uma experiência direta sobre a dinâmica de trabalho em contexto profissional, proporcionar uma visão clara das complexidades e dos desafios característicos da indústria, de forma a colmatar as aprendizagens obtidas ao longo da sua formação em design de moda.

Sendo que o *streetwear* e o *workwear* constituem as principais áreas de atuação da marca, e motivado tanto pela experiência prática proporcionada pelo estágio como pelo seu interesse particular na tipologia de *workwear*, o autor encontra uma oportunidade para imergir no tema de forma que exista uma troca de conhecimento entre o estagiário e o designer.

Este interesse do autor surge perante o aumento do consumo de *workwear* durante e pós COVID-19. Segundo o gráfico 1 adaptado do relatório “Europe - Protective Workwear Market by End-user and Application - Forecast and Analysis 2024-2028”, publicado pela Technavio no ano de 2023, é possível perceber um aumento de vendas no mercado do *workwear* pós-COVID.

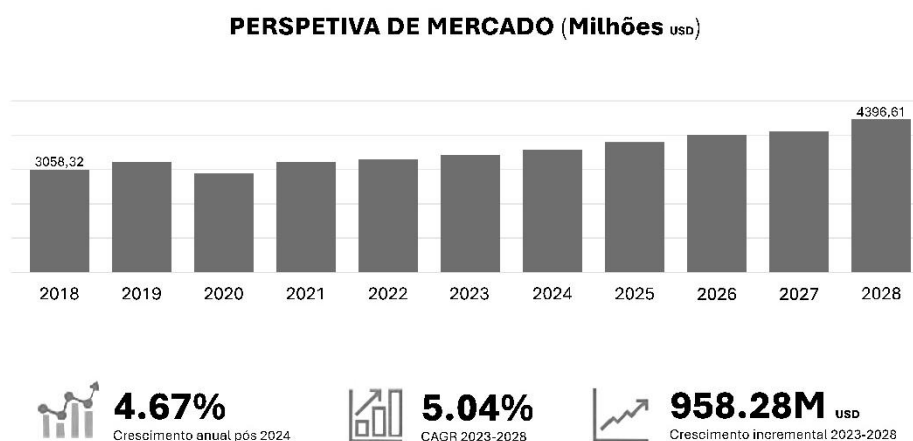


Gráfico 1 Adaptado de “Protective workwear market in europe size abstract 2024” (Technavio, 2023)

Segundo Bianchi et. al. (2020), apesar do declínio financeiro, o consumidor de moda passou a consumir menos, mas melhor, tendo um forte interesse pelo vestuário desportivo e casual, sobrepondo-se a categorias como malas ou vestuário formal.

Ainda segundo Bianchi et. al. (2020) apesar dos gastos diminuírem de uma forma geral, o interesse aumentará em categorias como vestuário casual, *activewear*, artigos para o lar e produtos de beleza, em detrimento de categorias como malas e vestuário formal.

Paget (2022), editor sênior de moda masculina e *trends forecaster* na empresa WGSN, aponta a substituição do fato, como farda, pelo casaco de trabalho. O mesmo revela que as peças fundamentais do vestuário de trabalho, conhecidas pela sua praticidade e conforto, ganharam destaque como farda de escritório, especialmente no contexto das indústrias criativas.

Com a continua popularidade desta tendência, o estágio no estúdio David Catalán torna-se, não só uma oportunidade de adquirir experiência profissional e aprimoramento de competências, como também uma estratégia benéfica a longo prazo. Assim, esta investigação toma como questão de partida compreender como o contexto profissional de um estágio em design de moda pode enriquecer o conhecimento sobre o processo criativo e sobre a tipologia de vestuário workwear.

Ao longo desta investigação, será possível encontrar quatro capítulos: no Capítulo I é apresentado a motivação, objetivos e o desenho da investigação. O Capítulo II aborda os temas que o autor se propôs a explorar, interligados ao estágio. O Capítulo III descreve detalhadamente o trabalho desenvolvido em contexto de estágio. Por fim, no capítulo IV, são apresentadas as conclusões finais e recomendações.

1.2. OBJETIVOS

Esta investigação tem como objetivo geral, testemunhar o processo de criação e desenvolvimento de projetos de moda em contexto profissional através do estágio académico, de forma que o mestrando adquira novos conhecimentos e aprimore aqueles que previamente obteve ao longo da sua formação académica.

Entre os objetivos específicos da investigação, destaca-se:

- Compreender o processo criativo do designer David Catalán;
- Aprofundar a tipologia de *workwear*;
- Entender a complexidade do funcionamento do estúdio de moda;
- Aprender estratégias de gestão e produção.

1.3. ARGUMENTO

O argumento desta investigação é melhorar o desempenho profissional do autor enquanto adquire conhecimentos aprofundados sobre *workwear* via estágio académico no estúdio de moda David Catalán. Ao explorar as especificidades técnicas dessa tipologia de vestuário, o autor busca desenvolver habilidades práticas e conceituais que reforcem a sua atuação no mercado da moda.

1.4. DESIGN DE INVESTIGAÇÃO

Esta investigação é composta por três fases, sendo a primeira exploratória, a segunda generativa e a terceira avaliativa.

Na primeira fase, a fase exploratória, é utilizada uma metodologia de base qualitativa. Esta é uma etapa crucial no processo de gerar conhecimento onde o autor dedica-se a compreender e investigar profundamente o contexto e os elementos associados à marca David Catalán e ao tipo de vestuário que produz, seguindo a seguinte ordem: **revisão de literatura** – recolha e observação de conteúdos relacionados com as áreas em estudo; **Casos de estudo** – como forma de situar o estado do *workwear* e a possível concorrência do atelier David Catalán.

Na segunda fase, a fase generativa, é utilizada a **investigação ativa, observação direta, investigação através do design e diário de estágio**. Nesta etapa, o autor participa e observa as diferentes atividades que garantem o bom funcionamento do atelier e o sucesso do desenvolvimento de artigos de moda.

Por fim, na última fase, a fase avaliativa, é apresentado o parecer do supervisor de estágio sobre o aproveitamento do mestrando durante o mesmo.

Assim, a metodologia aplicada nesta investigação resume-se em 4 passos: **definir** – o tema que o autor se compromete a investigar; **pesquisar** – como forma de intersectar o tema e de identificar lacunas; **desenvolver e pesquisar** – responder aos objetivos e ao argumento por via de estágio; e **ser avaliado** – aproveitamento do mestrando durante o estágio.

1.5. ORGANOGRAMA

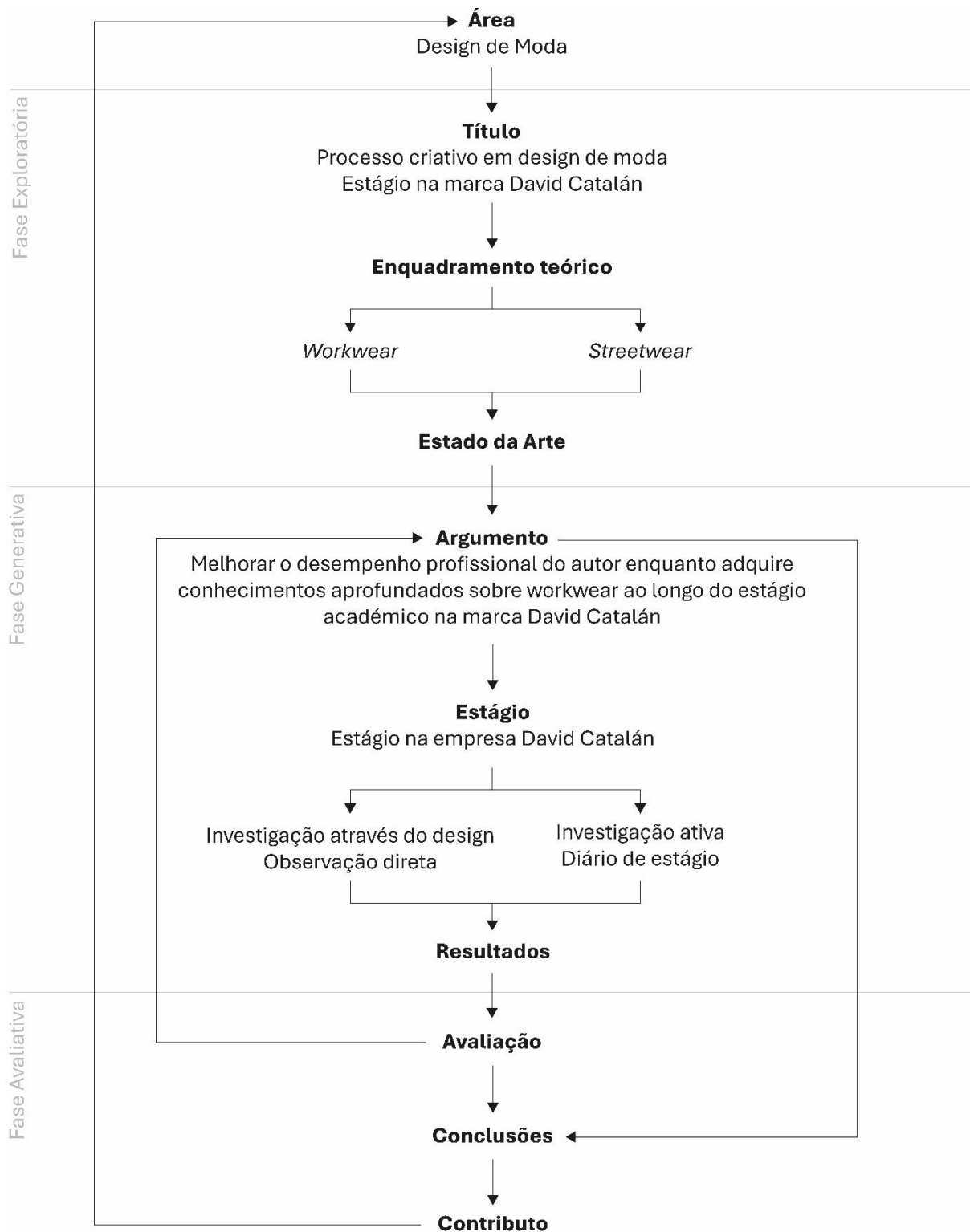


Figura 1 Organograma da investigação | Fonte: Autor (2024)

CAPÍTULO II

ENQUADRAMENTO TEÓRICO

Este diagrama (figura 2) representa a interseção entre as áreas de **workwear** e **streetwear** no contexto do **estágio** realizado no estúdio de David Catalán.



Figura 2 Diagrama de investigação | Fonte: Autor (2024)

2.1. WORKWEAR

O *workwear*, segundo o regulamento (UE) 2016/425, apelidado de EPI (equipamento de proteção individual) define-se, tal como o próprio nome indica, como uma roupa para trabalho, caracterizado pela sua funcionalidade, durabilidade e utilidade, proporcionando ainda uma sensação de proteção e conforto ao usuário.

Segundo Canale (2014) o “*Workwear* é sobre os detalhes, é sobre a qualidade e confeção. Trata-se do acabamento na bainha das suas calças jeans, da costura na gola ou no punho, é sobre roupas que são feitas para durar.”

Este tipo de vestuário é, normalmente, associado a trabalhos pesados e que necessitem de uma proteção corporal extra para além da roupa do trabalhador. Nos dias de hoje, esta proteção é dotada de tecnologias inteligentes tais como reflexão de luz, resistência a fogo, impermeabilidade, corta-vento, absorção de umidade e ainda a utilização do alumínio, como é o caso das botas biqueira de aço, elemento habitual da farda do serralheiro e soldador.

Todo o Equipamento de Proteção Individual (EPI), quer seja de fabricação nacional ou importado, deve ser acompanhado de uma declaração de conformidade e um documento de especificações técnicas. É submetido a testes onde é garantida a sua qualidade, obtendo o Certificado de Conformidade (CE), comprovando que o produto respeita os requisitos essenciais de segurança impostos.

A partir da figura 3, disponibilizada pela Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE), é possível perceber o fluxo da certificação de um EPI, começando pela verificação de que o produto corresponde às diretivas e normas aplicáveis ao mesmo até obter a marcação CE e Declaração CE de conformidade.

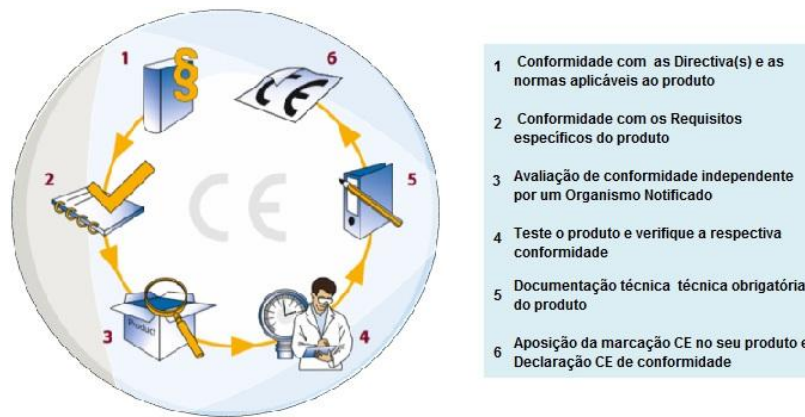


Figura 3 Fases de certificação| Fonte: Asae.gov.pt (consultado a 18 de junho, 2024)

Segundo o “Guia Técnico – Vestuário de Proteção” disponibilizado pela Associação Portuguesa de Segurança (APSEI) o EPI é dividido em 3 categorias:

Categoria I - aqueles que protegem contra os riscos mínimos, que não causam lesões graves como por exemplo lesões mecânicas superficiais, contacto com produtos de limpeza de baixa agressividade ou contacto prolongado com água, contacto com superfícies quentes de temperaturas não superiores a 50 °C, lesões oculares devido à exposição à luz solar e condições atmosféricas não extremas. Exemplo: toucas descartáveis, aventais cirúrgicos, batas ou calças.

Categoria II - aqueles que protegem contra riscos médios e que não se inserem na primeira nem na terceira categoria.

Categoria III - aqueles que protegem de lesões graves ou que podem mesmo levar à morte do trabalhador tais como substâncias e misturas perigosas para a saúde, atmosferas com falta de oxigénio, agentes biológicos nocivos, radiações ionizantes, ambientes quentes, cujos efeitos sejam comparáveis aos de uma temperatura do ar igual ou superior a 100 °C, ambientes frios, cujos efeitos sejam comparáveis aos de uma temperatura do ar igual ou inferior a -50 °C, queda de altura, choque elétrico e trabalhos sob tensão, afogamento, cortes por motosserras manuais, jatos de alta pressão, ferimentos por bala ou arma branca e ruídos prejudiciais. Exemplos: roupa à

prova de fogo, termorreguladora para câmaras frias, proteção contra arco elétrico.

Por cada zona a proteger, existem agentes agressores associados, assim como para cada agente agressor, existe uma proteção:

Cabeça:

Riscos: Quedas de materiais, Pancadas, Agentes físicos (frio, calor, etc.)

Proteção: Capacete; Capuz; Boina; Gorro; Touca; Coifas; Francalete/jugulares; Protetor de queixo; Banda de suor.

Olhos e face:

Riscos: Partículas sólidas (projeção); Líquidos corrosivos e irritantes; Radiações; Calor.

Proteção: Óculos diversos, viseiras; Máscaras de soldar; Máscaras; Respiradores; Filtros; Capacetes de soldadura.

Ouvidos:

Riscos: Ruído.

Proteção: Protetores auriculares; Auscultadores; Abafadores.

Vias respiratórias:

Riscos: Gases; Vapores; Poeiras; Fumos; Aerossóis; Névoas; Agentes biológicos; Bactérias patogénicas; Vírus patogénicos; Fungos produtores de micoses; Antígenos biológicos não microbianos.

Proteção: Máscaras; Dispositivos filtrantes; Viseiras.

Tronco e abdómen:

Riscos: Substâncias nocivas (salpicos e projeções); Chamas; Soldadura (projeção metal); Ambiente de calor/frio; Vidro, Facas; Radiações.

Proteção: Avental; Colete; Batas; Polos; Blusa; Blusões; Casacos; Fitas refletoras; Impermeáveis PVC; Factos ignífugos; Casaco soldador; Calça ignífuga; Cintos lombares; Fatos descartáveis.

Mãos e antebraço:

Riscos: Físico/mecânico (choques, golpes, impactos, compressões, cortes, abrasões, vibrações e perfurações); Químicos (contacto com substâncias químicas, salpicos e projeções); Elétricos; Térmicos (contacto com superfícies frias ou quentes); Radiações.

Proteção: Luvas de tipo e revestimento diverso (pele, couro, latex, nitrilo, nylon, neoprene, borracha, anti estático ou térmica); Luvas isolantes para tensão; Malha de aço anti corte; Mangas; Manguitos; Cotoveleiras; Punhos.

Pernas e pés:

Riscos: Queda de materiais; Escorregamento; Esmagamento; Perfuração ou corte; Queimadura.

Proteção: Botas antiderrapantes; Botas de borracha; Polaina; Joelheira; Apoio para joelhos, Calçado com biqueira e palmilha de aço; Calçado em microfibra; Sapatilhas; Cobre botas; Capas/cobre sapatos.

Corpo:

Riscos: Proteção contra quedas; Trabalhos em altura; Vibrações.

Proteção: Cinto de segurança; Arnês; Vestuário de proteção; Mosquetões, Dispositivos de resgate e descida; Trava-quedas; Refletores; Ancoragens.

Em termos históricos, o *workwear* ou vestuário de trabalho esteve sempre presente, de uma forma ou de outra, porém, a história do *workwear* moderno começa no século XVIII, ou até mesmo antes, com aqueles que trabalhavam na agricultura e na criação de gado. Naturalmente, outras áreas de trabalho teriam o seu próprio uniforme, como por exemplo as tropas, a marinha e outras áreas que precisassem de uma roupa mais resistente e que distinguisse as funções entre cada trabalhador.

Com a revolução industrial, o panorama de trabalho mudou radicalmente. Agora, maior parte do trabalho era desempenhado em unidades fabris, quer esteja relacionado com a agropecuária, quer com a produção de outro tipo de produtos. A nova maquinaria trouxe rapidez à produção e mais recursos à população, porém não demorou muito até surgirem os pontos negativos da revolução.

As notícias das péssimas condições de trabalho eram rapidamente disseminadas, tornando-se uma urgência à escala global.

Segundo Sinclair (1906. p.161) “Havia carne que caíra no chão, na sujeira e no pó de serragem, onde os trabalhadores haviam pisado e cuspidos incontáveis bilhões de germes. Havia carne armazenada em grandes pilhas em salas, e a água dos telhados com vazamentos pingava sobre ela, enquanto milhares de ratos corriam por cima.”

Perante estas condições, a necessidade de criar um fardamento para proteger os trabalhadores tornou-se uma obrigação, dando origem ao *workwear* tal como conhecemos atualmente, porém menos tecnológico e visualmente apelativo.

Assim, com a introdução da produção em massa do *workwear*, materiais como o *denim* foram introduzidos: o *denim* (em português “ganga”), é creditado como uma invenção francesa do século XVII, criada na região de Nîmes, tendo como nome original “*serge de Nîmes*”. Este, inicialmente, era tecido da mesma forma que uma sarja de algodão, porém feito a partir de uma mistura de lã e seda.

Desta forma, surgiram modelos como as jardineiras, as calças de ganga, o casaco de trabalho e o fato de macaco ou macacão, criados essencialmente e tendo em conta as necessidades de um trabalhar que desempenhasse funções que implicassem força e ao mesmo tempo segurança individual, tais como os trabalhadores dos caminhos de ferro, mecânicos, resíduos urbanos, ferreiros, entre outros.

As **jardineiras**, (em inglês *overall* ou *dungaree*), caracteriza-se por ser uma das peças que melhor define o surgimento do *workwear* moderno.

As *Dungarees* eram confeccionadas em **calico**, um tecido de algodão grosso, tipicamente fabricado na Índia e semelhante à ganga e à tela, porém mais fina. É um tecido relativamente barato devido ao seu aspeto bruto, pois não sofre qualquer tipo de tratamento. É possível que a origem etimológica da palavra *dungaree* tenha derivado de “*dongri*”, uma vila portuária perto de Mumbai.

Inicialmente produzidas em sarja de algodão, as jardineiras eram utilizadas essencialmente por agricultores, jardineiros, mecânicos e, até ao surgimento do fato de macaco ou macacão, por trabalhadores dos carris, eletricitistas, mineiros, entre outros. Esta peça de vestuário era praticamente indispensável em todas as profissões que exigissem uma proteção extra do trabalhador.

As jardineiras são, por definição, um par de calças que, para além de proteger as pernas do utilizador na sua totalidade, protege parcialmente o torso. É ajustável ao corpo e as suas alças permitem um rápido exercício de

vestir e despir. O ajuste é feito a partir de fivelas e o aperto por botões de prego.

Durante a I e II Guerras Mundiais, e visto que os homens eram recrutados para combater, as mulheres da classe trabalhadora viram-se obrigadas a preencher os postos de trabalho ditos masculinos até então, fazendo das jardineiras a sua farda, tornando-se um símbolo de empoderamento feminino. Esta peça também passou a ser produzida como roupa de brincar para crianças, mais uma vez devido à sua durabilidade e praticidade.

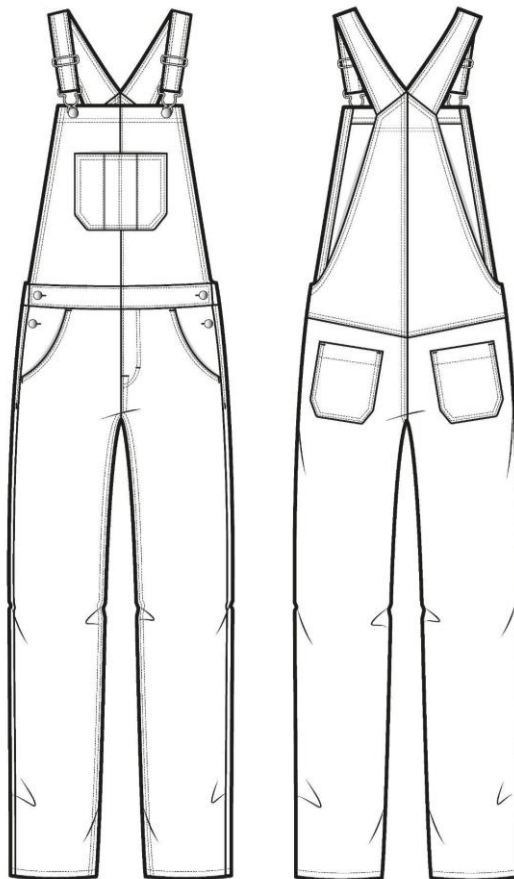


Figura 4 Jardineiras | Fonte: Autor (2024)

O nome **Jeans** deriva do tecido italiano *Jean*, muito utilizado nas velas e no fardamento da marinha genovesa durante o século XVI, sendo que a própria região era conhecida por este tecido de algodão e linho de cor índigo - *Blu di Genova* - dando origem ao nome inglês “Blue Jeans”.

No século XVII, em Nîmes, o tecido *Serje de Nîmes*, creditado como uma invenção francesa, deu origem ao termo *Denim*, significando “*de Nîmes*”. Este tecido, essencialmente conhecido pela sua robustez, surge a partir da mistura de lã e seda, dando origem a uma tela bege, utilizada frequentemente na confeção de roupas de pastores e agricultores na região francesa de Cévennes.

Posteriormente, este tecido passou a ser exportado para Génova para ser tingido de azul índigo, pelo principal motivo das manchas e nódoas do trabalho não se notarem tanto no vestuário.

A invenção das **calças de ganga** é atribuída a Levi Strauss e Jacob Davis (Levi Strauss & Co). A ideia inicial teria surgido da necessidade de reforçar as calças de trabalho para lenhadores, aplicando rebites de cobre e moscas nas áreas mais suscetíveis a tensão.

