
Desenvolvimento de uma coleção para a marca Guava

Mariana Chalabardo, Ana Margarida Fernandes

Instituto Politécnico de Castelo Branco, Escola Superior de Artes Aplicadas

RESUMO

O Design de Calçado tem vindo a inovar em Portugal e a sua evolução tem sido exponencial. As marcas portuguesas de calçado têm investido sobre diferentes conceitos nesta área. Destaca-se a marca Guava como sendo uma marca que estuda as formas geométricas no Calçado e reflete esta evolução, tendo sempre em conta, a anatomia do pé para um bom conforto e qualidade do produto, sem esquecer o seu lado ecológico, inerente à marca.

Tomando como premissa a questão, Como se desenvolve uma coleção para uma marca de Calçado existente em contexto real de trabalho? O método adaptado consiste numa metodologia mista obtida através de investigação/ação. Esta metodologia dinâmica funciona como um ciclo de planeamento, onde a ação remete para a comprovação de fatos através do desenvolvimento de uma coleção de Calçado, onde a análise e a reconceptualização do problema é implementado e avaliado através da marca Guava.

Palavras-chave: Design; Calçado; Guava

INTRODUÇÃO

A coleção apresentada surgiu a partir de um estágio realizado pela autora na marca Guava. A importância da realização do estágio proposto provém do interesse já existente pela área de Design de Calçado e acessórios, bem como pela necessidade de explorar e perceber, em maior detalhe, os vários processos necessários à evolução, divulgação e logística que acompanham uma coleção de Calçado.

Guava é a marca que veio a suscitar especial interesse, devido ao seu espírito jovem, empreendedor, conceptual e ao Design dos seus produtos.

Após término do período de estágio regulamentar foi sugerido à discente que criasse uma minicollection, afim de complementar os conhecimentos adquiridos durante este. Coleção esta onde se pudesse aplicar os conhecimentos acerca do processo criativo que, envolve a criação e concepção nesta área.

Caracterização da empresa

A Designer

A Guava foi criada por uma jovem designer que logo mostrou grande interesse pelo mundo dos acessórios, acabando por se mudar para Londres, de modo a ganhar especialização nesta área. Inês Caleiro partiu para Londres logo após ter terminado o seu 1º curso (em Design gráfico), para aí permanecer 4 anos onde tirou Moda e Produto

na London College of Fashion. Foi convidada para estagiar na prestigiada Jimmy Choo, assim que ganhou o prémio do 'Best Student Award' na London College of Fashion.

A designer Inês Caleiro está a frente de todos os projectos, sendo ela a directora criativa da marca e sócia gerente. Inês define-se como: *“Uma designer apaixonada pela exploração de novas formas e estruturas geométricas e contemporâneas que lhe permitem expressar as emoções da adrenalina metropolitana.”* (Inês Caleiro)⁵

Conceito Guava

A Guava aposta na busca pelas formas arquitectónicas e as suas assimetrias, bem como em cores vibrantes que dão lugar a um Design diferente e ousado, que se mistura com um lado urbano. *“GUAVA shoes, geometric seduction”* (Slogan da marca).

É uma marca que se preocupa com pormenores importantes, onde o Design está sempre presente. Tem cuidado com uso de novas tecnologias e materiais sustentáveis, tendo sempre em mente o seu lado ecológico. As peles utilizadas pela marca são peles vegetais e sem químicos nocivos ao ambiente.

Procura potenciar e distinguir-se pela qualidade, recorrendo a artesãos experientes que tratam os seus elementos da melhor forma.

Principais clientes

Inicialmente a Guava produzia em exclusivo para o mercado Feminino e a partir da colecção Outono/ Inverno 2012/13 lançou a sua colecção para Homem.

Os produtos Guava são diferentes e com Design exclusivo que cativa o olhar: o consumidor destes produtos é irreverente, moderno e apaixonado pela moda.

