



GAIA: DESENVOLVIMENTO DE UMA COLEÇÃO DE CALÇADOS INSPIRADOS NO EMPODERAMENTO FEMININO

Raquel Jardim dos Santos, Rafaela Camargo da Silva, Bárbara Franciely Fagundes, Dr. Carlos Augusto Reinke*

Informações de Submissão

*Dr. Carlos Augusto Reinke (Orientador),
endereço: Rua Os Dezoito do Forte, 2366 -
Caxias do Sul - RS - CEP: 95020-472.

Palavras-chave:

Coleção. Calçado. Moda. Criação.
Desenvolvimento.

Resumo

Este artigo tem como objetivo geral relatar os processos envolvidos no desenvolvimento de uma coleção de calçados femininos como atividade da disciplina de Atelier II: Calçados e Acessórios. Estabelecendo assim objetivos específicos, tais como, definir os conceitos de coleção dentro da perspectiva dos produtos de moda; estabelecer as relações possíveis entre as etapas da construção de uma coleção de calçados; e mostrar o resultado obtido a partir da aplicação prática da teoria apresentada na disciplina por meio de uma coleção de calçados. A partir das reflexões, do conceito de coleção e estabelecendo uma relação com as ferramentas aplicadas no desenvolvimento, será apresentada a coleção Gaia e o seu processo criativo, de desenvolvimento e de comunicação que fizeram parte da sua elaboração. Resultando então em uma coleção de nove calçados e um calçado conceitual que foi desenvolvido e apresentado ao final do estudo.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo consiste na apresentação do projeto de coleção de calçados desenvolvida na disciplina de Atelier II: Calçados e Acessórios, que compõem o currículo do curso de Tecnólogo em Design de Moda da Faculdade da Serra Gaúcha. O projeto consistiu no desenvolvimento de uma coleção composta por 9 calçados comerciais e um calçado conceitual, permeando todas as etapas de criação de uma coleção, pesquisa, desenvolvimento e apresentação.

Neste sentido, este artigo tem como objetivo geral relatar as etapas de criação da coleção que foi desenvolvida e intitulada de Gaia; estabelecendo assim objetivos mais específicos, tais como, definir os conceitos de coleção dentro da perspectiva dos produtos de moda; estabelecer as relações possíveis entre as etapas da construção de uma coleção

de calçados; e mostrar o resultado obtido a partir da aplicação prática da teoria apresentada na disciplina por meio de uma coleção de calçados.

A justificativa deste estudo está relacionada com a perspectiva de evidenciar como o calçado, que se estabelece como um acessório, também possui uma relação singular com a moda e se articula como um produto passível de ser desenvolvido a partir de metodologias projetuais de artigos de moda. Tendo como aporte teórico os conceitos de autores como Renfrew (2010), no que se refere a coleção de artigos de moda; Choklat (2012), buscando fundamentar o calçado como um elemento de moda; Treptow (2013) no que se refere aos conceitos norteadores da moda em nossa sociedade.

A metodologia para a construção deste estudo parte de uma pesquisa bibliográfica, que visa estruturar uma fundamentação teórica em relação aos conceitos norteadores do projeto de coleção desenvolvido. É um estudo de caso, a partir da apresentação da coleção desenvolvida para a disciplina, evidenciando as articulações entre as ferramentas empregadas no processo de pesquisa, criação e desenvolvimento. Apresentando então como resultado do estudo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Diante dos objetivos deste artigo, o aporte teórico parte de uma conceituação do que seria uma coleção de artigos de moda. Segundo Doris Treptow (2013), a proposta de coleções surge a partir do momento em que criadores de moda, como eram chamados os estilistas da época, passam a desenvolver artigos de moda para serem comercializados. A autora menciona que já no começo do século XX, já existiam profissionais que estruturavam seus artigos de moda no formato de uma coleção. A estilista Elsa Schiaparelli e Paul Poiret, são alguns dos precursores das coleções de moda (TREPTOW, 2013).