As calças de ganga são, essencialmente, feitas de algodão e atualmente, nos modelos mais justos, é adicionada uma percentagem mínima de elastano, proporcionando maior conforto e flexibilidade. O fio de teia é tingido de azul índigo, enquanto o fio de trama é cru, criando um efeito estilo cambraia.

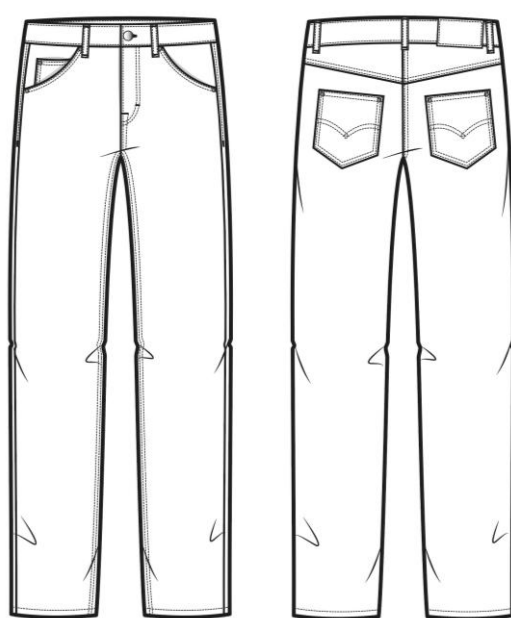


Figura 5 Calças de ganga | Fonte: Autor (2024)

Acredita-se que o **casaco de trabalho** ou **bata**, também conhecido *Bleu de Travail* (origem etimológica: francês), tenha sido uma invenção do francês Adolphe Lafont - um casaco produzido em tecido azul *moleskin* de algodão com gola arredondada e sem lapelas, entre 4 a 5 botões na carcela, 2 bolsos chapa grandes na frente, um bolso no peito para o bloco de notas e o tabaco e ainda um bolso interior para os pertences pessoais. Mais tarde, esta peça de vestuário passou a ser confeccionada em sarja de algodão (ganga) e em sarja em espinha, aumentando a durabilidade desta peça.

O nome Blue de Travail deriva da utilização do corante sintético azul descoberto em 1704 por acidente, pelo laboratório Diesbach and Dippel, em Berlim, para tingir esta peça de vestuário, tornando-se a cor dominante no vestuário de trabalho. Muitas das vezes, o tecido moleskin, semelhante ao fustão - primeiramente produzido no Egito durante o Império Romano e caracterizado pela quantidade de fios tecidos, tornando-o bastante resistente - era, muitas das vezes, chamado de ganga francesa.

Assim, este casaco, além da sua fácil manutenção e reparação (muitas vezes com emblemas), respondeu com eficácia às necessidades daqueles que desempenhavam os trabalhos que envolviam muito esforço físico.

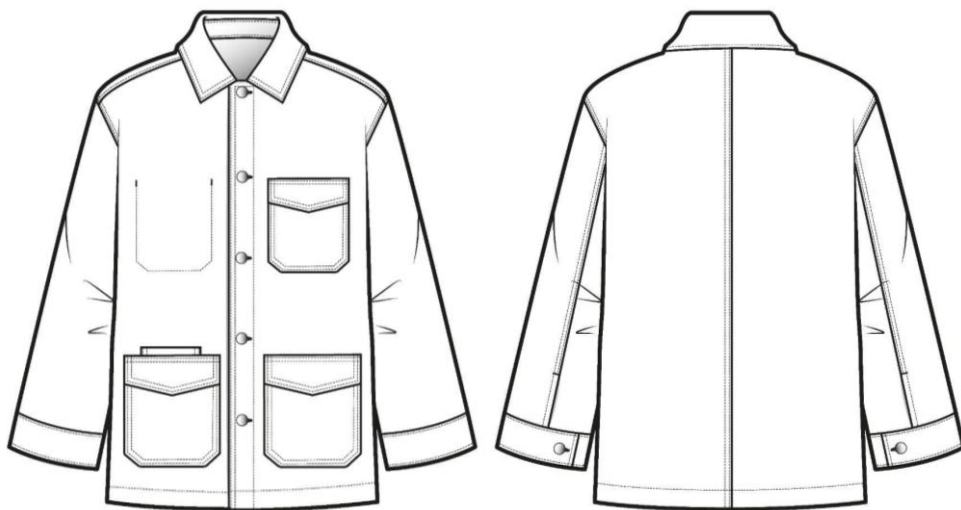


Figura 6 Casaco de trabalho | Fonte: Autor (2024)

Acredita-se que o **macacão** tenha surgido paralelamente às jardineiras, durante a revolução industrial, pelo nome inglês *Boilersuit*, originalmente desenhado para paraquedistas.

O macacão apresenta algumas diferenças significativas em proteção, comparativamente às jardineiras. Este passa a cobrir os braços e o peito dos trabalhadores, sendo que, em alguns casos, chega a cobrir a cabeça, desempenhando as mesmas tarefas, porém de forma mais eficiente.

Esta peça de vestuário não adotou os suspensórios, mas sim um ajuste de elástico na cintura, segurando o fato ao corpo para que não escorregasse nem sobrecarregasse os ombros dos trabalhadores com o peso.

Sendo que o macacão surgiu num contexto de trabalho fabril, foi desenhado com diversos bolsos com um tamanho razoável para armazenar as ferramentas necessárias para o trabalho. Tal como o casaco de trabalho, os bolsos interiores serviriam para armazenar os pertences pessoais.

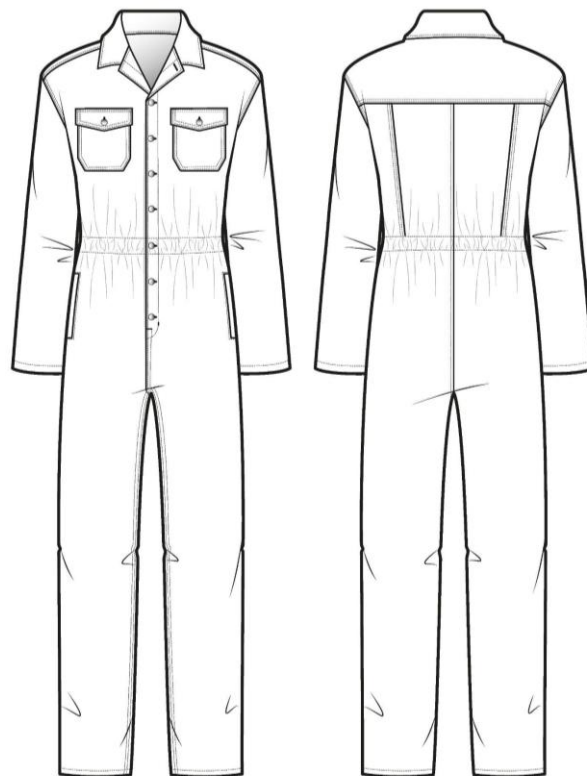


Figura 7 Macacão | Fonte: Autor (2024)

2.2. STREETWEAR

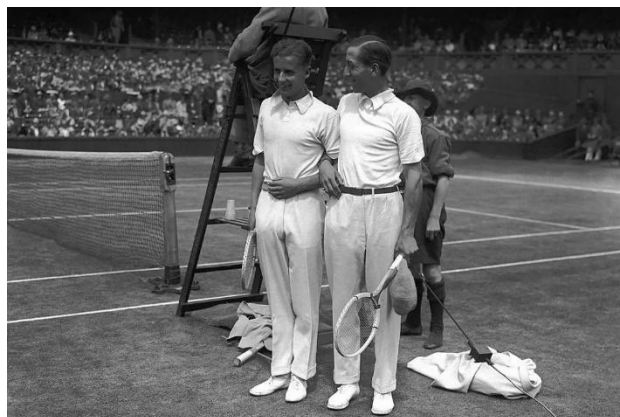
O conceito de *streetwear*, na sua forma mais pura, é definido como roupas causais derivadas da cultura de rua, ou seja, do hip-hop, graffiti, skate e do surf, nomeadamente associados à juventude dos anos 80 e 90 nova-iorquina.

Segundo Menendez e Nitschke (2019, p.3) “No início, o *streetwear* era simples e um antídoto aos estilos elaborados e complicados que estavam na moda na época. A fórmula era simples: as pessoas usavam t-shirts e hoodies porque gostavam. Este uniforme estava ligado tanto ao conforto quanto à autoexpressão.”

Warner (2006) afirma que as origens do *streetwear* estão fortemente enraizadas ao *sportswear*, uma vez que as peças de roupa inicialmente idealizadas para atividades desportivas foram incorporadas no vestuário do dia-a-dia. O conceito de *sportswear* surgiu no final do século XIX e início do século XX, com a introdução de peças mais funcionais e confortáveis para desempenhar atividades como equitação e ténis.

A partir dos anos 20, René Lacoste (figura 8) revolucionou o *sportswear* ao criar peças como o **polo**, uma alternativa mais leve e flexível para o desporto ténis (Fogg, 2013. p.255). Este estilo mais casual e descontraído abriu caminho para o *streetwear*, que adaptaria a ideia de roupas práticas e confortáveis com uma identidade mais urbana.

Figura 8 Buddy Austin (left) and René Lacoste (right) before a match, 1928 | Fonte: Heddels.com (consultado a 14 de novembro, 2024)



Paralelamente à arte de rua, o *streetwear* tem como propósito a expressão da identidade, rompendo com as normas do que era o vestuário e as tendências, tendo-se tornado um modelo mais democrático da moda. A mudança cultural de índole popular começou por tomar forma nas décadas de 60 e 70, pelas mãos dos artistas Andy Warhol, Jean-Michel Basquiat e Keith Haring, questionando, essencialmente, o que construía a arte contemporânea e a quem se destinava.

Associadamente a isto, o estilo musical hip-hop começou por tomar forma e popularidade, sendo um tipo de música motivada pelo não convencional e a quebra das regras e normas. Originado no bairro do Bronx em Nova Iorque na década de 70, o hip-hop foi um fator crucial para o *streetwear*. Artistas de hip-hop e rappers, como forma de romper com a “norma”, criaram um estilo único que misturava *sportswear* com peças de uso cotidiano.

Segundo Fogg (2013. p.446) um *look* típico de hip-hop incluía um chapéu Kangol, um fato de treino Adidas e ténis Adidas Superstar ou Chuck Taylor Allstar.

Personalidades como Shawn Stussy também desempenharam um papel importante no desenvolvimento do *streetwear* no início dos anos 80. Com um negócio de pranchas de surf no sul do estado da Califórnia, no Estado Unidos da América, Stussy começou a vender t-shirt com a sua assinatura (figura 9).



Figura 9 1984 to now Stussy logo | Fonte: vintageclothingguide.com (consultado a 14 de novembro, 2024)

Ainda segundo Fogg (2013. p.447) sendo o *streetwear* e hip-hop um estilo predominantemente masculino, não demorou muito tempo até as mulheres o adotarem. Personalidades como Aaliyah, TLC (figura 10) e Salt-N-Pepa viriam a usar tops brancos justos por baixo de camisas largas de flanela e ainda brincos “door knocker”.



Figura 10 1994 American Music Awards, Jim Smeal. | Fonte: [gettyimages.com](https://www.gettyimages.com) (consultado a 14 de novembro, 2024)

Concluindo, o *streetwear* vai além de um estilo de moda. É uma **subcultura** enraizada a diversas manifestações urbanas. A sua capacidade de adaptar-se e de absorver influências culturais contribui para sua relevância contínua e evolução constante no cenário da moda global.

2.3. WORKWEAR E STREETWEAR

Sendo que alguns dos valores mais importante do *streetwear* são a funcionalidade, conforto e durabilidade, foi inevitável a apropriação do *workwear*, visto que este vestuário destinado a trabalhadores, além de se ter tornado financeiramente acessível e facilmente personalizável, é bastante resistente.

Enquanto a Dickies focava-se em produzir uniformes para o exército americano durante a segunda guerra mundial, a Levi's focou-se em estender o seu produto ao público feminino, visto que este passaria a ocupar os postos de trabalho que outrora seriam ocupados por homens. Assim, a Levi's criou as Lady Levi's – as calças de ganga femininas, dando início à popularização do *workwear*.

Da mesma forma que as calças de ganga começaram a conquistar o mercado, o casaco de ganga, utilizado habitualmente pelos cowboys e mineiros, tornou-se um símbolo de rebelião nos anos 50 e 60, sendo adotado por roqueiros e ícones da contracultura, tais como James Dean e Bob Dylan.

No filme “Rebel Without a Cause” (1955), é possível observar James Dean de blusão, t-shirt e um par de jeans, mais especificamente umas Lee 101 Riders. Originalmente gravado a preto e branco, esta obra do cinema americano representava, tal com o nome indica, a vida de um jovem rebelde, ousado e problemático - Jim Stark (James Dean) - com um estilo de vida que não se identificava com a realidade da sociedade, tornando-se rapidamente uma grande influência para os adolescentes.

No filme “The Wild One” (1953), Johnny Strabler (Marlon Brando) (figura 11) representava o líder de um gangue de motoqueiros que viria a causar pânico numa pequena cidade do estado da Califórnia (EUA), acabando por se envolver com a filha do xerife local. Similarmente ao filme “Rebel Without a Case” a personagem principal era um homem rebelde que vestia um casaco de pele e jeans, dando início à construção da ideia de teenager, traduzida na sua postura mais rebelde de espírito livre e independente. O uso das calças de ganga foi uma forma de romper com a seriedade do homem que era habitualmente visto de fato.



Figura 11 Marlon Brando, “The Wild One” (1953)
| Fonte: Bamfstyle.com (consultado a 21 de julho, 2024)

Adicionalmente, Marilyn Monroe e Elvis Presley viriam a reforçar a popularidade crescente do uso de peças de *workwear*. No filme “The Misfits”, Roslyn Tabor, encenada por Marilyn Monroe, uma mulher do velho oeste envolvida na vida de *rodeos*, é vista essencialmente com umas Lady Levi’s e um *denim jacket* (figura 12). Esta não seria a última vez que veríamos Marilyn a vestir peças de *workwear*. Já Elvis Presley, cantor norte americano, nascido no estado de Mississippi, no início da sua carreira, é visto muitas das vezes num par de jeans e num *denim jacket*, isto devido à sua influência rural - tendo sido criado numa quinta, o uso de jeans era habitual para desempenhar as tarefas.



Figura 12 Marilyn Monroe as Roslyn Tabor in The Misfits, 1961. | Fonte: Eve Arnold (1961)

Tal como mencionado anteriormente, a cultura hip-hop apropriou-se bastante da tipologia de *workwear*, desde o vestuário ao calçado, como é o exemplo das populares botas Timberland (figura 13). Esta bota de couro nobuck, desenvolvidas por Sidney Swart e criadas especialmente para o trabalhadores de New England, no ano de 1973, tornou-se símbolo da cultura hip-hop, acabando não só por ser usadas por rappers, como também sendo mencionadas pelos próprios em músicas, como é o caso de “Blazing Chronicles” de Notorious B.I.G. e “Thats How You Like It” de Beyoncé e Jay-Z.

[Verso 1]

(...)

“Don't ya know?

Don't ya know, in the house let me introduce
The hardcore [guy] with the timberland boots”

(...)

Blazing Chronicles, Biggie Smalls '93 Demo Tape. (1993) The Notorious B.I.G., Dirty Harry. Fonte: Genius.com (consultado dia 24 de julho, 2024)

[Verso 1]

(...)

“Where my thugs at?

White T-shirt, I love that
Timberland boots, you does that, it's a fact”

(...)

Thats How You Like It, Dangerously In Love. (2003) Beyoncé, Jay-Z, Mr.B, D-Roy. Fonte: Genius.com (consultado dia 24 de julho, 2024)

Figura 13 Bota Timberland Premium®
Premium 6 Inch | Fonte: Timberland.pt
(consultado a 24 de julho, 2024)



No artigo “THING; The Carhartt Jacket”, Michel Marriott para The New York Times declarou o casaco de trabalho da Carhartt como peça essencial no armário dos rappers e dos *cool kids* da juventude Nova-Iorquina: “(...)in New York, hip-hoppers prefer their Carhartts mustard brown and hunter green with baggy corduroy pants stuffed into Timberland boots.” (Marriott, 1992)

T.L. “(...) em Nova Iorque, os adeptos do hip-hop preferem os seus Carhartts em castanho mostarda e verde caçador, com calças largas de veludo cotelê enfiadas dentro das botas Timberland.”

Uma das referências do uso do *Chore Jacket* durante os anos 90 é precisamente o rapper nova-iorquino Tupac Shakur (figura 14). Muitas das vezes, este seria visto com o seu casaco de trabalho azul-escuro da Carhartt.



Figura 14 Tupac & Rosie Perez at 7th Soul Train
Music Awards (1993) | Fonte: 2PacLegacy.net
(consultado a 27 de julho, 2024)

Apesar do crescimento da popularidade de marcas como Ed Hardy e Von Dutch entre os adolescentes no início dos anos 2000, as calças de ganga extremamente largas e camisolas de manga cava continuavam a ser as peças preferidas no roupeiro da cultura adolescente do skate e do *cholo* - um jovem pertencente a uma subcultura urbana mexicano-americana associada a gangues de rua.

O termo “*cholo*” refere-se a jovens (figura 15) que participam ou que se identificam com a subcultura de gangues mexicano-americanas, originário do sul da Califórnia. Este termo espanhol surgiu no século XVII como insulto, comparando as pessoas a cães de origem duvidosa, carregando uma conotação marginal. No final do século XIX, passou a referir-se a mestiços “culturalmente marginais” de origem indígena, sendo aplicado de forma pejorativa aos camponeses mestiços.

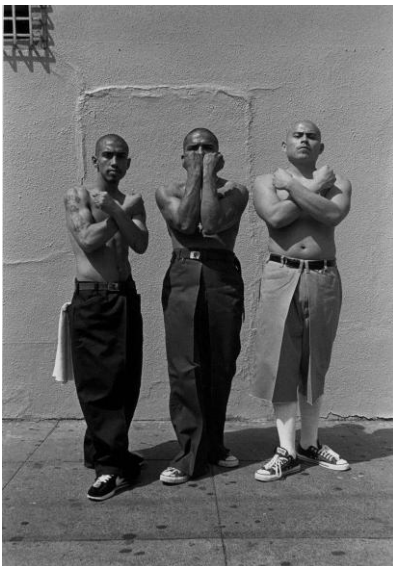


Figura 15 Chicano gang | East Side Stories: Gang Life in East | Fonte: Joseph Rodríguez (2000)

Esta subcultura, facilmente identificável visualmente pelas suas tatuagens, *grafittis* e expressões linguísticas únicas, surgiu entre gangues de bairro e rapidamente alcançou a cultura popular no início do século XXI, posteriormente sendo amplamente apropriada pelo Japão. Os valores centrais desta cultura incluem lealdade, honra e proteção do território, sendo que, muitas das vezes, a atividade criminal é tolerada dentro desse contexto.

Mais tarde, com a entrada do ano 2010, os *hipsters* (figura 16) viriam a adotar diversas peças de *workwear* como parte do seu guarda-roupa. Estes caracterizam-se por gostar do simples, do autêntico, do que não é comercial e por gostar do que muitos não valorizam mais e acreditam ser ultrapassado. Paralelamente, a comunidade LGBT apropria-se desta tipologia de vestuário por transmitir um *look* andrógono.



Figura 16 Street Style / No.12540 | Fonte: Fashionsnap.com (consultado a 19 de julho, 2024)

Desde Marilyn Monroe a Tupac, todas estas apropriações contribuíram para a longevidade da popularidade do *workwear* tal como o conhecemos atualmente no panorama do *streetwear*. O que outrora seria utilizado para a proteção pessoal das diversas indústrias do dito trabalho pesado, tornou-se sinónimo de expressão própria, liberdade e popularidade: enquanto Kim Kardashian (esquerda) desfilou um vestido de assinatura Thierry Mugler na Met Gala 2019, Kanye West (direita), o seu marido até então, percorreu a passadeira vermelha num casaco de trabalho da marca Dickies (figura 17).



Figura 17 Kim Kardashian e Kanye West, Vogue Met Gala 2019 | Fonte: Gettyimages.pt (consultado a 27 de julho, 2024)

2.4. DO WORKWEAR A PRODUTO DE LUXO

Nos últimos anos, as marcas de luxo têm vindo a reinterpretar o *workwear*, incorporando materiais mais sofisticados como couro, tecidos tecnológicos e acabamentos refinados. Esta fusão resulta em peças de vestuário que mantêm a praticidade do *workwear*, mas num contexto de exclusividade. A introdução do *workwear* no luxo, portanto, pode parecer paradoxal, já que transforma roupas originalmente criadas para serem práticas e acessíveis em peças de status e exclusivas, muitas vezes com preços significativamente mais elevados. Essa contradição, no entanto, faz parte do apelo da moda contemporânea, que frequentemente busca subverter expectativas e misturar elementos de diferentes origens para criar algo novo.

Tal como referido anteriormente neste trabalho, o *workwear* nasceu da necessidade de roupas práticas e resistentes, projetadas para suportar o desgaste diário em ambientes de trabalho. Com a sua ênfase na funcionalidade, estas peças eram utilitárias por natureza, feitas para serem acessíveis, duráveis e amplamente disponíveis. O propósito do *workwear* é, essencialmente fornecer uma solução prática para trabalhadores, sem preocupações com tendências de moda ou prestígio social.

Por outro lado, o luxo sempre foi associado à exclusividade, à excelência artesanal e ao uso de materiais raros e de excelência. O mercado de luxo valoriza a ideia de exclusividade, onde as peças não são apenas roupas, mas símbolos de status e riqueza, muitas vezes inacessíveis para a maioria das pessoas.

Segundo Wang, T. (2015, p.17) “Os produtos de luxo não só possuem, em geral, uma qualidade superior; eles também indicam *status* e riqueza. O conceito de produtos de luxo remonta ao surgimento das civilizações semi-modernas. É quase de natureza humana desejar bens que possam “elevar a sua posição social”.”

Assim, quando os elementos do *workwear*, com sua herança de simplicidade e utilitarismo, são reinterpretados por marcas de luxo, surge uma tensão entre o que estas peças representam e o novo contexto em que são inseridas. Esta apropriação pode ser vista como uma resposta às mudanças na demanda dos consumidores: numa era onde a praticidade é cada vez mais valorizada, mesmo em ambientes sofisticados, o *workwear* aliado ao luxo, consegue corresponder a este perfil de consumidor e, com a sua crescente popularidade, não demorou muito até que esta tipologia fosse vista em passarela.

Na década de 70, mais propriamente em 1976, o designer Calvin Klein introduziu pela primeira vez as calças de ganga na passarela de autor (figura 18), reforçando-o como símbolo da cultura moderna americana. A sua interpretação das calças de ganga foi fundamental para que o *workwear* viesse a conquistar o mercado de luxo, sendo possível encontrar artigos desta tipologia anos mais tarde nas coleções de várias marcas, tais como Versace e Diesel.



Figura 18 Calvin Klein Show (1976) | Fonte: Vogue.com (consultado a 2 de agosto, 2024)

Gianni Versace, designer de moda italiano e fundador da marca de luxo Versace, introduziu as calças de ganga e o casaco de ganga nas suas coleções no início da década de 90, quando já havia estabelecido fortemente a sua marca como um dos nomes mais importante da moda no fim da década de 80. Foi na coleção primavera/verão de 1992 que Gianni apresentou ao público a sua interpretação do *workwear* de uma forma sofisticada e colorida, inserindo estas peças em looks mais delicados (figura 19). Desta forma, Gianni criou a linha Versace Jeans Couture - uma submarca mais acessível, combinando espírito da marca principal com uma abordagem mais casual, voltada para o estilo urbano e *streetwear*.