O público-alvo da marca escolhe conforto e exclusividade, pelo que se insere numa classe média-alta, irreverente e que segue as novas tendências. Este público encontra-se essencialmente em grandes cidades e frequenta eventos, festas e espaços onde está presente a moda, a arte e o Design.

Não devemos esquecer também, a qualidade e conforto dos seus sapatos, uma vez que são pontos muito importantes para os consumidores Guava. Este tipo de consumidores, revelam-se apaixonados pelo calçado e dão essencialmente importância essencialmente ao que é Português. Dão valor ao que a marca simboliza e estão inseridas num meio ligado às artes, ao Design, moda, jornalismo e gestão.

As suas idades estão compreendidas entre os 25 e os 50 anos, são adultos com estabilidade financeira que estão inseridos num meio ligado à arte e ao Design, negócios e comunicação social.

O Design de Calçado

Calçado

Tendo em conta toda a evolução que o Calçado foi tendo ao longo dos tempos e o peso que este transportava para variadas sociedades, pode notar-se que a sua evolução é constante.

Apesar de todo o aspeto exterior do Calçado, é importante não esquecer que deve ser anatomicamente capaz. Deve ser tido em conta, portanto, a anatomia do pé, pois este é a

⁵ GUAVA [Em linha] Lisboa, 2011 [Consult. 21 Ago. 2013] Disponível em WWW: <URL: <http://cargocollective.com/guava>>

extremidade do corpo que suporta o nosso peso e produz vários movimentos que possibilitam a deslocação do corpo. Para que estes consigam fazer o seu trabalho sem agravantes, é necessário que o Calçado utilizado esteja de acordo com os seus movimentos e forma.

Como se desenvolve uma coleção de Calçado

Para o desenvolvimento de uma colecção de Calçado, é importante respeitar várias etapas. Etapas estas que não se tornam muito diferentes daquilo que é o processo criativo de uma colecção de vestuário.

- Pesquisa de tendências para a época do ano a que a colecção é destinada. As colecções de Calçado são planificadas com um ano de antecedência do lançamento previsto. É importante que exista um estudo para que as colecções se adaptem às necessidades dos seus consumidores.

- Deve ser feito um “*mood board*” que contenha imagens de inspiração e a paleta de cores provisória já definida. Este “*mood board*” irá direccionar o designer para o desenvolvimento de uma colecção coerente e bem delineada;

- Os modelos vão sendo desenvolvidos e estudados até se chegar a um conjunto de modelos que correspondam às exigências daquilo que é o conceito da marca e o tema definido para a colecção. A colecção deve ser coerente;

- É necessário fazerem-se os desenhos técnicos;

- Depois de os desenhos técnicos realizados e os materiais escolhidos, são feitas as fichas técnicas para envio à produção.

MYTHOLOGY GEOMETRICS

Nota Introdutória

Após término do período de estágio regulamentar, foi sugerido, pela orientadora Ana Margarida Fernandes e Inês Caleiro, que fosse criada uma minicolecção, afim de complementar os conhecimentos adquiridos e onde a autora pudesse aplicar o que aprendera acerca do processo criativo que envolve a criação e concepção na área do Design de Calçado.

O Tema

Após pesquisa das tendências, com forte referência a mitologias e formas geométricas, relativamente ao período de Outono/ Inverno 2014/15 (período ao qual a colecção se destina), a discente chegou ao tema: *Mythology Geometrics*.

Este tema referente à ideia mitológica da existência de um terceiro olho, que se localiza no meio da testa e que simboliza o olho que tudo vê, olho de Deus ou o olho da providência, em junção com a geometria criada a partir do triângulo que este olho faz com os dois olhos normais.

Os triângulos podem ter vários significados dependendo de como estes estão representados.

Por exemplo, o triângulo virado para baixo simboliza a água e a mulher enquanto o triângulo virado para cima simboliza o fogo e o homem.

Estudos

Inicialmente, foram feitos alguns estudos de formas e como estas poderiam ser aplicadas em calçado.