No que se refere ao conceito de coleção, Rech (2002, p.68) define que se trata de um “conjunto de produtos, com harmonia do ponto de vista estético ou comercial, cuja fabricação e entrega são previstas para determinada época do ano”. Outro autor que segue esta mesma linha de conceito é Gomes (1992), que menciona que coleção consiste na “reunião ou conjunto de peças de roupas/acessórios que possuam alguma relação entre si.” (GOMES, 1992, p.43), evidenciando assim de que o desenvolvimento de calçados poderá ser estabelecido a partir de uma coleção.

Autores como Elinor Renfrew e Colin Renfrew (2010), abordam o desenvolvimento de coleção na atualidade como um resultado de variadas fontes e influências que partem do contexto sociocultural em que o designer se encontra inserido. Estabelecendo assim uma relação de refração dos aspectos latentes em determinado período. Renfrew (2010) apresenta diferentes influências que podem vir a servir de fonte para os designers em suas criações, como por exemplo, o futurismo, as referências globais, moda esportiva, entre outras. No entanto, dentro deste estudo, uma em especial ganha destaque, as influências políticas e sociais, pois estão diretamente relacionadas com o tema da coleção – Gaia – que será abordado na sequência.

Uma coleção elaborada a partir destes referenciais estabelece uma aproximação com aspectos da sociedade, por meio de mensagens que estão simbolicamente atreladas ao produto. Podendo se relacionar, tanto aos seus aspectos estéticos, físicos ou simbólicos, visando estabelecer uma relação com o consumidor seja por meio de um processo de subversão ou de declaração, porém ambas visam estabelecer uma reação (RENFREW, 2010).

É neste sentido, que na coleção Gaia, buscou-se estabelecer uma relação simbólica com as questões do empoderamento feminino, um aspecto latente na sociedade no contexto do grupo de trabalho. O que se confirma pelo trecho do texto poético que busca apresentar a coleção e que menciona que o principal objetivo da coleção, é mostrar o feminino na natureza através das formas. Tendo o intuito de se manifestar pelas mulheres, e dar-lhes mais voz, pois o natural não significa apenas fragilidade, significa força, determinação, consciência, liberdade. Um projeto pensado por mulheres, para o mundo.

Tendo então tais fontes de referência para a coleção, foi que todas as etapas criativas, pesquisa e desenvolvimento, estiveram norteadas por este contexto do empoderamento feminino. Buscando assim estabelecer relações simbólicas com o tema norteador e que se fez presente por diversos elementos da coleção e que são apresentados na sequência.

3 METODOLOGIA

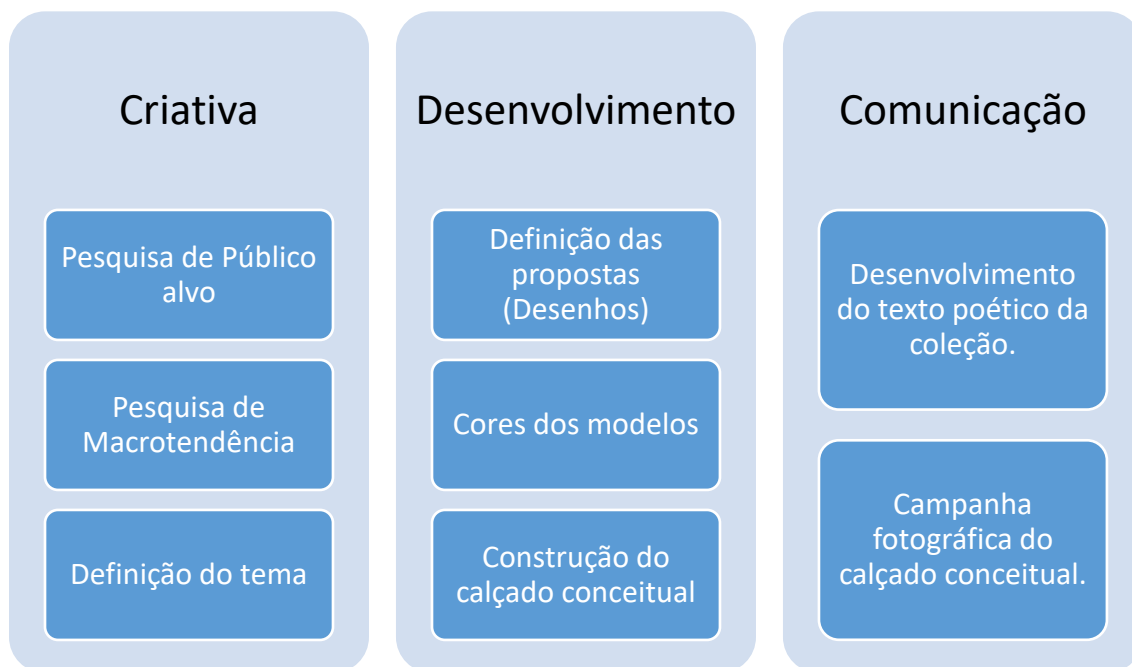
Neste item, será apresentado todas as etapas que compunham os estudos e o desenvolvimento da coleção Gaia, buscando evidenciar como o tema da coleção passou a permear de forma simbólica uma série de produtos de artigos de moda, como é o caso