Figura 19 Versace Spring 1992 Ready-to-Wear Collection. | Fonte: Vogue.com (consultado a 2 de agosto, 2024)

Já a Diesel, de origem italiana tal como a Versace, desde o início que se focou em desenvolver artigos em *denim*. Anteriormente conhecida por Moltex, propriedade de Adriano Goldschmied, e adquirida na totalidade por Renzo Rosso em 1985, a Diesel desenvolvia essencialmente calças de ganga e vestuário focado no trabalhador (figura 20), vindo a ganhar reconhecimento pela sua qualidade e, conseqüentemente, conquistando o mercado americano.



Figura 20 Diesel Catalogue
Fall/Winter (1978-1979) |
Fonte: Long-John.nl
(consultado a 5 de agosto,
2024)

Foi apenas na década de 90 que a Diesel emergiu no cenário da moda devido às suas polémicas campanhas publicitárias. Sob o *slogan* “*Jeans and Workwear*” que mais tarde viria a ser substituído por “*For Successful Living*”, esta marca viria a apresentar as campanhas que viriam a construir a sua popularidade. Com um tom sarcástico e desafiando as convenções sociais, assuntos como paz mundial, guerra, entre outros problemas da sociedade eram retratados.

Durante os anos 2000 e com a crescente popularidade, a Diesel virou-se para o mercado de luxo, desenvolvendo linhas como a *Diesel Black Gold*, oferecendo ao cliente um produto mais sofisticado. Foi em 2020 com a entrada do diretor criativo Glenn Martens que a Diesel se focou inteiramente no público jovem e urbano sem sacrificar as verdadeiras raízes da marca (figura 21).



Figura 21 Resort 2023, Diesel | Fonte: Vogue.com (consultado a 2 de agosto, 2024)

Atualmente, podemos observar e experienciar a forma como as marcas de luxo continuam a apropriar-se da tipologia de *workwear*, na esperança de alcançar o “novo”, ou simplesmente instaurar a polémica, como é o caso da Balenciaga que, apesar das críticas, continua a desconstruir a ideia de moda recorrente.

Na coleção Fall 2021, Balenciaga apresentou ao público, pelo valor de £2,890 (aproximadamente 3,380€ com as taxas de conversão atual) o que aparenta ser “apenas” um casaco refletor (figura 22), tipicamente associado a trabalhadores de resíduos públicos, polícias e todos os profissionais que realizem atividade durante a noite ou em períodos de pouca luz.



Figura 22 Fall 2021, Balenciaga | Fonte: Balenciaga.com (consultado a 10 de agosto, 2024)

Segundo Okonkwo (2008. p.140) “O preço é um aspeto importante da estratégia de marketing e *branding*, pois é um dos primeiros indicadores do posicionamento de uma marca para com os consumidores.”

Se colocarmos este casaco ao lado de um visualmente semelhante, num primeiro instante, provavelmente não conseguiríamos identificar qual dos dois é catalogado como um artigo de luxo, o que nos faz questionar o seu valor material, sendo que artigos apresentados da esquerda (figura 23) para a direita (figura 24) representam o preço de aprox. 3,380€ e 121,46€ respetivamente. Wang (2015. p.10) afirma que é importante ter em conta que a perceção de alta qualidade dos consumidores pode nem sempre representar a realidade e sim uma influência resultante do marketing.



Figura 23 Reversible Parka, Balenciaga | Fonte: Nzherald.co.nz (consultado a 10 de agosto, 2024)



Figura 24 Casaco refletor com proteção anti-chama e anti-estática | Fonte: Senyals.com (consultado a 10 de agosto, 2024)

Sendo que se trata de uma interpretação do *workwear*, este produto de luxo pode ser dotado de qualidade que o artigo de *workwear* não possui, tais como referidos anteriormente, materiais nobres, detalhes minuciosos e confecção de excelência, mas inevitavelmente, o nome da marca tem o seu peso no preço do artigo final, atingindo um patamar psicológico.

Segundo Siyao (2021. p.45) “Muitas pessoas acreditam que apenas comprando produtos caros, e não os corretos, quanto mais caros forem os produtos, mais status elas terão, de modo a satisfazer sua vaidade. Esse tipo de consumidor não se importa se realmente precisa do produto ou não. (...) As pessoas confiam na marca sem motivo, simplesmente porque são marcas de luxo. (...) Uma possível explicação para isso é a tendência humana de sobrevalorizar os elementos positivos de um produto e ignorar suas desvantagens.”

Outras marcas como a Max Mara e Loewe também desenvolveram a sua própria interpretação do vestuário de trabalho:



Figura 25 Max mara Stretch Cotton Workwear Jumpsuit | Fonte: Maxmara.com | Preço: 789€ (consultado a 13 agosto, 2024)



Figura 26 C814 Reflective Coverall Jumpsuit | Fonte: AppleSafety.com | Preço: aprox. 35,33€ (consultado a 13 agosto, 2024)



Figura 27 Loewe Workwear jacket in cotton | Fonte: Loewe.com | Preço: 1,300€ (consultado a 13 agosto, 2024)



Figura 28 Dickies Denim Core Coach | Fonte: Sivasdescalzo.com | Preço: 110€ (consultado a 13 agosto, 2024)

Concluindo assim, o *workwear*, historicamente associado à funcionalidade e praticidade, encontra nas mãos das marcas de luxo um novo propósito, onde o utilitarismo torna-se um símbolo de exclusividade e *status*. Esta interpretação desafia os limites do que se considera o luxo, isto é, e tal como vimos, as marcas apropriam-se do ordinário e, com a possibilidade de recriar os artigos em materiais nobres, criam o extraordinário aos olhos do cliente. No entanto, essa transformação levanta questões sobre o verdadeiro valor dessas peças, onde o peso da marca e a promessa de exclusividade muitas vezes justificam preços elevados.

2.5. CASOS DE ESTUDO

A inclusão destes casos de estudo é fundamental para identificar as marcas que lideram o segmento de workwear. Esta análise permite não apenas mapear a concorrência do David Catalán, mas também perceber a origem das marcas e as estratégias que adotam para se destacar no mercado.

A escolha das seguintes marcas – **Carhartt / Carhartt WIP, Dickies, Levi's, Stan Ray e Ben Davis** – baseou-se em critérios que refletem a importância histórica, cultural e a influência de cada uma no desenvolvimento do workwear e na sua adoção pelo *streetwear*.

Estas marcas foram especialmente escolhidas como casos de estudo pois, para além de terem um passado rico, continuam a ter relevância no panorama atual de workwear. Toda a informação acerca destas marcas foi recolhida a partir do site oficial de cada marca e ainda *websites* como Business of Fashion (BOF) e revista online GQ.

Os critérios de comparação destas marcas passam pela **data de fundação, sede, pontos de venda, métodos de venda, valores, tipologias, tecnologias** até **iniciativas**.

2.5.1. CARHARTT

A Hamilton Carhartt & Company, fundada em 1889 por Hamilton Carhartt em Detroit (Michigan, EUA), é uma empresa focada no desenvolvimento de vestuário de tipologia *workwear* sob o slogan “*Honest value for an honest dollar*”.

Focado em desenvolver artigos de qualidade e igualmente acessíveis, Hamilton desenvolveu uma pesquisa de mercado, onde tomou em conta a opinião e as necessidades dos trabalhadores dos caminhos de ferro, resultando no desenvolvimento do “*bib overall*”.

Durante a primeira guerra mundial, Hamilton Carhartt, com um total de 17 unidades fabris em funcionamento, passou a produzir uniformes para os militares norte-americanos. Já na segunda guerra mundial, a Carhartt passou a produzir *coveralls* para soldados (figura 29), camuflados para marinha e *workwear* para as mulheres, que agora preenchem o lugar dos homens nas unidades fabris.

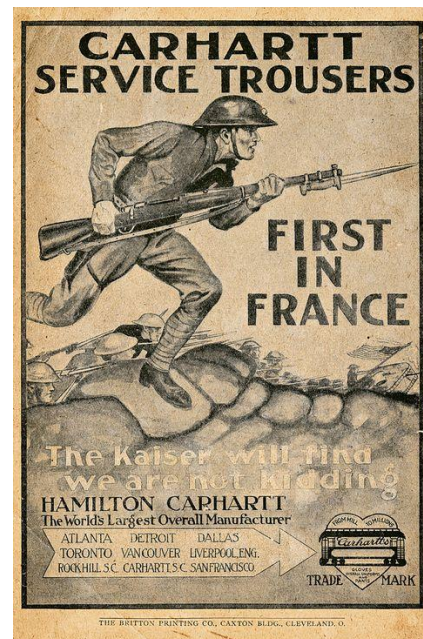


Figura 29 Carhartt Service Trousers | Fonte: Carhartt.com (consultado a 28 de julho, 2024)

Em 1937, após a morte de Hamilton num acidente de viação em Grosse Pointe, Michigan, a empresa é deixada aos filhos Hamilton Jr e Wylie. Wylie Carhartt tornou-se presidente da companhia, tomando como um dos seus focos o programa “Back to the Land”, visando a industrialização do estado de Kentucky. Este foi ainda o criador das linhas de caça The Super Dux e Super Fab.

Em 1958, Robert Valade, marido da neta de Hamilton (Gretchen Carhartt) tomou a liderança da Hamilton Carhartt & Company e, em 1975, esta viria a produzir para outras empresas, tais como Sears, J.C. Penney e Montgomery Ward.

Ainda nos anos 70, a Carhartt viria a produzir uniformes para os trabalhadores da empreitada Alaska Pipeline. Assim, estes projetos viriam a resultar numa prosperidade económica que possibilitou a sobrevivência e longevidade da Carhartt.

Entre os anos 80 e 90, a Carhartt passou a ganhar reconhecimento para além do mundo do trabalho e rapidamente estrelas do hip-hop norte-americano começaram a vestir Carhartt e, desta forma, passou a existir a necessidade de criar uma linha de roupa focada no *streetstyle*, sem perder a identidade da marca. Assim, a linha Carhartt WIP (Work In Progress) foi criada, alcançando o público europeu e asiático.

Em 1998, com a ascensão do bisneto de Hamilton, Mark Valade, a Carhartt contava com lojas de nome próprio, assim como uma linha de produtos especialmente dedicada à mulher (figura 30).



Figura 30 Carhartt for Women Product Catalog, 1998. | Fonte: Carhartt.com (consultado a 28 de julho, 2024)

2.5.1.1. CARHARTT WORK IN PROGRESS

Carhartt Work In Progress (WIP) é uma marca de roupa baseada na linha original *workwear* da Carhartt, explorando o lado mais artístico, estabelecida em 1994 por Edwin Faeh. Esta foi vista como uma oportunidade para a empresa se posicionasse num novo contexto, desenvolvendo os próprios clássicos focados nas subculturas que já vinham a adaptar as peças da Carhartt aos seus próprios estilos.

Em 1997, foi aberta a primeira loja Carhartt WIP abriu em Neal Street, Londres operando, atualmente, em 80 lojas físicas em todo o mundo. A marca já colaborou com diversos nomes da indústria da moda, tais como A.P.C., Converse, Fragment Design, Junya Watanabe, Nike, Underground Resistance, Motown e Sacai (figura 31).



Figura 31 Sacai
x Carhartt WIP
Spring/Summer
2024 | Fonte:
Carhartt-wip.com
(consultado a 28 de
julho, 2024)

Não se limitando apenas à produção de vestuário, a Carhartt WIP desenvolve diversas iniciativas - **Carhartt Reworked** (restauração de roupa); **Ways of the Carhartt Leader x Perceptyx** (valorizar os trabalhadores); aliado **Team Rubicon “For the Love of Labor”** e membro **Better Cotton Initiative**. Além disso, a marca também possui a própria equipa de skate e um departamento de música, como forma de apoiar uma variedade de artistas.

2.5.2 DICKIES

A Dickies foi criada em 1922 em Fort Worth, Texas, nos Estados Unidos, e rapidamente se tornou uma marca icónica no segmento de *workwear*. A história da empresa começou um pouco antes, em 1918, quando Charles Nathan Williamson e Emmet Eugene Dickie fundaram um negócio de arneses e equipamento de transporte para cavalo.

Com o tempo, a Dickies evoluiu e passou a produzir macacões de *denim - bib overalls* - para os agricultores da região sudoeste dos Estados Unidos, criando a reputação positiva de durabilidade e funcionalidade dos seus produtos. Durante a Segunda Guerra Mundial, a excelência da Dickies foi reconhecida pelo governo dos EUA, que a requisitou para produzir mais de 9 milhões de uniformes para as tropas, marcando um período significativo na história da marca.

Durante os anos 50, Williamson-Dickies Manufacturing Company, expandiu o negócio para a Europa e Médio Oriente. Um dos factores que proporcionou esta expansão foi o facto dos trabalhadores de petróleo do Texas terem sido contratados para trabalhar no Médio Oriente, levando consigo os seus uniformes da Dickies.

Em 1967, foi criado o modelo de calças de trabalho 874 (figura 32), feito de uma mistura de 65% polyester com 35% algodão, sendo consideradas praticamente indestrutíveis, tornando-se rapidamente um *best-seller* e um dos modelos mais populares até aos dias de hoje.



Figura 32 Dickies Casual Slacks 1967 Ad.
Williamson-Dickies Manufacturing, 1967. | Fonte:
Bambootrading.com (consultado a 28 de julho,
2024)

No decorrer dos anos 70, Williamson Dickies adquiriu ações na empresa General Diaper Corporation, fundada em 1932 e uma das maiores produtoras de fraldas. Em 1977, Dickies era dona de 30% e, mais tarde, 58% da General Diaper Corporation. Dickies, ainda dona de 2 empresas de lavagem industrial, adquiriu uma empresa de plásticos que fabricava película e outro tipo de produtos de plástico para a área da saúde e ainda dental.

Estes investimentos rapidamente possibilitaram à Dickies alargar a sua capacidade de produção, aumentando assim a sua receita. Desta forma, nos anos 70, Williamson Dickies tornava-se um nome ainda mais forte no

mercado do *workwear*, contando agora com uma vasta linha de produtos: camisas, blusas, calças de trabalho, casacos, *coveralls*, *overalls*, *jeans*, bandanas, bonés, botas, roupa interior térmica, sweatshirts, meias, luvas, calças de pintor e cintos.

Já no fim dos anos 70, Williamson Dickies começou a abrir lojas na parte sul dos Estados Unidos da América, providenciando aos clientes uniformes, calçado, coldres e ainda roupa interior térmica para polícias e militares.

Atualmente a Dickies oferece ao cliente uma linha bastante completa de roupa, desde sobretudos, casacos, coletes, t-shirts, sweatshirts, *hoodies*, camisas, calças, calções, saias, vestidos e roupa interior até acessórios como gorros, chapéus, meias, luvas, cintos, sacos e bijuteria. Além disso, desenvolveu iniciativas próprias como **Dickies Skate Team** (equipa de skate) (figura 33), **Ambassadors Programme** (um programa focado em personalidades que se revêm no *lifestyle* da Dickies) e ainda **Dickies Makers** (programa que valoriza e divulga os talentos dos trabalhadores).



Figura 33 Dickies Skate Team. | Fonte: Dickies.com (consultado a 28 de julho, 2024)

2.5.3. LEVI'S

A Levi Strauss & Co surgiu a propósito da imigração de Levi Strauss, oriundo da Bavaria, quando este abriu um género de retrosaria/fornecedor em São Francisco (figura 34), em 1853, durante a California Gold Rush - período da descoberta de ouro em Sutter's Mill, resultando numa vaga de migrantes e imigrantes.



Figura 34 Production site of Levi Strauss & Co in San Francisco in 1882 | Fonte: Gettyimages.pt (consultado a 29 de julho, 2024)

Strauss apercebeu-se da necessidade dos mineiros em trabalharem com roupas resistentes e, em 1873, juntamente com o alfaiate Jacob Davis, oriundo de Riga, Letónia, criou *Waist Overalls* (assim como era chamado antes da adoção do nome Jeans) reforçado com rebites de cobre especialmente pensado para o trabalhador. Esta adição foi proposta por Jacob Davis que trabalhava na confeção de roupas e artigos utilitários, tais como tendas e cobertores para cavalos. Estas eram produzidas em algodão grosso e reforçadas com rebites de cobre para garantir a resistência e durabilidade.

“Os meus vizinhos estão ciumentos com este sucesso e, a menos que eu o proteja com documentos de patente, em breve isto se tornará algo geral, todos começarão a fabricá-los e não haverá lucro. Portanto, senhores, desejo

fazer-lhe uma proposta: que registre a patente em meu nome, já que sou o inventor, e o custo será em torno de \$68, tudo completo. Por esses \$68, dar-lhe-ei metade dos direitos de venda de todas as roupas rebitadas de acordo com a patente” - excerto de uma carta de Jacob Davis a Levi Strauss, 1872.

Como forma de representar a resistência das peças, a Levi Strauss & Co passou a representar nas etiquetas de pele das suas peças, dois cavalos em sentidos opostos, presos a um par de *jeans* (figura 35).

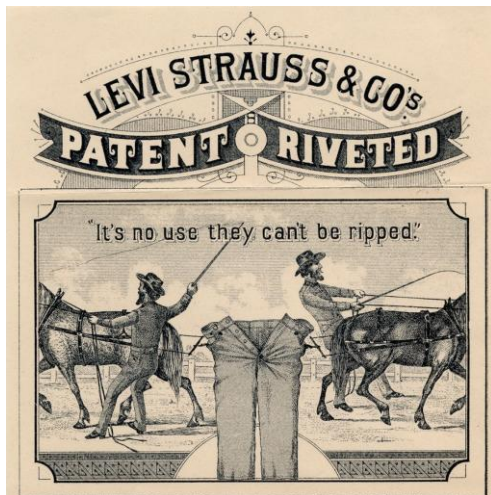


Figura 35 Levis Horse Patch (1886) | Fonte: Instagram.com/levistraussco/ (consultado a 29 de julho, 2024)

Atualmente é possível comprar uma variedade de tipologias de peças da marca Levi's, tais como sobretudos, casacos, coletes, t-shirts, polos, camisas, vestidos, saias, roupa interior, calçado e ainda acessórios como chapéus, gorros, cachecóis, carteiras, cintos, luvas, bolsas, mochilas e lenços a partir do website oficial ou multimarca e lojas físicas oficiais ou multimarca.

A marca revê-se nos valores de empatia, originalidade, integridade, coragem, igualdade, não-discriminação, transparência, sustentabilidade e inovação, desenvolvendo ainda projetos como **Worker Well-Being** (um programa focado na capacitação financeira, saúde e bem-estar familiar dos seus trabalhadores) e **Music Project** (focado em jovens talentos musicais e a sua respetiva orientação por profissionais e artistas renomeados).

2.5.4. STAN RAY

A Earl's Apparel foi fundada em 1972 por Earl Beard com o propósito de criar roupas resistentes tanto para o trabalho quanto para o dia a dia. Com uma fábrica localizada em Crockett, Texas, a empresa especializou-se na produção de calças de pintor, destacando-se pela qualidade e durabilidade das suas peças.

Ao longo dos anos, a Earl's Apparel expandiu a sua presença no mercado com duas submarcas: **Gung Ho**, voltada para o público japonês, e **Stan Ray**, que se inspira nos uniformes militares para suas criações. Curiosamente, antes de se chamar Stan Ray, a marca seria batizada de Stanley, em homenagem ao filho mais novo de Earl, Stanley Ray Beard. No entanto, devido a uma carta de *cease-and-desist* enviada pela fabricante americana de ferramentas Stanley, o nome foi alterado para Stan Ray.

Um dos modelos mais populares da marca - *fatigue pants* - foram originalmente projetadas como parte do uniforme OG-107 do exército dos Estados Unidos da América (OG significa *olive green* - verde azeitona). Estas evoluíram a partir das calças de sarja *herringbone* 'HT' usadas durante a Segunda Guerra Mundial (figura 36), tornando-se num par de calças para desempenhar diversas atividades, desde consertar caminhões até abrir valas.



Figura 36 Off-duty soldiers in Vietnam. |

Fonte: formfollowsfunctionjournal.tumblr.com

(consultado a 29 de julho, 2024)

A marca orgulha-se dos seus valores fundamentais - durabilidade, multifuncionalidade e honestidade - oferecendo ao seu público uma linha de vestuário muito completa começando por casacos, coletes, sweatshirts, *hoodies*, t-shirts, camisas, calças, calções, jardineiras até acessórios como aventais, chapéus, gorros, meias e sacos.

Iniciativas como a **Deadstock Camo Collection** (coleção de restos de tecido em stock) (figura 37) e **Stan Radio** (projeto musical) reforçam a identidade da marca.



Figura 37 Deadstock Camo Collection. Stan Ray, 2022. |
Fonte: Stanray.com
(consultado a 29 de julho, 2024)

2.5.5. BEN DAVIS

A Ben F. Davis Manufacturing Co. foi fundada em 1935, em San Francisco, Califórnia, por Ben Davis e o seu pai, Simon Davis. O *workwear* era um negócio que já fazia parte da tradição familiar, uma vez que Jacob Davis, o criador dos *Jeans - Waist Overalls* - da Levi's, era avô de Ben Davis.

A Ben Davis produzia essencialmente *workwear* e, com o passar dos anos, a marca, muitas vezes referida como "Big Ben Davis", construiu uma reputação sólida sinónimo de durabilidade e funcionalidade, passando a ser reconhecida pelo logotipo que representava um macaco (figura 38).



Figura 38 Ben Davis Logo. | Fonte: Bendavid.com (consultado a 29 de julho, 2024)

Inicialmente, todas as peças da Ben Davis eram fabricadas nos Estados Unidos da América, sob o *slogan* "*Union Made Plenty Tough*" - feito pela união, bastante resistente - porém, após uma disputa sindical, isso foi alterado para "*USA Made Plenty Tough*" - feito nos EUA, bastante resistente. Com o tempo, à medida que alguns produtos passaram a ser fabricados fora dos Estados Unidos, o *slogan* foi novamente modificado para "*Est. 1935 Plenty Tough*" - Est. 1935, bastante resistente - mantendo e reforçando a reputação da marca.

Ao longo dos anos, a Ben Davis também conquistou popularidade fora do ambiente do trabalho, sendo adotada por subculturas urbanas, como o hip-hop (figura 39) e skaters, além de se ter tornado referência no *streetwear*. Esta capacidade de manter as suas raízes ao mesmo tempo em que se adaptava a novos públicos é uma das razões do sucesso contínuo da marca.



Figura 39 Layzie Bone in Ben Davis. Bone Thugs n Harmony, 90's. | Fonte: Gaudiemaeson.com (consultado a 29 de julho, 2024)

Atualmente, a marca oferece uma vasta linha de produtos ao consumidor, composta por casacos, coletes, t-shirts, sweatshirts, *hoodies*, jardineiras, calças, calções, cintos, gorros, sacos, chapéus e até mesmo bandeiras.

2.6. ANÁLISE COMPARATIVA

A tabela apresentada abaixo (tabela 1), reúne de forma concisa e organizada, toda a informação recolhida durante a pesquisa, sintetizando os principais aspetos de cada uma das cinco marcas investigadas juntamente com a marca David Catalán. Esta foi estruturada em 9 categorias-chave: **fundação, sede, pontos de venda, linhas, métodos de venda, tipologias, valores, iniciativas e tecnologias** – permitindo uma visão geral e comparativa das características e estratégias adotadas por cada marca, incluindo a marca onde o autor realizou o estágio (David Catalán). A inclusão desta tabela visa facilitar a compreensão e comparação entre os diferentes casos de estudo, reforçando a análise desenvolvida neste capítulo.

