



Instituto Politécnico
de Castelo Branco
Escola Superior
de Artes Aplicadas



FACULDADE DE ARQUITECTURA
UNIVERSIDADE TÉCNICA DE LISBOA

Design de Calçado Do processo criativo à produção

Margarida Filipa Gonçalves Araújo Rolo

Discente

Orientadores

Prof. Dra. Ana Margarida Fernandes

Co-orientadores

Prof. Joana Jorge

Trabalho de Projeto apresentado à Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco em associação com a Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design de Vestuário e Têxtil, realizado sob a orientação científica do categoria profissional de Professora Doutora Ana Margarida Fernandes e Especialista Professora Joana Jorge, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Outubro de 2016

Composição do júri

Presidente do júri

Prof. Dr. João Machado

Vogais

Prof. Dra. Ana Margarida Fernandes

Prof. Dra. Ana Cristina da Luz Broega

Agradecimentos

Á minha mãe, pela paciência e incentivo;

Á minha irmã, por ter lido e corrigido este projeto, e por todo o carinho;

Á Lúdia e á Leonor, pela amizade, a motivação e as correções;

Á professora Joana Jorge, por toda a ajuda;

Ao Fernando, pelo apoio e amor;

Ao meu pai, pelo teu espírito lutador e por querer sempre que fiques orgulhoso de mim...

Resumo

O seguinte projeto tem como tema principal o Design de calçado, pois foi com base nesse tema que foi feito todo o enquadramento teórico de modo a fundamentar a criação da coleção final de calçado a que este projeto se pretende. Logo, foi realizada uma pesquisa sobre a história do calçado, os seus materiais e componentes, tipos de sapatos e saltos, a indústria do calçado em Portugal e seus principais designers, entre outros.

Este projeto consiste na criação de uma coleção cápsula de calçado feminino, estação Outono/Inverno 2016-17 para a marca Luís Onofre. A coleção, denominada de “Pure Gold” contém cinco modelos diferentes de sapatos, de modo a apelar a um público mais vasto. Todo o processo criativo foi assim demonstrado de modo a expor a evolução desde o primeiro esboço à produção do protótipo.

Palavras-chave: Design; calçado; processo; projeto; coleção

Abstract

The following project has as its main theme Footwear Design, which was the base that all theoretical framework was done in, in order to support the creation of the final footwear collection in which this project is intended. Thus, research was made on the history of footwear, its material and components, types of shoes and heels, the footwear industry in Portugal and its main footwear designers, among other things.

This project consists in the creation of a feminine footwear capsule collection, Autumn / Winter 2016-17 season, for the brand Luis Onofre. The collection, called "Pure Gold" contains five different models of shoes in order to appeal to a wider audience. The whole creative process is demonstrated in order to show the evolution from the first draft to the production of the prototype.

Keywords: Design; footwear; process; project; collection

Índice Geral

Agradecimentos.....	V
Resumo.....	VII
Palavras-chave	VII
Abstract	IX
Keywords	IX
Índice Geral.....	XI
Índice de Figuras	XIV
Índice de Tabelas	XX
Índice de Painéis.....	XXI
Índice de Fichas técnicas.....	XXI
Lista de Acrónimos.....	XXII
1. Introdução	
1.1. Introdução do projeto.....	1
1.1.2. Campo.....	3
1.1.3. Definição e justificação do tema.....	3
1.1.4. Título.....	3
1.2. Hipótese e Metodologias de Investigação.....	4
1.2.1. Hipótese.....	4
1.2.2. Metodologias de Investigação.....	4
1.3. Objetivos gerais e específicos do projeto.....	5
1.4. Benefícios do projeto.....	5
1.5. Organograma da Investigação.....	6
2. Enquadramento Téorico	
2.1. Design e Arte.....	8
2.2. História do calçado.....	11
2.2.1 O Mundo Moderno.....	16
2.3. Ergonomia e antropometria do pé no calçado.....	19
2.4. Componentes de um sapato.....	22
2.5. Tipologias de calçado.....	24
2.6. Tipologias de saltos.....	31
2.7. Tipos de materiais no calçado.....	34

2.8. Como se fabrica o calçado.....	35
2.9. O Designer de calçado.....	37
2.10. Como criar uma coleção de calçado (3 visões).....	38
2.10.1. 1ª visão: Fernández & Roig.....	38
2.10.2. 2ª visão: Geneva Vanderzeil.....	39
2.10.3. 3ª visão: Charmayne Smith.....	40
2.11. Calçado em Portugal: a Indústria.....	42
2.11.1. APICCAPS.....	44
2.11.2. Centro Tecnológico de Calçado.....	46
2.12. Principais Designers de calçado.....	47
2.12.1. Luís Onofre.....	47
2.12.2. Paulo Brandão.....	49
2.12.3. Miguel Vieira.....	50
2.12.4. Egídio Alves.....	51
3. Projeto.....	53
3.1. Análise anterior ao planeamento da coleção.....	53
3.2. Pré-planeamento da coleção.....	56
3.2.1. Marcas concorrentes.....	57
3.2.2. Público-alvo.....	57
3.3. Planeamento da coleção.....	59
3.3.1. Conceito e tema da coleção.....	59
3.4. Coleção final.....	63
3.4.1. Embalagem.....	68
3.4.2. Fichas técnicas.....	70
3.4.3. Protótipo.....	76
4. Aceitação da resposta à questão de partida.....	77
5. Conclusões, contribuições e recomendações futuras	
5.1. Considerações finais.....	78
5.2. Contribuições e recomendações futuras.....	79
6. Glossário.....	80
7. Referências bibliográficas.....	83
7.1. Livros.....	83

7.2. Teses, dissertações e outros projetos acadêmicos.....	83
7.3. E-books e artigos online.....	83
7.4. Referências online.....	84
8. Bibliografia.....	85
8.1. Livros.....	85
8.2. Teses, dissertações e outros projetos acadêmicos.....	85
8.3. E-books e artigos online.....	86
9. Webgrafia.....	87
10. Anexos	
Anexo A - Sketchbook.....	90
Anexo B - Variações de cores na coleção “Pure Gold”.....	105

Índice de Figuras

Figura 1 - “A boa arte inspira | O bom design motiva”; O’Nolan, J. (2009) The Difference between Art and Design. [Imagem]. Retirado de <http://www.webdesignerdepot.com/2009/09/the-difference-between-art-and-design/>.....**8**

Figura 2 - Lautrec, T. (1891) Moulin Rouge: La Goulue. [Litografia]. Retirado de http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/3/37/Henri_de_Toulouse-Lautrec_049.jpg.....**8**

Figura 3 - “A boa arte é interpretada | O bom design é percebido”; O’Nolan, J. (2009) The Difference between Art and Design. [Imagem]. Retirado de <http://www.webdesignerdepot.com/2009/09/the-difference-between-art-and-design/>.....**10**

Figura 4 - “A boa arte manda uma mensagem diferente para toda a gente | O bom design manda a mesma mensagem para toda a gente”; O’Nolan, J. (2009) The Difference between Art and Design. [Imagem]. Retirado de <http://www.webdesignerdepot.com/2009/09/the-difference-between-art-and-design/>.....**10**

Figura 5 - Autor desconhecido (1938). Sandálias de casca de artemísia [Fotografia]. Retirado de <http://pages.uoregon.edu/connolly/FRsandals.htm>.....**11**

Figura 6 - Departamento de Arqueologia da University College Cork (2010) Sandálias de pele de bovino; Irlanda [Fotografia]. Retirado de <http://www.cbc.ca/news/technology/oldest-known-leather-shoe-found-in-armenia-1.874092>.....**11**

Figura 7 - History of Costume and Fashion (2013) Sandálias e sapatos encontrados no Egito Antigo. **1,2,3** Sapatos de pele; **4,5** Parte superior e inferior de um par de sandálias feitas de folhas de papiro e palmeira; **6** Sandália de 30 centímetros de comprimento e de 80 centímetros de largura; **7** Sandália de ponteira alongada e curva; **8** Sandália com laterais, como um sapato [Ilustração]. Retirado de <http://world4.eu/ancient-egypt-shoes/>.....**12**

Figura 8 - The Bata Shoe Museum (2006) Padukas cerimoniais de madeira, prata e ouro; séc.XVIII, Jaipur [Fotografia]. Retirado de http://www.allaboutshoes.ca/en/paduka/the_paduka/index.php.....**13**

Figura 9 - Michael Backman Ltd (2013) Padukas de marfim e ébano; 1850, Hoshiapur [Fotografia]. Retirado de <http://www.michaelbackmanltd.com/1692.html>.....**13**

Figura 10 - The Bata Shoe Museum (2006) Sapatos de salto alto com entrave e fitas desenvolvidos; 1710-1730, Inglaterra [Fotografia]. Retirado de http://www.allaboutshoes.ca/en/heights_of_fashion/sinking_feeling/.....**15**

Figura 11 - The Bata Shoe Museum (2006) Sapatos de seda bordada com salto Luís XV; Itália, 1710-1720 [Fotografia]. Retirado de http://www.allaboutshoes.ca/en/heights_of_fashion/east_meets_west/.....**15**

Figura 12 - The Bata Shoe Museum (2006) *Peep-toe* de corda e salto paltiforma de madeira; 1944-1945, França [Fotografia]. Retirado de http://www.allaboutshoes.ca/en/heights_of_fashion/frugal_excess/.....**17**

- Figura 13** - The Bata Shoe Museum (2006) Stiletto de camurça preta; Ferragamo, S.; 1955, Itália [Fotografia]. Retirado de http://www.allaboutshoes.ca/en/heights_of_fashion/in_vogue/.....17
- Figura 14** - The Bata Shoe Museum (2006) Sapatos pretos de lantejoulas, com salto vírgula; Vivier, R.; 1963-1964, França [Fotografia]. Retirado de http://www.allaboutshoes.ca/en/heights_of_fashion/in_vogue/index_2.php.....17
- Figura 15** - Burch, T. (2014) Pump de pele bordeaux, notoriamente inspirada nos anos 20; coleção Outono|Inverno 2014-15; Nova Iorque, Estados Unidos da América [Fotografia]. Retirado de <https://www.pinterest.com/pin/179229260145113469/>.....18
- Figura 16** - Palhares, P. & Gabrielle, P. (2015) Pé cavo e Pé chato: descubra a diferença entre os tipos de pisada; Rio de Janeiro, Brasil [Ilustração]. Retirado de <http://globoesporte.globo.com/eu-atleta/saude/guia/pe-cavo-e-pe-chato-descubra-diferenca-entre-os-tipos-de-pisada.html>.....20
- Figura 17** - Campos, M. (2011) Anatomia do sapato; Brasil [Ilustração]. Retirado de <http://sabrinasepodearroz.blogspot.pt/2011/07/anatomia-do-sapato.html>.....22
- Figura 18** - Campos, M. (2011) Anatomia do sapato; Brasil [Ilustração]. Retirado de <http://sabrinasepodearroz.blogspot.pt/2011/07/anatomia-do-sapato.html>.....23
- Figura 19** - Nelly (2012) Black is Back...Alpercatas!; Estados Unidos da América [Fotografia]. Retirado de <http://mariamacomk.blogspot.pt/2012/07/black-is-back-alpercatas.html>.....24
- Figura 20** - Maciel, T. (2013) Tipos de sapatos femininos; Babuche; Brasil [Fotografia]. Retirado de <http://www.tambememoda.com/2013/03/tipos-de-sapatos-femininos.html>.....24
- Figura 21** - Birkenstock (2013) Birkenstock Arizona; Alemanha [Fotografia]. Retirado de <http://www.fussspuren.de/produkte/birkenstock-arizona>.....24
- Figura 22** - Onofre, L. (2013) Coleção Outono/Inverno 13|14; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://shoecommittee.com/2013/09/24/luis-onofre-outinv-1314/>.....25
- Figura 23** - Cubanas (2015) Botim Liberdade103; Salto raso [Fotografia]. Retirado de <http://www.lojadabe.com/sapatos-mulher-sapatos/botim-liberdade103-cubanas/>; Mango (2013) Botim de salto alto com plataforma [Fotografia]. Retirado de <http://as-dicasdaba.blogs.sapo.pt/94376.html>.....25
- Figura 24** - Grenson (2013) What's a good alternative to the ubiquitous brogue?, por David Nicholls; Brogues Stanley Clássicas; Inglaterra [Fotografia]. Retirado de <http://www.telegraph.co.uk/men/fashion-and-style/10258940/Whats-a-good-alternative-to-the-ubiquitous-brogue.html>.....25
- Figura 25** - Calçados.com (2011) Sapato modelo Chanel, com as duas cores características da marca [Fotografia]. Retirado de <http://www.calçados.com/chanel/>.....26
- Figura 26** - Adidas (2014) Chinelo Duramo Slide; Itália [Fotografia]. Retirado de

http://www.universosport.it/ciabatta-duramo-slide-18.html#.VTjNiZNVNpU	26
Figura 27 - Dr Martens (2015) Bota Dr Martens 1460 ; Inglaterra [Fotografia]. Retirado de http://www.drmartens.com/uk/Men%252527s-Boots/Dr-Martens-1460-Boot/p/11822006	26
Figura 28 - Sebago (2008) Docksidés M; Estados Unidos da América [Fotografia]. Retirado de http://www.sarenza.co.uk/sebago-docksidés-m-s798376-p0000010120	27
Figura 29 - Ferrette (s/ano) Scarpin Ferrette Vermelho; Brasil [Fotografia]. Retirado de http://www.anita.com.br/produto/Scarpin-Ferrette-VERMELHO-97605?atributo=173:VERMELHO	27
Figura 30 - Joules (2015) Green Fox Welly Print Rain Boots; Estados Unidos da América [Fotografia]. Retirado de http://www.joulesusa.com/Women/Wellies/Welly-Print/Womens-Rain-Boots/Green-Fox?size=Us-8-5&id=O_WELLYPRINT GRN-FOX 6	27
Figura 31 - Havaianas (2008) Havaianas Top Mix Pool Green; Brasil [Fotografia]. Retirado de http://www.rioswimshop.com/havaianas-top-mix-pool-green	28
Figura 32 - Gucci (S/ano) Mocasin con horsebit en bambú; Mocassins com bridão em bambú [Fotografia]. Retirado de http://www.gucci.com/es/styles/138204AHM004706# ; Cordovan (2015) Sperry Top-Sider Winsor Womens Penny Loafer; Inglaterra [Fotografia]. Retirado de http://www.footwearworl.com/sperry-topsider-winsor-womens-penny-loafer-cordovan-p-6586/	28
Figura 33 - Altuzarra (2014) Altuzarra Mule Black; Nova Iorque, Estados Unidos da América [Fotografia]. Retirado de https://www.theline.com/shop/product/mule_black	28
Figura 34 - Ollio (S/ano) Ollio Womens Shoes Ballet Flats Loafers Faux-Suede Wingtip Oxford Lace [Fotografia]. Retirado de http://www.polyvore.com/ollio_womens_shoes_ballet_flats/thing?id=74032407&p=3 ; K., M. (s/ano) Aquatalia by Marvin K. 'Zaria' Cap Toe Oxford [Fotografia]. Retirado de http://www.polyvore.com/womens_aquatalia_marvin_zaria_cap/thing?id=104257117 ; Geiger, K. C. (2015) Wine Flat Lace Up Shoes; Londres, Inglaterra [Fotografia]. Retirado de http://www.kurtgeiger.com/lavender-wine-leather-39-carvela-kurt-geiger-shoe.html?utm_source=LinkShareUK&utm_medium=affiliate&utm_campaign=Hy3bqNL2jtQ&utm_content=10&utm_term=UKNetwork&asrc=3&siteID=Hy3bqNL2jtQ-Ze37b1GvXL7s1lXaq68Wfg	29
Figura 35 - Jimmy Choo (2013) Must Have: Sandália preta e dourada [Fotografia]. Retirado de http://inesjunqueira.com/must-have-sandalia-preta-e-dourada/	29
Figura 36 - Uterqüe (2013) Sabrina Uterqüe [Fotografia]. Retirado de http://www.calçados.com/uterque/	29
Figura 37 - Autor desconhecido (2015) Lindos modelos de tamancos; Brasil [Fotografia]. Retirado de http://www.superideias.net/lindos-modelos-de-tamancos/	30

Figura 38 - Jeremy Scott (s/ano) Adidas Originals Jeremy Scott JS Wings Gold Shoes ; Estados Unidos da América [Fotografia]. Retirado de http://www.shoeseasybay.com/adidas-originals-jeremy-scott-js-wings-gold-shoes-p-53.html	30
Figura 39 - Ugg Australia (s/ano) Ugg k class chestnut Chest; Inglaterra [Fotografia]. Retirado de http://www.ranshop.co.uk/product/id/6523/Ugg-Australia%C2%AE-Ugg-k-class-chestnut	30
Figura 40 - Anónimo (2011) Modelador desenhando na forma; Portugal [Fotografia]. Retirado de https://museudocalcado.wordpress.com/fabrico-e-componentes-para-calcado/como-se-fabrica-o-calcado/	35
Figura 41 - Anónimo (2011) Ferramentas de sapateiro; Portugal [Fotografia]. Retirado de https://museudocalcado.wordpress.com/fabrico-e-componentes-para-calcado/como-se-fabrica-o-calcado/	35
Figura 42 - Anónimo (2011) Colocação do sapato na forma; Portugal [Fotografia]. Retirado de https://museudocalcado.wordpress.com/fabrico-e-componentes-para-calcado/como-se-fabrica-o-calcado/	35
Figura 43 - Anónimo (2011) Endireitar o sapato na forma; Portugal [Fotografia]. Retirado de https://museudocalcado.wordpress.com/fabrico-e-componentes-para-calcado/como-se-fabrica-o-calcado/	35
Figura 44 - Anónimo (2011) Demão de acabamento; Portugal [Fotografia]. Retirado de https://museudocalcado.wordpress.com/fabrico-e-componentes-para-calcado/como-se-fabrica-o-calcado/	36
Figura 45 - Anónimo (2011) Lixar e colar sola; Portugal [Fotografia]. Retirado de https://museudocalcado.wordpress.com/fabrico-e-componentes-para-calcado/como-se-fabrica-o-calcado/	36
Figura 46 - Anónimo (2011) Últimos acabamentos; Portugal [Fotografia]. Retirado de https://museudocalcado.wordpress.com/fabrico-e-componentes-para-calcado/como-se-fabrica-o-calcado/	36
Figura 47 - Anónimo (2011) Sapato finalizado; Portugal [Fotografia]. Retirado de https://museudocalcado.wordpress.com/fabrico-e-componentes-para-calcado/como-se-fabrica-o-calcado/	36
Figura 48 - Onofre, L. (2015) Autumn Winter 2015/FW1; Portugal [Fotografia]. Retirado de http://luisonofre.com/en/products/autumn-winter-2015	48
Figura 49 - Onofre, L. (2015) Autumn Winter 2015/21; Portugal [Fotografia]. Retirado de http://luisonofre.com/en/products/autumn-winter-2015	48
Figura 50 - Onofre, L. (2015) Autumn Winter 2015/3; Portugal [Fotografia]. Retirado de http://luisonofre.com/en/products/autumn-winter-2015	48
Figura 51 - Onofre, L. (2015) Autumn Winter 2015/17; Portugal [Fotografia]. Retirado de http://luisonofre.com/en/products/autumn-winter-2015	48