Nos modelos femininos a discente procurou que os triângulos utilizados estivessem virados para baixo, pois os triângulos assim representados simbolizam a mulher. No caso dos modelos masculinos os triângulos estão virados para cima, pois este é considerado o símbolo ligado ao homem.

Definição dos modelos

Com a orientação de Inês Caleiro, foi decidido que a coleção teria mais coerência com a Guava, se fossem feitos 7 modelos femininos e 3 masculinos. Também foi decidido que, por motivos de logística e tempo, o ideal seria a coleção ter saltos já utilizados pela marca.

Ao avançar com os esboços, a discente acabou por acrescentar mais um modelo raso aos modelos femininos, por achar que ficaria mais completa a coleção.

Os modelos passariam, portanto, a ser distribuídos da seguinte forma: Senhora - 3 botins, 3 *pump's* e 2 rasos; Homem - 1 casual, 1 bota e 1 clássico.

Depois de escolhidos os modelos mais adequados, foram desenhados juntos numa só página, para se tentar perceber quais os que funcionavam melhor juntos.

Os materiais

Para que fosse possível ter acesso aos preços dos materiais, optou-se por explorar os materiais já utilizados pela marca, com autorização de Inês Caleiro.

Foi então feita uma selecção relativamente às peles utilizadas nas duas últimas colecções desenvolvidas pela marca.

Estudos de padrões

Foi feito um padrão para ser gravado a laser em pele. Achou-se que este padrão viria a ser uma mais-valia importante na coleção, tanto pelo seu valor estético, como por ser uma forma de enfatizar ainda mais a geometria dos triângulos referentes ao tema da coleção.

Para o padrão, pensou-se na opção de se fazer serigrafia em vez de laser, mas a conclusão a que se chegou foi que o laser em calçado funciona muito melhor, em termos de trabalho, de qualidade final e resistência. Nas zonas de aplicação do padrão, o material não podia ser verniz, porque o laser não funciona nesse tipo de pele, iria queimá-lo.

Ilustrações – Overview

Nas ilustrações, aplicou-se o padrão, de forma a mostrar o efeito que este iria ter no modelo.

Optou-se por se fazer o desenho à mão e depois digitalizar-se para as ilustrações e aplicação do padrão. Na escolha das cores, foi importante ter-se em atenção as peles disponíveis e a coerência que estas podiam ter em conjunto umas com as outras.

É necessário que exista uma página com as ilustrações de todos os modelos juntos, de forma a que se consiga ter perceção relativamente à coerência da coleção.

Fichas técnicas

Uns desenhos técnicos fiéis ao que se pretende são essenciais para uma fácil compreensão, relativamente ao modelo, por parte da fábrica. Para tal, a discente achou que duas vistas do sapato seriam suficientes para que se conseguisse perceber a forma dos modelos, bem como este deveria vir a ser calçado, como a aplicação de fechos e elásticos.

Nas fichas técnicas, são apresentadas as duas vistas dos modelos e é explicado quais os materiais e respectivas cores que os modelos deverão conter, bem como os locais onde têm costuras.

De cada modelo, existem duas variantes de cor, pelo que, na referência do modelo, é explicado se se trata da variante 1 ou 2.

O único cuidado necessário ter em contar para produção, por parte do designer, é apresentar o desenho técnico e uma explicação relativamente aos materiais. Depois de feitos os protótipos, deve fazer-se uma prova relativamente ao “*feeting*” do modelo e, se for necessário, retificar alguns aspetos como cores ou alguns cortes que possam não funcionar.

É também necessário fazer uma ficha técnica relativamente ao padrão a ser estampado que inclua, não só o módulo padrão, mas também um exemplo de como este deve ser repetido.

A discente realizou ainda, uma ficha técnica relativamente aos materiais e seus preços com base no e-mail enviado pela fábrica a Inês Caleiro (anexo C).

APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Análise da coleção por parte da designer na marca – Inês Caleiro

Para avaliar a coleção desenvolvida por parte da discente, foi efectuado um pequeno questionário a Inês Caleiro. Neste questionário foi feita uma introdução acerca da coleção e apresentados os modelos da mesma.

O questionário ajudará a perceber se a coleção desenvolvida se enquadra com o conceito e estilo da marca. E quais os modelos que a Guava, se proporia a produzir.

Para efeitos de validação da coleção proposta para a marca Guava a Designer da marca apreciou as seguintes questões, apresentadas com respectivas respostas.

Acha que a coleção foi ao encontro dos objectivos da Guava?

R: Sem duvida, A geometria, as cores e a versatilidade dos modelos definem o conceito da marca no seu todo.

A inspiração usada na coleção vai ao encontro da marca Guava?

R: A Inspiração enquadra-se no conceito da marca, devido a’ busca de ideias abstractas que de alguma forma remetem para formas geométricas.

A escolha dos materiais e cores identifica-se com a marca?

R: Sem duvida, a paleta de cores vai de encontro ‘a identidade da marca.

A coleção demonstra o conforto característico da Guava?

R: A coleção apresenta formas e modelos que equilibram o design com a funcionalidade, com o conforto sempre presente.


Quanto à produção as questões técnicas apresentadas são aplicáveis?

R: Todos os desenvolvimentos apresentam possibilidade de construção a nível técnico.

A marca Guava pretende usar alguns modelos para venda? E quais?

R: Sim, são modelos bastante interessantes com características comercial que se enquadram com a marca e a sua possibilidade de venda. Na linha de Senhora o Fire e o Fate. E na de Homem o Angle e o Destiny.

Assinatura da Designer



Data: 16/10/2013

Assinatura da aluna.

Tendo em conta os resultados apresentados com base na apreciação da coleção por parte da Designer da marca, podemos concluir, portanto, que a coleção foi executada com êxito e é coerente com a marca Guava.

A discente pode assim, provar que absorveu correctamente os conhecimentos obtidos ao longo do seu estágio na marca e que compreende qual o conceito que envolve o processo criativo da marca.

BIBLIOGRAFIA

Canal, Maria Fernanda [et al] – Desenho para Designers de Moda. 1ª ed. Barcelona: Parramón Ediciones; Lisboa: Editorial Estampa, 2007. ISBN 978-972-33-2388-7
MC DOWELL, Colin – SHOES- Fashion and Fantasy. 1ª ed. Londres: Layout, 1994. ISBN 0-500-27755-9

O'Keeffe, Linda – Sapatos: uma festa de sapatos de salto, sandálias, botas... 1ª ed. Portugal: Tandem Verlag GmbH - ullmann, 2008. ISBN: 978-3-8331-2403-7. p. 22-429.

Ribeiro, Jorge da Silva – História do calçado. 1ª ed. [s.l.]: Laborpress, 2010. ISBN 978-972-98099-2-7

Locais na Internet

GUAVA [Em linha] Lisboa, 2011 [Consult. 21 Ago. 2013] Disponível em WWW: <URL: <http://cargocollective.com/guava>>

Sapatosonline – Anatomia do Sapato [Em linha] [Consult. 11 Set. 2012] Disponível em WWW: <URL: <http://www.sapatosonline.com.br>>

Associação Portuguesa de Designers – O que é o Design? [Em linha] [Consult. 17 Set. 2013] Disponível em <URL: http://apdesigners.org.pt/?page_id=127>

Symbolictionary.net - A visual glossary [Em linha] 2010 [Consult. 26 Jul. 2013] Disponível em: <URL: <http://symbolictionary.net/?tag=triangle>>

Whats-Your-Sign.com - Triangle Meaning and Sybolism [Em linha][Consult. 26 Jul. 2013]Disponivel em: <URL: <http://www.whats-your-sign.com/triangle-meaning.html>>