MARCA	Carhartt WIP	Dickies	Levi's	Ben Davis	Stan Ray	David Catalán
INÍCIO DA MARCA	1855 (Carhartt) 1989 (Carhartt Work In Progress)	1922	1853	1935	1972	2013
SEDE	Dearborn, Michigan, EUA (Carhartt) Wiel am Rhein, Alemanha (Carhartt WIP)	Forth Worth, Texas, EUA	San Francisco, Califórnia, EUA, Bruxelas, Bélgica, UE.	San Francisco, Califórnia, EUA	Crockett, Texas, EUA	Porto, PT
PONTOS DE VENDA	Website, lojas oficiais, lojas multimarca, lojas online multimarca.	Website, lojas oficiais, lojas multimarca, lojas online multimarca.	Website, lojas oficiais, lojas multimarca, lojas online multimarca.	Website, lojas multimarca, lojas online multimarca.	Website, lojas multimarca.	Website, lojas multimarca.
LINHAS	Masculina, feminina, criança, acessórios.	Masculina, feminina, criança, acessórios.	Masculina, feminina, criança, acessórios.	Masculina, acessórios.	Masculina, acessórios.	Masculina, acessórios.
MÉTODOS DE VENDA	Parcerias, <i>see-now buy-now</i> , cápsulas, <i>fashion show</i> (Sacai), <i>lookbooks</i> , Carhartt Magazine.	Parcerias, <i>see-now buy-now</i> , cápsulas, <i>lookbooks</i> /catálogos digitais.	Parcerias, <i>see-now buy-now</i> , cápsulas, <i>fashion show</i> (FW 2012), <i>lookbooks</i> .	Parcerias, <i>see-now buy-now</i> , cápsulas, linhas especiais (Ben Davis Project Line), <i>lookbooks</i> .	Parcerias, <i>see-now buy-now</i> , cápsulas, <i>lookbooks</i> .	Parcerias, <i>see-now buy-now</i> , <i>lookbooks</i> .
TIPOLOGIAS	Sobretudos, casacos, coletes, t-shirts, polos, sweatshirts, hoodies, camisas, calças, calções, roupa interior, jardineiras, vestidos, saias, malas, gorros, chapéus, meias, luvas, cachecóis, cintos, carteiras, sacos, bijuteria e <i>gadgets</i> .	Sobretudos, casacos, coletes, t-shirts, polos, sweatshirts, hoodies, camisas, calças, calções, saias, vestidos, gorros, chapéus, meias, luvas, cintos, sacos, suspensórios, joalheiras, bijuteria.	Sobretudos, casacos, coletes, t-shirts, polos, camisas, macacões, calções, vestidos, saias, tops, roupa interior, chapéus, gorros, cachecóis, carteiras, cintos, luvas, bolsas, mochilas, lenços, sacos, calçado.	Casacos, coletes, t-shirts, sweatshirts, hoodies, jardineiras, calças, calções, cintos, gorros, sacos, chapéus.	Casacos, coletes, sweatshirts, hoodies, t-shirts, camisas, calças, calções, jardineiras, aventais, chapéus, gorros, meias, sacos.	Alfaiataria, casacos, coletes, sweatshirts, hoodies, t-shirts, camisas, calças, calções, chapéus, sacos, aventais.
VALORES	"All American Concept", compromisso com os direitos humanos (ONU), instalações de trabalho certificadas (Worldwide Responsible), proteção ambiental, reduzir o desperdício, energia verde, discriminação proibida, segurança e saúde dos trabalhadores.	Constante inovação, dignidade, confiança, abraçar as diferenças (identidades de gênero ou cor de pele).	Empatia, originalidade, integridade, coragem, igualdade, não-discriminação, transparência, sustentabilidade e inovação.	Robustez, durabilidade, alta qualidade.	Durabilidade, multi-funcionalidade, honestidade.	Juventude, estilo de vida, durabilidade.
INICIATIVAS	Carhartt Reworked, Ways of the Carhartt Leader x Perceptyx, aliado Team Rubicon "For the Love of Labor", membro Better Cotton Initiative.	Dickies Skate Team, Ambassadors programme, Dickies Makers.	"Worker Well-Being", "Music Project".	-	Stan Radio, Deadstock Camo Collection.	-
TECNOLOGIAS	GORE-TEX INFINIUM Technology, FULL SWING Technology.	Dickies Temp-iQ, Dickies WorkTech, Dickies Flex, Canvas Collection.	Indigo Chatbot, Four-way Stretch Denim, CB4 Technology.	-	-	-

Tabela 1 Tabela casos de estudo de marcas workwear | Fonte: Autor (2024)

Fundadas em períodos distintos, com destaque para a Levi's (1853) como a mais antiga e a David Catalán (2013) como a mais recente, as localizações das sedes refletem estratégias regionais e globais: Levi's e Carhartt WIP têm uma forte presença internacional, enquanto Stan Ray e Ben Davis mantêm o foco nos Estados Unidos da América. Apesar da sede da marca Dickie's estar localizada também nos Estados Unidos da América, esta mantém uma presença internacional semelhante à Carhartt WIP e Levi's. A David Catalán, apesar de sediada no Porto, Portugal, mantém uma forte presença nos Estados Unidos da América.

Todas as marcas apostam no *e-commerce* e lojas multimarca, focando-se no modelo *see-now-buy-now*, porém a Carhartt WIP, Levi's e David Catalán destacam-se nas táticas de venda, desenvolvendo desfiles, catálogos e parcerias. Todas oferecem ao consumidor uma vasta linha de opções, porém a Carhartt WIP, a Dickies e a Levi's destacam-se, incluindo artigos femininos, de criança e bijuteria.

No campo dos valores, ambas as marcas apresentam semelhanças, desde o compromisso com o ambiente e a sustentabilidade, passando pela durabilidade e robustez, até aos direitos dos trabalhadores. Iniciativas como projetos sociais e culturais destacam a Carhartt WIP e a Dickies.

Quanto à tecnologia, a Carhartt WIP, a Dickies e a Levi's apresentam tecnologias têxteis, de modelagem e virtuais, como é o caso do Indigo Chatbot da Levi's.

Embora estas marcas apresentem semelhanças nas 9 categorias-chave, a Carhartt WIP, a Dickies e a Levi's revelam-se serem as mais relevantes no panorama do *workwear/streetwear*, não só por apresentarem uma linha de produtos mais completa, mas também pela forma como o produto é apresentado ao consumidor. Além disso, as tecnologias e iniciativas que estas adotam contribuem significativamente para a sua relevância.

CAPÍTULO III

ESTÁGIO DAVID CATALÁN

3.1. EMPRESA DAVID CATALÁN

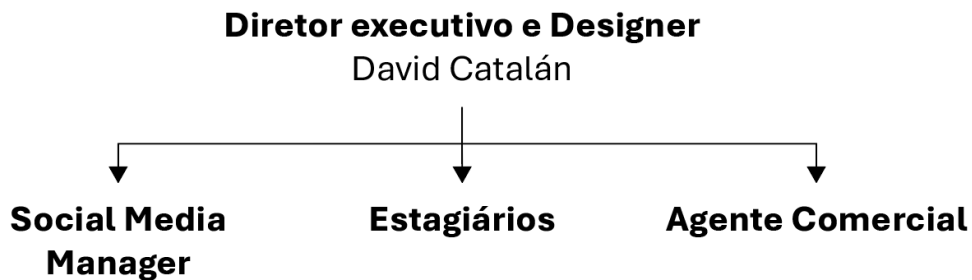


Figura 40 Organograma de empresa | Fonte: Autor (2024)

O organograma acima apresentado (figura 40) representa a organização da empresa David Catalán Brand.

O organograma de empresa começa pelo Diretor executivo e Designer David Catalán, ramificando-se em 3 postos: *social media manager*, estagiários e agente comercial.

Na equipa, o Social Media Manager é responsável pela gestão das plataformas digitais, incluindo o site e redes sociais, atuando remotamente em tarefas de edição de vídeos e fotografias.

Os estagiários, por sua vez, têm um papel multifuncional, apoiando David Catalán em várias atividades diárias no estúdio. Entre as suas responsabilidades estão o suporte ao desenvolvimento criativo, a organização do espaço de trabalho, a gestão de prazos e tarefas, o atendimento a clientes e a assistência durante campanhas fotográficas.

Já o agente comercial encarrega-se da logística de envios, da apresentação dos produtos em feiras nacionais ou internacionais e da gestão de pedidos de clientes, assegurando o bom funcionamento da parte comercial da marca.

3.2. O DESIGNER E A MARCA

O designer **David Catalán Sainz**, formado em design de interiores pela Escola de Artes de Corella, em Espanha, e mais tarde licenciado em design de moda e vestuário pela ESAD (Escola Superior de Artes e Design) em Matosinhos, e ainda estagiário de Maria Gambina, estabelece pilares fundamentais no processo de criação: funcionalidade, conforto e durabilidade

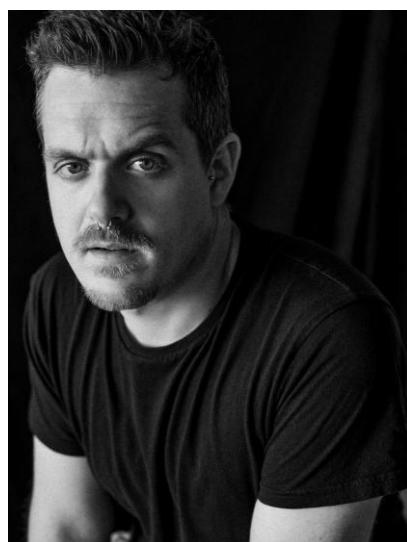


Figura 41 David Catalán | Fonte: VisualTales Instagram (2024) (consultado a 8 de setembro, 2024)

Desde 2015 que apresenta as suas coleções a nome próprio, tendo passado por **Madrid** (EGO Mercedes Benz Fashion Week), **Istambul** (Mercedes Benz Fashion Week), **Paris** (Fashion Week Showroom), **Roma** (Altaroma), **Lisboa** (Modalisboa), **Londres** (Internacional Fashion Show Case), **Marcella** (Mediterranean Fashion Prize - Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode), **Holanda** (Fashion Clash) e, mais recentemente, por **Nova Iorque** (New York Fashion Week - VisualTales).

Além de ser presença habitual do projeto PortugalFashion, o criador já arrecadou diversos prémios, tais como melhor coleção/melhor fato de mulher (New Roots AW13), 1.º lugar no concurso Muestra Nacional de Jovenes Diseñadores 2014, 1.º lugar no concurso Sanguenovo da associação Modalisboa, em 2015.

Atualmente, o estúdio David Catalán está sediado no coração do Porto e está disponível em plataformas e revendedores como Urban Outfitters, Scar-ID, Frederick Ivy, Zalando e na sua própria loja online.

A marca oferece ao público todo o tipo de produtos de moda, quer sejam mais formais (blazers, calças, camisas, gravatas, etc.) ou mais informais (t-shirts, polos, jeans, calções, etc.), incluindo ainda acessórios como óculos de sol, cachecóis, luvas, malas e mochilas.

Apesar de desenvolver todas as tipologias de peças de roupa, desde malhas ao denim, o próprio David Catalán reforça - “*um dos nossos melhores produtos é o denim*”, estabelecendo uma parceria com mais de uma década de existência com a empresa Troficolor, especialista na criação do denim, sediada na Trofa, onde o autor teve várias vezes a possibilidade de visitar.

O perfil do consumidor é essencialmente um jovem urbano e, apesar da marca apresentar-se como uma marca masculina, o público feminino também faz parte do seu consumidor final.

Para além da marca própria, o estúdio David Catalán desenvolve outros projetos associados à moda, podendo ser uma simples cápsula de roupa de desporto, como é o caso do projeto **PAMA LONDON** (no qual o autor não participou, porém teve uma opinião ativa sobre os resultados obtidos ao longo do desenvolvimento) ou fardamento para alguma empresa, como é o caso do **Hotel Ushuaia Ibiza** e da empresa de chocolates **GLAD** (no qual o autor participou).

A marca já se viu envolvida em vários projetos, incluindo o “The Future of Fashion Program”, uma parceria entre Not Just a Label e Who's Next, assim como o The Latest Fashion Buzz, onde a marca esteve presente no Pitti Uomo 91, patrocinado pela Mini e apoiado pela L'Uomo Vogue e GQ Italy.

3.3. ESTÁGIO

O estágio na empresa David Catalán Brand, realizado entre os meses de fevereiro e julho (5 meses) teve como principais objetivos para o autor a compreensão e a percepção do funcionamento de um estúdio de criação de moda, de que forma o *workwear* é associado à moda de autor e as ramificações que a empresa toma para que exista uma harmonia e velocidade de trabalho adequadas ao panorama atual de tendências e produção.

Durante o decorrer deste, o autor teve a oportunidade de participar ativamente no desenvolvimento de alguns projetos (figura 42) como o fardamento para o hotel **Ushuaia Ibiza** e para empresa de chocolates **GLAD**, na produção da coleção **Autumn/Winter 2024** e ainda a criação da coleção **Spring/Summer 2025**, participando ainda como assistente nas sessões fotográficas desta e assistente dos vídeos promocionais da coleção **Spring/Summer 2024** e **Spring/Summer 2025**.

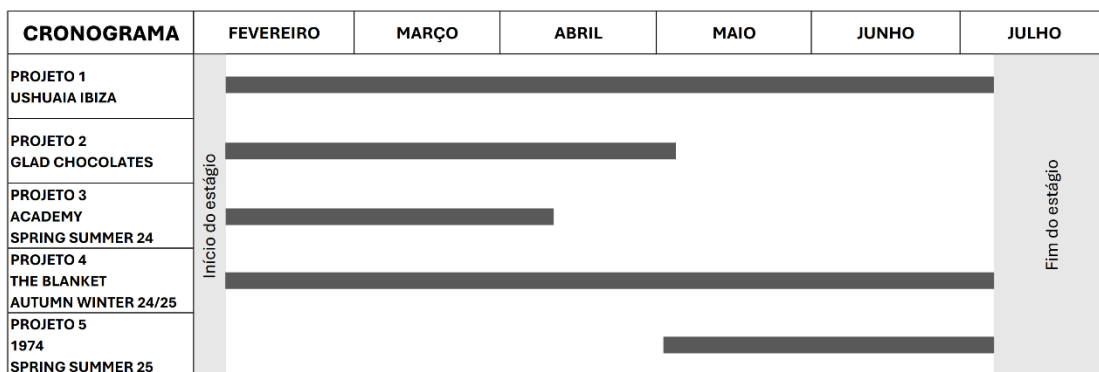


Figura 42 Cronograma de projetos de estágio | Fonte: Autor (2024)

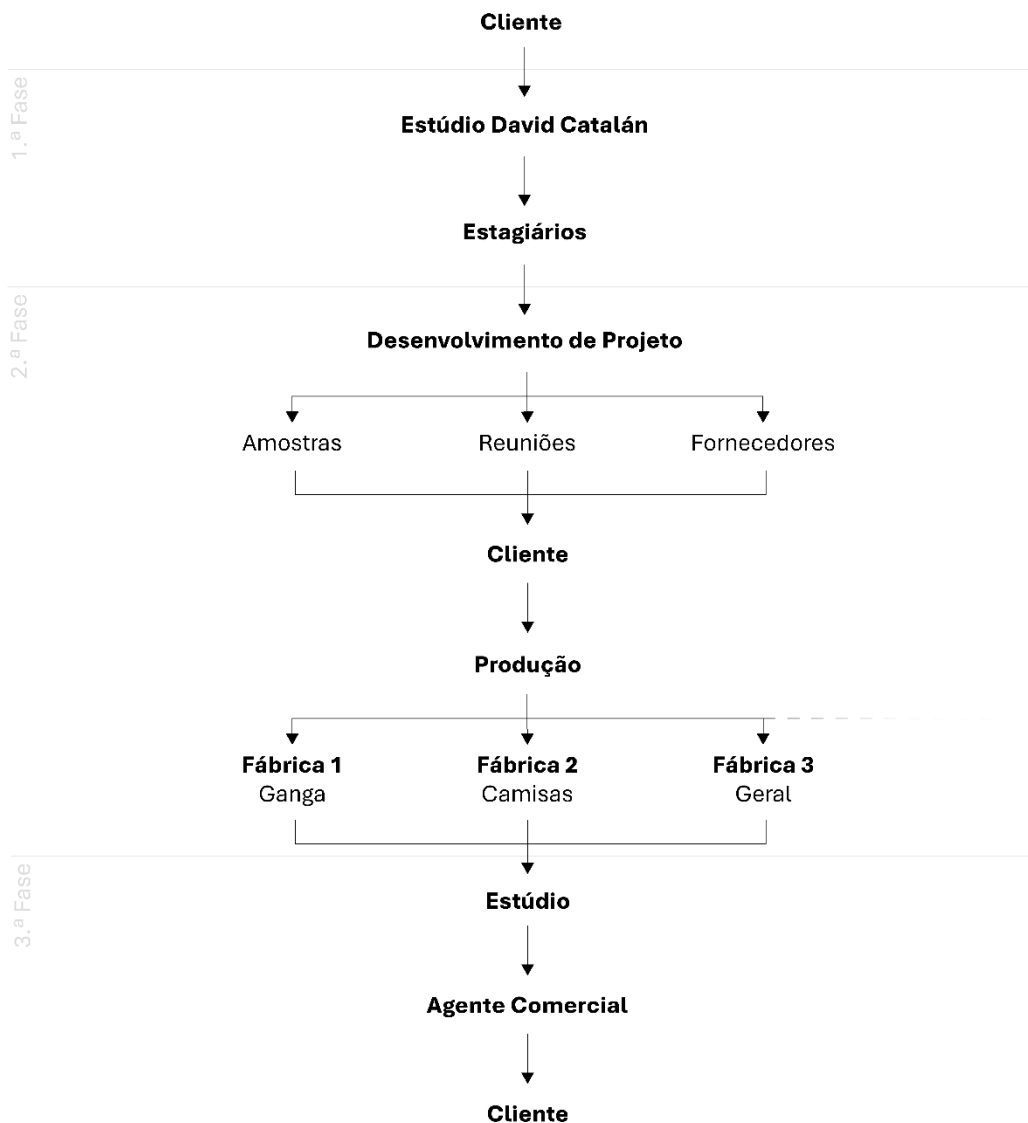


Figura 43 Fluxograma de trabalho | Fonte: Autor (2024)

Na figura 43 é apresentado o fluxograma adotado habitualmente nos projetos da empresa, sendo composto essencialmente por 3 fases:

A **1.ª fase** é caracterizada pelo desenvolvimento inicial do projeto. Quando este parte do próprio designer David Catalán é normalmente caracterizado como uma coleção da marca ou uma cápsula em nome próprio. Quando este parte do cliente é essencialmente uma subcontratação do designer para desenvolver uma coleção ou cápsula a nome de outra empresa. Independentemente da motivação da origem do projeto, este é desenvolvido pelo designer em coerência com os estagiários, podendo estar vários a

trabalhar no mesmo projeto em simultâneo, dependendo das suas valências e também da quantidade de projetos a decorrer.

Os estagiários não estão encarregues exclusivamente de desenvolver projetos, mas também garantir o bom funcionamento do estúdio, o que significa garantir a arrumação do ambiente de trabalho, o atendimento do cliente, calcular o stock, realizar encomendas e garantir que estas chegam nos prazos estipulados e ainda a boa comunicação com as fábricas.

Durante a **2.ª fase** ocorre o desenvolvimento técnico e artístico do projeto, correspondendo às indicações do designer ou do cliente, garantindo que os estagiários estão em constante comunicação com o designer. Este desenvolvimento passa, essencialmente pela pesquisa de inspiração, desenho e realização de desenhos planos. São efetuadas várias experiências desde a modelagem (figura 44), comportamento do tecido, acabamentos, testes de cor e silhuetas, até mesmo o próprio *styling* do projeto. Durante estas é essencial garantir que a ergonomia de vestuário não é comprometida em prol da componente visual.



Figura 44 Modelagem Sushimen
Ushuaia Ibiza | Fonte: Autor (2024)

Estas experiências são realizadas de forma a garantir que a capacidade criativa foi utilizada até à exaustão, podendo assim apresentar uma panóplia de resultados ao cliente ou ao designer para que sejam escolhidos os modelos que posteriormente, seguirão para a produção de amostras. Estas

seguem para o cliente para que seja feita a decisão final, assim como previsões do tempo que uma produção levará a ser confeccionada, e todos os custos devidamente calculados.

Se o cliente não apresentar satisfação para com o produto, a etapa anterior é novamente realizada, podendo começar com uma nova pesquisa de inspiração até novas amostras, ou simplesmente corrigir certos aspectos como modelos, medidas, cor de tingimento, lavagem, botões, molas, entre outros.

Quando estas correções são feitas e o produto final corresponde às expectativas, inicia-se a produção - são desenvolvidas as fichas técnicas com todas as especificações necessárias para o bom entendimento do fabricante, incluindo o desenho técnico, quantidades, tamanhos, lavagens ou tingimentos, etiquetas, referências dos tecidos, malhas e acessórios, tais como fechos, botões, molas ou passamanarias.

Depois desta informação ser verificada pelo designer David Catalán, o mesmo indica em que fábrica ou costureira a peça será confeccionada, isto porque cada uma dessas fábricas ou costureiras são especialistas num tipo de produto, obrigando o designer a trabalhar em simultâneo com diversas empresas. É imperativo ainda que estas fábricas comuniquem entre si especialmente quando uma peça que está a ser confeccionada depende do serviço de várias empresas.

Quando estas peças se encontram finalizadas, inicia-se a **3.ª fase**. Estas regressam ao estúdio David Catalán onde é verificado se os tamanhos e as quantidades estão corretos e se não existe nenhum defeito que possa ter ocorrido. Posto isto, os artigos são devidamente etiquetados com etiquetas de cartão David Catalán, embalados e novamente etiquetados na embalagem com as informações do artigo consoante o cliente/marca, isto porque cada um tem as suas exigências, por exemplo a Urban Outffiters (figura 45) envia a própria etiqueta de cartão que tem de ser presa à peça e a própria etiqueta de

informações que, normalmente, é colocada na parte de trás do pacote, ao contrário de outros clientes/marcas, que é colocada no canto superior esquerdo.



Figura 45 Etiquetas de produto
Urban Outfitters | Fonte: Autor (2024)

Quando todas as peças estiverem divididas por encomenda são empacotadas e os serviços do agente comercial são requisitados. O agente comercial do designer David Catalán é responsável essencialmente pelas encomendas, os envios, os eventos e a exposição da marca. Respetivamente às encomendas, é ela que processa o envio e calcula todos os custos inerentes perante todas as informações que recebe, tais como as dimensões das caixas, o peso e o conteúdo que nelas é enviado. Já relativamente à exposição da marca, a agente tem a função de contactar e gerir as oportunidades que possam surgir como forma de alcançar compradores, isto inclui feiras e showrooms internacionais, eventos de moda, novas lojas e possíveis parcerias. Esta é ainda encarregue de resolver problemas como o extravio de encomendas e desalfandegar certos envios.

Quando os clientes, normalmente revendedores de moda, querem encomendar a coleção da marca, esta encomenda é feita pela plataforma da agente comercial, ignorando a **1.ª fase**. O designer David Catalán trabalha sob encomenda, devido a diversos fatores, sendo eles económicos e ambientais.

Assim, além de ter desenvolvido uma rede de contactos abrangendo essencialmente marcas, fábricas, designers, costureiras e clientes internacionais, assim como a oportunidade de visitar showrooms de produções de moda e tecidos, o autor teve a possibilidade de desenvolver e aprimorar *skills* associadas não só à criação e produção mas ainda à forma de abordar os clientes e fabricantes, sendo estas a rapidez no esboçar de artigos, economia de recursos devido a uma boa planificação, acabamentos diversificados e ideias para cada tipologia de peça, lavagem têxtil do denim, construção e modelagem de peças, organização do meio de trabalho catalogando os tecidos em armazém e mantendo sempre o estúdio arrumado, trabalhar sobre pressão, cumprimentos de timings e ainda o envio de encomendas pelas diversas transportadoras e os seus requisitos.