- Figura 52** - Brandão, P. (2015) Mocassim com espelho leopardo e berloque; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://paulobrandao.pt/website/a-colecao/>.....**49**
- Figura 53** - Brandão, P. (2015) Botim raso cor mel com corrente dourada; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://paulobrandao.pt/website/a-colecao/>.....**49**
- Figura 54** - Brandão, P. (2015) Botim de salto médio grosso com espelho gravado e fivelas laterais; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://paulobrandao.pt/website/a-colecao/>.....**49**
- Figura 55** - Brandão, P. (2015) Botim preto de salto alto compensado com pata; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://paulobrandao.pt/website/a-colecao/>.....**49**
- Figura 56** - Vieira, M. (2015) Woman Shoes; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://www.miguelvieira.pt/woman>.....**50**
- Figura 57** - Vieira, M. (2015) Woman Shoes; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://www.miguelvieira.pt/woman>.....**50**
- Figura 58** - Vieira, M. (2015) Woman Shoes; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://www.miguelvieira.pt/woman>.....**50**
- Figura 59** - Vieira, M. (2015) Woman Shoes; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://www.miguelvieira.pt/woman>.....**50**
- Figura 60** - Alves, E. (2015) Bota alta em pele de vitela, pele verniz e pele de coelho bordeaux, Corrente e aplicações metálicas em ouro. Salto cromado escovado em ouro; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://www.egidioalves.com/pt/home/88-bota-alta-coelho-bordeaux.html>.....**51**
- Figura 61** - Alves, E. (2015) Botim em pele de pónei com padrão, pele de vitela e verniz castanho. Aplicações metálicas de ouro. Salto forrado; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://www.egidioalves.com/pt/sapatos/51-botim-pele-poney.html>.....**51**
- Figura 62** - Alves, E. (2015) Sapato folhos em pele de vitela e verniz bordeaux. Aplicações metálicas em ouro e salto cromado escovado em ouro; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://www.egidioalves.com/pt/sapatos/86-sapato-pele-folhos.html>.....**51**
- Figura 63** - Alves, E. (2015) Bota cavaleira em pele de vitela, pele verniz e pele de coelho camel. Corrente e aplicações metálicas em ouro; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://www.egidioalves.com/pt/home/90-bota-cavaleira-coelho-camel.html>.....**51**
- Figura 64** - Paleta de cores Pantone da coleção, consituída por, respectivamente, dourado Nugget Gold 16-0952 TPX, castanho Bombay Brown 18-1250 TPX e branco Snow White 11-0602 TPX.....**62**
- Figura 65** - Amostra dos materiais a utilizar na coleção, consistindo em, respectivamente, metal dourado, madeira ou imitação de madeira castanho avermelhado, pele sintética dourada e pele sintética branca.....**62**

Figura 66 - Exemplo do logotipo a ser utilizado, na vertente colorida e a preto e branco.....	63
Figura 67 - Padrão criado pela mestranda para estampar no forro de cada modelo da coleção, com o esquema de cores Pantone, respectivamente, Nugget Gold 16-0952 TPX, Golden Straw 12-0921 TCX, Oyster White 13-1007 TPX e Snow White 11-0602 TPX.....	63
Figura 68 - Exemplo das duas palmilhas a serem usadas na coleção, uma com o estampado outra lisa, ambas com o logotipo a baixo relevo.....	68
Figura 69 - Ventura, C. (2013) Luís Onofre - caixas de edição limitada; Portugal [Fotografia] Retirado de http://shoecommittee.com/blog/2013/01/21/luis-onofre-caixas-de-edicao-limitada	69
Figura 70 - Caixa de sapatos aberta e fechada de autoria própria para a coleção Pure Gold, baseada nas caixas de edição limitada de Luís Onofre.....	69
Figura 71 - Protótipo digital do botim de salto raso “ Gold Dust”, de várias perspetivas.....	76

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Problemas que o calçado feminino causa devido ao design, Monteiro & Moraes (2000); segundo Righetto, M. (2013).....**21**

Tabela 2 - Autoria própria (2015) Tipos de saltos e sua descrição; baseado em Feyerabend, F.V. (2009) e Sabino, M. (2007).....**31**

Tabela 3 - Evolução da indústria portuguesa de calçado segundo a APICCAPS (2015).....**45**

Tabela 4 - Cronograma das atividades desenvolvidas pela mestranda durante todo o projeto de mestrado.....**56**

Índice de Painéis

Painel 1 - Exemplo de estudos feitos no sketchbook realizado para o projeto.....	55
Painel 2 - Púlico-alvo da coleção “Pure Gold”.....	58
Painel 3 - Moodboard da coleção “Pure Gold”.....	60
Painel 4 - Exemplos das cores branco e dourado no calçado.....	61
Painel 5 - Exemplos do uso do branco e dourado noutras áreas do design.....	62
Painel 6 -Ficha técnica do estampado.....	65
Painel 7 - Coleção Pure Gold A W 16-17.....	66

Índice de Fichas Técnicas

Modelo “Golden Rule”.....	71
Modelo “Gold Dust”.....	72
Modelo “Gold Strike”.....	73
Modelo “Gold Glitter”.....	74
Modelo “Gold Dust”.....	75

Lista de Acrónimos

AICEP - Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal

APICCAPS - Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado, Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos

A|W - Autum | Winter; tradução para Outono| Inverno

CAD - Computer Aided Design; tradução para Desenho Assistido por Computador

CE - Comissão Europeias; indicativo de conformidade obrigatória para diversos produtos comercializados no Espaço Económico Europeu.

CEE - Comunidade Económica Europeia

CFPIC - Centro De Formação Profissional Da Indústria De Calçado

CITEVE - Centro Tecnológico das Indústrias Têxtil e do Vestuário de Portugal

CTCP - Centro Tecnológico do Calçado de Portugal

DIY - Do It Yourself; tradução para Faça Você Mesmo

F|W - Fall | Winter; tradução para Outono| Inverno

IAPMEI - Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação

INETI - Instituto Nacional de Engenharia, Tecnologia e Inovação

PA - Poliamida, um polímero termoplástico

PHA - Poliéster produzido na natureza por fermentação bacteriana de açúcar ou lípidos

PLA - Ácido Polilático, um poliácido láctico

PRIME - Programa de Incentivos à Modernização da Economia

VAB - Valor Acrescentado Bruto

TIC - Tecnologias da Informação e Comunicação

1. Introdução

1.1. Introdução do projeto

“Nos alvares da entrada de Portugal na CEE poucos acreditavam que uma indústria obsoleta, situada em zonas semi-rurais e gerida por empresários com a quarta classe fosse capaz de sobreviver às provas da modernização. Hoje, um quarto de século depois, o calçado português está na vanguarda da técnica, consegue produzir moda de vanguarda, disputa com a Itália a liderança dos preços mundiais e exporta 71 milhões de pares de sapatos por ano. Se há uma história feliz na economia portuguesa do último meio século, procurem-na nos pés de milhões de pessoas em todo o mundo.” Carvalho, 2013

A indústria do calçado é nos dias de hoje uma das maiores e crescentes indústrias do Mundo, sendo Portugal líder nesta vertente.

Desde o início existiram alguns elementos decisivos para a evolução da indústria do calçado em Portugal, como o trabalho decisivo da APICCAPS, podendo a indústria ultrapassar um período de crise que exigiu uma reestruturação e modernização das empresas.

Com a crescente tecnologia e indústria mecanizada, assim como um novo gosto por produtos artesanais, o calçado cada vez mais se destaca como um acessório essencial no dia-a-dia.

Nesse âmbito propôs-se desenvolver um projeto na área do Design de Calçado. Para tal, pretendeu-se desenvolver e aplicar os conhecimentos apreendidos no primeiro ano do Mestrado em Design de Vestuário e Têxtil, aliados a um gosto pessoal por calçado.

O design de calçado surgiu como uma hipótese de desenvolver mais conhecimentos na área que sempre interessou à mestranda, surgindo assim a oportunidade de desenvolver um projeto nessa área no âmbito do mestrado.

O projeto então em questão trata-se de uma coleção cápsula de calçado feminino para a marca Luís Onofre, para a estação Outono/Inverno 2016-17. Luís Onofre surge como um dos pioneiros do calçado de luxo em Portugal, destacando-se pelos seus sapatos femininos e elegantes, vendíveis em todo o mundo.

Para uma melhor compreensão e entendimento do projeto este encontra-se estruturado da seguinte forma:

Na primeira parte surge a justificação do tema do trabalho, seguido da hipótese da investigação e todas as metodologias utilizadas na realização do projeto.

Na segunda parte aparece todo o enquadramento teórico utilizado para justificar o projeto e o tema, utilizando vários autores como referência, em diversos temas como as diferenças entre Design e Arte; a história do calçado; ergonomia e antropometria no calçado; componentes de um sapato; tipos de calçado e de saltos; tipos de materiais utilizados no calçado; como se fabrica o calçado; o designer de calçado; três visões de como criar uma coleção de calçado; a indústria do calçado em Portugal, incluindo a

APICCAPS e o CTCP; e os principais designers portugueses de calçado.

Na terceira parte fala-se de todo o processo envolvente na criação da coleção cápsula de calçado para a marca Luís Onofre, denominada de “Pure Gold”, referindo todos os aspectos na análise anterior ao planeamento da coleção; ao pré-planeamento da coleção; marcas concorrentes e público-alvo; planeamento e conceito da coleção; *moodboard* e coleção final, assim como as fichas técnicas e a realização do protótipo digital.

Na quarta e última parte fala-se das conclusões retiradas da realização deste projeto, assim como todas as contribuições e recomendações futuras que originou neste desafio.

1.1.2. Campo

Design de Calçado

1.1.3. Definição e Justificação do Tema

Design de Calçado: Do processo criativo à produção

Desde o início do mestrado que se pretendia fazer um projeto de calçado, maioritariamente por gosto pessoal, mas também através do desejo de poder desenvolver os conhecimentos acerca do calçado e de todo o processo que o rodeia. Assim, o tema Design de calçado: do processo criativo à produção foi escolhido para poder assistir e progredir em todos os processos criativos que rodeiam uma coleção de calçado.

1.1.4. Título

Design de Calçado: Do processo criativo à produção

1.2. Hipótese e Metodologias de Investigação

1.2.1. Hipótese

Como se aplica a teoria do Design do Calçado na prática?

Desde o esboço à sua produção, existe todo um processo envolvente na criação de uma coleção de calçado. .

Não é apenas o processo criativo, é todo o processo técnico envolvente que nos permite obter um produto final acabado, desde a pesquisa de marcas concorrentes; para que tipo de mercado se está a produzir; a escolha dos materiais, das cores, dos modelos, dos saltos, dos acessórios. O pretendido foi experimentar e desenvolver o projeto segundo as metodologias de design, integrando esse pensamento nas várias etapas do projeto, cruzando etapas mais criativas com outras mais de gestão e empreendedorismo.

1.2.2. Metodologias de Investigação

Como em variados projetos de investigação, a metodologia visa a concretização de objetivos, que através de pesquisa pretende justificar o tema do projeto.

Deste modo, no presente projeto foi aplicada uma metodologia mista: metodologia não -intervencionista em toda a pesquisa e recolha de dados necessários para um enquadramento teórico, assim como uma metodologia intervencionista na parte mais prática e ativa da realização da coleção final.

1.3. Objetivos gerais e específicos do projeto

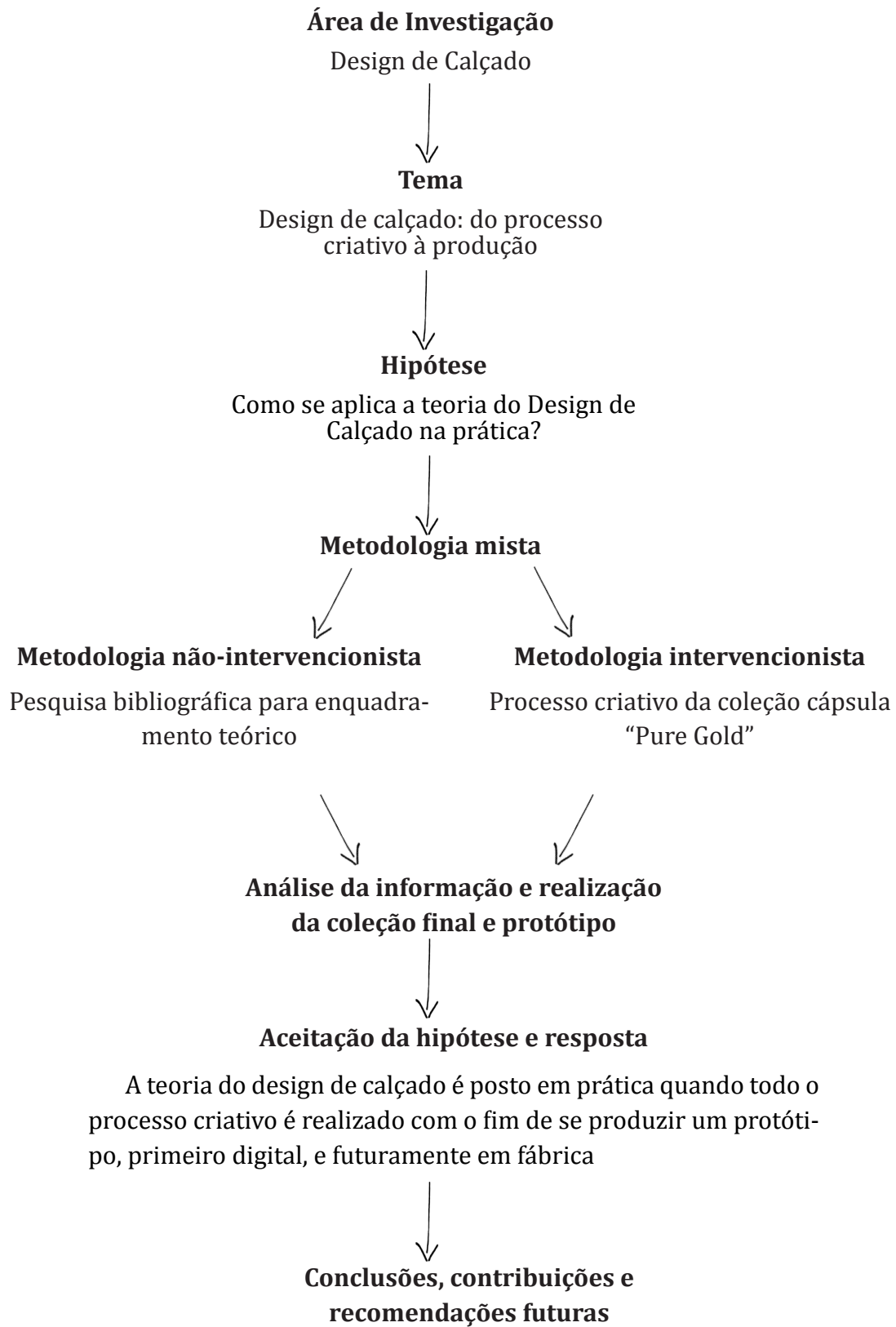
No que diz respeito aos objetivos gerais deste projeto, pretende-se adquirir conhecimentos da área do calçado, desenvolver os conhecimentos já apreendidos no mestrado em Design de Vestuário e Têxtil, aprender como criar uma coleção de calçado, e sobre a indústria do calçado em Portugal e seus principais designers.

Nos objetivos específicos, pretende-se aprender sobre a marca Luís Onofre e seus mercados, e como ter uma visão global sobre o processo de conceção e desenvolvimento de uma coleção cápsula de calçado.

1.4. Benefícios do projeto

Ao longo da realização deste projeto foi possível desenvolver conhecimentos na área do design de calçado, assim como evoluir na aprendizagem da produção de uma coleção e seu processo criativo, e expandir o universo criativo, os conhecimentos e as capacidades técnicas, visto que a mestranda, vinda de um curso de Artes Plásticas e Multimédia, tinha criado apenas uma coleção de moda e três coleções de acessórios no âmbito do mestrado em Design de Vestuário e Têxtil. Este projeto proporcionou assim a possibilidade de poder criar outra coleção mais específica da área do calçado, sendo esta um gosto pessoal da mestranda.

1.5. Organograma da Investigação



“Munari (1982) afirma que a existência de uma metodologia para projeto de criação é o que diferencia o artista do designer”

(como referido por Corrêa, 2008, p.10)

2. Enquadramento Teórico

2.1. Design e Arte

A diferença entre Design e Arte tem sido discutida ao longo do tempo, havendo vários pontos de vista que nem sempre estão em concordância. Muitos dizem que o Design por si só é uma forma de arte, porém existe um linha que separa os dois, e a melhor maneira de os diferenciar é saber primeiro o que aparece no dicionário:



Arte: 1. aplicação do saber à obtenção de resultados práticos, sobretudo quando aliado ao engenho; habilidade; 2. ofício que exige a passagem por uma aprendizagem; 3. conjunto de técnicas para produzir algo; técnica especial; 4. expressão de um ideal estético através de uma atividade criativa; (...)

Figura 1 - “A boa arte inspira | O bom design motiva”; O’Nolan, J. (2009) The Difference between Art and Design. [Imagem]. Retirado de <http://www.webdesignerdepot.com/2009/09/the-difference-between-art-and-design/>

Design: 1. método que serve de base à criação de objetos e mensagens tendo em conta aspetos técnicos, comerciais e estéticos; 2. aspeto exterior de um objeto; configuração física; 3. plano; projeto; criação; (...)

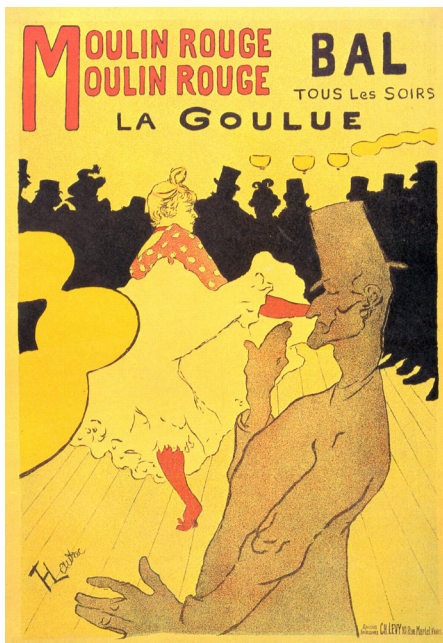


Figura 2 - Lautrec, T. (1891) Moulin Rouge: La Goulue. [Litografia]. Retirado de http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/3/37/Henri_de_Toulouse-Lautrec_049.jpg

O que é Design?

O Design, como refere a Dreamleaf Media (2012), é um caminho planeado para resolver um problema, encontrar um necessidade específica, concentrando-se na forma em vez da função (...). Essencialmente, o Design é projetar algo no campo sensorial, criando soluções para uma ideia ou necessidade.

O que é Arte?

Arte é uma ação movida por técnica e habilidade que procura transmitir algum sentimento e/ou pensamento para quem a contempla, tendo, geralmente, uma preocupação com a estética.

O Design, por estar mais ligado às necessidades do mercado, procura atribuir objetividade nos seus trabalhos, podendo também utilizar técnicas artísticas na produção (um exemplo disso é o artista francês Toulouse Lautrec [Figura 2] que pintava cartazes, tornando-se numa influência na história do Design Gráfico).

A Arte procura transmitir algo através de uma técnica, utensílio ou até mesmo atra-

vés do corpo, como é o caso do teatro e da dança. Portanto, as diferenças entre o Design e a Arte são as suas intenções e objetivos finais: enquanto a Arte propõe uma interpretação subjetiva, o Design propõe algo objetivo, onde as pessoas serão capazes de entender e poder vir a comprar o produto e/ou serviço apresentado.