do calçado.

Como informado inicialmente, a coleção fazia parte de uma atividade da disciplina de Atelier II: Calçados e Acessórios, que compõem o currículo do curso de Design de Moda da Faculdade da Serra Gaúcha. A atividade consistia na construção de uma coleção de calçados, composta por 10 calçados, sendo nove comerciais e um calçado conceitual baseado no tema selecionado pelo grupo.

A coleção foi desenvolvida a partir de etapas projetuais que podem ser agrupadas em três grandes etapas e que são apresentadas na figura 1.

Figura 1 - Etapas do desenvolvimento da coleção.



Fonte: Elaboração das autoras.

É neste sentido, que a apresentação da metodologia deste artigo estará organizada da mesma forma, para que o leitor possa compreender tal organização projetual.

3.1 Etapas Criativas.

A caracterização da pesquisa de público alvo partiu da construção de um mapa de empatia, que de acordo com Mônica Custódio (2019), consiste em uma ferramenta para um aprofundamento do comportamento do cliente alvo dos produtos. O seu resultado poderá ser expresso através de um painel composto por imagens e textos. Na figura 2, é

possível visualizar o painel desenvolvido para a coleção Gaia.

Figura 2 - Mapa de Empatia desenvolvido para a coleção Gaia.

<p>MARINA CARVALHO 28 anos. Empreendedora. São Paulo.</p> <p>Marina cresceu em uma comunidade de São Paulo, nunca se conformou com a desigualdade social e sempre acreditou no seu potencial. Dedicou-se muito em seus estudos, formou-se em Ciências Sociais e encontrou no mundo da moda a oportunidade perfeita para empoderar outras mulheres.</p>		<p>O que faz?</p> <p>Empreendedora no ramo do vestuário, embaixadora de uma ONG que defende os direitos das mulheres e participativa em eventos beneficentes</p>	<p>O que fala?</p> <p>Preza pelo empoderamento das mulheres, luta contra desigualdade e injustiça, política e defende o slow fashion,</p>
		<p>Objetivos</p> <p>Deixar a sua marca no mundo, fazer a diferença na vida de outras pessoas, aprimorar o seu autodesenvolvimento pessoal e profissional</p>	<p>Necessidades</p> <p>Prezar pelo autocuidado e incentivar outras mulheres a fazer o mesmo</p>

Fonte: Elaboração das autoras.

A partir do público alvo estabelecido e personificado através do mapa de empatia, buscou-se então avaliar uma tendência comportamental que estivesse relacionada a esta consumidora. Neste sentido, observou-se uma tendência latente que era o empoderamento feminino.

Tais evidências nos demonstram que a mulher passa ressignificar o seu papel na sociedade e este processo se caracteriza como uma tendência comportamental, uma vez que segundo a nova coleção dos modelos retrô do PUMA Cali nascidos nos anos 80, que incentivam a união feminina e mostra que diferença não é rivalidade, neste momento em que as redes sociais são tão presentes na vida de milhares de garotas, a PUMA quer incentivar o olhar de inspiração no look e, principalmente, na atitude de suas embaixadoras (Maisa, Karen Jonz e Isa Pacheco, além da jogadora do Palmeiras, Juliana Passari) que possuem similaridades e diferenças com todas as mulheres e para mostrar que não tem idade ou estilo que resista ao PUMA Cali.