3.4. PROJETOS REALIZADOS

3.4.1. PROJETO 1 – USHUAIA IBIZA

O Hotel Ushuaïa Ibiza é um resort localizado em Playa d'en Bossa, na ilha de Ibiza, Espanha. Este hotel é conhecido pelas suas festas de música eletrónica, sendo um palco para *DJs* e artistas mundial. Inaugurado em 2011, o Ushuaïa Ibiza oferece uma versatilidade única de experiências aos seus hóspedes, combinando uma estadia de alto padrão com uma vibrante vida noturna.

O complexo é dividido em duas partes principais: o The Ushuaïa Club, composto por pela piscina principal e o palco de eventos, e o The Ushuaïa Tower, oferecendo uma atmosfera mais tranquila e uma incrível paisagem do mar. Além das festas e eventos, o hotel oferece diversas comodidades, como restaurantes gourmet, bares, spas e piscinas.



Figura 46 Ushuaia Ibiza Beach Club | Fonte: theushuaiaexperience.com

(consultado a 12 de setembro, 2024)

Apesar do autor não ter participado no desenvolvimento do projeto desde o começo devido à data de início do estágio, teve a oportunidade de o experienciar na fase de produção, sendo necessário o desenvolvimento de fichas técnicas, resolução de problemas, quer estes sejam relativos à pré ou pós-produção e tomar decisões importantes que viriam a influenciar tanto a parte visual como financeira.

Nesta parceria está compreendida a criação de fardamento para 12 departamentos, o que incide essencialmente em 23 postos de trabalho:

Recepção - Chefe de recepção feminina, chefe de recepção masculino, rececionista feminina, rececionista masculino.

Experience - Chefe de experience, experience.

VIP Service - chefe vip, serviço vip.

Bell Boys - chefe bell boys, bell boys.

Antidote - gerente.

Beach/Breakfast - camareiro/a.

Beach/Playa - camareiro/a;

Oyster - gerente, camareiro/a.

Host - terapeuta.

Pisos - governanta/subgovernanta, camareiro/a, administrativa, *garçon*.

Minami Japanese - gerente/2ºgerente, camareiro/a, sushiman/tepanyaki, host.

Roomservice - gerente/2ºgerente, camareiro/a.

RESULTADOS

Ao longo do primeiro mês de estágio foram desenvolvidas as fichas técnicas dos departamentos **Host, Pisos, Minami Japanese e Roomservice**, assim como as respetivas etiquetas de composição e marca.

No decorrer do desenvolvimento dos uniformes destes pisos, o designer e o autor marcaram presença em diversas reuniões com os responsáveis pelos uniformes do hotel, o que resultou em diversas alterações em algumas peças ao longo de todo o processo, quer seja a silhueta ou até mesmo o material, como foi o caso do avental do posto camareiro (figura 47).



Figura 47 Desenvolvimento de avental
Pisos - Camareiro/a | Fonte: Autor (2024)

Um dos problemas encontrados ao longo da produção foi a rotura de stock do fabricante de uma das referências de tecido, o que resultou no atraso de um dos artigos (figura 48). Para colmatar este problema, 3 opções foram tomadas como hipóteses: 1.^a encomendar uma peça inteira ao fabricante, 2.^a bordar apenas as frentes do artigo noutra tecido e 3.^a desenvolver o plano de bordado digital e estampar.



Figura 48 Desenvolvimento de camisa Oyster - camareiro/a | Fonte: Autor (2024)

Visto que a primeira e segunda opção resultaria numa despesa superior ao lucro e um consumo de tempo maior que o estimado, a terceira opção foi tomada como a mais viável. Este processo de resolução foi inteiramente tratado pelo autor, supervisionado pelo designer David Catalán, implicando o contacto com empresas, tomada de decisões e o desenvolvimento de um módulo digital de bordado e do respetivo *rapport*.

Ainda para este projeto, o autor desenvolveu o molde do casaco do cargo sushiman/tepanyaki (figura 49).



Figura 49 Plano de corte do casaco sushiman/tepanyaki | Fonte: Autor (2024)

Cada ficha técnica, depois de verificada, é colocada numa mica onde segue também as respetivas etiquetas de composição do artigo (figura 50), etiquetas de tamanho, etiquetas de marca, etiquetas de bandeira (que contém o logotipo Ushuaia Ibiza de um lado e o logotipo “A” do designer David Catalán do outro) e respetivos aviamentos que podem variar entre botões, tapa costuras, mosquetões, meias-luas, molas, rebites, etc...

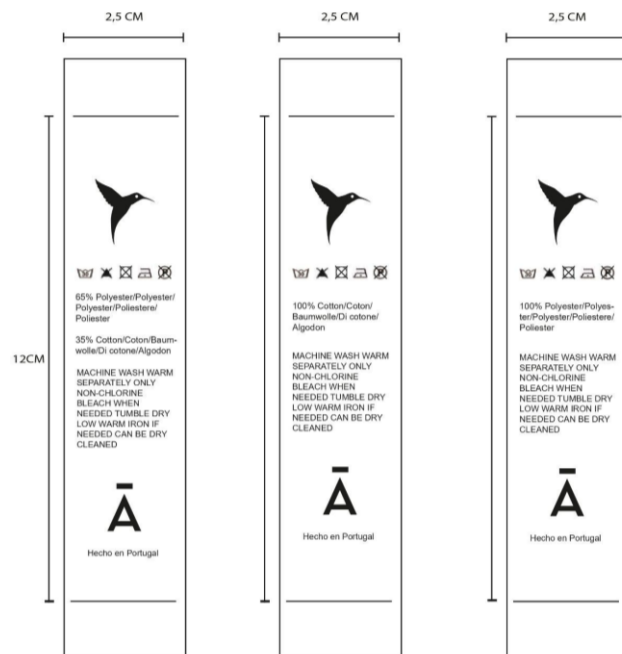


Figura 50 Etiquetas de composição produção Ushuaia Ibiza| Fonte: Autor (2024)

Já quase a atingir o quinto mês de estágio, o designer, o autor e todos os estagiários começaram gradualmente a enviar os artigos à medida que os mesmos chegavam das fábricas ao estúdio, o que implicou verificar todas as quantidades e defeitos, empacotar individualmente cada peça e etiquetá-la com a informação necessária: logótipo Ushuaia Ibiza, posto de trabalho, referência e tamanho da peça. Foram enviadas 32 caixas no total.

Poderá consultar mais sobre este projeto na página 117 **Apêndice 1 - Projeto Ushuaia Ibiza.**

3.4.2. PROJETO 2 - GLAD CHOCOLATES

GLAD Chocolates é uma loja localizada no Porto focada em entregar aos clientes, do grão-à-barra, uma diversidade de qualidades de chocolate, considerada um verdadeiro “laboratório” pela revista Visão. Vindo de todas as partes do globo como Equador, Madagáscar, Nicarágua e República Dominicana, o cacau é processado até se tornar delicadas tabletes de chocolate, simples ou complexas, como é o caso das tabletes de amêndoas do Alentejo, sal marinho do Algarve, aveia, café ou ainda framboesa.



Figura 51 GLAD Chocolates By David Catalán Logo | Fonte: David Catalán (2024)



Figura 52 Proposta final GLAD Chocolates | Fonte: David Catalán (2024)

Neste projeto, o designer David Catalán apresentou 4 propostas de *workwear* inspirados no *packaging* das tabletes de chocolate da marca, sendo escolhido por fim o conjunto da figura 52. Estes conjuntos foram desenvolvidos e destinados aos trabalhadores do “laboratório” e da loja.

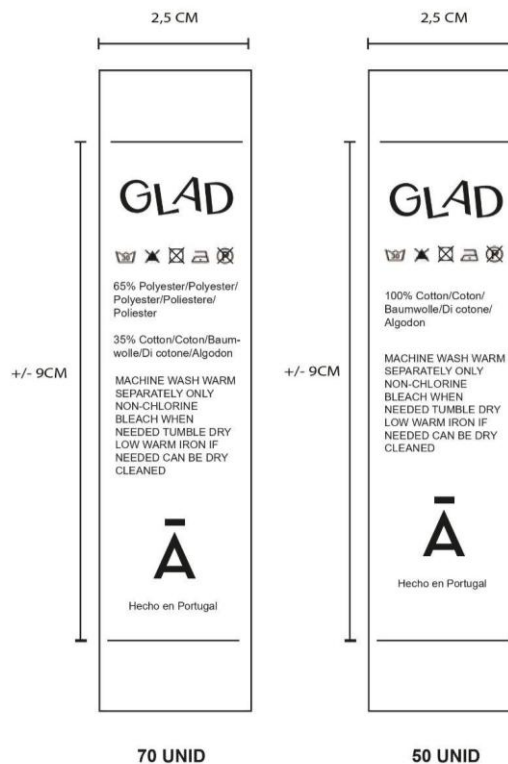
RESULTADOS

Durante este projeto, o autor desempenhou tarefas como o atendimento do cliente, encomenda dos materiais (linha de bordar, molas de pressão com o logo da marca GLAD e o tecido), etiquetas de marca (figura 53), de composição (figura 54) e fichas técnicas (figura 55).

Figura 53 Etiqueta GLAD
Chocolates David Catalán |
Fonte: Autor (2024)



Figura 54 Etiquetas de composição
GLAD Chocolates | Fonte: Autor (2024)



GLAD

REFERENCE: DC-GLAD-JACKET
DEPARTMENT:
Colour: BORDEAUX
Date: 21/02/2024



TAMANHOS
XS: 2
S: 8
M: 10
L: 8
XL: 2
TOTAL: 30

Bordado ROSA 100% POLYESTER

ACCESORIES:
Etiqueta (David entrega)
Molas
EXPECIFICATION:
Frente: Bordado 8cm (Bordados SS Serafim)
Costas: Transfer A4 (29cm)

MATERIAL:
Ref. 32350
Distributor: ROFINOR TEXTEIS
Composition: 65% POLYESTER, 35% COTTON
Color: 26
Width: 160cm
Weight: 245gm2:

Figura 55 Ficha técnica casaco de trabalho GLAD Chocolates | Fonte: Autor (2024)

Poderá consultar mais sobre este projeto na página 123 **Apêndice 2 - Projeto Glad Chocolates.**

3.4.3. PROJETO 3 – COLEÇÃO “ACADEMY”

SPRING SUMMER 24

Intitulada "Academy", esta coleção Primavera/Verão 2024 revisita o estilo de vida de Ibiza durante os anos 70, reunindo elementos náuticos, inspirados nos marinheiros e nas típicas artes e ofícios baleares. O designer apresenta conjuntos de denim combinados com peças em crochet e *tie-dye*, destacando ainda acabamentos artesanais como cordas e detalhes em madeira.

A paleta de cores de tons neutros, azuis e verdes envolvem-se com peças leves e relativamente curtas, não só destacando a estética marinha, como também o visual vintage masculino de praia.



Figura 56 David Catalán Academy
Collection SS24 Capa Lookbook |
Fonte: David Catalán (2023)

RESULTADOS

O autor não participou no processo criativo desta coleção, porém desempenhou funções importantes à finalização desta coleção, isto é, participou na produção dos últimos artigos em falta e as respetivas encomendas, implicando a etiquetagem, embalagem e envios, realizou as montagens para a página @DavidCatalanBrand, na rede social Instagram, as montagens para os média da moda nacional e internacional, e ainda foi assistente de vídeo e fotografia.

Todas as referências que faltavam produzir foram cortadas em estúdio (figura 57), isto porque a produção das encomendas da coleção Outono/Inverno 2024/2025 decorria paralelamente em fábricas, possibilitando aos estagiários e ao próprio designer o tempo necessário para cortar, confeccionar e enviar ao cliente, sem que as duas coleções se cruzassem.



Figura 57 Corte de produção David Catalán
SS24 | Fonte: Autor (2024)

Ao participar na sessão fotográfica (figura 58) que decorreu em abril de 2024, na praia Cabedelo do Douro, o autor teve a oportunidade de experienciar todas as atividades inerentes à boa execução da sessão, o que implicou tarefas como preparar todos os conjuntos a serem fotografados escolhidos previamente, organização de acessórios, garantir que materiais

como tesoura, agulha, linhas e molas estariam sempre à mão, assistência aos modelos e ainda o catering da equipa.

Figura 58 Sessão
fotográfica David Catalán
SS24 | Fonte: Dulce Daniel
(2024)



A partir desta sessão foi criado o vídeo da coleção, publicado na página oficial da rede social Instagram da marca, @DavidCatalanBrand, assim como as fotografias que deram origem às composições visuais (figura 59) que o autor executou a pedido do designer, para enviar às revistas de moda masculina - F.Y. Magazine, KALTBLUT e The Pink Prince Menswear Magazine - e ainda às agências de modelos - Karacter Agency.

Figura 59 Composição visual
4 | Fonte: Autor (2024)



O autor participou ainda na sessão fotográfica de estúdio desta coleção (figura 60), o que implicou desempenhar as mesmas funções anteriormente mencionadas como a organização dos acessórios e *charriots* e assistência ao modelo.



Figura 60 Backstage Photoshoot David
Catalán SS24 | Fonte: Beatriz Fonseca (2024)

Poderá consultar mais sobre este projeto na página 126 **Apêndice 3 - Projeto “Academy” Spring Summer 24.**

3.4.4. PROJETO 4 – COLEÇÃO “THE BLANKET” AUTUMN WINTER 24/25

A coleção “The Blanket” é inspirada na arte dos Cobertores de Papa de Maçainhas e no bordado tradicional da região de Castelo Branco onde David Catalán entrelaça a herança cultural e o artesanato português com as paisagens de Portugal, destacando a lã, especificamente em peças de imitação de lã da ovelha churra.

A partir de uma paleta de cores que apresentam tons como o verde louro, azul céu e cremes naturais, o criador apostou em peças como casacos *oversized*, tricôs, polos e ainda conjuntos em denim adornados de bordados 3D como forma de refletir a sua visão do cotidiano rural português associado aos pastores, aldeias de granito e ao silêncio.

Cada peça é pensada com responsabilidade ambiental, utilizando fibras recicladas certificadas segundo padrões internacionais, garantindo não apenas a durabilidade das peças, mas também a redução do impacto ambiental.



Figura 61 David Catalán The Blanket
Collection AW24/25 Capa Lookbook | Fonte:
David Catalán (2023)

RESULTADOS

O autor, novamente, não participou no desenvolvimento conceptual desta coleção, porém devido ao início do estágio ter ocorrido no início do mês de fevereiro e a apresentação da coleção ter decorrido em Nova Iorque pela plataforma VisualTales, foi possível ao autor participar na produção das encomendas dos clientes, o que viria a resultar em diversas tarefas essenciais. Estas incluíram o desenvolvimento de fichas técnicas (figura 62), o corte de certas peças em estúdio devido à pouca quantidade por tamanhos, resolução de problemas como a rutura de stock de algumas referências de tecidos e ainda todo o processo de etiquetagem e embalamento.



Figura 62 Ficha técnica Papa Coat
David Catalán AW24/25 | Fonte: Autor
(2024)

A figura 61 apresenta todos os aspetos incluídos na parte técnica da produção AW24/25. O autor realizou não só a organização de todas as fichas técnicas por fábricas, como também procedeu às encomendas dos materiais, inclusive as etiquetas de composição.

As etiquetas (figura 63) devem corresponder aos vários critérios, isto porque são praticamente o manual de instruções de uma peça de vestuário. Estas deverão conter obrigatoriamente as instruções de lavagem, em simbologia e por escrito que deverá ser apresentado em pelo menos 2 línguas: inglês e francês. Já a composição deve ser apresentada em 5 línguas: inglês, francês, alemão, italiano e espanhol. A etiqueta obrigatoriamente deverá apresentar ainda a origem da produção, sendo neste caso Portugal.

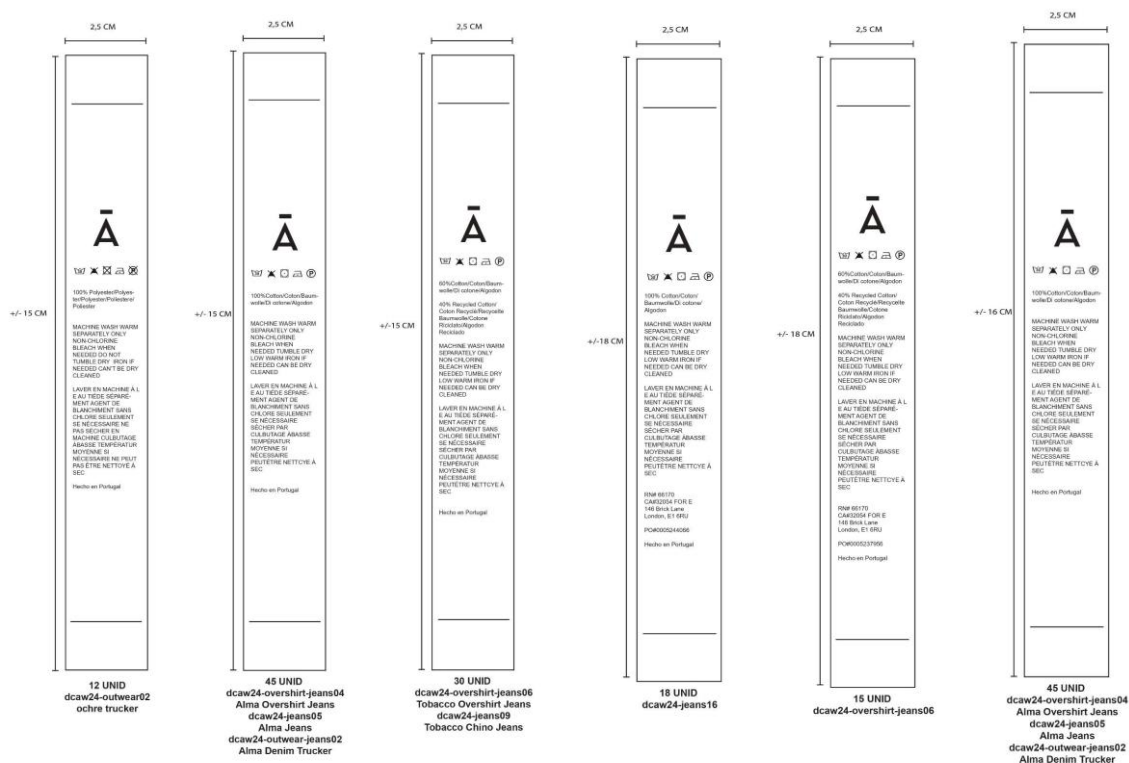


Figura 63 Etiquetas de composição David Catalán AW24/25 | Fonte: Autor (2024)

Outros tipos de informações deverão ser inseridos na etiqueta se o cliente assim o desejar, como é o caso da 4.^a e 5.^a etiquetas, da esquerda para a direita. Estas apresentam a informação adicional no fim, tais como o número de referência da peça segundo o banco de dados do cliente e ainda a morada do armazém para o qual se destinam as peças. Este trabalho deverá ser executado sem falhas pois uma referência individual errada pode resultar no não pagamento e devolução desse artigo.

Além destas especificações, as etiquetas vão variar de tamanho dependendo, não só das informações, mas também do tipo de peça a que se destina. Quando se trata de peças de denim com *bombers* e todas aquelas que sejam confeccionadas com costuras inglesas nas laterais, as etiquetas devem ter pelo menos 2cm a mais em cada ponta da etiqueta pois ao costurar na máquina de costura inglesa, alguns centímetros são embutidos nas costuras. Caso contrário a etiqueta não apresentar uns centímetros extra, a informação poderá ser cortada pela máquina, tornando-a inútil.

Como dito anteriormente, certas referências podem ser encomendadas em pouca quantidade, pelo que não faz sentido introduzir essas referências no corte industrial, especialmente quando são tecidos finos e conseguem ser facilmente cortados em várias camadas. Desta forma, algumas referências como camisas e t-shirts acabaram por ser cortadas em estúdio (figura 64).



Figura 64 Corte de referência DCAW24-SHIRT06
Light Blue Shirt | Fonte: Autor (2024)

Poderá consultar mais sobre este projeto na página 128 **Apêndice 4 - Projeto “The Blanket” Autumn Winter 24/25.**

3.4.5. PROJETO 5 – COLEÇÃO “1974” SS25

Com a coleção “1974”, o designer David Catalán submerge nas tradições portuguesas onde encontra materiais como a renda inspirada nos bordados de crivo misturando-a com o camuflado inerentemente ligado ao título da coleção - Revolução dos Cravos de 25 de abril de 1974.

Mais uma vez, o designer apresenta as peças icônicas da marca desenvolvidas em novos materiais e detalhes inspirados nos aventais, prestando homenagem às tradições do cotidiano português que, em si, inspiram a paleta de cores, introduzindo vermelho, verde seco e cremes.



Figura 65 David Catalán 1974
Collection SS25 Capa Lookbook |
Fonte: Autor (2024)

RESULTADOS

O autor participou em todo o processo de desenvolvimento criativo desta coleção, desde a escolha dos materiais, cores e silhuetas, até ao corte e confecção. Este processo durou essencialmente 1 mês, isto porque teria de ser apresentado na plataforma Portugal Fashion.

Durante este período, o autor visitou diversos showrooms de tecidos como a Somelos, Maxel, Riopele, Troficolor, entre outros, como forma de ver as novidades de produção e o que eventualmente se poderia fazer, sendo que os tecidos condicionam parte do processo criativo. Enquanto os tecidos eram escolhidos pelo designer, vários esboços e *toiles* começaram a ser desenvolvidas no estúdio por parte dos estagiários.



Figura 66 Desenvolvimento de coleção David Catalán SS25 | Fonte: Autor (2024)

Assim que as peças foram definidas, o autor começou a desenvolver todas as fichas técnicas da coleção. Para que não ocorressem falhas durante esta etapa, o autor afixou na parede do atelier todos os desenhos planos com os tecidos nos quais esses artigos seriam desenvolvidos (figura 67).



Figura 67 Organização de coleção
David Catalán SS25 | Fonte: Autor
(2024)

O autor desenvolveu ainda todos os bordados (figura 68) e estampas localizadas para a coleção. Inspiradas nos planos de bordado em ponto cruz, estas foram utilizadas em acessórios e t-shirts.



Figura 68 Letra C bordada |
Fonte: Autor (2024)

Por fim, com a coleção totalmente confeccionada e finalizada, o autor participou na sessão fotográfica de estúdio e no vídeo promocional, desempenhando as funções de assistente de guarda-roupa e assistência ao *stylist* Paulo Cravo (figura 69), sendo uma das últimas tarefas que o autor desempenhou neste estúdio.



Figura 69 Photoshoot David Catalán SS25
| Fonte: Autor (2024)

Poderá consultar mais sobre este projeto na página 130 **Apêndice 5 - Projeto “1974” Spring Summer 25.**

3.5. AVALIAÇÃO

Ao concluir o estágio, foi possível realizar uma avaliação detalhada sobre o trabalho desenvolvido ao longo deste período. O estágio proporcionou ao autor uma experiência prática em diversas áreas.

Desde a parte logística à criação do produto de moda, o envolvimento do autor resultou num balanço positivo tanto para o estúdio David Catalán como a nível pessoal. A participação em 5 projetos distintos possibilitaram ao autor desenvolver e adquirir várias competências profissionais bastante importantes à área do design de moda, desde a passagem pelo desenho de coleção de moda à parte gráfica e social da marca.

De acordo com a avaliação do estágio, realizada pelo supervisor de estágio David Catalán, o autor demonstrou competências criativas e técnicas de nível excepcional, destacando-se pela proatividade, dedicação e capacidade impressionante de resolver problemas de forma responsável, resiliente e dinâmica, resultando numa avaliação excelente.

Em resumo, o estágio decorreu de maneira muito positiva, com resultados bastante satisfatórios. A combinação entre experiência prática e conhecimento teórico permitiu ao autor um desenvolvimento substancial das suas competências profissionais, preparando-o para enfrentar os desafios futuros no mercado de trabalho.