Tanto o Design como a Arte são vistos como abordagens de carácter visual, onde são sujeitos a uma resposta emocional. Uma pessoa pode olhar para uma peça de arte e “não gostar”, examinar uma solução de design e “não gostar”, baseando-se em estímulos visuais em vez de avaliar se cumpre a sua função (informativa ou comercial).

Anteriormente à Revolução Industrial, a Arte e o Design eram usados juntamente com beleza, objectivo e perícia. Durante essa era, as duas disciplinas dividiram-se. O Design continuou prático e comercial, enquanto a Arte permitiu a pesquisa pela expressão criativa como um objetivo singular:

Segundo Lundgren (2014), apesar das suas diferenças, temos de aceitar o que têm em comum:

- Ambas são visuais e pertencem à categoria de arte visual.
- Ambas incorporam princípios estéticos.
- Praticantes em ambas as vertentes necessitam conhecimento de história, movimentos artísticos e tendências.
- Ambas são altamente criativas, e requerem atividades e processos que demoram tempo.

O que divide os dois está no objectivo de cada um:

- A Arte permite autoexpressão. O artista decide o que ele ou ela quer evocar e trabalhar para esse fim. É autogratificante.
- O Design é comunicação e função em forma visual, criado para a população em geral ou um segmento. Responde a necessidades e resolve problemas.
- A Arte pode relacionar-se inteiramente na estética, e os artistas embarcam em viagens de exploração e experiência.
- O Design junta estética com função para alcançar um objectivo.
- A Arte é aberta a interpretação pelo visualizador.
- O Design não pode ser interpretativo, mas tem de comunicar especificamente e claramente para ser entendido.
- A Arte é elitista, significando que é vista em galerias e museus, exposta fora da experiência do dia a dia.
- O Design é visto e experienciado por quase toda a gente durante o dia.

Usa-se o Design. *Websites, packaging, cartazes, placares, publicidade, jornais, moda, espaços interiores, aplicações de telemóvel, produtos e electrodomésticos* foram todos desenhados para apelo visual e uso prático.

- A Arte existe por si só. Inovativa, expressiva e às vezes chocante.

- O Design é prático e cuidadosamente feito. Apoiar negócios, comércio, marketing, entretenimento, jornalismo, comunicações e causas.

Portanto, pode-se concluir que embora as duas vertentes estejam bastante próximas no que diz respeito ao uso da estética, criatividade e definindo-se como arte visual, as duas distinguem-se em algo tão simples como Munari (1971, p.25; p.30) faz questão em separar em títulos de dois capítulos “A Arte e a Elite” e “O Design e a Sociedade”, querendo mostrar que a Arte responde a um público mais elitista, capaz de ir a museus vê-la ou ter dinheiro suficiente para comprar uma obra de arte. Enquanto que o Design responde às necessidades da sociedade, aparecendo em todo o lado no dia a dia de cada um.



Figura 3 -“A boa arte é interpretada | O bom design é percebido”; O’Nolan, J. (2009) The Difference between Art and Design. [Imagem]. Retirado de <http://www.webdesignerdepot.com/2009/09/the-difference-between-art-and-design/>



Figura 4 - “A boa arte manda uma mensagem diferente para toda a gente | O bom design manda a mesma mensagem para toda a gente”; O’Nolan, J. (2009) The Difference between Art and Design. [Imagem]. Retirado de <http://www.webdesignerdepot.com/2009/09/the-difference-between-art-and-design/>

“O que é que o artista alterou no seu modo de trabalhar para se tornar designer? E o que há ainda de artístico no design? Como trabalha um e outro? Este problema não interessa apenas aos amadores da arte e do design; creio que uma tal abordagem sirva sobretudo para repensar os métodos de ensino adotados nas escolas de arte, que lentamente se vêm transformando em escolas de design” (Munari, 1971, p.13)

2.2. História do calçado

O calçado sempre fez parte do imaginário feminino, devido à sua complexidade, beleza e sensualidade. Durante grande parte da história, os sapatos femininos mantiveram-se escondidos, esquecidos muitas vezes debaixo dos volumes das saias. Porém, sempre foram e continuam a ser um ícone da moda feminina, muito cobiçado e refletindo o estatuto social e situação económica de quem os calça. De acordo com O’Keeffe (1996, p.12) “os olhos podem bem ser as janelas da alma, mas os sapatos são a entrada para a mente feminina”.



Figura 5 - Autor desconhecido (1938). Sandálias de casca de artemisia [Fotografia]. Retirado de <http://pages.uoregon.edu/connolly/FRsandals.htm>

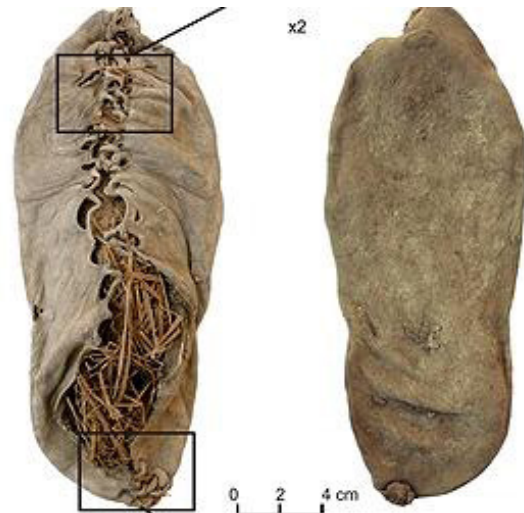


Figura 6 - Departamento de Arqueologia da University College Cork (2010) Sandálias de pele de bovino; Irlanda [Fotografia]. Retirado de <http://www.cbc.ca/news/technology/oldest-known-leather-shoe-found-in-armenia-1.874092>

Devido à simplicidade da sua construção, as sandálias foram o primeiro calçado a ser criado pelo Homem. Os registos mais antigos conhecidos pertencem “a umas sandálias do período Neolítico de aproximadamente 7000 ou 8000 a.C, encontradas na Fort Rock Cave, no estado de Oregon, nos Estados Unidos da América. O sapato mais antigo de couro conhecido foi encontrado na Arménia, e data de 3500 a.C.”¹ (Lifestyle-byPs, 2013)

Outros dos sapatos antigos mais conhecidos são os sapatos de Ötzi, a múmia encontrada no gelo do Vale Ötztal, nos Alpes, na fronteira da Áustria com a Itália, em 1991. Data de 3300 a.C. e apresentava um calçado bastante sofisticado: “eram sapatos largos e à prova de água, feitos para caminhar na neve. As solas eram feitas de pele de urso, a parte superior de couro de veado e uma rede feita de cascas de árvores. Tufos de erva envolviam o pé no interior de sapato, servindo de isolante térmico” (Wikipedia, 2013)

Muitos nativos do Norte da América usavam sapatos similares aos descobertos, chamando-se mocassins. Estes são sapatos apertados de sola macia, normalmente feitas de pele de bisonte. Muitos mocassins eram também decorados com missangas e outros adornos.

¹Texto original em inglês “The earliest known shoes are Middle Neolithic Sandals dating from approx. 7,000 or 8,000 B.C., found in the Fort Tock Cave in the U.S. state of Oregon. The oldest known leather shoe dates about 3,500 B.C., found in Armenia”

Quando as civilizações começaram a desenvolver, mais se usavam sandálias. Esta prática aparece em murais egípcios que remontam ao ano de 4000 a.C. Eram feitas de folhas de papiro e de palmeira, e foram também usadas em Jerusalém.

Como as sandálias eram usadas por muitas civilizações, eram também feitas numa grande variedade de materiais: os Masai em África faziam-nas em couro cru; na Índia, eram feitas de madeira; na China e no Japão era utilizada a palha de arroz; na América do Sul usavam folhas da planta Sisal para fazer cordéis nas sandálias, enquanto os nativos do México usavam a planta Yucca.

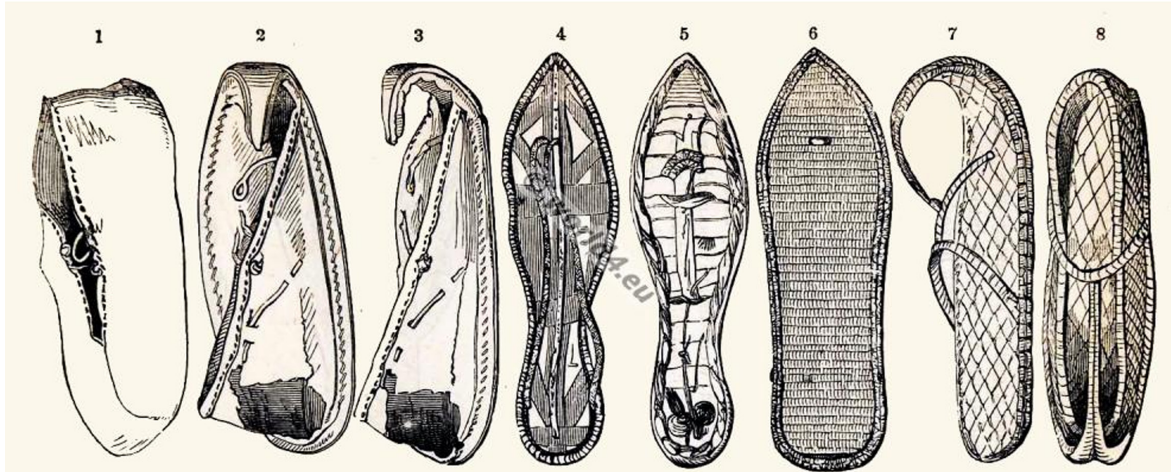


Figura 7 - History of Costume and Fashion (2013) Sandálias e sapatos encontrados no Egipto Antigo. 1,2,3 Sapatos de pele; 4,5 Parte superior e inferior de um par de sandálias feitas de folhas de papiro e palmeira; 6 Sandália de 30 centímetros de comprimento e de 80 centímetros de largura; 7 Sandália de ponteira alongada e curva; 8 Sandália com laterais, como um sapato [Ilustração]. Retirado de <http://world4.eu/ancient-egypt-shoes/>

O calçado grego primitivo consistia numa bota de pele de boi atada por cima do tornozelo, com tiras cruzadas. No período próxima da Era Cristã, os gregos usavam sandálias que eram comuns aos dois sexos. Porém, como aconteceu no Egito, o uso de sandálias era exclusivo da aristocracia e dos militares.

No período clássico grego o número de cidadãos aumentou, e por isso, por volta do ano 100 d.C. os escravos eram distinguidos dos cidadãos livres pelos seus pés descalços. Também aqui apareceu uma diferença entre o calçado feminino e o masculino, sendo o primeiro mais colorido. As cores usadas eram normalmente claras, e as mulheres optavam pelo branco, vermelho, amarelo ou verde. Distinguiam-se igualmente pelos adornos com figuras de metal e pinturas.

Os modelos de calçado usados neste período foram muito variados, porém alguns destacaram-se: “a *Sandalion*, uma sandália usada tanto em casa como na rua; a *Crépida*, um botim usado pelos militares; o *Endromis*, usado pelos corredores, e que se atava à perna através do uso de longas tiras; o *Embates*, um tipo de botim usado pelos camponeses e pastores; e o *Embates*, um botim de couro para montar a cavalo. Todo o calçado era normalmente feito com pele de vaca ou de bezerro”. (Museu Virtual, n.d.)

Os Romanos demonstraram com o seu vestuário e calçado uma elegância de proporções, habilidade herdado dos Gregos.

Além das sandálias, usaram uma grande variedade de calçado, desde botas, botins,

até sapatos fechados ou abertos nos dedos, variedade que herdaram ou trouxeram de outras civilizações aquando das suas conquistas.

Tal como na Grécia Antiga, também em Roma o calçado ocupou um lugar de destaque, pois este indicava a classe social e o sexo do usuário, e variavam consoante as funções civis ou militares. “As mulheres usavam sapatos fechados, os *Calcei Muliebres*, de cores pastel e com ornamentos como pedras preciosas e pérolas. (...) Os nobres usavam calçado de cor vermelha - *Calcei Patrici* ou *Calcei Mulleus* - enquanto os senadores usavam o mesmo tipo de calçado mas de cor negra - *Calcei Senatori*.” (Museu Virtual, n.d.)

O ofício de Sapateiro eram bem considerado na sociedade Romana, e foram os romanos quem primeiro moldaram a sola e a gáspea.

“Algumas curiosidades sobre o calçado na sociedade Romana:

- As senhoras escondiam as suas cartas de amor entre o pé e a sandália;
- O vermelho ou o dourado eram as cores que as donzelas usavam no seu calçado;
- Em Roma, os sacerdotes de Cibele celebravam descalços as suas festas;
- O Imperador Romano Augusto recorreu ao uso de solas grossas no seu calçado para dar a ideia de imponência;
- O Imperador Romano Nero usava sapatos com sola de prata, e a sua mulher usava -os com sola de ouro.” (Museu Virtual, n.d.)

A *Paduka*, o calçado indiano mais antigo conhecido (data de 200 a.C.) também ganhou um lugar de destaque na história do calçado, pelo facto de serem tão simples e ao mesmo tempo imensamente trabalhadas. As *Padukas* consistem numa sola com salto elevado e um pino que é colocado entre o dedo grande e o segundo dedo do pé. Na Índia, onde as crenças hindus proíbem o uso de pele de vaca, estas sandálias eram “feitas de madeira, por vezes coberta de prata ricamente trabalhada, podiam igualmente ser feitas de marfim. Podem também existir em forma de pé ou de um peixe. As mais elaboradas faziam muitas vezes parte do enxoval de noiva ou podiam ser oferendas religiosas.” (Wikipedia, 2010)



Figura 8 - The Bata Shoe Museum (2006) Padukas cerimoniais de madeira, prata e ouro; séc.XVIII, Jaipur [Fotografia]. Retirado de http://www.al-aboutshoes.ca/en/paduka/the_paduka/index.php



Figura 9 - Michael Backman Ltd (2013) Padukas de marfim e ébano; 1850, Hoshiapur [Fotografia]. Retirado de <http://www.michael-backmanltd.com/1692.html>

Avançando uns séculos na história, chega a Idade Média (500 d.C a 1500 d.C), seguida do colapso do Império Romano em 476 d.C. Sem nenhuma força de união existente, várias comunidades começaram a desenvolver-se e a fixarem-se, mas guerra frequente e pouco comércio mantiveram -nas isoladas. Durante várias centenas de anos o calçado europeu mostrou influências dos Romanos e do estilo de vida nomádico europeu. Os sapatos eram normalmente feitos de bocados de pele rija, cosidos juntos e amarrados ao tornozelo. No norte da Europa, o calçado continha pêlo no interior e prendiam na perna. Estes estilos simples mantiveram-se até ao séc. XII.

Quando as comunidades europeias isoladas começaram a consolidarem-se em reinos mais poderosos, a tecnologia e o comércio desenvolveram-se, assim como a diversidade de estilos de calçado. “No fim do séc. XI, os reis cristãos enviaram cavaleiros e soldados para as Cruzadas, guerras santas para recuperar a Terra Santa no Médio Oriente. Estes militares foram expostos a novas modas de calçado no Império Bizantino (476-1453d.c) e trouxeram estes estilos com eles. Um dos calçados mais populares trazidos do Médio Oriente foram os sapatos com pontas pontiagudas, chamados de *crackowes* ou *poulaines*. Estes foram extremamente populares na Europa desde o séc. XII até ao séc. XV.” (Museu Virtual, n.d.)

“Durante o séc. XV os europeus usaram uma grande variedade de calçado, desde simples mocassins de pele até a *poulaines* altamente decoradas. Os sapatos eram geralmente feitos de pele, com solas de madeira ou de pele, e eram presos ao pé com atacadores ou com fivelas. Os trabalhadores usavam calçado de couro mais grosso e botas, mas as classes mais altas usavam sapatos mais extravagantes. A tendência dos *poulaines*, sapatos com pontas pontiagudas acabou por volta de 1470, quando uma grande mudança na moda aconteceu por toda a Europa. O *look* longo e estreito desapareceu, substituído por uma preferência por formas amplas e robustas. Como resultado, os sapatos tinham biqueiras quadradas e largas. (Museu Virtual, n.d.)

Durante o séc. XVI e XVII (Renascimento) o calçado do povo eram feitos com pele, e embora fossem bastante fáceis de fazer, eram bastante resistentes. As solas eram feitas de madeira, cortiça ou camadas extra de pele. O calçado das classes altas não era em nada prático. Para acompanharem as tendências do uso de tecidos ricos e ornamentos elaborados, tanto homens como mulheres usavam sapatos que realçavam a moda em vez do conforto ou praticabilidade. “A maioria dos homens ricos usava chinelos feitos de pele macia, seda ou veludo, muitas vezes com padrões que combinavam com as suas roupas. As mulheres adotaram igualmente uma forma de sapato nada prático, chamado *chopine*. Estes chinelos continham uma plataforma que podia chegar aos 60 centímetros, tornando-as bastante difíceis de usar. Ambos os sexos começaram a usar sapatos com saltos grossos, incluindo o primeiro salto de cunha, decorados com fitas, laços e jóias. “ (Museu Virtual, n.d.)

“No séc. XVIII as mulheres usavam sapatos de salto alto feitos de seda colorida ou pele delicada, por vezes decorada com renda dourada e prateada. As biqueiras eram pontiagudas e ligeiramente arredondadas. Os sapatos mais extravagantes vinham muitas vezes com entraves que combinavam. Estes tinham sido inventados para criar uma superfície plana entre a sola e o salto alto, para reduzir a hipótese do salto enterrar-se na lama. As tiras que seguravam o entrave eram normalmente do mesmo material que o sapato e eram seguras com um laço. O rei Luís XV (reinado 1715-1774) também deixou a sua marca na história (tal como o seu excêntrico antecessor Luís XIV). Durante o seu reinado, os sapatos femininos apresentavam um salto curvo, que ainda hoje aparece na moda, denominado de Salto Luís XV.” (The Bata Shoe Museum, 2008)



Figura 10 - The Bata Shoe Museum (2006) Sapatos de salto alto com entrave e fitas de veludo; 1710-1730, Inglaterra [Fotografia]. Retirado de http://www.allaboutshoes.ca/en/heights_of_fashion/sinking_feeling/



Figura 11 - The Bata Shoe Museum (2006) Sapatos de seda bordada com salto Luís XV; 1710-1720, Itália [Fotografia]. Retirado de http://www.allaboutshoes.ca/en/heights_of_fashion/east_meets_west/

No séc. XIX ocorreu a Revolução Industrial, permitindo a fabricação de bens em larga escala, oferecendo luxos da vida a mais pessoas do que antes. Este período permitiu a construção de canais e caminhos de ferro através da Europa e da América, criando mercados mais vastos e a interação entre pessoas de várias culturas.

No que diz respeito ao calçado, os estilos de calçado dos homens eram visíveis, mas os vestidos longos das mulheres escondiam os sapatos da vista. “Os homens começaram a usar estilos diferentes de botas durante o dia, popularizadas pelos uniformes militares europeus. A meio do século, as mulheres começaram a usar saias mais curtas, então usavam botas com atacadores, ou botins com adição de elástico nas laterais. Também foi durante esta altura que foram inventados os *oxfords*, para uso de tenistas.” (The Bata Shoe Museum, 2008)

Na transição para o séc. XX, as oportunidades sociais e políticas aumentaram drasticamente para as mulheres, e estas começaram a participar no que antes era um privilégio masculino. Algo negativo acerca dos saltos altos terá contribuído para a ideia de que a liberação passava pela perda da feminidade e não os saltos em si. Fosse a sua conotação social e histórica a sua falta de conforto, eram contra producentes no novo mundo de atividade e trabalho feminino.