Nos inspiramos também, no clipe de God Is a Woman da Ariana Grande, que reforça o poder que a mulher tem e a importância do papel que desempenha na sociedade. A primeira cena mostra Ariana fazendo movimentos com a cintura no centro do Cosmos,

enfatizando que todas as mulheres conseguem dominar aquilo que as rodeia, assim como elas possuem força e vigor para tudo, aparecendo várias vezes no clipe. E a cena que ela está nadando em uma mistura de tons de tinta que faz uma homenagem à anatomia feminina, a criadora da vida, foi o que mais inspirou. O clipe traz vários assuntos abordando o feminino, sempre com a narrativa e hipóteses de que Deus é uma mulher.

No desenvolvimento da coleção, o resultado desta pesquisa foi expresso por meio de um moodboard, que consiste em um quadro de imagens representativas sobre o tema e que serve de inspiração visual para a contextualização da tendência e que pode ser visto na figura 3.

Figura 3 - Moodboard da macrotendência de empoderamento feminino.



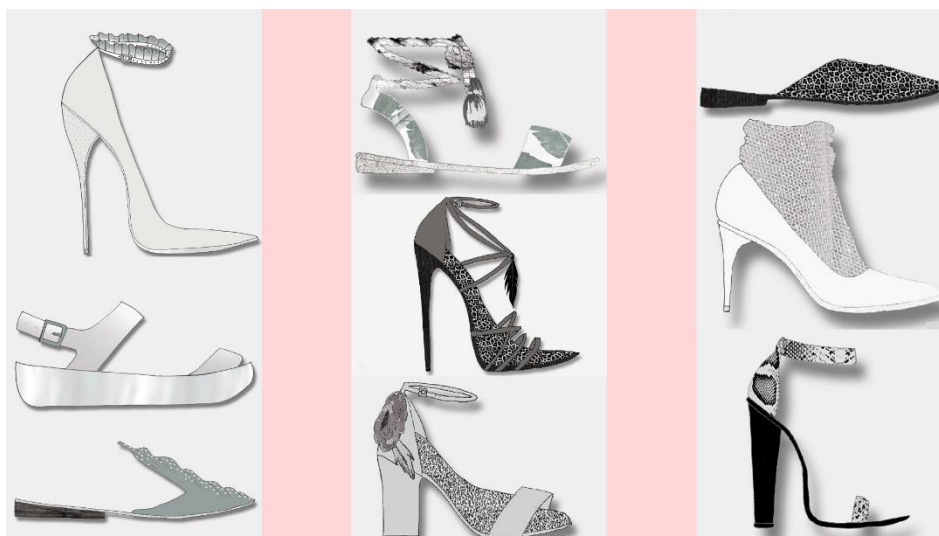
Fonte: Elaboração das autoras.

A partir deste moodboard, é que a coleção Gaia passa a ser estruturada e assim buscando estabelecer as relações simbólicas entre produto, tendência e consumidor.

3.2 Etapas de Desenvolvimento.

Esta etapa do projeto englobou as etapas práticas do desenvolvimento, compostas inicialmente pelo desenvolvimento das propostas dos calçados, sendo desenvolvidos nove modelos de calçados comerciais e um calçado conceitual. Tais modelos estão dispostos no quadro de coleção que é apresentado na figura 4.

Figura 4 - Quadro de coleção dos calçados comerciais.



Fonte: Elaboração das autoras.

Ao ser estabelecido os modelos, buscou-se definir as cores que seriam trabalhadas na coleção de forma a estarem em sintonia com o tema da coleção, seu público alvo e os aspectos simbólicos que os produtos deveriam ter no que diz respeito a coleção como um todo. Neste sentido, foi desenvolvido um painel que agrupou a paleta de cores trabalhada, tendo como referência a cartela Pantone® e que é apresentado na figura 5.

Figura 5 - Tabela de cores baseada na referência Pantone.



Fonte: Elaboração das autoras.