CAPÍTULO IV

CONCLUSÕES

4.1. CONCLUSÃO

O estágio no estúdio David Catalán revelou-se uma experiência complexa e multifacetada. A gestão de múltiplos projetos, desde o desenvolvimento de coleções até à interação com fábricas e fornecedores, tornou-se uma tarefa diária que implicou o cumprimento de prazos rigorosos enquanto se garantia a qualidade e fluxo do trabalho. Além disso, a diversidade de tarefas, que incluíam desde a conceção criativa até aspetos técnicos e logísticos, exigiu uma adaptação constante e a capacidade de lidar com diferentes áreas de conhecimento de forma simultânea.

Apesar de algumas dificuldades ao longo do estágio, tais como memorizar referências das produções (tecidos, modelos e fábricas) e acompanhar o ritmo do designer, este proporcionou aprendizagens valiosas que certamente farão toda a diferença na forma de trabalhar do autor. O contato direto com processos criativos e industriais, desde o design de artigos até à produção, ampliou a sua compreensão sobre a moda na sua parte mais industrial, aumentando a capacidade de gerir encomendas de materiais e compreender os processos de produção industrial, desenvolvendo competências que o autor aplicará tanto em futuras colaborações como na eventual criação de um projeto próprio. Além destes aspetos, o desenvolvimento de *soft skills*, como a gestão de tempo, comunicação interpessoal e o trabalho em equipa, será determinante para o seu sucesso futuro.

Esta investigação respondeu à questão de partida ao demonstrar que o estágio em design de moda enriquece o conhecimento sobre o processo criativo, proporcionando uma experiência prática, desde a pesquisa conceptual até a produção, aprofundando o entendimento sobre as características da tipologia *workwear*.

O objetivo principal da investigação – testemunhar e aprender com o processo de criação e desenvolvimento de projetos de moda em contexto

profissional – foi amplamente cumprido. Além disso, os objetivos específicos foram alcançados: o estágio permitiu compreender em profundidade o processo criativo do designer David Catalán, explorar a tipologia *workwear* e perceber a complexidade de gestão no estúdio, bem como aprender estratégias de produção e organização. Tanto o objetivo principal como os secundários foram cumpridos por meio da participação do autor no desenvolvimento e na produção de projetos como a coleção “1974” Spring/Summer 25 (projeto 5), onde explorou o processo criativo do designer David Catalán, e fardamento para as empresas Ushuaia Ibiza (projeto 1) e Glad Chocolates (projeto 2), onde explorou a tipologia de *workwear*.

A pesquisa aliada ao estágio foi um ponto fulcral para o sucesso deste trabalho: a investigação teórica permitiu contextualizar o estágio, fornecendo uma base sólida para compreender a tipologia de *workwear* e a sua integração no mercado do *streetwear* e do luxo. O estágio deu ainda uma perspectiva prática à pesquisa, permitindo aplicar os conhecimentos teóricos diretamente em projetos reais. Este equilíbrio entre teoria e prática foi essencial para o enriquecimento da dissertação e da formação do autor.

Dessa forma, a integração entre a pesquisa teórica e a experiência prática no estágio foi essencial para o sucesso deste projeto. Essa união permitiu não só responder à questão de partida e aos objetivos estabelecidos, mas também consolidar o percurso formativo do autor e enriquecer as suas competências, projetando-o para uma atuação mais completa e confiante no setor da moda.

Com a avaliação (Anexo 1) do designer e supervisor de estágio David Catalán, pode-se concluir que esta investigação respondeu a todos os objetivos, argumento e questão de partida de forma bastante positiva.

4.2. RECOMENDAÇÕES FUTURAS INVESTIGAÇÕES

Para futuros estudantes ou profissionais que desejem realizar um estágio em design de moda é importante considerar algumas recomendações que podem facilitar e enriquecer a experiência. Com base nas experiências vividas ao longo deste estágio, o autor apresenta as seguintes sugestões:

Em primeiro lugar, a importância da organização e da documentação contínua não pode ser subestimada. Recomenda-se que o estagiário mantenha um diário ou caderno de trabalho para registrar as tarefas diárias, as reuniões, e todas as etapas dos projetos. Este registo deve incluir material físicos, como amostras de tecidos, referências visuais ou qualquer tipo de conteúdo que pode ser crucial para o desenvolvimento dos projetos.

Em relação ao desenvolvimento de competências técnicas e conhecimento teórico, aqueles que pretendem explorar a tipologia de *workwear* devem estar cientes das lacunas existentes nas informações disponíveis. A pesquisa sobre o tema pode ser desafiadora, dado que muita informação se encontra fragmentadas e nem sempre em fontes confiáveis. Assim, recomenda-se uma abordagem meticulosa na pesquisa, complementando as fontes com referências académicas ou certificadas.

Recomenda-se que o estagiário procure complementar o conhecimento adquirido no estágio com pesquisa independente e atualizações frequentes sobre inovações no tema explorado. Participar em feiras, exposições e eventos de moda ou acompanhar publicações sobre o tema facilitam a recolha de informação.

Finalmente, é essencial estar preparado emocionalmente para os desafios do ambiente de estágio. O estagiário deve estar consciente de que lidar com diferentes personalidades e hierarquias no ambiente profissional pode ser exigente. No contexto onde a pressão de cumprir prazos e a qualidade esperada é elevada, as relações interpessoais podem tornar-se

intensas, especialmente quando se trabalha diretamente com pessoas que assumem posições de liderança. Recomenda-se que o estagiário desenvolva resiliência emocional e flexibilidade para adaptar-se às diferentes formas de comunicação e gestão. O cultivo destas *soft skills* pode ajudar a lidar com possíveis desafios interpessoais e profissionais que venham a surgir.

Em resumo, estas recomendações ajudarão o estagiário a enfrentar os desafios propostos e a aproveitar ao máximo as oportunidades de aprendizagem, fortalecendo a sua formação e competências para enfrentar futuras oportunidades.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bianchi, F., Dupreelle, P., Krueger, F., Seara, J., Watten, D., Willersdorf, S. (2020) *Fashion's Big Reset*. BCG. [Online] Disponível: <https://www.bcg.com/publications/2020/fashion-industry-reset-covid>

Canale, R. (2014) *The Workwear Trend* [Online] Disponível: <https://www.mensfashionmagazine.com/the-workwear-trend>

Fogg, M. (2013). *Fashion the Whole Story*. Reino Unido: Thames & Hudson

James. (2020) *Plenty Tough – The History, Philosophy, & Iconic Products Of Ben Davis* [Online] Disponível: <https://www.heddels.com/2020/04/plenty-tough-the-history-philosophy-iconic-products-of-ben-davis/>

Marriott, M. (1992) *THING, The Carhartt Jacket* [Online] Disponível: <https://www.nytimes.com/1992/11/29/style/thing-the-carhartt-jacket.html>

Menendez, E. (2019) *Streetwear impact report - 001- Defining streetwear* [Online] Disponível: <https://strategyand.hypebeast.com/streetwear-report>

Neate, R. (2022) *The end of the suit: has Covid finished off the menswear staple?* [Online] Disponível: <https://www.theguardian.com/fashion/2022/apr/18/the-end-of-the-suit-has-covid-finished-off-the-menswear-staple>

Okonkwo, U. (2007) *Luxury Fashion Branding: Trends, Tactics, Techniques*

Sinclair, U. (1906). *The Jungle*. Doubleday, Page & Company.

Siyao, L. (2021) *Analysis of Luxury Brand and Consumer Psychology* [Online] Disponível:

https://www.researchgate.net/publication/352404001_Analysis_of_Luxury_Brand_and_Consumer_Psychology

Wang, T. (2015) *The Value of Luxury Brand Names in the Fashion Industry* [Online] Disponível: https://scholarship.claremont.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2097&context=cmc_theses

Warner, P. (2006). *Sportswear*. London: Penguin Press.

BIBLIOGRAFIA

David Catalán

About - David Catalán. (s.d.). David Catalán Store. [online] Disponível: <https://davidcatalan.store/about>

Chatting With David Catalan. (s.d.). Troficolor. [online] Disponível: <https://www.troficolor.com/en/news/chatting-with-david-catalan>

David Catalan. Design de Moda. (s.d.). Scar-Id. [online] Disponível: <https://scar-id.com/pt-pt/categoria-produto/marcas/david-catalan-pt/>

Martins, M. (2019, 5 de fevereiro). *Estilista David Catalán no Portugal Fashion.* Lusojornal. [online] Disponível: <https://lusojornal.com/estilista-david-catalan-no-portugal-fashion/>

Oliveira, S. (2019, 17 de junho). *David Catalán: o criador de moda espanhol que se sente tripeiro.* Jornal de Notícias. [online] Disponível: <https://www.jn.pt/gente/david-catalan-o-criador-de-moda-espanhol-que-se-sente-tripeiro-11016182.html/amp/>

Rocha, B. (2023, 27 de março). *David Catalán veste equipa do Ushuaia Ibiza Hotel.* Jornal T. [online] Disponível: <https://jornal-t.pt/noticia/david-catalan-veste-equipa-do-ushuaia-ibiza-hotel/>

Silva, S. A. (2021). *David Catalán redesenha a indumentária masculina.* Dnoticias.Pt. [online] Disponível: <https://d7.dnoticias.pt/2021/1/21/247509-david-catalan-redesenha-a-indumentaria-masculina/>

Geral

Franklin, C. (2019). *Fashion: The Definitive Visual Guide.* D.K. Publishing.

Kratz, L. (2016). *O processo criativo para o designer de moda*. [online]
Disponível:
<https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/302>

Lehmann, U. (2002). *Tigersprung. Fashion in Modernity*. The Mit Press.

Montemezzo, M. (2003). *Diretrizes metodológicas para o projeto de produtos de moda no âmbito acadêmico*. [online] Disponível:
<http://hdl.handle.net/11449/97020>

Sinha, P. (2002). *Creativity in fashion*. (Vol. 2). [online] Disponível:
<https://www.researchgate.net/publication/237334691>

Glossário

Cambridge Dictionary. [online] Disponível:
<https://dictionary.cambridge.org/pt/>

Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. [online] Disponível:
<https://dicionario.priberam.org>

Luxo

5D – The History of Diesel. (2019, 20 de novembro). *The Fall*. [online]
Disponível: <https://thefallmag.com/5d-history-diesel-dream-disruption-deviation-denim-fashion/>

About us: the Italian alternative jeans brand. (s.d.). Diesel. [online]
Disponível: <https://global.diesel.com/diesel/about-diesel.html>

Bartlett, S. (2021, 5 de julho). *Balenciaga selling high-vis binman-style jacket for a staggering £2,890*. *Daily Star*. [online] Disponível:
<https://www.dailystar.co.uk/fashion-beauty/balenciaga-selling-high-vis-binman-24460044>

English, A. (s.d.). *Versace or Versace Jeans Couture – Is there a Difference?* *Italist*. [online] Disponível: <https://www.italist.com/magazine/versace-or-versace-jeans-couture-is-there-a-difference/?srsltid=AfmBOorZfLjlkEr7xng7GgRPr4ClQAajpG8ygllBYwe8JOIKgvUSwpra>

History of Denim & the Origin of Jeans. (s.d.). Hawthorn. [online] Disponível: <https://www.hawthornintl.com/history-of-denim>

Okonkwo, U. (2007). *Luxury fashion branding — Trends, tactics, techniques*. Palgrave Macmillan. [online] Disponível: <https://doi.org/10.1057/bm.2008.34>

Siyao, L. (2021). *Analysis of Luxury Brand and Consumer Psychology*. [online] Disponível: <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210601.008>

Wang, T. (2015). *The Value of Luxury Brand Names in the Fashion Industry*. [online] Disponível: https://scholarship.claremont.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2097&context=cmc_theses

Streetwear

Fogg, M. (2013). *Moda: uma história do século XX*. Londres: Thames & Hudson.

Hartmans, A. (2022, 27 de novembro). *The rise of Carhartt, the 134-year-old workwear brand that's beloved by everyone from rappers to celebrities to blue-collar workers*. *Business Insider*. [online] Disponível: <https://www.businessinsider.com/carhartt-history-popularity-workwear-fashion-trend-2022-11>

History Of Stüssy: How Stüssy Became The Godfathers Of Streetwear. (2022). The Hip Store. [online] Disponível: <https://blog.thehipstore.co.uk/how-stussy-became-the-godfathers-of-streetwear/>

History of Workwear. (s.d.). The Uniform Studio. [online] Disponível: <https://theuniformstudio.com/blogs/journal/test>

How to tell if Stussy is vintage. (s.d.). Vintage Clothing Guide. [online] Disponível: <https://vintageclothingguides.com/tags-labels/how-to-tell-if-stussy-is-vintage/>

How Workwear Became Popular in Street Cultures. (2021, 6 de agosto). DSCENE. [online] Disponível: <https://www.designscene.net/2021/08/how-workwear-became-popular-in-street-cultures.html>

Hwang, M. C. (2023, 13 de março). *The Rise of Workwear. The Grace Gazette.* [online] Disponível: <https://gracegazette.org/wordpress1/the-rise-of-workwear/>

James. (2019, 15 de abril). *The History of the Polo Shirt From Rene Lacoste Through Ralph Lauren.* Heddels. [online] Disponível: <https://www.heddels.com/2019/04/history-polo-shirt-rene-lacoste-ralph-lauren/>

Marriott, M. (1992, 29 de novembro). *THING; The Carhartt Jacket.* *The New York Times.* [online] Disponível: <https://www.nytimes.com/1992/11/29/style/thing-the-carhartt-jacket.html>

Menendez, E., & Nitchke, A. (2019). *Streetwear Impact Report.* [online] Disponível: <https://strategyand.hypebeast.com/streetwear-report>

Nick. (2022, 4 de agosto). *The Misfits: Marilyn Monroe's Denim Western Wear.* BAMF Style. [online] Disponível: <https://bamfstyle.com/2022/08/04/misfits-marilyn-denim/>

Our History. (s.d.). Lacoste. [online] Disponível: <https://corporate.lacoste.com/our-history/>

Petrarca, E. (2017, 20 de junho). *TLC Annotates Their 10 Best Looks From the 1990s, From Boxer Shorts to Track Pants.* W Magazine. [online] Disponível: <https://www.wmagazine.com/gallery/tlc-best-90s-fashion-style>

Parry, H. (2018). *Shawn Stussy e o nascimento do streetwear.* Los Angeles: California Fashion Press.

Rauch, A. (2023, 1 de julho). *The Politics of the Workwear Trend.* STITCH. [online] Disponível: <https://www.stitchfashion.com/home//the-politics-of-the-workwear-trend>

Warner, P. (2006). *Sportswear: as origens e influências culturais.* London: Penguin Press.

Tópico Investigativo

Liu, C., Xia, S., & Lang, C. (2021). *Clothing Consumption During the COVID-19 Pandemic: Evidence From Mining Tweets.* *Clothing and Textiles Research Journal*, 39(4), 314–330. [online] Disponível: <https://doi.org/10.1177/0887302X211014973>

Neate, R. (2022). *The end of the suit: has Covid finished off the menswear staple?* The Guardian. [online] Disponível: <https://www.theguardian.com/fashion/2022/apr/18/the-end-of-the-suit-has-covid-finished-off-the-menswear-staple>

Stitch Fix, Inc. (2021). *2022 Style Forecast.* [online] Disponível: <https://newsroom.stitchfix.com/wp-content/uploads/2021/12/Stitch-Fix-2022-Style-Forecast.pdf>

Technavio. (2023). *Europe - Protective Workwear Market by End-user and Application - Forecast and Analysis 2024-2028.* [online] Disponível:

<https://www.technavio.com/report/protective-workwear-market-in-europe-industry-analysis>

Workwear

100 Years of Dickies. (2022, 7 de dezembro). *Monster Children*. [online] Disponível: <https://www.monsterchildren.com/articles/100-years-of-dickies>

Ahmed, O. (2019, 13 de junho). *How workwear became fashion's current obsession*. I-D. [online] Disponível: <https://i-d.vice.com/en/article/mb8kj8/how-workwear-became-fashions-current-obsession>

A Proud History Of Dickies - The Evolution Of The Workwear Brand. (2021, 11 de março). Dickies. [online] Disponível: https://www.dickieslife.com/uk_en/stories/journal/stories/proud-history-the-evolution-of-the-dickies-brand

Bass-Krueger, M. (2019, 13 de agosto). *Vogue's fashion encyclopaedia: The history of the jumpsuit*. Vogue India. [online] Disponível: <https://www.vogue.in/fashion/content/history-of-jumpsuit-vogue-fashion-encyclopaedia>

Bianchi, F., Dupreelle, P., Krueger, F., Seara, J., Watten, D., & Willersdorf, S. (2020, 1 de junho). *Fashion's Big Reset*. BCG. [online] Disponível: <https://www.bcg.com/publications/2020/fashion-industry-reset-covid>

Canale, R. (2014, 24 de março). *The Workwear Trend*. *Mens Fashion Magazine*. [online] Disponível: <https://www.mensfashionmagazine.com/the-workwear-trend>

Carhartt. (s.d.). *Carhartt History*. [online] Disponível: <https://www.carhartt.com/carhartt-history>

Carhartt History: From Workwear to Streetwear to Vintage. (2023, October 6). Glass Onion. [online] Disponível: <https://glass-onion.com/blogs/news/carhartts-history-and-how-it-became-a-streetwear-staple>

Carhartt WIP. (s.d.). History. [online] Disponível: <https://www.carhartt-wip.com/en/service/history?srsltid=AfmBOoryqMXVOLb6UJ66sBrDMCVCFIgsJuHjL5AhESfc3jmYpCJZwoet>

Cockrane, L. (2023, 25 de janeiro). *The curious case of the sudden Carhartt boom*. GQ. [online] Disponível: <https://www.gq-magazine.co.uk/fashion/article/carhartt-brand-trend>

Cooper, L. (2023). *Fashion vs. Function: Finding the Right Balance in Workwear*. [online] Disponível: https://issuu.com/cooperlily1998/docs/fashion_vs._function_finding_the_right_balance_in_

Derdak, T., & Brynildssen, S. (2018, 21 de maio). *Williamson-Dickie Manufacturing Company*. Encyclopedia.Com. [online] Disponível: <https://www.encyclopedia.com/social-sciences-and-law/economics-business-and-labor/businesses-and-occupations/williamson-dickie-manufacturing-company#2841800186>

DGS Direção-Geral da Saúde, & George, F. (2014). *Equipamentos de proteção individual para agentes biológicos de tipo 4*. [online] Disponível: <https://www.dgs.pt/directrizes-da-dgs/orientacoes-e-circulares-informativas/orientacao-n-0032014-de-28042014-pdf.aspx>

Gordon, C. (2018, 5 de janeiro). *ow Carhartt Became a Hip Hop Phenomenon*. [online] Disponível: <https://www.anothermanmag.com/style-grooming/10123/how-carhartt-became-a-hip-hop-phenomenon>

Greinke, B., Guetl, N., Wittmann, D., Pflug, C., Schubert, J., Helmut, V., Bitzer, H. W., Bredies, K., & Joost, G. (2016). *Interactive workwear: Smart*

maintenance jacket. UbiComp 2016 Adjunct - Proceedings of the 2016 ACM International Joint Conference on Pervasive and Ubiquitous Computing, 470–475. [online] Disponível: <https://doi.org/10.1145/2968219.2971346>

ACT; APSEI; IPQ. (2023). *Guia Técnico. Vestuário de proteção. Seleção de EPI. APSEI.* [online] Disponível: https://apsei.org.pt/wp-content/uploads/2023/11/Guia_SelecaoVestuárioProtecao.pdf

Harris, H. (2024, 5 de janeiro). *The History of Levi's Jeans.* Beyond Retro. [online] Disponível: <https://www.beyondretro.com/blogs/news/the-history-of-levis-jeans>

History.com Editors. (2022, 24 de agosto). *Child Labor.* History. [online] Disponível: <https://www.history.com/topics/industrial-revolution/child-labor>

James. (2020, 8 de abril). *Plenty Tough – The History, Philosophy, & Iconic Products Of Ben Davis.* Heddels. [online] Disponível: <https://www.heddels.com/2020/04/plenty-tough-the-history-philosophy-iconic-products-of-ben-davis/>

Leverton, A. (2015). *Denim Dudes.* Laurence King Publishing.

Maguire, L. (2022, 22 de junho). *Dickies is turning 100 years old. It's gone viral with Gen Z.* Vogue Business. [online] Disponível: <https://www.voguebusiness.com/fashion/dickies-is-turning-100-years-old-its-gone-viral-with-gen-z>

Martinho, M. (2020, 19 de maio). *Proteção individual (EPI's): proteger o necessário, incomodar o mínimo.* [online] Disponível: [https://www.oinstalador.com/Artigos/303619-Protecao-individual-\(EPI-s-protger-o-necessario-incomodar-o-minimo.html](https://www.oinstalador.com/Artigos/303619-Protecao-individual-(EPI-s-protger-o-necessario-incomodar-o-minimo.html)

Mustang Workwear. (2022, 12 de abril). *A Brief History of Workwear.* [online] Disponível: <https://mustang-workwear.com/a-brief-history-of-workwear-and-uniforms/>

Muzquiz, A. (2022, 27 de janeiro). *Stan Ray – Made in U.S.A since 1972. Heddels*. [online] Disponível: <https://www.heddels.com/2022/01/stan-ray-made-u-s-since-1972/>

Neate, R. (2022, 18 de abril). *The end of the suit: has Covid finished off the menswear staple?* The Guardian. [online] Disponível: <https://www.theguardian.com/fashion/2022/apr/18/the-end-of-the-suit-has-covid-finished-off-the-menswear-staple>

Nogueira, L. (2016, 8 de março). *A história do jeans #501 da Levi's, um clássico que atravessou décadas*. GQ. [online] Disponível: <https://gq.globo.com/PromoGQ/noticia/2013/04/historia-do-jeans-levis-um-classico-que-atravessou-decadas.html>

Our Legacy. (s.d.). Ben Davis. [online] Disponível: <https://bendavis.com/pages/about-ben-davis?srsltid=AfmBOoqWqzu1ECm2WGAJk72efMUFekApDvgbtpwiGdM56XMlzdetAGu>

Palmieri, J. E. (2023, 28 de agosto). *Workwear Rules the Runways as Consumers Embrace Heritage Brands*. WWD. [online] Disponível: <https://wwd.com/menswear-news/mens-retail-business/workwear-heritage-brands-carhartt-dickies-ll-bean-wrangler-columbia-1235779089/>

Rawski, E., Fernández-Armesto, F., Silva, M., & Beck, S. (2016). *Volume 12: Textiles: Production, Trade and Demand* (M. F. Mazzaoui, Ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315241616>

REGULAMENTO (UE) 2016/425 DO PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO de 9 de março de 2016 relativo aos equipamentos de proteção individual e que revoga a Diretiva 89/686/CEE do Conselho, (2016). [online] Disponível: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0425&from=EN>

Schuman, M. (2017). History of child labor in the United States—part 1: little children working. *Monthly Labor Review*. [online] Disponível: <https://doi.org/10.21916/mlr.2017.1>

The Bleu de Travail. (s.d.). L'Usine Blue. [online] Disponível: <https://lusinebleue.com/the-bleu-de-travail/>

The History of Denim. (2019, 4 de julho). Levi Strauss & Co. [online] Disponível: <https://www.levistrauss.com/2019/07/04/the-history-of-denim/>

The Story of Levi Strauss. (2013, 14 de março). Levi Strauss & Co. [online] Disponível: <https://www.levistrauss.com/2013/03/14/the-story-of-levi-strauss/>

Toscani, O., Saillard, O., Fondazione Pitti immagine discovery (Italy), & Stazione Leopolda (Florence, I. (2009). *Workwear: Work Fashion Seduction* (1st ed). Rizzoli International Publications, Incorporated. [online] Disponível: <https://books.google.pt/books?id=hk5bPgAACAAJ>

Trump, K. (2024, 12 de março). *From Workwear to Fashion Staple – The History of Overalls*. The Van Trump Report. [online] Disponível: <https://www.vantrumpreport.com/2024/03/12/from-workwear-to-fashion-staple-the-history-of-overalls/>

Upton Sinclair. (1906). *The Jungle*. Doubleday, Page & Company.