2.2.1. O Mundo Moderno

1900- 1918

Na última metade do séc. XIX vários avanços na tecnologia tornaram o calçado mais confortável e barato. O conforto veio com a invenção de calçado para o pé esquerdo e direito, especificamente.

“O primeiro salto de borracha foi inventado em 1899 por Humphrey O’Sullivan, colocando os Estados Unidos da América como líderes na produção de calçado. Desde botas até sapatos de ténis a leves sandálias, as pessoas podiam agora escolher de uma maior variedade de calçado. O calçado mais popular para as mulheres era o *pump*. O *pump* era um sapato de salto alto, normalmente feito de pele, que cobria os dedos do pé, e que envolvia todo o pé, deixando apenas o peito de pé a descoberto. Estes sapatos eram extremamente adaptáveis, e podiam ser feitos numa variedade de cores e ornamentados com fivelas, laços, etc. As mulheres que dançavam preferiam *pumps* com fitas no peito do pé, o que permitia que o sapato não saísse.” (Fashion Encyclopedia, n.d.)

Um dos sapatos mais populares deste período foi o *oxford*, que recebeu o seu nome da Universidade de Oxford, de Inglaterra, de onde o sapato originou. Feito de pele ou camurça, o *oxford* tinha atacadores, e os de duas cores tornaram-se populares no verão de 1912.

1919 - 1929

O calçado feminino tornou-se muito mais excêntrico entre 1919 e 1929. “Um dos modelos mais populares consistia num sapato de salto alto, que abotoava até meio da perna. Alguns modelos tinham até dezasseis botões. No entanto, no decorrer da década, as mulheres pararam de usar ornamentos com laços brilhantes ou folhos por causa do racionamento para suportar a Primeira Guerra Mundial (1914-18). Como as bainhas subiram até ao joelho, as tendências tornaram o sapato num importante acessório. O mais significativo foi a sandália *T-strap*. Depois da guerra também surgiram novas cores fortes e contrastantes, decorados com missangas, franjas ou pintados. Algumas empresas ofereciam serviços de tingimento para se poder combinar a cor dos sapatos com as roupas.” (Fashion Encyclopedia, n.d.)

1930 - 1945

A Depressão e a Guerra interromperam as tendências mais glamorosas no calçado feminino, e as mulheres preferiam calçado mais prático, como os *oxfords*. Em 1930 houve uma introdução de um novo estilo de calçado feminino, “o *peep-toe*, que oferecia um vislumbre dos dedos do pé a espreitar de um corte na biqueira do sapato. A meio dos anos 30, os designers experimentaram com sandálias de plataforma, introduzindo solas de madeira ou de cortiça. Com o aproximar da guerra, as mulheres escolheram mais uma vez calçado mais prático.” (Fashion Encyclopedia, n.d.)

1946 - 1960

O calçado feminino, assim como a moda, era muito mais vibrante. O *New Look* que assombrou o mundo no fim dos anos 40 trouxe uma renovada preocupação pelo estilo

e elegância no calçado. O calçado tinha biqueiras pontiagudas, e revelavam mais do pé do que antes. Durante anos o salto tornou-se cada vez mais fino, até que “no início dos anos 50 apareceu o salto *stiletto*, que tinha uma ponta quase de agulha. Com as bainhas cada vez mais curtas das saias, o salto por acaso desceu e tornou-se menos pontiagudo. O *standard* era o *pump*, que existia numa variedade de cortes e cores. Finalmente, a emergência das novas tecnologias neste período permitiu a invenção de sapatos de plástico em 1947.” (Fashion Encyclopedia, n.d.)

1961-1979

Nos anos 60 e 70 havia uma grande variedade de escolha de altura de salto, material, cores e design. “Algumas das mais populares foram as *go-go boots* e calçado ultra femininos, que utilizavam com mini-saias nos anos 60. Os sapatos tinham um tratamento brilhante e o mais popular eram as plataformas, de pele ou plástico, muitas vezes com fechos ou elásticos.” (Fashion Encyclopedia, n.d.)

Foi também aqui que surgiram as *birkenstocks*, usadas por pessoas preocupadas em seguir estilos de vida saudáveis e naturais, enquanto que as *Doc Martens* eram usadas pela juventude rebelde britânica. Foi também nesta altura que surgiu um gosto pelo exercício, e por isso houve grande desenvolvimento nos ténis e nos sapatos de corrida (calçado de desporto).

1980- 2000's

A ênfase no vestuário de negócios foi o que culminou na tendência dos anos 80, ao qual lhe chamavam “*power dressing*, resultando num aumento de sapatos formais. Porém, este calçado era considerado desconfortável e por isso houve um aumento na procura de conforto. Houve um aumento no interesse no calçado desportivo, fazendo com que os designers combinassem conforto com estilo, com solas flexíveis.” (Fashion Encyclopedia, n.d.). O passado teve e tem grande influência no calçado dos anos 2000 para a frente, apostando em estilos retro de 1920, 1960 e 1970, onde reemergem sempre por pessoas seguidoras de tendências e a par da Moda.



Figura 12 - The Bata Shoe Museum (2006) Peep-toe de corda e salto plataforma de madeira; 1944-1945, França [Fotografia]. Retirado de http://www.allaboutshoes.ca/en/heights_of_fashion/frugal_excess/



Figura 13 - The Bata Shoe Museum (2006) Stiletto de camurça preta; Ferragamo, S.; 1955, Itália [Fotografia]. Retirado de http://www.allaboutshoes.ca/en/heights_of_fashion/in_vogue/



Figura 14 - The Bata Shoe Museum (2006) Sapatos pretos de lantejoulas, com salto vírgula; Vivier, R.; 1963-1964, França [Fotografia]. Retirado de http://www.allaboutshoes.ca/en/heights_of_fashion/in_vogue/index_2.php

“Da próxima vez que olhares para a enorme variedade de estilos de calçado disponíveis nos dias de hoje, poderás querer parar e pensar no que os teus antepassados usavam nos pés. Irá fazer-te mais agradecido por não teres de andar uma milha nos seus sapatos.¹” Jenni, 2013



Figura 15 - Burch, T. (2014) Pump de pele bordeaux, notoriamente inspirada nos anos 20; coleção Outono|Inverno 2014-15; Nova Iorque, Estados Unidos da América [Fotografia]. Retirado de <https://www.pinterest.com/pin/179229260145113469/>

¹Texto original em inglês “Next time you look at the huge variety of styles of footwear available today, you might want to stop and think about what our ancestors wore on their feet. It will make you grateful that you didn’t have to walk a mile in their shoes”

2.3. Ergonomia e antropometria do pé no calçado

“A palavra ergonomia é formada pelos termos gregos ergo, que significa trabalho e nomos, que significa regras, leis naturais. Assim, a ergonomia pode ser caracterizada como o estudo do relacionamento entre o homem e o trabalho, equipamento e ambiente. A ergonomia parte do conhecimento do homem para fazer o projeto do trabalho, ajustando-o às capacidades e limitações humanas e acompanhando a evolução tecnológica.” (Silva, Oliveira & Justo, 2011).

A escolha do calçado adequado, tendo em consideração o conforto e o bem-estar é muito importante para a saúde do pé. O calçado inadequado é uma das principais causas de dor nos pés, pernas e coluna. É também o principal responsável pela má postura, entorses e lesões, principalmente nas mulheres. Segundo Azevedo (2011) “As mulheres têm 4 vezes mais problemas nos pés do que os homens, devido ao calçado inadequado e principalmente devido ao uso de saltos altos e frente apertadas.”

Berwanger (2011) afirma que, no que diz respeito ao calçado feminino, o desafio de desenvolver calçados confortáveis cresce em importância pela exposição maior dos pés a uma pluralidade de diferentes modelos de calçados, onde variam materiais, processos, e os próprios atributos estéticos dos modelos. Um aspecto bem particular é o uso intenso do salto alto nos calçados femininos, o que remete a uma necessidade de estudar e conhecer as características do pé não somente em posição plana, mas também em posição que corresponda ao uso de calçado de salto (p.22).

Se pensarmos na anatomia, fisiologia e função biomecânica do pé percebemos que o calçado foi feito para proteger o pé de terreno irregular. Porém, nos dias de hoje, caminhamos a maior parte do tempo em solos artificiais, prejudicando as capacidades e propriedades biomecânicas naturais do pé. Havendo grandes diferenças de pessoa para pessoa, torna-se mais complicado uma padronização para a confecção de calçado em larga escala. Mesmo assim, através de estudos antropométricos e ergonômicos, foi criado um sistema de medidas para a produção de calçado em massa a partir de formas.

O conforto é atualmente um requisito fundamental para a sociedade, pois apresenta grande relevância para o consumidor no momento da compra de um produto. Assim, os fabricantes de calçado oferecem uma variedade de tamanhos, para que se possa escolher o que serve melhor no pé, proporcionando bem-estar no uso do calçado.

Um dos factores que também influencia no conforto do calçado é a escolha dos materiais adequados, tendo em conta as características higiénicas, térmicas e mecânicas.

Segundo Schmidt (2005, p.51), no que diz respeito às medidas básicas para a criação da forma que auxilia na confecção de calçado, estas destacam-se por: “comprimento plantar, perímetro da articulação metatarsofalangiana (perímetro da linha de dedos), largura da planta, altura do salto da forma, afastamento do bico e entrada do pé” (como referido por Righetto, 2013, p.32).

Schmidt (2005, p.79) menciona também que os três tipos de sistemas de medidas mais utilizados são o ponto francês, o ponto inglês e o ponto americano. O ponto francês é um dos sistemas mais populares, utilizada em países como Portugal e maioria

dos países da Europa, Brasil e Argentina. A numeração incia no número 15 e segue até ao 50, sem intervalo de meio ponto. De um número para o outro ocorre uma variação de 6,66mm no comprimento e 5mm na medida de conferência ou de contorno (como referido por Righetto, 2013,p32).

Os pés podem ser classificados considerando diferentes aspectos, entre eles, segundo Righetto (2013), podem ser classificados em função do comprimento da formação do arco plantar e em função do comprimento dos dedos (p.33).

A formação do arco plantar pode mostrar vários níveis de elevação ou mesmo falta de elevação do arco do pé. Estes podem ser denominados de pé normal, pé chato e pé côncavo (ou cavo).

O pé normal apresenta uma impressão da superfície de apoio demonstrando uma ligação ente o ante-pé e o calcanhar.

O pé chato é caracterizado por ter pouca ou nenhuma elevação do arco do pé, apresentando uma impressão bastante plana, com o pé praticamente todo tocando o chão.

O pé côncavo mostra uma arco tão acentuado que não apresenta ligação entre o ante-pé e o calcanhar na impressão.



Figura 16 - Palhares, P. & Gabrielle, P. (2015) Pé cavo e Pé chato: descubra a diferença entre os tipos de pisada; Rio de Janeiro, Brasil [Ilustração]. Retirado de <http://globoesporte.globo.com/eu-atleta/saude/guia/pe-cavo-e-pe-chato-descubra-diferenca-entre-os-tipos-de-pisada.html>

O aumento da altura do salto altera diretamente a distribuição da pressão corporal dos pés, prejudicando o equilíbrio do corpo, a segurança do caminhar, e a postura da coluna vertebral. Á medida que o salto vai sendo elevado, o pé fica tenso, visto que a maior parte da pressão é aplicada na planta do pé.

De acordo com Monteiro e Moraes (2000), alguns dos problemas que os calçados femininos apresentam devido ao design são:

Tabela 1 - Problemas que o calçado feminino causa devido ao design; Monteiro & Moraes (2000); como referido por Righetto (2013, p.40)

ELEMENTOS DE DESIGN	EFEITOS NO CORPO COM O USO CONSTANTE	OBSERVAÇÕES
Biqueira Fina	Deformação dos dedos e unhas Metatarsalgia e calosidades Joanetes	O ângulo da biqueira deve acompanhar o formato do pé; não apertar os dedos
Salto alto	Alteração da linha de gravidade corporal O peso do corpo apoia-se no antepé Acentuar a curvatura da coluna Dificultar a circulação sanguínea Desgaste das articulações dos pés e joelhos Metatarsalgia e tendinites	O salto não deve ser muito alto, recomendando-se o máximo de 3 a 5cm para o uso constante
Plataforma	Dificulta a circulação sanguínea Desgaste das articulações dos pés e joelhos Favorece torções do tornozelo Metatarsalgia e calosidades	Não é recomendado este tipo de salto; mesmo baixo pode causar torções

Por causa destas consequências do uso prolongado do salto alto, ou de defeitos na confecção de calçado, que é necessário ter atenção na escolha do calçado para o dia a dia. Para isso, Azevedo (2011) refere algumas características a ter em conta:

- Pele natural ou couro curtido
- Sola amortecedora (borracha/elastómero ou couro, mas este é mais duro e perde-se a propriedade de amortização dos choques) e flexível, mas não demasiado mole para que não haja movimentos de torção do pé.
- Frentes amplas que respeitem a volumetria do pé e dos dedos para que caibam em toda a sua amplitude e se movam dentro do sapato sem sofrerem apertos e deformações.
- Contraforte no calcanhar que sustente o calcanhar e impeça a instabilidade do pé (não se recomenda sapatos com contraforte mole no calcanhar)
- Salto ideal entre 2 e 3cm.

2.4. Componentes de um sapato

Qualquer responsável pela criação de calçado tem de apresentar alguns componentes básicos na construção de um sapato:

Alma: peça colocada no centro da palmilha, entre a palmilha e a sola do calçado, que serve para dar firmeza no caminhar e sustentar a planta do pé.

Atacadador: serve para amarrar o sapato.

Avesso: a sua finalidade é a proteção do calcanhar, evitando o deslizamento do pé durante o caminhar e o contato direto com o contraforte.

Cabedal: tem a função de cobrir e proteger a parte de cima do pé. É constituído por várias peças e diversos tipos de materiais. O cabedal pode ser dividido em gáspea (parte frontal), lateral (lado do calçado) e traseiro (parte de trás).

Contraforte: reforço colocado entre o traseiro e o forro, na região do calcanhar. Tem a finalidade de dar forma ao calcanhar do calçado, auxiliando na fixação do pé ao caminhar.

Couraça: posicionada entre o forro e a gáspea, tem a finalidade de dar forma ao bico do calçado, mantendo esse formato durante e após o uso.

Enfeites: são utilizados para o embelezamento do calçado. Os mais comuns são fivelas, ilhós, rebites, botões, entre outros.

Enfranque: a parte côncava do calçado, correspondente aos dois selados laterais do pé.

Entressola: peça entre a sola e a palmilha de montagem do sapato. Possui função estética, por permitir que o solado se torne mais espesso, sem aumentar proporcionalmente seu peso. Além disso, oferece conforto por meio do amortecimento de impacto. A sua utilização mais intensa é em modelos de tênis, com diversas formas, aspectos e cores.

Forro: revestimento utilizado com a função de proporcionar acabamento interno ao calçado, reforço, absorção de humidade e conforto, entre outras finalidades. O cabedal pode ser usado como forro em toda a superfície, apenas na região da gáspea ou no calcanhar.

Gáspea: parte frontal do cabedal do sapato. Compreende a porção que cobre desde os dedos até o peito do pé e pode ser inteiriça ou composta por outra peça, a biqueira.



Figura 17 - Campos, M. (2011) Anatomia do sapato; Brasil [Ilustração]. Retirado de <http://sabrinasepodearroz.blogspot.pt/2011/07/anatomia-do-sapato.html>

Lingueta, língua ou pala: parte superior da gáspea, cuja função é a de proteger o pé do atacador.

Orelha: a ponta de cabedal, que no sapato fica sobre o peito do pé, onde se coloca os ilhós para introduzir o cordão ou atacador.

Palmilha Interna: componente disposto sobre alguns tipos de palmilha de montagem, que tem a finalidade de proporcionar um melhor acabamento e conforto, através de combinações com espumas e outros materiais de amortecimento. É produzida em formas, aspectos e cores variados.

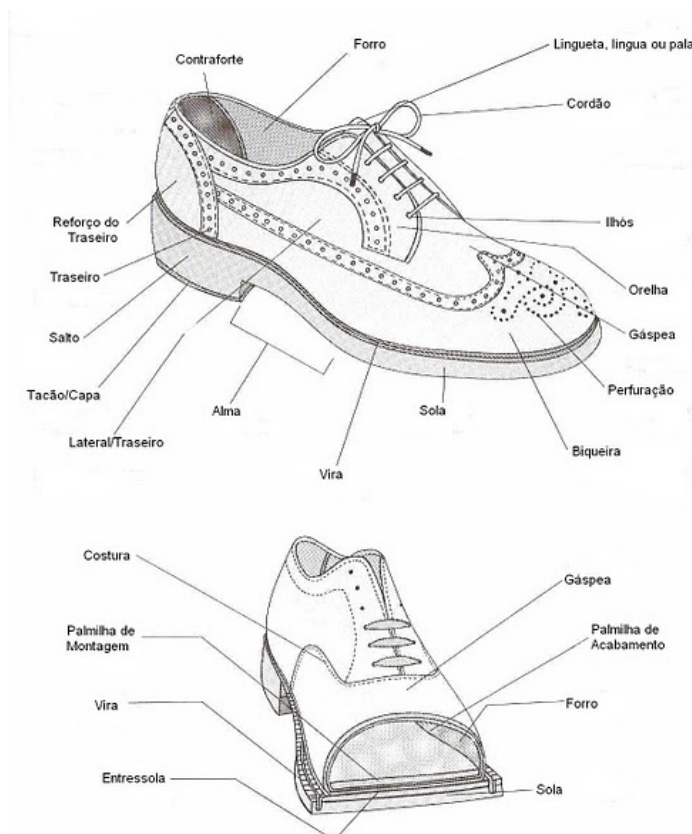
Palmilha de montagem: tem como finalidade a fixação do corte após a montagem, mantendo o formato da superfície da planta do pé.

Salto: componente utilizado para dar altura e suporte ao calçado. É fixado à sola, na região do calcanhar.

Sola: componente principal da construção inferior. Tem a função de proteger a parte de baixo do pé, estando em contato direto com o solo. É produzida em diversos tipos de materiais e formas, que lhe proporcionam diferentes propriedades como leveza, durabilidade, flexibilidade e aderência ao solo.

Solado: conjunto de peças que formam a parte inferior do calçado e que se interpoem entre o pé e o solo. É formado pela sola, entressola, vira e salto.

Taco: também conhecido como tacão, é colocado na parte inferior do salto e tem como função proteger o salto do desgaste sofrido pelo atrito com o solo e, ao mesmo tempo, absorver o impacto durante o caminhar.



Vira: componente colocado sobre a sola, podendo ser colado ou costurado. Sua função é estética, pois proporciona um melhor acabamento. É fornecida em diversas formas e aspectos, que variam conforme o modelo do calçado.

Figura 18 - Campos, M. (2011) Anatomia do sapato; Brasil [Ilustração]. Retirado de <http://sabinasepodearroz.blogspot.pt/2011/07/anatomia-do-sapato.html>

2.5. Tipologias de calçado

No mundo do calçado existe uma panóplia de modelos diferentes, existentes para diversas funções e gosto estético. No calçado feminino isso está ainda mais evidenciado, podendo o calçado demonstrar todo “um impulso de mudança, uma forma de deixar o passado para trás e de seguir rumo ao futuro. (...) Os olhos podem ber ser as janelas da alma, mas os sapatos são a entrada para a mente feminina” (O’Keefe, 1996, p.12). Segue-se uma lista de todos os modelos existentes no calçado feminino:

Alpercatas (ou alpargatas): calçado fabricado com lona e sola de corda, originária dos países mediterrâneos. Disponíveis em várias cores e padrões, foram depois confeccionadas com solados de borracha.