A partir disto, foi desenvolvido o calçado conceito, que se diferenciou das demais

propostas pois este foi materializado. A partir da incorporação de materiais não convencionais, deu-se início no desenvolvimento do calçado. Os materiais utilizados na montagem do calçado conceito foram: flores de tecido decoradas, CDs, penas, babado feito de tule branco e rosa com papel holográfico, tecidos com as estampas *piton* e onça, cristais, folhas de metal, tronco de árvore, pétalas de flores, folhas naturais e o *scarpin*. Na figura 6, é possível ver uma imagem do calçado que serviu de base para a construção do modelo conceitual.

Figura 6 - Materiais aplicados no calçado conceito.



Fonte: Elaboração das autoras.

Dando continuidade no desenvolvimento, o modelo foi totalmente pintado com tinta spray em tom *off white*. Por meio de costura, foi aplicado um babado juntando aos tules com o papel holográfico, e aplicada a palmilha de tecido com print *piton*. Após, cortado os pedaços de CDs para que montássemos na sola. O processo pode ser visualizado na figura 7.

Figura 7 - Processo de construção do calçado conceito.



Fonte: Elaboração das autoras.

Após, foram realizados os acabamentos necessários no calçado com a aplicação de tecido de estampa de onça no contraforte, mantendo uma borda para fora do calçado, aplicou-se cola glitter na borda. Aplicou-se o bordado na frente pelo lado de dentro e fixou-se as pontas para manter a harmonia. Colocou-se os cristais no cabedal e as flores na palmilha. Este processo pode ser visualizado na figura 8.

Figura 8 - Acabamentos do calçado conceito.



Fonte: Elaboração das autoras.

O desenvolvimento de produtos pelo designer é um processo que exige articulação de soluções de problemas que possam vir a surgir ao longo do processo de desenvolvimento. É neste sentido, que um destes ocorreu no momento da elaboração do salto do calçado, cuja ideia era que este apresentasse um formato de tronco de madeira. Os testes iniciais feriam uso do material in natura, no entanto, apresentou certa dificuldade de fixação do mesmo por questões estéticas.

Na busca por uma alternativa, foram aplicadas as folhas em metal, as penas e a flor de tecido em rose na região acima do salto. No salto, que era visto como o diferencial do modelo, para solucionar o problema foi realizado um intercâmbio de conhecimento com o Instituto Federal de Farroupilha, onde os acadêmicos desta instituição elaboraram o tronco por meio do processo de impressão 3D na cor branca, de modo que o acabamento e pintura pudesse ser desenvolvido de acordo com a proposta do calçado. Na figura 9, é possível visualizar a impressão 3D sem acabamento (esq.) e com o acabamento (dir.).

Figura 9 - Impressão 3D do salto do calçado.



Fonte: Elaboração das autoras.

O salto foi ajustado ao modelo, para que o acabamento ficasse coerente. E para dar mais vida ao salto, também foram aplicadas pequenas folhas verdes a seus nós. O resultado pode ser visto na figura 10.

Figura 10 - Imagem do calçado ao final do processo de desenvolvimento.



Fonte: Elaboração das autoras.

Ao final do processo de desenvolvimento, buscando vivenciar todas as etapas do desenvolvimento de um projeto de coleção de acessórios de moda, a atividade exigia a elaboração do material de comunicação do projeto. Sendo necessário o desenvolvimento de um texto poético, que transmite os principais aspectos da coleção; e uma foto em

estúdio para divulgação do calçado.

Neste sentido, o texto poético foi desenvolvido de forma que o leitor compreendesse o contexto norteador da coleção. O texto desenvolvido é apresentado na sequência:

“O conceito da nossa coleção paira sobre Gaia que é a personificação perfeita para o que pretendemos transmitir. É a representação mais poderosa, empoderada e imponente da mulher, sem deixar de lado a feminilidade e delicadeza. E isso tudo, diretamente relacionada a natureza, de forma que interligada com a sustentabilidade proposta.

Segundo a mitologia, Gaia é a personificação do planeta Terra, representada como uma mulher gigantesca e poderosa, afirmando que o feminino é presente e de extrema importância para a vida. Sempre foi vista como uma figura materna e preocupada, criadora de tudo que temos na terra. O nome Gaia escolhido devido a ligação que a mulher tem com a terra e com a coleção inspirada na natureza, exaltando seus pontos fortes e empoderando o público alvo.