Walton & Taylor Mercantile. (s.d.). *A Brief History of Overalls and the Origins of Blue Jeans*. Retrieved September 12, 2024, from [online] Disponível: <https://www.waltonataylor.com/overallshistory.html>

Zigoris, J. (2022, 14 de dezembro). *The furious effort behind effortless cool—unraveling the myth of Levi's*. *The San Francisco Standard*. [online] Disponível: <https://sfstandard.com/2022/12/14/the-furious-effort-behind-effortless-cool-unraveling-the-myth-of-levis/>

APÊNDICES

ÍNDICE DE APÊNDICES

APÊNCIDE 1 - PROJETO USHUAIA IBIZA	117
FICHAS TÉCNICAS	117
ESTAMPAS	121
APÊNCIDE 2 - PROJETO GLAD CHOCOLATES	123
PROPOSTAS	123
FICHAS TÉCNICAS	125
APÊNCIDE 3 - PROJETO COLEÇÃO “ACADEMY” SPRING SUMMER 24 .	126
COMPOSIÇÕES VISUAIS	126
APÊNCIDE 4 - PROJETO COLEÇÃO “THE BLANKET” AUTUMN WINTER 24 25	128
FICHAS TÉCNICAS	128
APÊNCIDE 5 - PROJETO COLEÇÃO “1974” SPRING SUMMER 25	130
DESENVOLVIMENTO	130
TOILES	135
ESTAMPAS E BORDADOS	137

APÊNDICE 1 – PROJETO USHUAIA IBIZA

FICHAS TÉCNICAS



REFERENCE: DC-USHUAIA-PISOS-DRESS
 DEPARTMENT: PISOS / GOBERNANTA/ SUBGOBERNANTA
 Colour: WHITE/RED
 Date: 19/02/2024



SUBLIMAÇÃO



TAMANHOS
 S: 7
 M: 5
 L: 7
 XL: 7
 XXL: 3
 TOTAL: 29

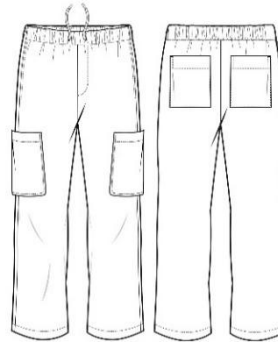
Bordado BRANCO 100% POLYESTER

ACCESORIES:
 Etiqueta (David entrega)
 Fivela ref.181/40 (David entrega)
 Botões ref.467/17 (David entrega)
 EXPECIFICATION:
 Bordado (Bordados SS Serafim)

MATERIAL:
 Ref. 30170
 Distributor: ROFINOR TEXTEIS
 Composition: 65% POLYESTER, 35% COTTON
 Color: 0000
 Width: 160cm
 Weight: 170gm2



REFERENCE: DC-USHUAIA-TROUSERS
 DEPARTMENT:
 Colour: WHITE
 Date: 19/02/2024



TAMANHOS
 36: 14
 38: 25
 40: 44
 42: 40
 44: 27
 46: 29
 48: 38
 50: 9
 52: 9
 Lorem ipsum
 TOTAL: 235

ACCESORIES:
 Etiqueta (David entrega)
 Elástico 3cm
 Cordão

MATERIAL:
 Ref. 30170
 Distributor: ROFINOR TEXTEIS
 Composition: 65% POLYESTER, 35% COTTON
 Color: 0000
 Width: 160cm
 Weight: 170gm2

EXPECIFICATION:



REFERENCE: DC-USHUAIA-AVENTAL
 DEPARTMENT: PISOS /CAMARERAS DE PISO
 Colour: WHITE/RED
 Date: 19/02/2024



SUBLIMAÇÃO



TAMANHOS
 S-M: 100
 M-L: 100
 TOTAL: 200

Bordado BRANCO 100% POLYESTER

ACCESORIES:
 Etiqueta (David entrega)
 Fivela ref.181/40 (David entrega)

EXPECIFICATION:

MATERIAL:
 Ref.30170
 Distributor: ROFINOR TEXTEIS
 Composition: 65% POLYESTER, 35% COTTON
 Color:0000
 Width: 160cm
 Weight: 170 gm2



REFERENCE: DC-USHUAIA-TSHIRT
 DEPARTMENT: PISOS /CAMARERAS DE PISO
 Colour: RED
 Date: 19/02/2024



TAMANHOS
 S: 7
 M: 10
 L: 10
 XL: 7
 XXL: 6
 TOTAL: 40

Bordado BRANCO 100% POLYESTER

ACCESORIES:

EXPECIFICATION:

MATERIAL:
 Ref:
 Distributor: SIMETEX
 Composition: 100% COTTON
 Color:
 Width:
 Weight:



REFERENCE: DC-USHUAIA-TSHIRT
 DEPARTMENT: PISOS /ADMINISTRATIVA Y MOZO
 Colour: WHITE/RED
 Date: 19/02/2024



SUBLIMAÇÃO



TAMANHOS
 XS:
 S: 4
 M: 22
 L: 32
 XL: 21
 XXL: 21
 TOTAL: 100

Bordado BRANCO 100% POLYESTER

ACCESORIES:
 Etiqueta (David entrega)
 EXPECIFICATION:

MATERIAL:
 Ref. Distributor: SIMITEX
 Composition: 100% POLYESTER
 Color:
 Width:
 Weight:



REFERENCE: DC-USHUAIA-BOMBER-JACKET
 DEPARTMENT: PISOS /ADMINISTRATIVA Y MOZO
 Colour: WHITE/ RED
 Date: 19/02/2024



SUBLIMAÇÃO



TAMANHOS
 S: 5
 M: 22
 L: 34
 XL: 22
 XXL: 22
 TOTAL: 105

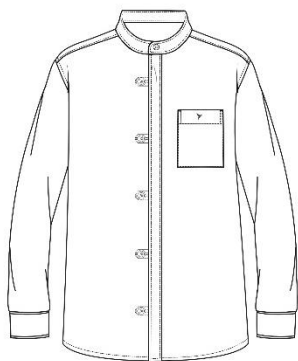
Bordado VERMELHO 100% POLYESTER

ACCESORIES:
 Etiqueta (David entrega)
 Fecho de espiral 60cm branco
 EXPECIFICATION:
 Bordado (Bordados SS Serafim)

MATERIAL:
 Ref. Distributor: SIMITEX
 Composition:
 Color:
 Width:
 Weight:



REFERENCE: DC-USHUAIA-MINAMI-MAITRE-SHIRT
 DEPARTMENT: MINAMI JAPONESE
 MAITRE/2°MAITRE
 Colour: DARK GREEN
 Date: 19/02/2024



TINGIR



TAMANHOS
 L: 4
 XL: 4
 XXL: 2
 TOTAL: 10

Bordado VERMELHO 100% POLYESTER

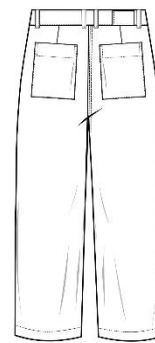
ACCESORIES:
 Etiqueta (David entrega)
 Botões ref.467/17 (David entrega)
 EXPECIFICATION:
 Bordado (Bordados SS Serafim)

MATERIAL:
 Ref. F22-CV(TRINT)ORG
 Distributor: TROFICOLOR
 Composition: 100% ORGANIC COTTON
 Color: MB/AB/ORG (tingir)
 Width: 150cm
 Weight: 110gm2



REFERENCE: DC-USHUAIA-MINAMI-MAITRE-TROUSERS
 DEPARTMENT: MINAMI JAPONESE
 MAITRE/2°MAITRE
 CAMARERO
 Colour: DARK GREEN
 Date: 19/02/2024

PEÇA COSTURADA COM FIO 100% ALGODÃO



TINGIR



TAMANHOS
 36: 5
 38: 5
 40: 5
 42: 10
 44: 5
 46: 5
 48: 5
 50: 5
 52: 5
 TOTAL: 35

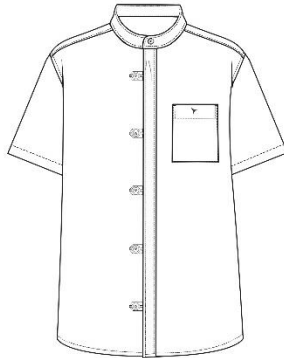
MATERIAL:
 Ref. F11-S7(ARDATH)
 Distributor: TROFICOLOR
 Composition: 100% COTTON
 Color: PFD (tingir)
 Width: 150cm
 Weight: 170gm2

ACCESORIES:
 Etiqueta (David entrega)
 Botões ref.467/17 (David entrega)
 EXPECIFICATION:



REFERENCE: DC-USHUAIA-CAMARERO-SHIRT
 DEPARTMENT: MINAMI JAPONESE
 CAMARERO
 Colour: DARK GREEN
 Date: 19/02/2024

PEÇA COSTURADA COM FIO 100% ALGODÃO



TINGIR

TAMANHOS
 XS: 3
 S: 6
 M: 7
 L: 11
 XL: 11
 XXL: 2
TOTAL: 40

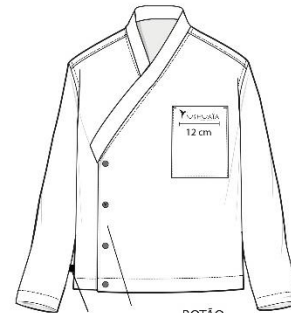
Bordado VERMELHO 100% POLYESTER

ACCESORIES:
 Etiqueta (David entrega)
 Botões ref.467/17 (David entrega)
 EXPECIFICATION:
 Bordado (Bordados SS Serafim)

MATERIAL:
 Ref. F22-CV(TRINT)ORG
 Distributor: TROFICOLOR
 Composition: 100% ORGANIC COTTON
 Color: MB/AB/ORG (tingir)
 Width: 150cm
 Weight: 110gm2



REFERENCE: DC-USHUAIA-SUSHIMAN-SHIRT
 DEPARTMENT: MINAMI JAPONESE
 SUSHIMAN/TEPANYAKI
 Colour: DARK GREEN
 Date: 19/02/2024



ETIQUETA
BANDEIRA

BOTÃO
COLIBRI

TINGIR

TAMANHOS
 XS: 8
 S: 8
 M: 6
 L: 6
 XL: 6
TOTAL: 20

Bordado VERMELHO 100% POLYESTER

ACCESORIES:
 Etiqueta (David entrega)
 Botões ref.467/17 (David entrega)

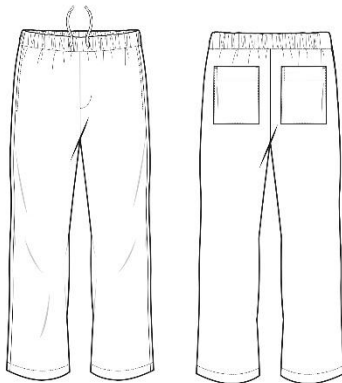
MATERIAL:
 Ref. F22-CV(TRINT)ORG
 Distributor: TROFICOLOR
 Composition: 100% ORGANIC COTTON

EXPECIFICATION:
 Bordado (Bordados SS Serafim)

Color: MB/AB/ORG (tingir)
 Width: 150cm
 Weight: 110gm2



REFERENCE: DC-USHUAIA-SUSHIMAN-TROUSERS
 DEPARTMENT: MINAMI JAPONESE
 SUSHIMAN/TEPANYAKI
 Colour: DARK GREEN
 Date: 19/02/2024



TINGIR

TAMANHOS
 XS: 4
 S: 2
 M: 4
 L: 2
 XL: 2
 XXL: 2
TOTAL: 14

ACCESORIES:
 Etiqueta (David entrega)
 Elástico 3cm
 Cordão

MATERIAL:
 Ref. F11-S7(ARDATH)
 Distributor: TROFICOLOR
 Composition: 100% COTTON

Color: PFD (tingir)
 Width: 150cm
 Weight: 170gm2



REFERENCE: DC-USHUAIA-HOSTESS-BIB
 DEPARTMENT: MINAMI JAPONESE/HOSTESS
 Colour: DARK GREEN
 Date: 19/02/2024



TINGIR

TAMANHOS
 S: 2
 M: 2
 L: 2
TOTAL: 6

Bordado VERMELHO 100% POLYESTER

ACCESORIES:
 Etiqueta (David entrega)
 Fivela ref.181/40 (David entrega)
 Botões ref.467/17 (David entrega)

MATERIAL:
 Ref. F7-G3(SNEEK)
 Distributor: TROFICOLOR
 Composition: 100% LYOCCELL

EXPECIFICATION:
 Bordado (Bordados SS Serafim)
 Costura da 100% Algodão

Color: PFD (tingir)
 Width: 145cm
 Weight: 160gm2



REFERENCE: DC-USHUAIA-MAITRE-TSHIRT
 DEPARTMENT: ROOM SERVICE
 MAITRE/2°MAITRE
 Colour: BLACK
 Date: 19/02/2024



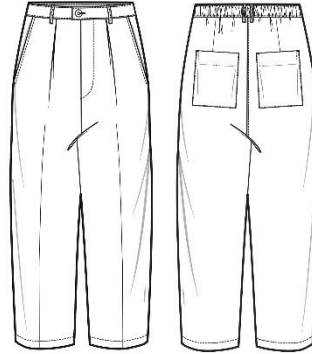
TAMANHOS
 M: 3
 L: 6
TOTAL: 9

ACCESORIES:
 Etiqueta (David entrega)
 Botões ref.467/17 (David entrega)
 EXPECIFICATION:
 Bordado (Bordados SS Serafim)

MATERIAL:
 Ref.
 Distributor: SIMITEX
 Composition: 100% POLYESTER
 Color:BLACK
 Width:
 Weight:



REFERENCE: DC-USHUAIA-MAITRE-TROUSERS
 DEPARTMENT: ROOM SERVICE
 MAITRE/2°MAITRE
 Colour: BLACK
 Date: 19/02/2024



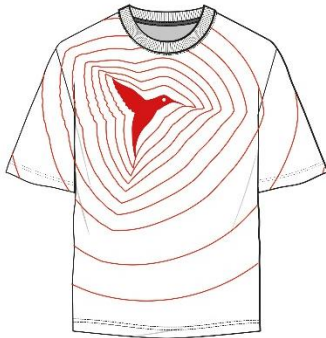
TAMANHOS
 36: 2
 38: 2
 40: 5
 42: 5
 44: 5
 46: 2
 48: 2
TOTAL: 23

ACCESORIES:
 Etiqueta (David entrega)
 Botões ref.467/17 (David entrega)
 EXPECIFICATION:

MATERIAL:
 Ref. 31750
 Distributor: ROFINOR TEXTEIS
 Composition: 65% POLYESTER, 35% COTTON
 Color: 9010
 Width: 160cm
 Weight: 200gm2



REFERENCE: DC-USHUAIA-CAMARERO-TSHIRT
 DEPARTMENT: ROOM SERVICE/CAMARERO
 Colour: BLACK
 Date: 19/02/2024



TAMANHOS
 S: 17
 M: 29
 L: 29
 XL: 23
 XXL: 7
TOTAL: 106

ACCESORIES:
 Etiqueta (David entrega)
 EXPECIFICATION:

MATERIAL:
 Ref.
 Distributor: SIMITEX
 Composition: 100% POLYESTER
 Color: BLACK
 Width:
 Weight:



REFERENCE: DC-USHUAIA-JACKET
 DEPARTMENT: ROOM SERVICE
 Colour: BLACK
 Date: 19/02/2024



TAMANHOS
 XS:
 S:
 M:
 L:
 XL:
 XXL:
TOTAL: +/- 40

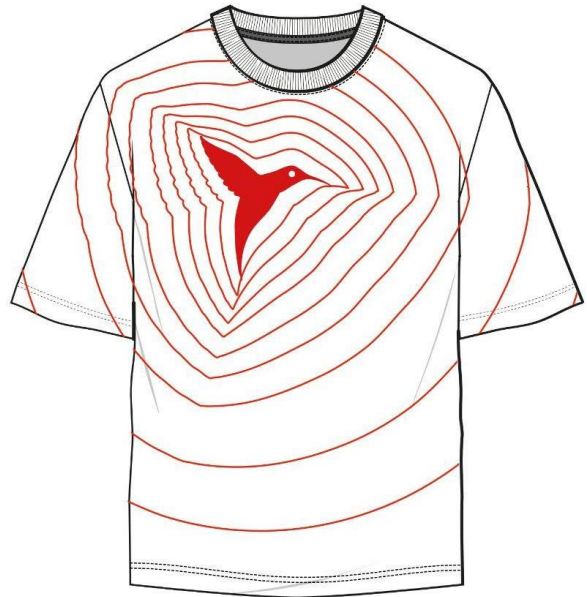
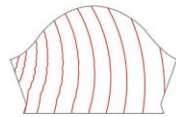
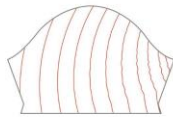
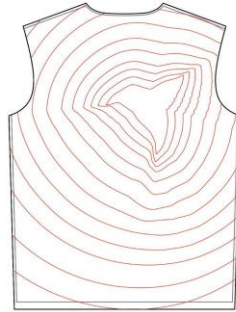
Bordado VERMELHO 100% POLYESTER

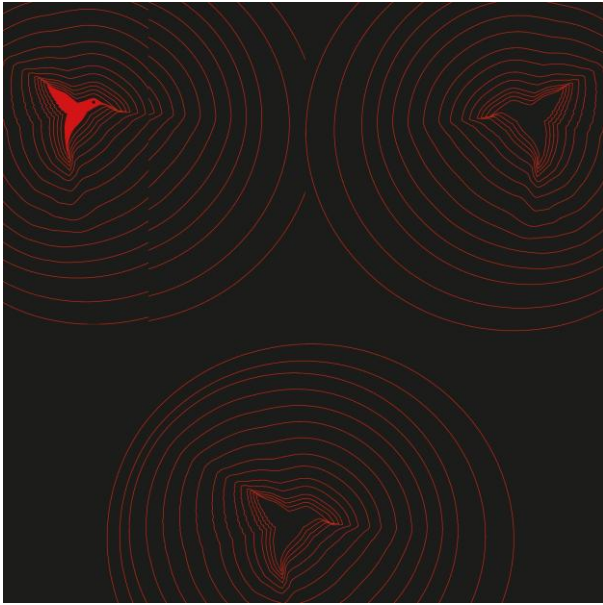
ACCESORIES:
 Etiqueta (David entrega)
 Fecho de espiral 60cm branco
 EXPECIFICATION:
 Frente: Bordado 12cm (Bordados SS Serafim)
 Costas: Transfer

MATERIAL:
 Ref.
 Distributor: SIMITEX
 Composition:
 Color: BLACK
 Width:
 Weight:

ESTAMPAS

Size: L





APÊNDICE 2 – PROJETO GLAD CHOCOLATES

PROPOSTAS



>



FICHAS TÉCNICAS

GLAD

REFERENCE: DC-GLAD-JACKET
 DEPARTMENT:
 Colour: BORDEAUX
 Date: 21/02/2024



TAMANHOS
 XS: 2
 S: 8
 M: 10
 L: 8
 XL: 2
TOTAL: 30

Bordado ROSA 100% POLYESTER

ACCESORIES:
 Etiqueta (David entrega)
 Molas
 EXPECIFICATION:
 Frente: Bordado 8cm
 Costas: Transfer A4 (29cm)

MATERIAL:
 Ref. [REDACTED]
 Distributor: [REDACTED]
 Composition: 65% POLYESTER, 35% COTTON
 Color: 26
 Width: 160cm
 Weight: 245gm2

GLAD

REFERENCE: DC-GLAD-TROUSERS
 DEPARTMENT:
 Colour: BORDEAUX
 Date: 21/02/2024



TAMANHOS
 XS: 2
 S: 8
 M: 10
 L: 8
 XL: 2
TOTAL: 30

Bordado BORDEAUX 100% POLYESTER

ACCESORIES:
 Etiqueta (David entrega)
 EXPECIFICATION:
 Bordado 6cm [REDACTED]

MATERIAL:
 Ref. [REDACTED]
 Distributor: [REDACTED]
 Composition: 65% POLYESTER, 35% COTTON
 Color: 26
 Width: 160cm
 Weight: 245gm2

GLAD

REFERENCE: DC-GLAD-TSHIRT
 DEPARTMENT:
 Colour: PINK
 Date: 21/02/2024



TAMANHOS
 XS: 2
 S: 12
 M: 14
 L: 10
 XL: 2
TOTAL: 40

Bordado BORDEAUX 100% POLYESTER

ACCESORIES:
 Etiqueta (David entrega)
 EXPECIFICATION:
 RIB 1X1
 Bordado [REDACTED]

MATERIAL:
 Ref. [REDACTED]
 Distributor: [REDACTED]
 Composition: 100% COTTON
 Color:
 Width:
 Weight: 180gm

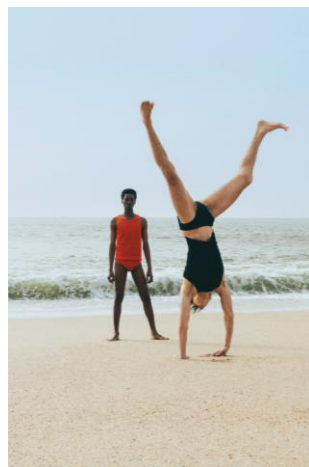
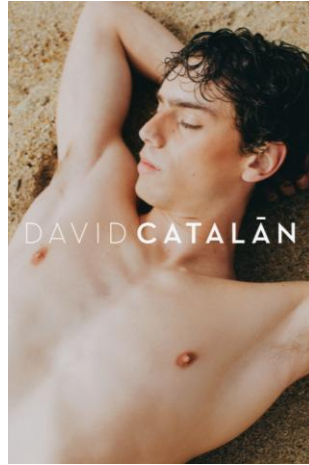
APÊNDICE 3 – PROJETO COLEÇÃO “ACADEMY”

SPRING SUMMER 24

COMPOSIÇÕES VISUAIS

DAVID CATALÁN





DAVID CATALAN

APÊNDICE 4 – PROJETO COLEÇÃO “THE BLANKET”

AUTUMN WINTER 24/25

FICHAS TÉCNICAS

DAVID CATALÁN AW24/25	PEÇA: Cor: BLACK/ ECRU/BEIGE Data: 28/11/23
--------------------------	---

TER ATENÇÃO AO DEGRADÊ PARA CASAR

FORRADO NAS MANGAS



TAMANHOS: S: 2 M: 4 L: 4 XL: 2	MATERIAL Fornecedor: Ref: Colour: 1 Composição: 1
ACCESORIES BOTÕES ETIQUETAS DAVID CATALAN	

DAVID CATALÁN AW24/25	PEÇA: DCAW24-POLO01 Cor: ECRU BEGE BLACK Data: 28/11/23
--------------------------	---



ABERTURA NA LATERAL 12 CM
PESPONTO AO TOM

TAMANHOS S: 3 M: 3 L: 2 XL: 1	TOTAL: 9
ACCESORIES ETIQUETAS DAVID CATALAN	MATERIAL Fornecedor: Ref: Colour: 1 Composição:




DAVID CATALÁN Fall/Winter 2024	PEÇA: Colete Tricotado com Ajour Data: 22/11/23
-----------------------------------	--



TAMANHOS S: 3 M: 4 L: 3 XL: 2	ACCESORIES: Etiqueta DAVID CATALÁN
EXPECIFICATION: Fio 70% PC 30% WO	CORES: Base: CARAMELO cor: 

DAVID CATALÁN Fall/Winter 2024	PEÇA: Camisola Tricotada com Ajour Data: 22/11/23 Tam: M
-----------------------------------	--