Figura 19 - Nelly (2012) Black is Back...Alpercatas!; Estados Unidos da América [Fotografia]. Retirado de <http://mariamacomk.blogspot.pt/2012/07/black-is-back-alpercatas.html>

Babuche: originárias de países árabes, as babuches ou babuchas são chinelos sem salto, geralmente de couro.



Figura 20 - Maciel, T. (2013) Tipos de sapatos femininos; Babuche; Brasil [Fotografia]. Retirado de <http://www.tambememoda.com/2013/03/tipos-de-sapatos-femininos.html>

Birkenstock: sandália inventada na Alemanha por Karl Birkenstock, é composta por uma base de cortiça em forma anatómica, acamurçada na parte onde se coloca os pés, sendo arrematada por duas tiras de couro com fivelas laterais. Possui ainda uma fina camada de borracha na sola.



Figura 21 - Birkenstock (2013) Birkenstock Arizona; Alemanha [Fotografia]. Retirado de <http://www.fussspuren.de/produkte/birkenstock-arizona>

Bota: calçado geralmente confeccionado em couro, que envolve os pés e com cano de altura variável na perna; podem ser de salto alto ou raso



Figura 22 - Onofre, L. (2013) Coleção Outono/Inverno 13|14; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://shoecommittee.com/2013/09/24/luis-onofre-outinv-1314/>

Botim: botas que não têm cano, ou que o cano é baixo, sendo no máximo até ao tornozelo; podem ser de salto alto ou raso



Figura 23 - Cubanas (2015) Botim Libertad103; Salto raso [Fotografia]. Retirado de <http://www.lojadabe.com/sapatos-mulher-sapatos/botim-libertad103-cubanas/>; Mango (2013) Botim de salto alto com plataforma [Fotografia]. Retirado de <http://asdicasdaba.blogs.sapo.pt/94376.html>

Brogue: modelo de calçado rústico usado por irlandeses por volta de 1790. Actualmente o nome faz referência a um dos muitos tipos de *Oxfords*



Figura 24- Grenson (2013) What's a good alternative to the ubiquitous brogue?, por David Nicholls; Brogues Stanley Clássicas; Inglaterra [Fotografia]. Retirado de <http://www.telegraph.co.uk/men/fashion-and-style/10258940/Whats-a-good-alternative-to-the-ubiquitous-brogue.html>

Chanel: como o nome diz, este modelo foi criado por Coco Chanel na década de 60. Hoje é um clássico, caracterizado pela biqueira fina e fechada na frente, e pela abertura na parte do calcanhar, presa por uma tira fina.



Figura 25 - Calçados.com (2011) Sapato modelo Chanel, com as duas cores características da marca [Fotografia]. Retirado de <http://www.calçados.com/chanel/>

Chinelo: calçado macio e confortável, com ou sem salto, sempre deixando o calcanhar livre. Fabricado em diversos materiais como o couro, tecido, palha, plástico, PVC ou borracha.



Figura 26 - Adidas (2014) Chinelo Duramo Slide; Itália [Fotografia]. Retirado de <http://www.universosport.it/ciabatta-duramo-slide-18.html#.VTjNiZNVNpU>

Doc Martens: marca de sapatos criada em 1946 pelo médico alemão Dr. Klaus Martens que, para aliviar a sua dor após uma queda de esquí, inventou uma sola de borracha com pequenos compartimentos aerados e efeitos amortecedor. Tornaram-se populares nos anos 70, quando foram adoptados pelos jovens punk britânicos.



Figura 27 - Dr Martens (2015) Bota Dr Martens 1460 ; Inglaterra [Fotografia]. Retirado de <http://www.drmartens.com/uk/Men%252527s-Boots/Dr-Martens-1460-Boot/p/11822006>

Docksides (sapatos de vela): sapato de couro com solado de borracha e tira fina de couro que percorre as laterais do calçado através de ilhós, até ao alto da gáspea, onde termina com um laço.



Figura 28 - Sebago (2008) Docksides M; Estados Unidos da América [Fotografia]. Retirado de <http://www.sarenza.co.uk/sebago-docksides-m-s798376-p0000010120>

Escarpin ou Escarpim: palavra derivada do italiano *scarpino*. Sapato feminino leve, ligeiramente cavado na altura dos dedos e com salto.



Figura 29 - Ferrette (s/ano) Scarpin Ferrette Vermelho; Brasil [Fotografia]. Retirado de <http://www.anita.com.br/produto/Scarpin-Ferrette-VERMELHO-97605?atributo=173:VERMELHO>

Galocha: bota de borracha impermeável.



Figura 30 - Joules (2015) Green Fox Welly Print Rain Boots; Estados Unidos da América [Fotografia]. Retirado de http://www.joulesusa.com/Women/Wellies/Welly-Print/Womens-Rain-Boots/Green-Fox?size=Us-8-5&id=O_WELLYPRINT|GRNFOX|6

Havaianas: chinelos de borracha com tira entre o dedo grande e o segundo dedo do pé, popularizadas no Brasil



Figura 31 - Havaianas (2008) Havaianas Top Mix Pool Green; Brasil [Fotografia]. Retirado de <http://www.rioswimshop.com/havaianas-top-mix-pool-green>

Mocassim: de origem nos povos indígenas dos Estados Unidos da América e Canadá, eram calçado de couro, com parte superior e inferior costuradas à mão com pontos largos, sem salto, bastando enfiar o pé para calçar. Os modelos mais estruturados do séc. XX foram chamados de *loafers* pelos ingleses e americanos. Os *penny loafers*, com uma tira com pequena abertura por cima da gáspea, receberam esse nome nos anos 50, quando os americanos costumavam guardar uma moeda de uma *penny* nessa pequena fenda para possíveis pequenos gastos ao sair de casa. Os mocassins com bridões, lançados pela Gucci na década de 1960, tornaram-se um clássico. Eram produzidos com solados de couro ou borracha, sendo copiados no mundo inteiro.



Figura 32 - Gucci (S/ano) Mocassi com horsebit em bambú; Mocassins com bridão em bambú [Fotografia]. Retirado de <http://www.gucci.com/es/styles/138204AHM004706#>; Cordovan (2015) Sperry Top-Sider Winsor Womens Penny Loafer; Inglaterra [Fotografia]. Retirado de <http://www.footwearworl.com/sperry-topsider-winsor-womens-penny-loafer-cordovan-p-6586/>

Mule: calçado tipo chinelo, com salto e calcanhar descoberto, usado desde o séc. XVI na França.



Figura 33 - Altuzarra (2014) Altuzarra Mule Black; Nova Iorque, Estados Unidos da América [Fotografia]. Retirado de https://www.theline.com/shop/product/mule_black

Oxford: sapato de couro com atacadores, existindo em diferentes modelos. O *Wing-tip Oxford* é o modelo que possui revestimento duplo de couro com perfurações e pespontos de efeito decorativo na ponta e no calcanhar. A gáspea deste modelo é costurada em forma de asa, daí o nome *wing-tip* (ponta em forma de asa em português); o *Cap-toe Oxford* ou *Derby* tem uma segunda camada de couro na ponta, podendo ou não apresentar pespontos ou perfurações; e o *Plain-toe Oxford* ou *Oxford Richelieu*, que é fabricado numa só peça de couro e é considerado o verdadeiro *Oxford* para os irlandeses e ingleses.



Figura 34 - Ollio (S/ano) Ollio Womens Shoes Ballet Flats Loafers Faux-Suede Wingtip Oxford Lace [Fotografia]. Retirado de http://www.polyvore.com/ollio_womens_shoes_ballet_flats/thing?id=74032407&p=3; K., M. (s/ano) Aquatalia by Marvin K. 'Zaria' Cap Toe Oxford [Fotografia]. Retirado de http://www.polyvore.com/womens_aquatalia_marvin_zaria_cap/thing?id=104257117; Geiger, K. C. (2015) Wine Flat Lace Up Shoes; Londres, Inglaterra [Fotografia]. Retirado de http://www.kurtgeiger.com/lavender-wine-leather-39-carvela-kurt-geiger-shoe.html?utm_source=LinkShareUK&utm_medium=affiliate&utm_campaign=Hy3bqNL2jtQ&utm_content=10&utm_term=UKNetwork&asrc=3&siteID=Hy3bqNL2jtQ-Ze37b-1GvXL7s1lXaq68Wfg

Sandália: calçado composto por sola e tiras que passam pelo peito do pé, podendo ter salto ou não. Já foram fabricadas em couro, vinil, tecido, plástico, palha, fibras vegetais, borracha e muitos mais, sendo o calçado eleito para o clima quente.



Figura 35 - Jimmy Choo (2013) Must Have: Sandália preta e dourada [Fotografia]. Retirado de <http://inesjunqueira.com/must-have-sandalia-preta-e-dourada/>

Sabrina: calçado com sola fina geralmente produzida em couro, com *peep-toe* ou não, aparecendo em variados materiais. Tornaram-se populares quando a atriz Audrey Hepburn apareceu usando-as em 1954 no filme "Sabrina".



Figura 36 - Uterqüe (2013) Sabrina Uterqüe [Fotografia]. Retirado de <http://www.calcados.com/uterque/>

Tamanco (soca): calçado com sola de madeira, PVC ou cortiça, normalmente com uma parte inteiriça que cobre só o peito do pé, deixando o calcanhar a descoberto.



Figura 37 - Autor desconhecido (2015) Lindos modelos de tamancos; Brasil [Fotografia]. Retirado de <http://www.superideias.net/lindos-modelos-de-tamancos/>

Ténis: calçado desportivo de lona, nylon, couro, tecido, entre outros materiais, com sola de borracha.



Figura 38 - Jeremy Scott (s/ano) Adidas Originals Jeremy Scott JS Wings Gold Shoes ; Estados Unidos da América [Fotografia]. Retirado de <http://www.shoeseasybay.com/adidas-originals-jeremy-scott-js-wings-gold-shoes-p-53.html>

Ugg: bota confortável de camurça, forrada a pele. Começou a ser usada por surfistas nos anos 70 para aquecer os pés após longos períodos passados no mar.









Figura 39 - Ugg Australia (s/ano) Ugg k class chestnut Chest; Inglaterra [Fotografia]. Retirado de <http://www.ranshop.co.uk/product/id/6523/Ugg-Australia%C2%AE-Ugg-k-class-chestnut>

2.6. Tipologias de saltos

Existem de todos os géneros de saltos, altos, médios e rasos. Uns para os dias de festa, outros pela elegância, para iniciantes e para quem está habituado a usar salto alto, para todos os gostos.

Tabela 2 - Autoria própria (2015) Tipos de saltos e sua descrição; baseado em Feyerabend, F.V. (2009) e Sabino, M. (2007)

TIPOLOGIAS DE SALTOS	DESCRIÇÃO
	<p>Salto agulha: é uma invenção do designer francês Roger Vivier (1907-1998) nos anos 50 e é considerado o salto mais elegante e sexy de todos, podendo ir até aos 10cm de altura. Por causa da sua altura e finura, é igualmente o salto que mais pode prejudicar a coluna.</p>
	<p>Salto anabela: é um tipo de plataforma, mas em vez de ter um salto linear, tem a base perto dos dedos mais baixa e evolui para o salto mais alto na região do calcanhar.</p>
	<p>Salto Luís XV: tornou-se popular pelo rei Luís XV de França, tendo um máximo de 4cm de altura e uma base um pouco mais larga.</p>
	<p>Salto francês: idêntico ao salto Luís XV, mas mais alto. De base larga, oferece estabilidade ao pé.</p>
	<p>Salto meia-pata: a base na região dos dedos é tipo plataforma, mas o salto é mais fino. Deixa os pés elegantes, porém não é indicado para quem passa muitas horas em pé</p>
	<p>Salto plataforma: é aquele que melhor distribui o peso e a pressão do corpo pela planta do pé, daí ser dos mais confortáveis para o emprego e para ocasiões informais</p>

	<p>Salto cubano: o salto cubano assemelha-se a um bloco, e possui a característica de ter um arco e afinar levemente entre a sola e ponto de contato com o chão.</p>
	<p>Salto bloco: graças ao formato quadrado e largo, confere grandes estabilidade e suporte ao pé, sendo o salto que menos problemas provoca na coluna</p>
	<p>Salto coluna: salto alto e ligeiramente arredondado, confere uma boa estabilidade e suporte ao pé, pois o calcanhar fica devidamente apoiado, sem oscilações de equilíbrio</p>
	<p>Salto cone: este salto, como o próprio nome diz, tem a forma de cone, com a base mais larga junto ao sapato, afunilando na base.</p>
	<p>Salto cone invertido: com base larga e afinado em cima, oferece maior estabilidade ao pé do que o salto cone</p>
	<p>Salto boca de sino: tanto em formato grosso como fino, a sua característica lembra as calças boca de sino, afinados em cima e ligeiramente mais grosso na base</p>
	<p>Salto vírgula para dentro: formato comparado ao de uma vírgula bem acentuada, podendo a variante mais grossa aguentar mais pressão do corpo. Porém, por ser curvilíneo, pode não oferecer grande estabilidade ao pé. Altura bastante variável indo dos 3 aos 12 cm</p>

	<p>Salto sabrina: aparece pela primeira vez nos anos 50 nos pés de Audrey Hepburn no filme “Sabrina” (1954), daí o nome. Altura em torno dos 0,5 a 1,5 cm</p>
	<p>Salto carretel: o salto carretel possui um formato que lembra o seu próprio nome. Mais largo nas áreas de contato com a sola e fino na base</p>
	<p>Salto vírgula (Roger Vivier 1907-1998): é uma invenção do designer francês Roger Vivier; Altura máxima em torno dos 7 ou 8 cm; formato pode ser comparado ao de uma vírgula, porém com inclinação ao lado oposto ao do tradicional salto vírgula</p>
	<p>Salto drapeado: salto muitas vezes revestido a tecido para criar o efeito drapeado do nome</p>
	<p>Salto com acabamento em camadas: um salto feito em várias camadas visíveis de materiais</p>
	<p>Salto geométrico: altura bastante variável dos 4 aos 12 cm; o salto não é fixado no calcanhar, mas sim entre a sola e o arco do pé; afinamento que parte da planta solar em direção ao calcanhar na horizontal paralelamente ao solo</p>
	<p>Salto invisível: apresenta sempre um formato onde o pé fica o mais próximo possível da vertical; plataforma muito larga na zona dos dedos, para dar mais equilíbrio a caminhar</p>

2.7. Tipos de materiais no calçado

O principal material usado no fabrico de calçado é o couro e/ou a pele. O couro em pele é comercializado por “pé quadrado”, uma medida de 30x30cm usada no comércio. Há couro em peles de bezerro, cabra, porco, carneiro, crocodilo, cobra e lagarto. As raças de animais que de onde se extrai matéria-prima para a indústria de calçado são:

- **Bovino:** touro, boi, vaca, bezerro; usados para solas, pele, forros e camurça.
- **Caprino:** bode, cabra, cabrito; usados para forro, pele, pêlo e camurça.
- **Ovino:** carneiro, borrego; usados para forro, pêlo e camurça.
- **Suíno:** porco, leitão; usados para forro e couro.
- **Répteis:** crocodilo, lagarto, cobra; usados para couro curtido e envernizado

Além do problema da falta de uniformidade o couro pode apresentar muitos defeitos, que podem atrapalhar a qualidade do produto final. Segundo Stoffel (2007, p.450) os principais defeitos apresentados são manchas de fogo (para marcar o gado), arranhões, cicatrizes de ferros (para marcar o gado) e de picada de mosca, chifre (de lutas), bicheira, estrias, cortes, veiamento, amarelecimento, desbotamento, pouco poder de absorção, dobras ou pregas, marcação de lote de classificação, marcação de área, mofo, marca de cirurgia, de empilhamento e de agulhão, bolhas de aplicação de verniz e marcas de grampos (como referido por Righetto, 2013, p.122)

A falta de matéria-prima, o avanço da tecnologia e a preocupação ambiental trouxeram o surgimento de novos materiais produzidos a partir de compostos de polímeros, materiais biodegradáveis, *vegan* ou biodegradáveis e *vegan*. Houve assim um aumento na procura de alternativas aos materiais baseados do petróleo, junto de materiais de base natural, tais como fibras de origem vegetal, animal e biopolímeros.

Fibras vegetais: podem ser obtidas a partir de frutos, folhas, cascas e lenho. As principais fibras vegetais usadas são o algodão, a juta, o linho, o bambu, o côco, o cânhamo, a paina, a cortiça, o sisal, a borracha natural, e a soja.

Fibra animal: fibra obtida a partir de fontes de origem animal, tais como o couro, a camurça e a lã; dividem-se em quatro grupos principais: lã, pêlo, crina e seda natural.

Biopolímeros: de acordo com o CTCP², estes novos polímeros biodegradáveis são produzidos por seres vivos, e são constituídos por açúcares, aminoácidos e nucleotídeos; são estes o PLA, o PHA, PA, BioTPU™, Bioresina e APINAT®.

Materiais Vegan: materiais que podem ser considerados *Vegan*, tais como as fibras sintéticas, vegetais e biopolímeros; a maior parte são fibras sintéticas, ou seja fibras criadas 100% em laboratório, tais como: acrílico ou poliacrílico, *Lorica*®, microfibras, cetim ou raiom, elastano ou *spandex*, organza, poliéster, nylon, veludo sintético, camurça sintética, couro sintético e pêlo sintético.

² informação retirada do guia do empresário disponibilizado online pelo CTCP com o título “Novos Materiais Calçado Vegan e Calçado Biodegradável”

2.8. Como se fabrica o calçado

O calçado deve ter características que permitam proteger o pé sem prejudicá-lo ou causar-lhe dano. Dependendo de como é concebido pelo fabricante, o calçado afetará de forma negativa ou positiva o conforto e performance do pé, assim como de todo o corpo. Embora o calçado tenha a função básica de proteger, hoje em dia exige-se muito mais. Para ser considerado um bom calçado não basta seguir tendências da moda, mas proporcionar conforto e durabilidade.

Como se faz o calçado: O modelador faz uso da sua criatividade, primeiro desenhando no papel ou na forma [Figura 52], sobre a qual será montado o sapato. O modelador desenha todos os moldes de uma peça. De seguida são usadas facas especiais para o corte das peças, assim como o corte a laser, que posteriormente serão encaminhadas para costura. De seguida segue para a montagem.