O principal objetivo da coleção, é mostrar o feminino na natureza através das formas. Tendo o intuito de se manifestar pelas mulheres, e dar-lhes mais voz, pois o natural não significa apenas fragilidade, significa força, determinação, consciência, liberdade. Um projeto pensado por mulheres, para o mundo.”

A partir do texto poético, também foi desenvolvido um editorial fotográfico buscando elaborar uma imagem que se tornasse referência da coleção. A produção foi realizada no estúdio fotográfico da FSG. As imagens produzidas serão apresentadas no próximo capítulo, como parte das discussões dos resultados da coleção.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Tendo em vista que o resultado do projeto consistia na elaboração de uma coleção de calçados, tendo um modelo conceitual que materializasse todas os aspectos relacionados as questões estéticas e simbólicas em relação ao produto. Este item se torna então relevante para a apresentação da coleção e da proposta conceitual do calçado. Dentre as imagens geradas, foi escolhida a que melhor representa a proposta da coleção e é apresentada na figura 11.

Figura 11 - Foto conceitual desenvolvida para a coleção.



Foto: Elaboração das autoras.

A partir dos resultados obtidos a partir das etapas criativas, de desenvolvimento e de comunicação, o projeto foi apresentado ao final do semestre como resultado do estudo. As considerações referentes ao projeto serão pontuadas no item final deste texto.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos estudos teóricos e práticos que fizeram parte do desenvolvimento deste projeto, que consistiu em uma coleção de calçados femininos, foi possível reconhecer determinados aspectos relevantes a serem abordados nesta etapa.

O primeiro está relacionado a compreensão do desenvolvimento de um projeto de coleção, que se caracteriza como um processo sistêmico, no qual o designer precisa não apenas do conhecimento específico sobre o produto mas também diferentes referências que irão servir de base para a elaboração das propostas e contribuir para uma maior assertividade da coleção proposta.

Outro aspecto relevante, é a possibilidade de reconhecer que o desenvolvimento de artigos de moda poderá ser visto como um processo que se estabelece como adaptável de acordo com a necessidade do designer e da empresa. Não existe uma metodologia universalizante que possa ser estabelecida como aplicável em qualquer projeto. Cada projeto irá exigir metodologias e processos diferenciados. Tal afirmação pode ser reconhecida uma vez que, ao conhecer os projetos dos colegas que faziam parte da turma, identificou certas semelhanças e determinadas diferenças dentro do projeto.

Estabelecendo assim a possibilidade de reconhecer que os artigos de moda, sejam eles, vestuário, calçados, bolsas ou qualquer outro acessório, poderá sim ser desenvolvido mediante a percepção do designer em relação as ferramentas que deverão ser empregadas no processo de criação e desenvolvimento de suas coleções.

6 REFERÊNCIAS

CHOKLAT, Aki. **Design de sapatos**. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2012. 192 p.

GOMES, Luiz Antonio Vidal de Negreiros. **Criatividade: projeto, desenho, produto**. [3. ed.]. Santa Maria, RS: SCHDs, 2004. x, [2], 122 p.

PEREIRA, Catarina Gonçalves. "**God is a Woman**". As mensagens que esconde a nova canção de Ariana Grande. Observador: < <https://observador.pt/2018/07/17/god-is-a-woman-as-mensagens-que-esconde-a-nova-cancao-de-ariana-grande/>>. Acesso em: 26/08/2020

PUMA: apresenta novos #PUMACALI em campanha com embaixadoras. ABC da Comunicação. < <https://www.abcdacomunicacao.com.br/puma-apresenta-novos-pumacali-em-campanha-com-embaixadoras/>>. Acesso em: 26/08/2020

RECH, Sandra Regina. **Moda: por um fio de qualidade**. Florianópolis, SC: UDESC, 2002. 131 p.

RENFREW, Elinor; RENFREW, Colin. **Desenvolvendo uma coleção**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2010. 167, [9] p.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda: planejamento de coleção**. [4. ed.]. Brusque: Ed. do Autor, 2009. 209 p.