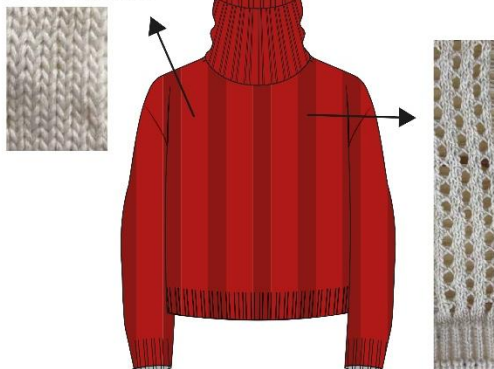


TAMANHOS S: 2 M: 5 L: 5 XL: 2	ACCESORIES: Etiqueta DAVID CATALÁN
EXPECIFICATION: Fio 70% PC 30% WO	CORES: Base: CRÚ cor: 

DAVID CATALÁN
Fall/Winter 2024

PEÇA: Camisola vermelha Tricotada
Data: 22/11/23
Tam: M

Ponto: Jersey simples



TAMANHOS
S: 2
M: 5
L: 5
XL: 2

RISCAS ALTERNADAS COM PONTO JERSEY
SIMPLES E MALHA COM BURAQUINHOS

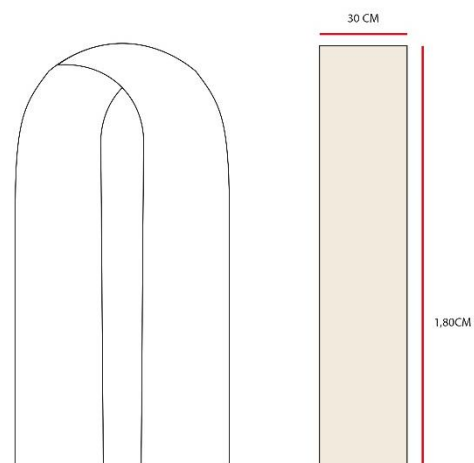
ACCESORIES:
Etiqueta DAVID CATALÁN

Fio 7% lana 7% viscose
57% poliácrilica 29% poliamídica

CORES:
Base: VERDE
cor:

DAVID CATALÁN
AW24/25

PEÇA: CACHECOL MALHA
Tam: ONE SIZE
Data: 22/11/23



ACCESORIES

ETIQUETAS
(DAVID CATALÁN)

Fio 7% lana 7% viscose
57% poliácrilica 29% poliamídica

Malha inglesa

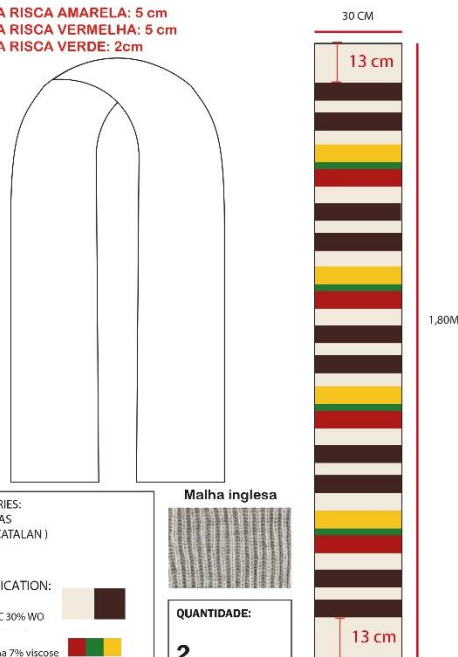
QUANTIDADE:
5

DAVID CATALÁN
AW24/25

PEÇA: CACHECOL MALHA
Tam: ONE SIZE
Data: 22/11/23

LARGURA RISCA CASTANHA: 5 cm
LARGURA RISCA CRU: 4 cm

LARGURA RISCA AMARELA: 5 cm
LARGURA RISCA VERMELHA: 5 cm
LARGURA RISCA VERDE: 2 cm



ACCESORIES:
ETIQUETAS
(DAVID CATALÁN)

EXPECIFICATION:

Fio 70% PC 30% WO

Fio 7% lana 7% viscose
57% poliácrilica 29% poliamídica

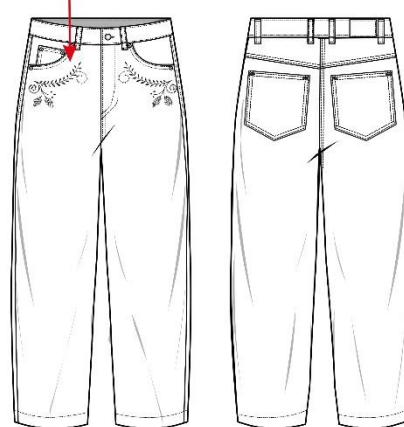
Malha inglesa

QUANTIDADE:
2

DAVID CATALÁN
AW24/25

PEÇA: DCAW24-JEANS08
Cor: BLUE
Data: 28/11/23

COM BORDADO



TAMANHOS
38: 3
40: 4
42: 2
44: 2

TOTAL: 11

ACCESORIES

BOTÕES
Cobre Velho 19mm
ZIPPER 15cm
ETIQUETAS DAVID CATALÁN

LAVAGEM: Desemcolagem

PESPONTO NA COR AO TOM

MATERIAL

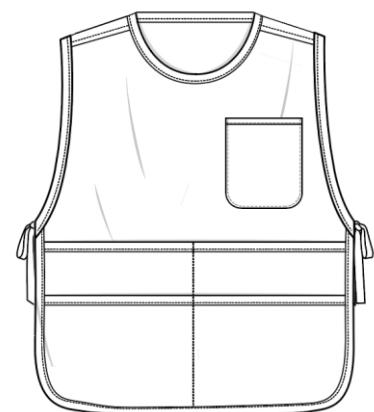
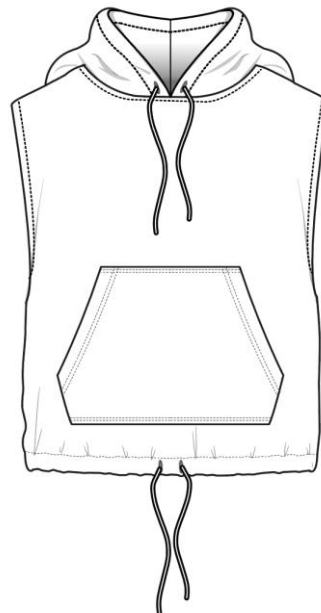
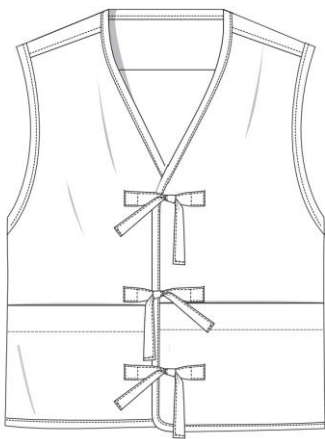
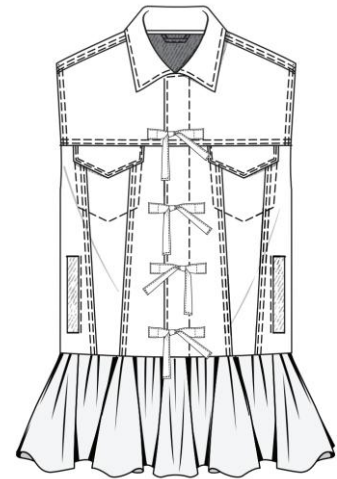
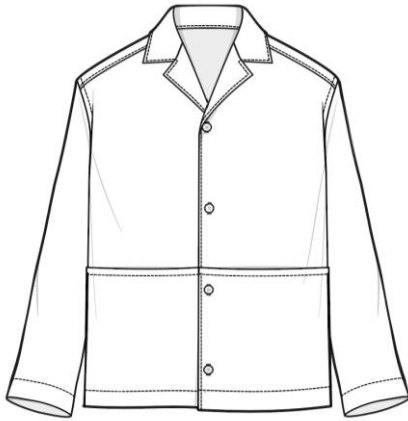
TECIDO 1:
Fornecedor:
Ref:
Colour:
Composição: 80% ORG CO
20% PRE-CONSUMER RECYCLED CO

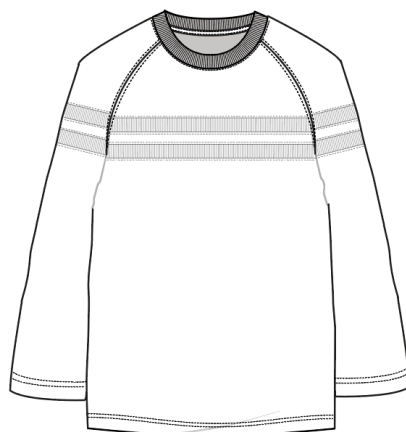
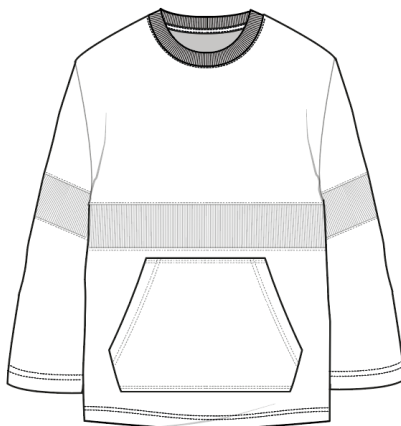
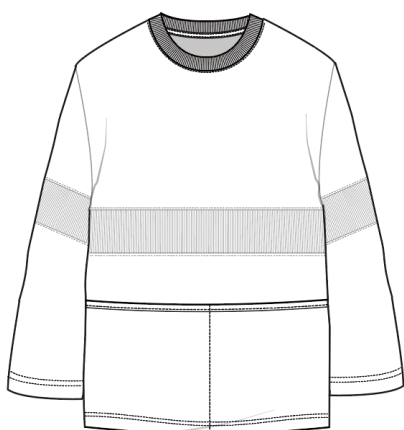
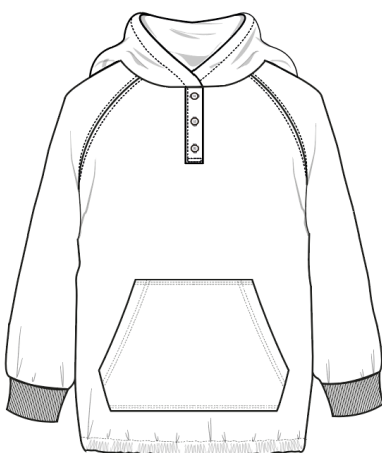
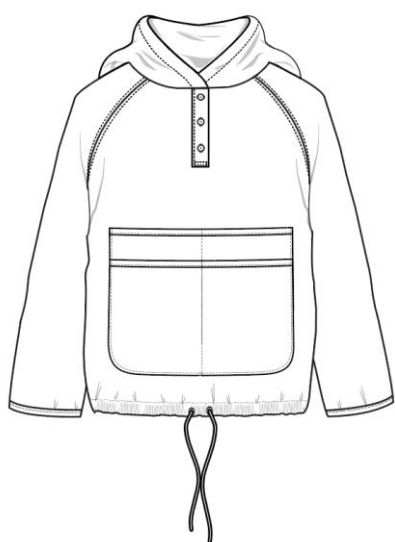
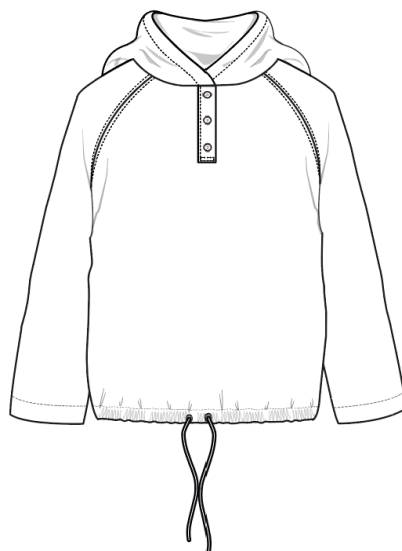
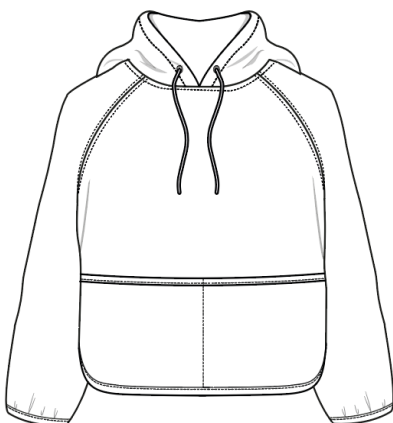
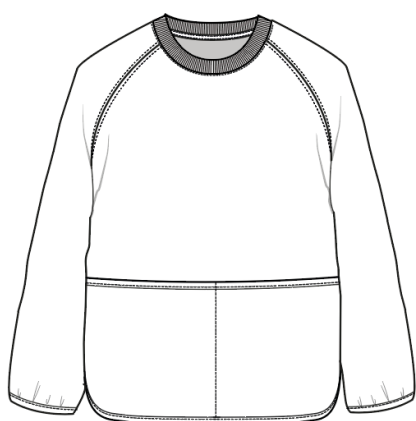
APÊNDICE 5 – PROJETO COLEÇÃO “1974”

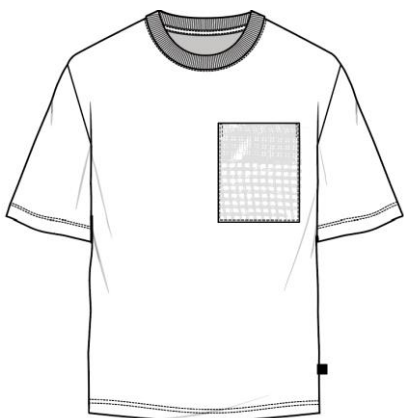
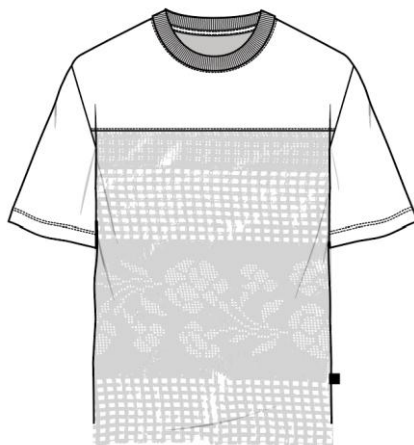
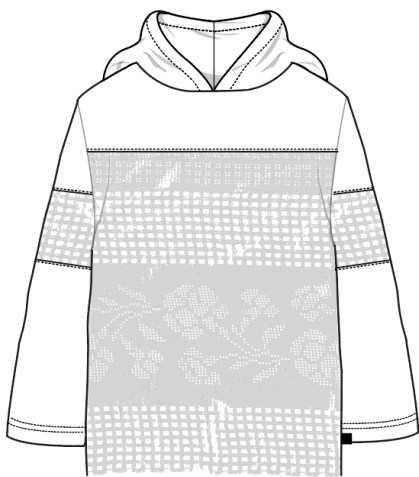
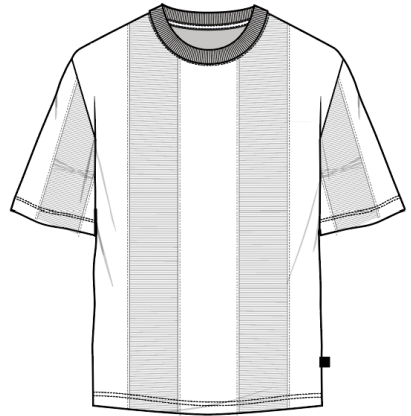
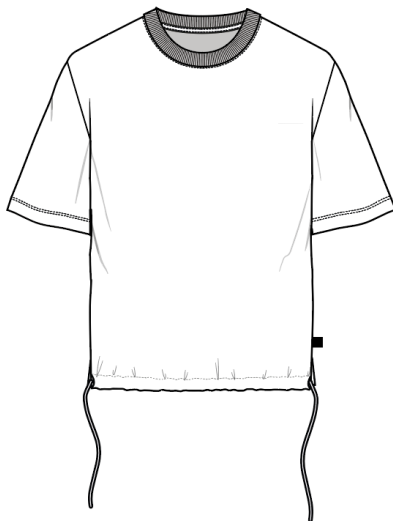
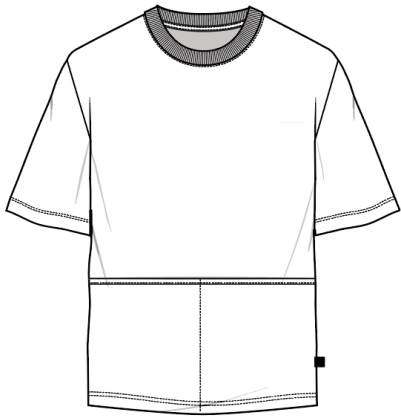
SPRING SUMMER 25

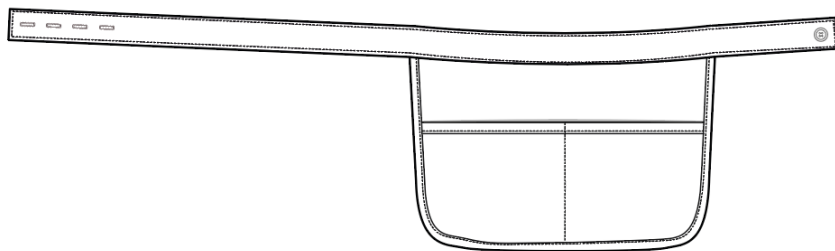
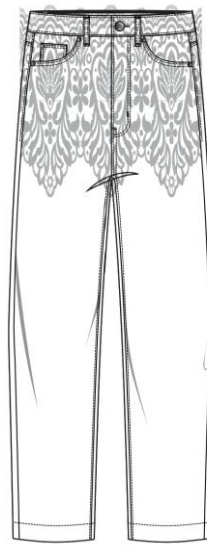
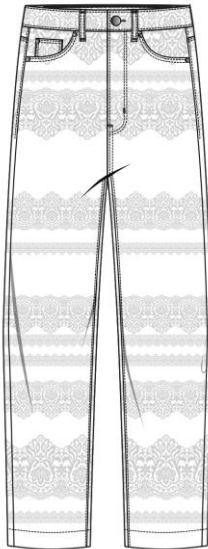
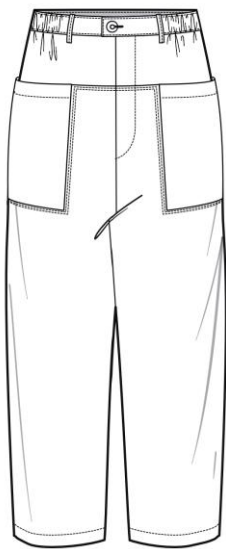
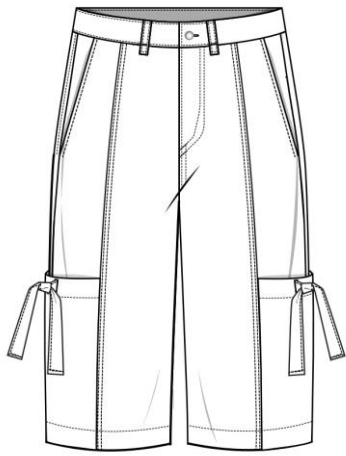
DESENVOLVIMENTO









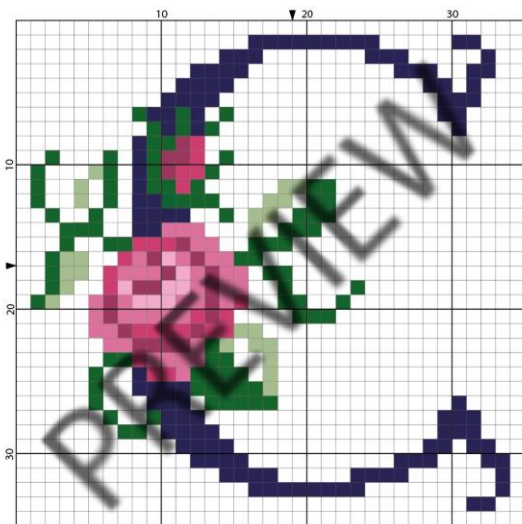
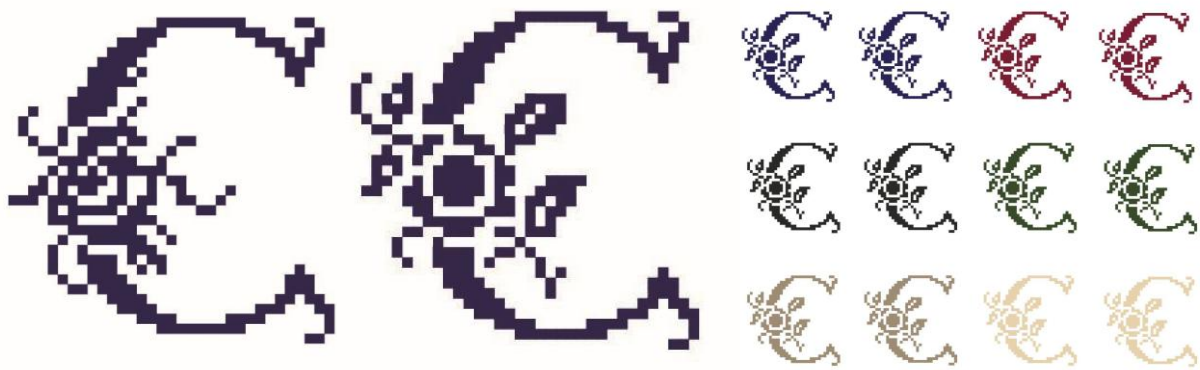


TOILES





ESTAMPAS E BORDADOS

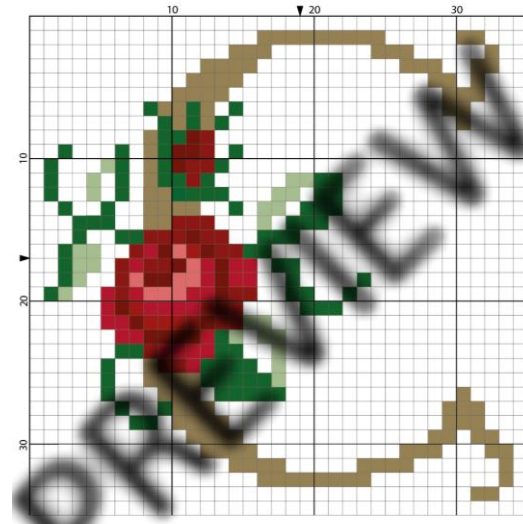


Legend

00000-000	blue - light	00000-000	pink - light
00000-000	green - dark	00000-000	pink - dark
00000-000	blue - dark	00000-000	pink - dark

DAVID CATALÀN

Spring/Summer 25
EST. 2014



Legend

00000-000	blue - light	00000-000	pink - light
00000-000	green - dark	00000-000	pink - dark
00000-000	blue - dark	00000-000	pink - dark

DAVID CATALÀN

Spring/Summer 25
EST. 2014

ANEXO

DAVID CATALÁN

Avaliação

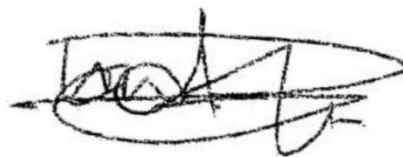
Declaramos, para os devidos efeitos, no âmbito do Estágio Académico de natureza profissional, que o estudante Diogo Alexandre Sacoto Rodrigues, do Mestrado em Design de Moda da Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa, destacou-se como o melhor estagiário que já tivemos, demonstrando um nível excecional de competências criativas e técnicas.

Durante os 5 meses de estágio que realizou na nossa empresa, o Diogo contribuiu de forma significativa para o sucesso dos nossos projetos, revelando-se sempre proativo, dedicado e com uma capacidade impressionante em resolver problemas, desempenhando todas as atividades propostas de forma responsável, resiliente e dinâmica.

Assim, consideramos que o aluno Diogo Rodrigues manteve uma prestação bastante positiva, resultando numa avaliação de estágio excelente.

Com os melhores cumprimentos,

David Catalán

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'David Catalán', enclosed within a large, stylized oval or loop.