Figura 40 - Anónimo (2011) Modelador desenhando na forma; Portugal [Fotografia]. Retirado de <https://museudocalcado.wordpress.com/fabrico-e-componentes-para-calcado/como-se-fabrica-o-calcado/>



Figura 41 - Anónimo (2011) Ferramentas de sapateiro; Portugal [Fotografia]. Retirado de <https://museudocalcado.wordpress.com/fabrico-e-componentes-para-calcado/como-se-fabrica-o-calcado/>



Figura 42 - Anónimo (2011) Colocação do sapato na forma; Portugal [Fotografia]. Retirado de <https://museudocalcado.wordpress.com/fabrico-e-componentes-para-calcado/como-se-fabrica-o-calcado/>



Figura 43 - Anónimo (2011) Endireitar o sapato na forma; Portugal [Fotografia]. Retirado de <https://museudocalcado.wordpress.com/fabrico-e-componentes-para-calcado/como-se-fabrica-o-calcado/>



Figura 44 - Anónimo (2011) Demão de acabamento; Portugal [Fotografia]. Retirado de <https://museudocalcado.wordpress.com/fabrico-e-componentes-para-calçado/como-se-fabrica-o-calçado/>



Figura 45 - Anónimo (2011) Lixar e colar sola; Portugal [Fotografia]. Retirado de <https://museudocalcado.wordpress.com/fabrico-e-componentes-para-calçado/como-se-fabrica-o-calçado/>

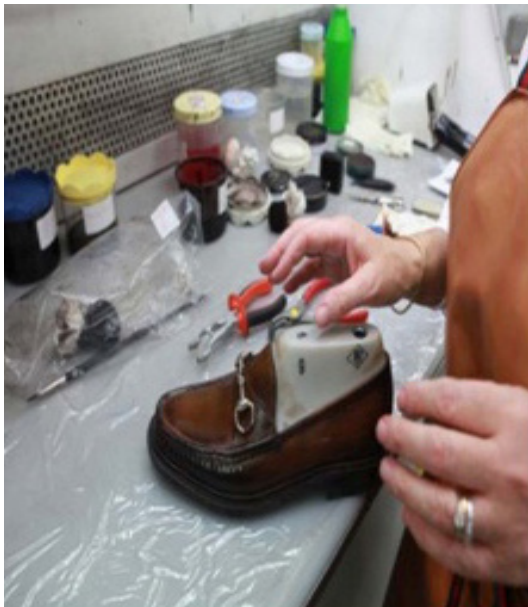


Figura 46 - Anónimo (2011) Últimos acabamentos; Portugal [Fotografia]. Retirado de <https://museudocalcado.wordpress.com/fabrico-e-componentes-para-calçado/como-se-fabrica-o-calçado/>



Figura 47 - Anónimo (2011) Sapato finalizado; Portugal [Fotografia]. Retirado de <https://museudocalcado.wordpress.com/fabrico-e-componentes-para-calçado/como-se-fabrica-o-calçado/>

O Designer de calçado

O design de calçado tem crescido em popularidade devido ao sucesso e fama de designers como Manolo Blahnik, Jimmy Choo, Patrick Cox, Giuseppe Zanotti e Miuccia Prada. O designer de calçado pode trabalhar em várias áreas da indústria, desde a alta costura ao *streetstyle*, desporto, exterior, caminhada, de trabalho, praia e mercados ortopédicos.

O designer de calçado normalmente trabalha dentro de uma equipa de design no desenvolvimento de todos os aspectos, desde o design até à produção e comercialização do produto. Para um designer de calçado é importante ter consciência dos *looks* chave para a estação, as últimas tendências e o que está a acontecer globalmente na moda, assim como ter conhecimento de marcas concorrentes.

Dependendo do tamanho da empresa, a equipa de design pode consistir num designer de calçado, assistente do designer de calçado, técnico de calçado, manager de produção e de *marketing*. Quando se desenvolve uma coleção, a equipa de design trabalha de perto com fábricas de solas, saltos e outros componentes de um sapato.

Para se ter sucesso nesta área de design é importante sugerir as proporções corretas do pé em relação à forma do design. As fichas técnicas mostram o sapato de várias vistas e mostram as texturas e decorações no couro.

Desenhar calçado pede um conhecimento do método de qual são feitos e os materiais usados. A forma como as fichas técnicas são produzidas depende de cada um. A informação completa é mostrada, através de desenhos técnicos de vários ângulos, amostras dos materiais e notas a explicar mais profundamente o produto. Quando um ou mais designs são escolhidos, uma ilustração mais completa é feita, demonstrando o desenho a cores com amostras do couro e dos aviamentos. A próxima etapa é produzir um protótipo para ver se o design resulta.

De acordo com Brown³ (2010, p.40) as habilidades típicas requeridas num designer de calçado são:

- habilidade para analisar tendências em tecidos, cores, texturas e formas;
- habilidade para esboçar por mão ou usando CAD;
- aptidão para desenvolver moldes e amostras;
- bom conhecimento técnico de calçado;
- habilidade para informar fornecedores e orientar produção.

³ Texto original em inglês "Ability to analyze trends in fabrics, colours, textures and shapes; ability to sketch by hand or using CAD; aptitude for developing patterns and sample ranges; good technical understanding of footwear techniques; ability to source suppliers and oversee production"

2.10. Como criar uma coleção de calçado (3 fases)

No que diz respeito à criação de uma coleção de calçado, após pesquisa de quais os passos essenciais, a mestranda encontrou três autores que achou importante mencionar, porque mostram vários pontos de vista de pessoas que trabalham em diferentes fases complementares da área da moda.

2.10.1. 1ª fase: Charmayne Smith

Noutro ponto de vista mais comercial, e no que diz respeito a um plano de negócios na área do calçado, Smith escreveu “O plano de negócios da tua linha de calçado é o primeiro passo para realizares os teus objetivos⁴” (2008). Logo, ela explicita todo o processo em nove passos:

1. Apresentar a sua linha de calçado com uma descrição geral do negócio. Incluir a estrutura judicial da linha de calçado, tal como parcerias, e listar cada um dos nomes dos proprietários e informações de contacto. Dar uma breve descrição dos produtos e serviços da sua linha de calçado, mas limitar a informação para colocar posteriormente.

2. Completar uma análise geral da indústria do calçado. Categorizar o mercado de calçado e destacar as suas tendências de crescimento e grupos de clientes, tais como masculino, feminino, casual, desportivo. Identificar o público-alvo da sua linha de calçado dentro desses grupos de clientes. Reduzir o seu público-alvo para um tamanho razoável para que a linha possa responder com eficiência e sucesso à procura.

3. Encontrar o nicho da sua linha de calçado e demonstrar as características distintas que definem os seus potenciais clientes. Explicar os produtos da sua linha de calçado e opções de preço, e descrever os métodos de publicidade a que sua empresa vai recorrer para atrair clientes. Descrever como a sua linha de calçado se compara à concorrência e explicar as estratégias que vai usar para ficar à frente da concorrência.

4. Fornecer detalhes sobre os resultados de pesquisas de mercado e testes da linha de calçado. Dar detalhes sobre os sapatos que foram testados e definir as modificações que a sua empresa fez depois de analisar as respostas e comentários do grupo de teste. Explicar como a linha de calçado atende às necessidades ou preenche os vazios do público-alvo.

5. Descrever cada uma das funções dos seus gestores, os seus departamentos e os papéis dos seus assistentes. Definir os custos de cada posição, incluindo salários, benefícios e custos de formação. Incluir um organograma para maior clareza. Fornecer detalhes sobre fabricantes da sua empresa. Incluir a sua localização, detalhes do contrato e dos preços, bem como o número mínimo de pares que devem ser solicitados a fim de processar a factura, os tamanhos disponíveis, disponibilidade de tecido e os custos de envio.

⁴Texto original em inglês” Your shoe line’s business plan is the first step towards realizing your goals”

6. Explicar as operações da linha de calçado. Morada da sua sede principal, operações de vendas e *stocks*. Fornecer detalhes sobre as despesas da operação e requisitos, incluindo licenças, requisitos de zona, impostos, serviços públicos, e os custos de construção. Manter as despesas da sua linha de calçado baixas durante o período inicial, para evitar os custos de fabricação diretos.

7. Criar as demonstrações financeiras da sua linha de calçado. Inclua uma declaração pessoal financeira para cada um dos empresários da linha, bem como um balanço, demonstração de resultados e análise de fluxo de caixa para a empresa. Fornecer estimativas razoáveis e informações de previsão, tais como vendas e crescimento esperados.

8. Incluir todos os documentos de apoio, tais como pesquisa de mercado, os contratos de fabricante e informações das licenças no plano de negócios.

9. Desenvolver o sumário executivo para o plano da linha de calçado. Resumidamente introduzir o negócio, os seus proprietários, a sua razão para o início da linha e do público-alvo. Incluir alguns factos importantes sobre a concorrência da sua linha e estratégias competitivas. Se estiver a solicitar um empréstimo, incluir o valor que a sua empresa está a solicitar e mostrar o cronograma de reembolso antecipado. Limitar o sumário executivo em duas páginas e incluir assinaturas para cada proprietário no final do resumo.

2.10.2. 2ª fase: Geneva Vanderzeil

De acordo com Vanderzeil (2013), para criar uma coleção de calçado são necessários sete pontos essenciais:

1. Reunir inspiração (pelo menos 7 meses antes do lançamento)

- Tema comum ou inspiração
- Revistas, imagens, *DIY* (faça você mesmo)
- *Moodboards*
- Formas, paletas de cores, pormenores

2. Comece a desenhar (6 meses antes do lançamento)

- Desenhar sapatos
- *Brainstorming* com designs diferentes
- Escolher os que se gosta mais

3. Rever e refinar (6 meses antes do lançamento)

- Ornamentos e pormenores
- Coesão da coleção: o que tu achas que as pessoas irão gostar e os materiais que tu te podes dar ao luxo de usar

4. Criar e avaliar amostras (5 meses antes do lançamento)

- Ideias decididas
- Criar amostras
- Escolha da forma e da gáspea (primeiro protótipo de couro do sapato)
- Escolher a cor para todas as partes do sapato e sua construção

5. Fazer mudanças (4 meses antes do lançamento)

- Amostras
- Verificar a estética e o encaixe
- Ajustar o design

6. Produção da linha (3 meses antes do lançamento)

- Prazo estabelecido para promoções e lançamento

7. Lançamento

- Criar um *lookbook* para todos os estilos

2.10.3. 3ª fase: Fernández & Roig

De acordo com Fernández & Roig (2007, p.93), o objectivo da moda é encontrar produtos universais, que se adaptem sem problemas às necessidades dos clientes. Isto obriga o designer a investigar e a interpretar tendências de moda, a desenvolver a capacidade criativa e técnica, adaptando as suas ideias às necessidades do mercado e às exigências da indústria da moda. Não basta apresentar propostas originais, um designer tem de estabelecer um grau de cumplicidade com o consumidor e produzir um trabalho que resulte comercialmente viável.

É dever do designer de calçado:

- Considerar o potencial cliente;
- Analisar o mercado;
- O estilo de uma empresa;
- A importância do estilo;
- Apaixonar-se pelos designs;
- O conceito de marca;
- Planificação de uma linha.

A colecção: grupo de ideias

Uma vez definido o público-alvo conhecido, qual o estilo que nos interessa e superado o processo de investigação, temos já uma história para contar. É o momento de encarar o desenho de uma colecção. Nela deve ficar expressa a nossa fonte de inspiração, o tema ou o laço de união que aglutina o projeto, bem como as intenções do mesmo.

- Criar uma história;
- Esboçar ideias;
- O objectivo é a coerência.

Normas para criar uma colecção:

1. Determinar o número de temas que vão ser desenhados e prever quantos modelos englobará cada um.

2. *Brainstorming*: lançar no papel todas as ideias que nos ocorram para desenvolver a colecção - formas, cortes, acessórios, materiais, cores, etc.

3. À medida que se unem os conceitos e se clarificam os modelos, cria-se um índice de peças para não haver repetições.

4. Criar uma ou várias silhuetas, para definir melhor se se trata de uma colecção para o dia, a noite, de festa ou mista.

5. Estabelecer um catálogo de materiais e cores.

6. Para terminar, define-se os acabamentos: estampados, bordados, fechos, atacadores, solas, palmilhas, etc.

2.11. Calçado em Portugal: A Indústria

O grande desenvolvimento do calçado ao longo dos tempos proporcionou uma evolução no sector, e consequentemente também em Portugal. Com o aumento da competitividade das empresas e do reforço da sua posição nos mercados internacionais, a procura por design nacional tornou-se maior.

No calçado foi possível a introdução de design próprio, controlo das cadeias de fornecimento e até do desenvolvimento de tecnologias e equipamentos nacionais, tendo a indústria de calçado passado a caso de sucesso e orgulho nacional. Em 2013, Portugal exportou 71 milhões de pares de sapatos por ano⁵.

O progresso da indústria portuguesa de calçado nos últimos anos é visível. De sectores tradicionais, e voltados para o mercado nacional, o calçado, os componentes de calçado e os artigos de pele transformaram-se em sectores empreendedores e competitivos.

No que se refere ao sector de calçado em Portugal, este encontra-se hoje como o quarto maior exportador mundial (excluindo Hong Kong) no segmento de calçado em couro. Ao nível produtivo, desde 1985, Portugal foi o único país europeu a aumentar a produção de calçado.

No sector de componentes para calçado, nos últimos oito anos as exportações de saltos e de solas duplicaram.

A pensar nas empresas, a APICCAPS, associação dos industriais do sector, passará, também, a aproveitar o conhecimento ganho nos últimos anos na campanha *Portuguese Shoes Designed By the Future*, que apresenta os sapatos portugueses ao mundo como “a indústria mais sexy da Europa”, para apoiar cinquenta empresas nacionais a definir planos de comunicação e imagem.

Doze coisas a saber sobre a indústria de calçado, de acordo com Cardoso (2014):

1. Entre 1985 e 2012, a indústria de calçado dirigiu-se para a Ásia. O peso da Europa na produção mundial passou de 34% para 3,7%. O peso da China passou de 17,3% para 63,1%

2. Na década de 80, Portugal multiplicou por 10 as exportações de calçado. Na década de 90, o crescimento mais significativo foi registado no valor: a quantidade de sapatos exportados aumentou de 75 milhões para 90 milhões de pares e o valor passou de 800 milhões de euros para 1,5 mil milhões

3. O início da década de 2000 foi marcado pela saída das grandes multinacionais, mas a partir de 2005 a fileira conseguiu recuperar o ritmo de crescimento. Em 2013, a indústria portuguesa de calçado atingiu um valor recorde de 1,7 mil milhões de euros nas exportações, com crescimentos de 3% no número de pares exportados e de 8% no valor.

⁵dados retirados de <http://www.publico.pt/temas/jornal/a-historia-de-uma-industria-condenada-que-se-tornou-um-modelo-para-portugal-27262596>

4. Na década de 80 metade da mão de obra do sector em Portugal não era qualificada. Nos dias de hoje, a quota de mão de obra não qualificada na indústria portuguesa de calçado está nos 10%.

5. Em 1999, a indústria portuguesa levava 88 empresas a 25 feiras internacionais, num total de 285 participações. Atualmente, há 150 empresas a rodar por 60 feiras, num total de 600 participações.

6. Entre 2000 e 2008, a par da saída das grandes multinacionais do país, o sector investiu 14,8% do VAB gerado pelas suas empresas.

7. Dos 55,3 milhões de euros que a indústria portuguesa do calçado foi buscar aos incentivos do PRIME entre 2000-2007, 50% foram canalizado para a internacionalização. No país, essa percentagem ficou nos 5%. A fatia dedicada à inovação e desenvolvimento absorveu 15% das verbas, contra os 11% registados a nível nacional

8. Em 2008, um teste cego ao mercado mostrou um desvio significativo entre o valor real e a percepção dos compradores relativamente aos sapatos portugueses: quando não sabiam a origem, os compradores internacionais atribuíam um valor de 100 euros a um par de sapatos, mas esse valor descia para os 70 euros sempre que o comprador era confrontado com o *made in* Portugal.

9. Atualmente, os sapatos portugueses têm o segundo preço mais elevado do mundo na exportação, atrás de Itália. A diferença entre os dois países ainda é significativa (23 euros em Portugal contra os 35 euros de Itália), mas os responsáveis do sector acreditam poder liderar este *ranking* dentro de algum tempo.

10. No atual Quadro Comunitário de Apoio, o sector recebeu incentivos de 55 milhões de euros que se terão traduzido, na avaliação da APICCAPS, em exportações de 12 mil milhões de euros ou num par de sapatos exportado por cada 0,06 cêntimos de incentivos recebidos

11. Em 2011, o ano em que a indústria portuguesa de calçado se apresentou ao mundo como a mais sexy da Europa, as exportações cresceram 16%.

12. Nos últimos 3 anos, as exportações portuguesas de calçado cresceram 34%

2.11.1. APICCAPS

A APICCAPS - Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado, Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos é uma associação empresarial de âmbito nacional.

Fundada em 1975, representa os seguintes setores de atividade:

- Indústria de calçado
- Indústria de componentes para calçado
- Indústria de artigos de pele (malas, carteiras, luvas, cintos, etc.)
- Indústria e comércio de equipamentos para os setores que representa.

Desenvolve a internacionalização das empresas portuguesas nas áreas já referidas, em cooperação com a AICEP - Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal. A APICCAPS promove o contato entre os criadores de calçado e a indústria, e publicita-os para os mercados internacionais.

A APICCAPS incentiva políticas de inovação para reforço competitivo das empresas, através do desenvolvimento de projetos em parceria com o CTCP, empresas produtoras de matérias-primas, entidades do sistema científico e tecnológico e universidades.

A APICCAPS disponibiliza variados serviços aos seus associados, designadamente apoio jurídico, licenciamento industrial, incentivos ao investimento, acesso a bases de dados nacionais e internacionais, informação sobre concurso públicos. Divulga e promove vários cursos de formação, desenvolvidos pela Academia de Design e Calçado - CFPIC, que realiza ações de formação profissional em várias áreas.

Apresenta através do Portugal Fashion (a semana de moda do Porto) as propostas de calçado nacional das novas estações, promovendo marcas como a Ambitious, Dkode, JJ Heitor, Fly London, J. Reinaldo e Nobrand.

É também responsável pela produção e divulgação de informação, através dos seguintes suportes: Canal de televisão "*What's Up - Olhar a Moda*"; Jornal da APICCAPS; Revista *Portuguese Soul*; boletim trimestral de conjuntura; Monografia Estatística; *World Footwear*; Campanha "*The Sexiest Industrie in Europe*".

Tabela 3 - Evolução da indústria portuguesa de calçado segundo a APICCAPS (2015)

Evolução da Indústria Portuguesa de Calçado											
	1974	1984	1994	2004	2006	2008	2010	2011	2012	2013	2014
Indústria											
Empresas											
-número	673	971	1.635	1.432	1.448	1.407	1.245	1.324	1.322	1.399	1.430
Emprego											
-número	15.299	30.850	59.099	40.255	36.221	35.398	32.132	34.509	34.624	36.889	37.781
Produção											
-milhares de pares	15.000	48.000	108.866	84.897	71.643	69.101	62.012	69.491	75.178	73.935	75.198
Valor bruto de produção											
-milhares de euros	12.330	318.891	1.620.001	1.471.214	1.338.555	1.397.617	1.283.475	1.511.085	1.823.989	1.797.236	1.884.283
Comércio Externo											
Exportações											
-milhares de pares	5.200	31.100	89.368	75.159	63.784	64.651	68.671	78.226	70.635	74.500	76.913
-milhares de euros	3.093	164.060	1.283.867	1.273.252	1.166.116	1.290.991	1.296.919	1.541.626	1.600.458	1.734.527	1.845.568
Importações											
-milhares de pares	2800	200	15.005	33.154	41.209	50.900	65.647	63.535	47.244	51.005	53.795
-milhares de euros	324	738	97.087	271.126	318.277	431.662	425.270	467.035	403.499	422.161	449.137
Balança comercial											
-milhares de pares	2400	30.900	74.362	42.005	22.575	13.751	3023	14.691	23.391	23.496	23.118
-milhares de euros	2769	163.321	1.186.781	1.002.126	847.838	859.329	871.650	1.074.592	1.196.959	1.312.365	1.396.431
Consumo aparente											
-milhares de pares	12.600	17.100	34.503	42.892	49.069	55.350	58.989	54.801	51.787	50.439	52.080
-milhares de euros	9.561	155.570	433.220	469.088	490.716	538.288	436.127	461.572	637.643	496.162	502.840
Taxa de cobertura (valor)	955%	22224%	1322%	470%	366%	299%	305%	330&	397%	411%	411%
Peso das importações no consumo aparente (valor)	3,4%	0,5%	22,4%	57,8%	64,9%	80,2%	97,5%	101,2%	63,3%	85,1%	89,3%
Taxa de exportação (valor)	25,1%	51,4%	79,3%	86,5%	87,1%	92,4%	101%	102%	87,7%	96,5%	97,9%

2.11.2. Centro Tecnológico de Calçado

O Centro Tecnológico do Calçado de Portugal (CTCP) é uma organização sem fins lucrativos, fundada em 1986 pela APICCAPS e dois Institutos do Ministério da Economia, o IAPMEI e o INETI, a partir do Laboratório de Controlo da Qualidade criado em 1981.

Os principais objetivos do CTCP são apoiar técnica e tecnologicamente as empresas de calçado e setores complementares; promover a formação dos recursos humanos das empresas e divulgar informação técnica junto da indústria; promover a melhoria da qualidade dos produtos e processos industriais ;promover, realizar e dinamizar trabalhos de investigação, desenvolvimento e demonstração de calçado; ajudar na criação de melhores técnicos e designers de calçado.

Com instalações em São João da Madeira e Felgueiras, o CTCP realiza variadas atividades como:

- . Ensaios físicos e químicos de matérias primas, componentes e produtos acabados;
- . Certificação de produtos: marcação CE, BIOCALCE e ACTIVECALCE;
- . Investigação aplicada a novos materiais, equipamentos e processos;
- . Análise do conforto e do poder de calce;
- . Medição e classificação de peles;
- . Normalização e métodos de ensaios;
- . Tecnologias e consultoria ambiental;
- . Organização e gestão industrial;
- . Certificação de empresas;
- . Formação Profissional e recursos didáticos;
- . Estudos setoriais e vigilância tecnológica;
- . Proteção da Propriedade Industrial;
- . Informação especializada e Bases de Dados;
- . Higiene e Segurança no trabalho;
- . Ambiente;
- . Design, Criatividade, Multimédia e TIC

2.12. Principais Designers Portugueses de Calçado

Com o constante crescimento da indústria do calçado em Portugal, ocorreu um maior aparecimento de marcas de calçado, muitas das quais com grande internacionalização e posicionamento no segmento de luxo, tais como Fly London, Carlos Santos, JJ Heitor e Josefina.

Os designers que se seguem são os que a mestranda achou terem um posicionamento no mercado e público-alvo aproximado de Luís Onofre.

2.12.1. Luís Onofre

A marca Luís Onofre nasceu em 1999, mas a relação do designer com o calçado surge na sua família Conceição Rosa Pereira, que trabalha na indústria desde 1939.

“Sempre aprendi que para fazer sapatos e acessórios de alta qualidade, que caiem no segmento de luxo do mercado, é importante selecionar materiais de classe alta, assim como combinar inovação e tecnologia com o nível de detalhe de uma produção artesanal” menciona Onofre, demonstrando desde já uma atenção especial para a qualidade dos materiais utilizados e detalhes ao confeccionar o seu calçado.

O seus sapatos já calçaram atrizes como Penélope Cruz ou Naomi Watts, e ícones do mundo moderno como Michelle Obama, Letizia Ortiz ou Genoveva Casanova, e atualmente exporta 93% da produção, estando presente em países como Espanha, Rússia, Holanda, Bélgica, França, Alemanha, Dubai, Estados Unidos da América, Canadá, Angola, Nigéria, Brasil, Mongólia e China

“Sonhava ser designer de interiores mas foi no mundo do calçado que Luís Onofre se realizou dando continuidade a um negócio de família. Natural de Oliveira de Azeméis, o designer adquiriu formação de estilista no Centro de Formação Profissional da Indústria do Calçado. No início desenvolveu sapatos para marcas estrangeiras, e a pouco e pouco introduziu nas coleções acessórios de moda. Em 1999, lançou a linha Luís Onofre. Desde essa altura nunca mais parou de lançar coleções que têm marcado presença em conceituados eventos de moda nacionais e internacionais. A inspiração para os novos desenhos surge a partir de uma pele, de um salto ou de uma forma. As três centenas de modelos de cada coleção transformam-se em verdadeiras peças de luxo devido à qualidade e elegância.” (Craveiro, 2012)

Trabalha maioritariamente com peles importadas da Itália, pêlo, camurça, silicone e cetim. Apresenta a sua marca em diversas feiras de calçado internacionais, como a MICAM (Milão), Moda Calzado (Madrid), Premier Classe (Paris), Feira de Moscovo, feira de calçado em Las Vegas, Estados Unidos.

Já trabalhou com a H&M, Jimmy Choo, Marny e Maison Margiela, e tem *showrooms* permanentes em Portugal, Luxemburgo, Rimini (Itália) e Dubai.

Última Coleção Luís Onofre FW 15|16



Figura 48 - Onofre, L. (2015) Autumn Winter 2015/FW1; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://luisonofre.com/en/products/autumn-winter-2015>



Figura 49 - Onofre, L. (2015) Autumn Winter 2015/21; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://luisonofre.com/en/products/autumn-winter-2015>



Figura 50 - Onofre, L. (2015) Autumn Winter 2015/3; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://luisonofre.com/en/products/autumn-winter-2015>



Figura 51 - Onofre, L. (2015) Autumn Winter 2015/17; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://luisonofre.com/en/products/autumn-winter-2015>

2.12.2. Paulo Brandão

A empresa Paulo Brandão, Lda. detentora da marca Paulo Brandão tem duas décadas de existência, e inicia uma nova fase, tendo sido adquirida por um novo investidor, o Comendador Rodrigo Leite que pretende elevar o seu crescimento investindo na qualidade e design do produto, no reforço da sua equipa comercial e numa forte campanha de divulgação da marca, assente no seu novo posicionamento.

Simultaneamente, o novo proprietário, adquiriu na totalidade, em Novembro de 2014, a Versão Latina, empresa industrial onde a marca Paulo Brandão é produzida.

A Paulo Brandão, aparece reinventada como afirmação ao desafio do sinal dos tempos, direcionada para mulheres que valorizam o conforto, a originalidade, a qualidade, a intemporalidade e a exclusividade.

A marca aposta agora nas texturas, cores, e em materiais nobres como as peles e os pitons. Indo desde o estilo clássico ao masculino, a Paulo Brandão participa em diversas feiras de calçado, como a MICAM(Milão) e ColombiaModa (Colômbia).

Última Coleção Paulo Brandão FW 15 | 16



Figura 52 - Brandão, P. (2015) Mocassim com espelho leopardo e berloque; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://paulobrandao.pt/website/a-colecao/>



Figura 53 - Brandão, P. (2015) Botim raso cor mel com corrente dourada; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://paulobrandao.pt/website/a-colecao/>



Figura 54 - Brandão, P. (2015) Botim de salto médio grosso com espelho gravado e fivelas laterais; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://paulobrandao.pt/website/a-colecao/>



Figura 55 - Brandão, P. (2015) Botim preto de salto alto compensado com pata; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://paulobrandao.pt/website/a-colecao/>

2.12.3. Miguel Vieira

A marca Miguel Vieira reflete elegância, charme e glamour. Ao longo dos anos, Miguel Vieira tornou-se num estilo que reflete elegância, charme e glamour. Em 1995 lança a sua primeira coleção de calçado feminino, marcando depois presença em diversos eventos como o Moda Lisboa, Porto Moda e Portugal Fashion, e feiras de calçado como o ModaCalzado (Madrid).

As suas coleções aparecem nas principais capitais da moda, como Paris, Londres, Milão, Madrid, Atenas, Istambul, Nova Iorque e Tóquio.

Última Coleção Miguel Vieira FW 15 | 16



Figura 56 - Vieira, M. (2015) Woman Shoes; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://www.miguelvieira.pt/woman>



Figura 57 - Vieira, M. (2015) Woman Shoes; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://www.miguelvieira.pt/woman>



Figura 58 - Vieira, M. (2015) Woman Shoes; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://www.miguelvieira.pt/woman>



Figura 59 - Vieira, M. (2015) Woman Shoes; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://www.miguelvieira.pt/woman>

2.12.4. Egídio Alves

O designer Egídio Alves começou aos 18 anos a criar as primeiras propostas na área de calçado, vendendo ilustrações com especificações de materiais e técnicas, apercebendo-se que para se inserir no mercado de trabalho teria de apostar numa formação na área. Desde aí participou em diversos concursos nacionais e internacionais com propostas e design feminino, mas foi com o calçado masculino que, em 2008, foi reconhecido com o primeiro prémio pelo Consorcio Vero Cuoio na Feria Mundial de materiais Lineapelle, em Bolonha, Itália.

Egídio Alves apresenta calçados femininos de luxo, apostando nos materiais nobres como pele e pêlo de pônei, camurça, pele de vitela, verniz e madeira, acompanhando as tendências aliadas ao conforto.

Última Coleção Egídio Alves FW 15 | 16



Figura 60 - Alves, E. (2015) Bota alta em pele de vitela, pele verniz e pele de coelho bordeaux, Corrente e aplicações metálicas em ouro. Salto cromado escovado em ouro; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://www.egidioalves.com/pt/home/88-bota-alta-coelho-bordeaux.html>



Figura 61 - Alves, E. (2015) Botim em pele de pônei com padrão, pele de vitela e verniz castanho. Aplicações metálicas de ouro. Salto forrado; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://www.egidioalves.com/pt/sapatos/51-botim-pele-poney.html>



Figura 62 - Alves, E. (2015) Sapato folhos em pele de vitela e verniz bordeaux. Aplicações metálicas em ouro e salto cromado escovado em ouro; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://www.egidioalves.com/pt/sapatos/86-sapato-pele-folhos.html>



Figura 63 - Alves, E. (2015) Bota cavaleira em pele de vitela, pele verniz e pele de coelho camel. Corrente e aplicações metálicas em ouro; Portugal [Fotografia]. Retirado de <http://www.egidioalves.com/pt/home/90-bota-cavaleira-coelho-camel.html>

“O projeto do produto engloba uma sequência típica de etapas em que o nível de incerteza diminui à medida que o processo evolui”

(Ferreira, et al., 2011, p.9)

3. Projeto

“Para criar uma coleção, é necessário desenvolver uma ampla gama de ideias relacionadas para produzir peças que funcionem não apenas como modelos individuais, mas que se integrem num tema. Isto significa que as peças devem apresentar variedade de formas e usos e relacionar-se esteticamente, bem como, se for o caso, poderem combinar entre si” (Férrandez & Roig, 2007, p.99)

No presente projeto de mestrado propõe-se desenvolver uma coleção cápsula de calçado Outono/Inverno 2016/17 para a marca Luís Onofre. A coleção é composta por cinco modelos de sapatos, de linha comercial de forma a satisfazer as necessidades de um nicho de mercado. Este nicho de mercado é composto pelo público feminino, de classe média alta/alta com gosto por artigos de luxo. O número reduzido de calçado deve-se ao facto de ser uma coleção cápsula para uma marca já existente.

O calçado surgiu como gosto pessoal, de todo o fabrico, materiais e estético apelativo. A marca Luís Onofre surgiu como um gosto por calçado mais específico, e de seguir sempre as suas coleções de design luxuoso e de pormenores ricos em detalhe. Assim, toda a parte criativa e de investigação resultaram desse gosto.

3.1. Análise anterior ao planeamento da coleção

Anteriormente à realização da coleção e por trás de todo o processo criativo, foram feitas variadas pesquisas, no âmbito de facilitar e melhor desenvolver a coleção.

Primeiramente foi realizada uma pesquisa mais aprofundada da marca Luís Onofre, fazendo um levantamento de todas as coleções de calçado. Após reunião com as orientadoras, foi proposto que seria mais sensato criar uma coleção para a estação de Outono/Inverno 2016-17. Logo, fez-se um levantamento de todos os sapatos das coleções de Outono/Inverno da marca Luís Onofre, podendo a mestranda tirar algumas conclusões que pudessem fundamentar e satisfazer as necessidades do seu mercado-alvo: feminino de luxo.

Em todas as coleções, a marca Luís Onofre utiliza, sem excepção, pormenores de cor dourada. As cores são maioritariamente invernosas como o castanho e o preto, mas também incluindo sempre algum modelo de cor branca, rosa, azul ou vermelho. Sendo o branco uma cor pouco utilizada na marca, apresentando apenas um ou dois modelos por coleção, a mestranda decidiu apostar nessa cor para evidenciar a ideia de luxo e pureza, e para complementar a marca. Porém, de modo a tornar a coleção mais comercial as cores castanho, preto e bordeaux seriam futuramente adicionadas⁶.

Posteriormente, foram analisados outros pormenores de Luís Onofre, como os tipos de saltos mais utilizados, sendo este o salto agulha e o salto coluna, ambos mais de 6cm de altura, e os materiais mais utilizados, consistindo em pele, pêlo, camurça e metal dourado.

⁶Para ver as variações de cores na coleção cápsula “Pure Gold” consultar o Anexo B

Após uma pesquisa e análise das coleções anteriores de Luís Onofre, a mestranda chegou à conclusão que deveria acrescentar uma sandália na coleção, sendo que a coleção incluiria assim cinco peças, todas de um modelo diferente de modo a abranger um público mais vasto: um sapato, um botim de salto raso, um botim de salto alto, uma bota de salto alto e uma sandália de salto alto.

Como é uma coleção cápsula para a marca Luís Onofre, esta é de edição limitada e, como tal, terá uma caixa e/ou saco de transporte dos sapatos também de edição especial, tal como Luís Onofre fez em coleções passadas de edição limitada.

Para poder completar a investigação sobre Luís Onofre, a mestranda realizou várias pesquisas de tendências para a estação anteriormente mencionada, muitas delas recolhidas num *sketchbook* criado para o efeito.

Nesse mesmo *sketchbook*, foram também realizados todos os esboços e estudos de calçado, que deram assim lugar à coleção final⁷.

⁷Para visualização do *sketchbook*, este foi digitalizado e aparece no Anexo A

Painel 1 - Exemplo de estudos feitos no sketchbook realizado para o projeto



3.2. Pré-planeamento da coleção

Numa fase inicial, foi realizada uma reunião com a orientadora do projeto, a prof. Ana Fernandes, sobre todo o processo a realizar no que diz respeito ao enquadramento teórico e a toda metodologia projetual necessária na criação de um projeto desta natureza. De seguida foi realizado um plano de atividades, podendo a mestranda se organizar em todas as fases do projeto.

Tabela 4 - Cronograma das atividades desenvolvidas pela mestranda durante todo o projeto de mestrado

Plano de atividades - “Design de calçado - do processo criativo à produção”								
	set	out	nov	dez	jan	fev	mar	abr
Enquadramento teórico (pesquisa e escrita)								
Pesquisa de tendências Outono/Inverno 16-17								
Pesquisa de tipos de sapatos e saltos								
Pesquisa de coleções de designers portugueses de calçado								
Pesquisa de coleções de Luís Onofre								
Escolha e pesquisa do tema da coleção								
Realização do sketch- book								
Pimeiros esboços								
	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Escolha dos modelos para a coleção								
Estudo das cores e modelos								
Realização de vários painéis representativos								
Desenhos técnicos e ilustrações da coleção								
Fichas técnicas da coleção								
Escrita do projeto								
Correções e alterações								
Realização do protótipo								
Entrega do projeto								
Apresentação								

3.2.1. Marcas concorrentes

A coleção é feita para responder às necessidades de um público feminino com gosto pelo requinte e elegância, logo foi realizada igualmente uma pesquisa das marcas concorrentes a atuar no mesmo nicho de mercado, já que são cada vez mais as empresas de calçado em Portugal a apostar na qualidade e no mercado do calçado de luxo. Como tal, estas mesmas empresas apresentam-se como marcas concorrentes a Luís Onofre, marca para qual a mestrandia criou esta coleção Algumas das mais relevantes:

- Miguel Vieira: designer português de renome, começa a lançar coleções de calçado feminino em 1995. De design clássico, também usa acessórios de calçado em dourado;

- Paulo Brandão: design clássico com materiais de qualidade; surge reinventada no mercado;

- Egídio Alves: sapatos jovens e irreverentes de materiais de qualidade e luxo; acessórios igualmente dourados;

3.2.2. Público-alvo

O público-alvo para qual a coleção foi criada consiste na público feminino, faixa etária acima dos 30, classe média/alta, cosmopolita e de *look* contemporâneo, com gosto por acessórios luxuosos. A cliente aparece com um gosto pelo branco associado a materiais de qualidade e que transite sofisticação.

O público-alvo encontra-se representado no painel da página seguinte.

Painel 2 - Púlico-alvo da coleção “Pure Gold”



Feminino
Faixa etária acima dos 30
Classe média | alta
Cosmopolita
Look contemporâneo

3.3. Planeamento da coleção

O produto em análise caracteriza-se em uma coleção cápsula de calçado feminino para a marca Luís Onofre, consistindo num sapato, sandália, botim de salto alto, botim de salto raso e bota de salto alto. A coleção caracteriza-se pela simplicidade do design incluindo materiais de qualidade muito elevada e processo de produção de excelência, utilizando técnicas artesanais e semi-industriais. A coleção destina-se a um público-alvo exigente, transmitindo uma ideia de requinte, elegância e comodidade, podendo ser usada por vários tipos de pessoas e estilos.

O branco surgiu como uma ideia de simplicidade e pureza, contrastando com o dourado, muito usado nos acessórios do calçado de Luís Onofre. O castanho escuro do salto a imitar madeira resultou de querer um efeito contrastante e sóbrio sobre o branco.

3.3.1. Conceito e tema da coleção

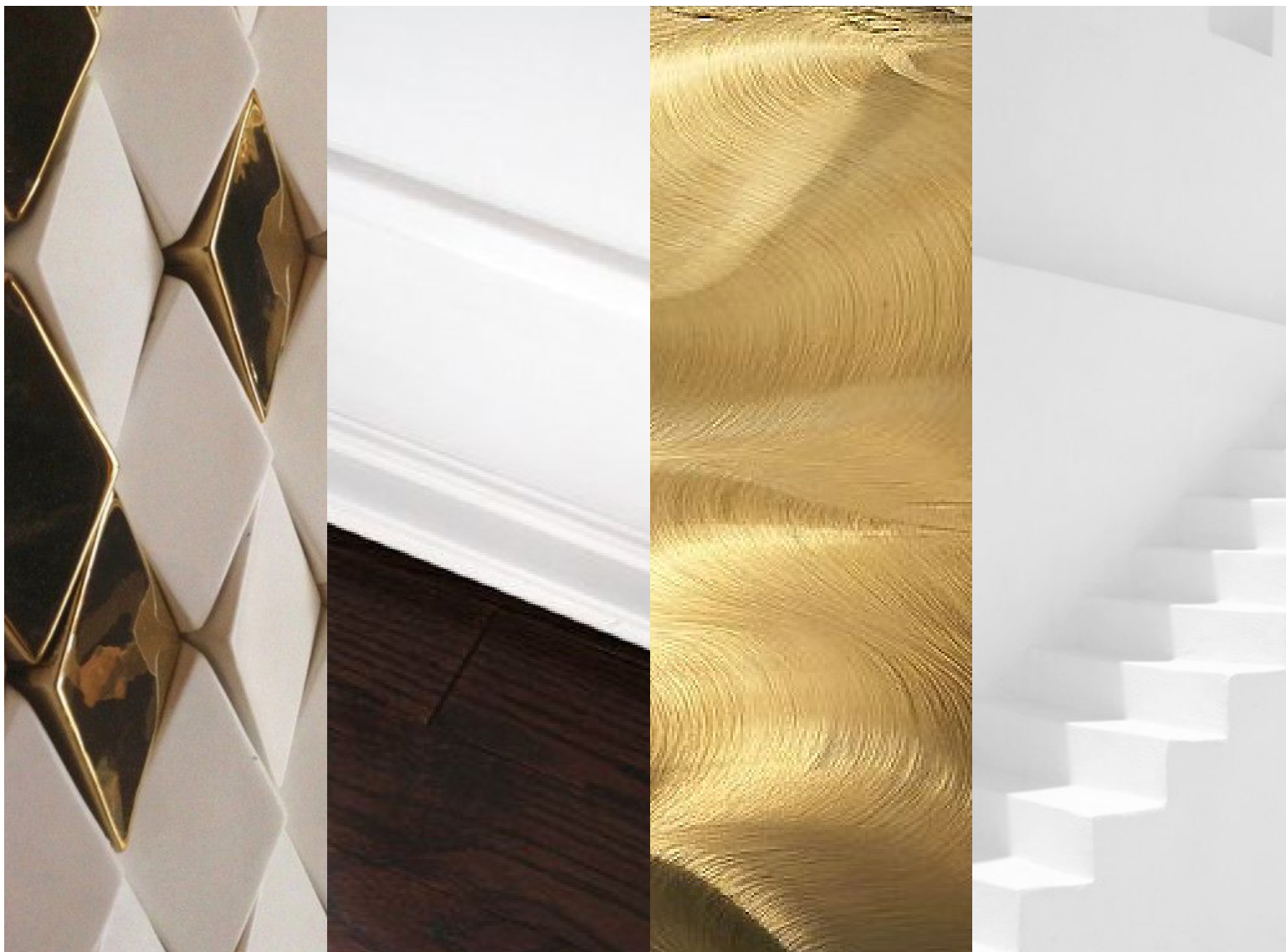
Após uma pesquisa de tendências de moda para a estação Outono|Inverno 2016-17, foi possível escolher algumas características que entrassem em sintonia com a linha criativa de Luís Onofre. Assim sendo, foram escolhidos os acessórios em dourado, os saltos em madeira castanho avermelhado e, de modo a acrescentar à marca Luís Onofre, o calçado em branco.

O tema escolhido foi então “Luxo”, estando este associado predominantemente pelas cores do branco e dourado.

A partir do conceito e respectivo *moodboard*, outros painéis foram realizados de modo a fazer uma pesquisa mais vasta de vários componentes que poderiam ser postos em causa, como branco e dourado no calçado, e branco e dourado noutras áreas do design. Posteriormente, os primeiros esboços foram realizados, dando início ao processo criativo. Sendo condicionada por falta de conhecimento no design de calçado, a mestranda realizou variadas pesquisas no design de calçado e em esboços de *footwear* para poder realizar os esboços mais técnicos, assim como as fichas técnicas.

Definido o tema, foi possível sintetizar as ideias através de imagens susceptíveis ao público-alvo e reuni-las num *moodboard*, assim como variados painéis representativos que a mestranda realizou:

Painel 3 - Moodboard da coleção “Pure Gold”



Painel 4 - Exemplos das cores branco e dourado no calçado



Casadei



Tom Ford



Luís Onofre



Alexandre Vauthier



Giuseppe Zannotti

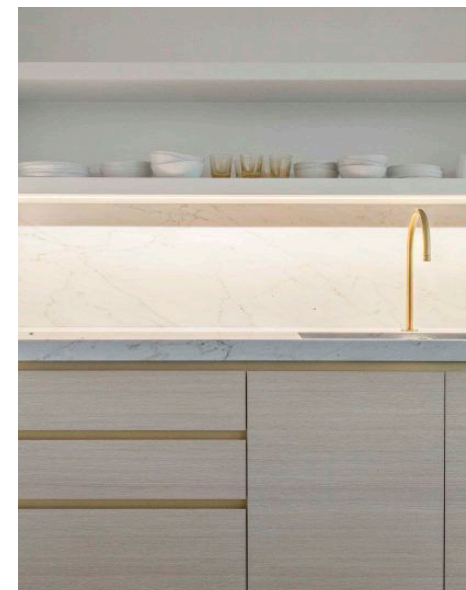
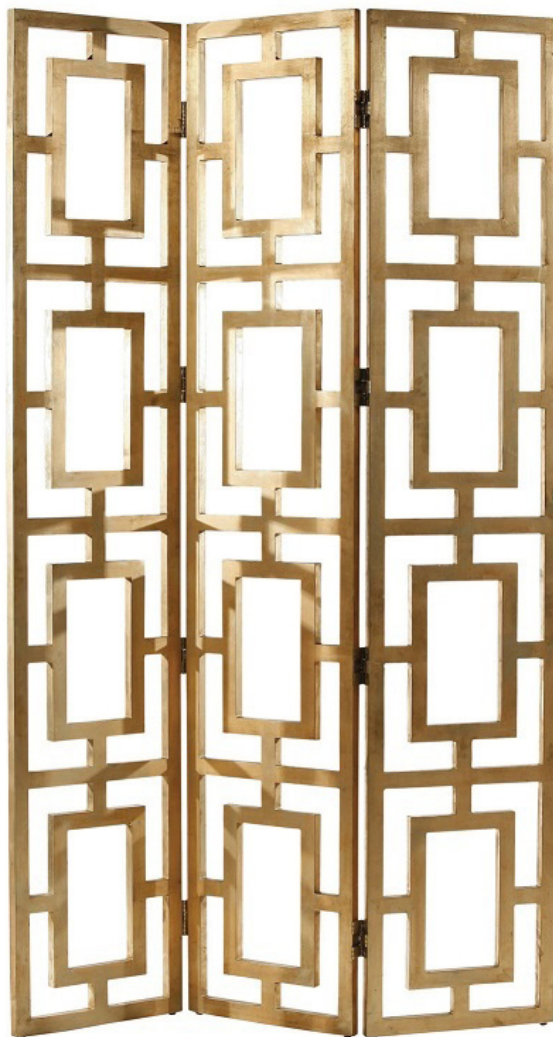


Ralph Lauren



Christian Louboutin

Painel 5 - Exemplos do uso do branco e dourado noutras áreas do design



3.4. Coleção final

Com base nas pesquisas de marcas concorrentes, tendências e público-alvo, e aliando ao esboços e ao processo criativo, a mestranda criou a coleção final. A coleção tem como nome “Pure Gold”, sendo este título ilustrativo ao conceito que a mestranda pretende demonstrar, ou seja, de ouro e/ou dourado puro, sendo este a epítome representativa de luxo. A cada sapato foi dado o nome de uma vertente do ouro, ou expressão associada ao ouro.

Cada um dos sapatos apresenta o mesmo esquemas de cores - branco, dourado, castanho escuro avermelhado - assim como variados tipos de saltos. Os materiais consistem em pele branca e pele dourada, chapa de alumínio dourado, e folheado de madeira castanho avermelhado.

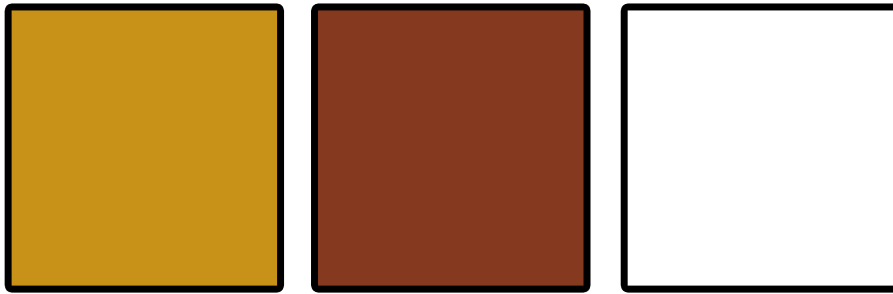


Figura 64 - Paleta de cores Pantone da coleção, consituída por, respectivamente, dourado Nugget Gold 16-0952 TPX, castanho Bombay Brown 18-1250 TPX e branco Snow White 11-0602 TPX

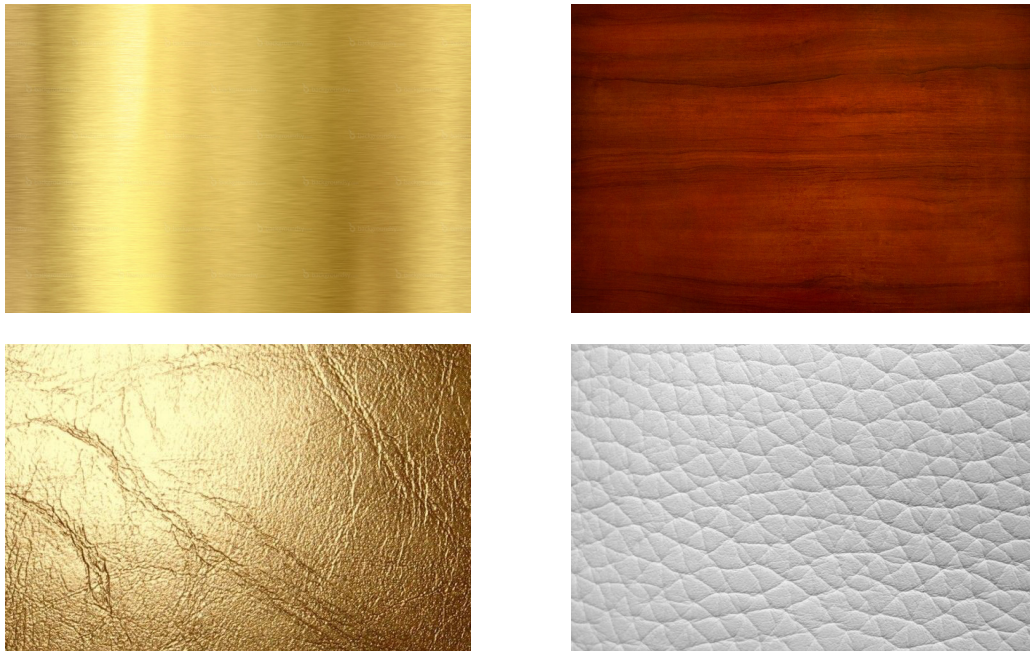


Figura 65 - Amostra dos materiais a utilizar na coleção, consistindo em, respectivamente, metal dourado, madeira ou imitação de madeira castanho avermelhado, pele sintética dourada e pele sintética branca.

O design geral da coleção manteve-se comercial, podendo assim ajudar na sua venda ao público-alvo desejado.

Primeiramente só colocando quatro peças (o botim de salto alto e salto raso, a bota e o sapato) foi acrescentado por último a sandália após perceber que a marca Luís Onofre apresenta sempre, pelo menos, um modelo de sandália nas coleções Outono|Inverno.

O salto agulha foi desde o início um elemento do design que não podia faltar, visto que Luís Onofre é conhecido pelos seus saltos agulha altos e finos. A mestranda decidiu acrescentar mais dois tipos de saltos (o salto raso e o salto coluna) de modo a poder chegar a uma público mais vasto.

As palmilhas e o forro aparecem estampados com um padrão criado pela mestranda, estes compostos por triângulos de vários tons de dourado e cinzentos, num padrão divertido e jovem.

Apenas na sandália a palmilha será branca, com o logotipo em baixo-relevo, pois todo o forro interior será estampado com o padrão. A identidade das peças far-se-á através do logotipo em baixo relevo e etiquetagem.



Figura 66 - Exemplo do logotipo a ser utilizado, na vertente colorida e a preto e branco

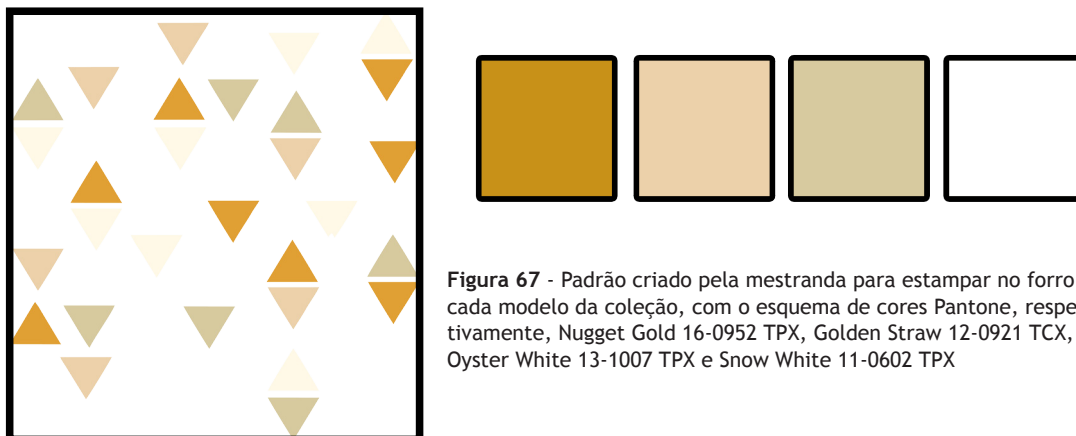
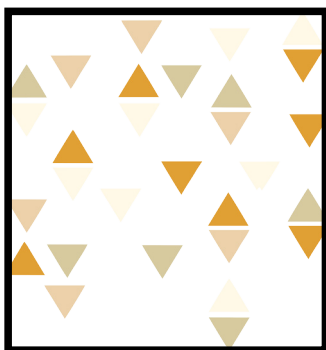


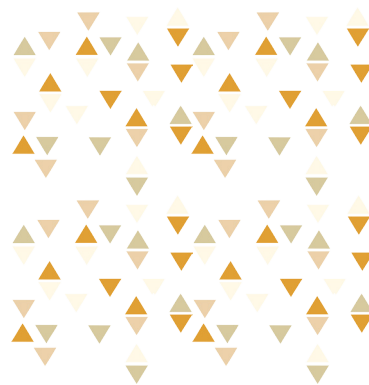
Figura 67 - Padrão criado pela mestranda para estampar no forro de cada modelo da coleção, com o esquema de cores Pantone, respectivamente, Nugget Gold 16-0952 TPX, Golden Straw 12-0921 TCX, Oyster White 13-1007 TPX e Snow White 11-0602 TPX

Painel 6 - Ficha técnica do estampado

Rapport



Repetição

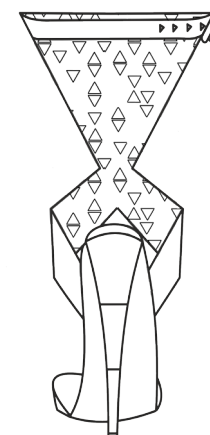


Exemplos



Detalhes Técnicos

Técnica	Estamparia Digital
Descrição	Estampagem de palmilhas e interior do calçado
Esquema de cores	
Códigos das cores	Nugget Gold 16-0952 TPX, Golden Straw 12-0921 TCX, Oyster White 13-1007 TPX e Snow White 11-0602 TPX



Painel 7 - Coleção Pure Gold A|W 16-17

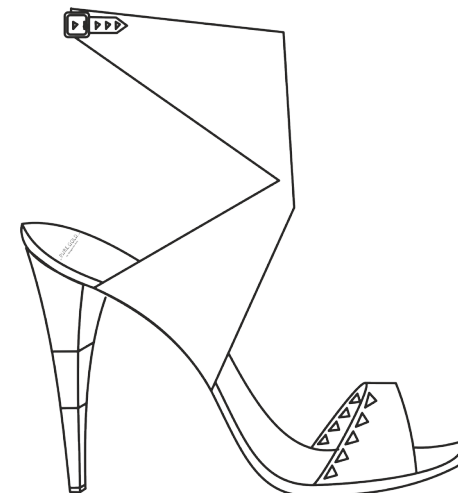
Golden Rule



Gold Strike

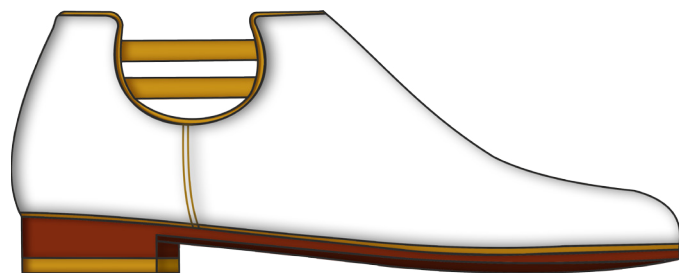
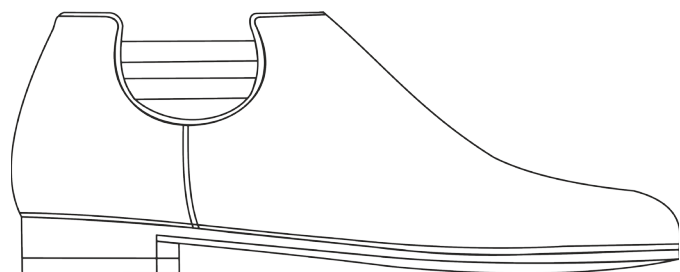


Gold Glitter

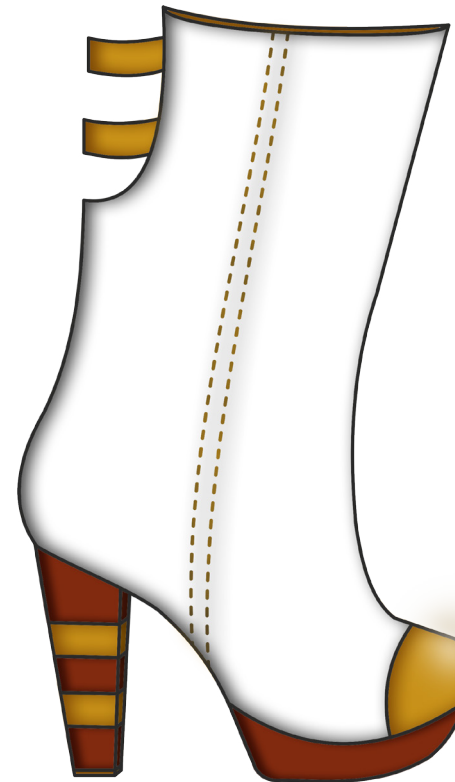
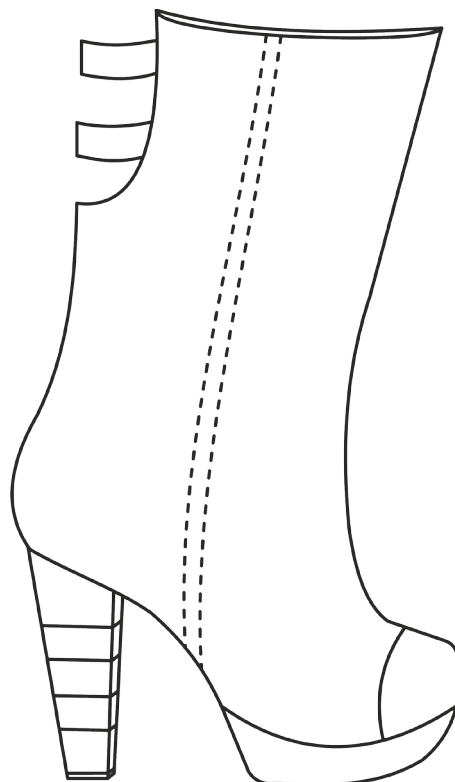


Painel 7 - Coleção Pure Gold A|W 16-17

Gold Dust



Gold Digger



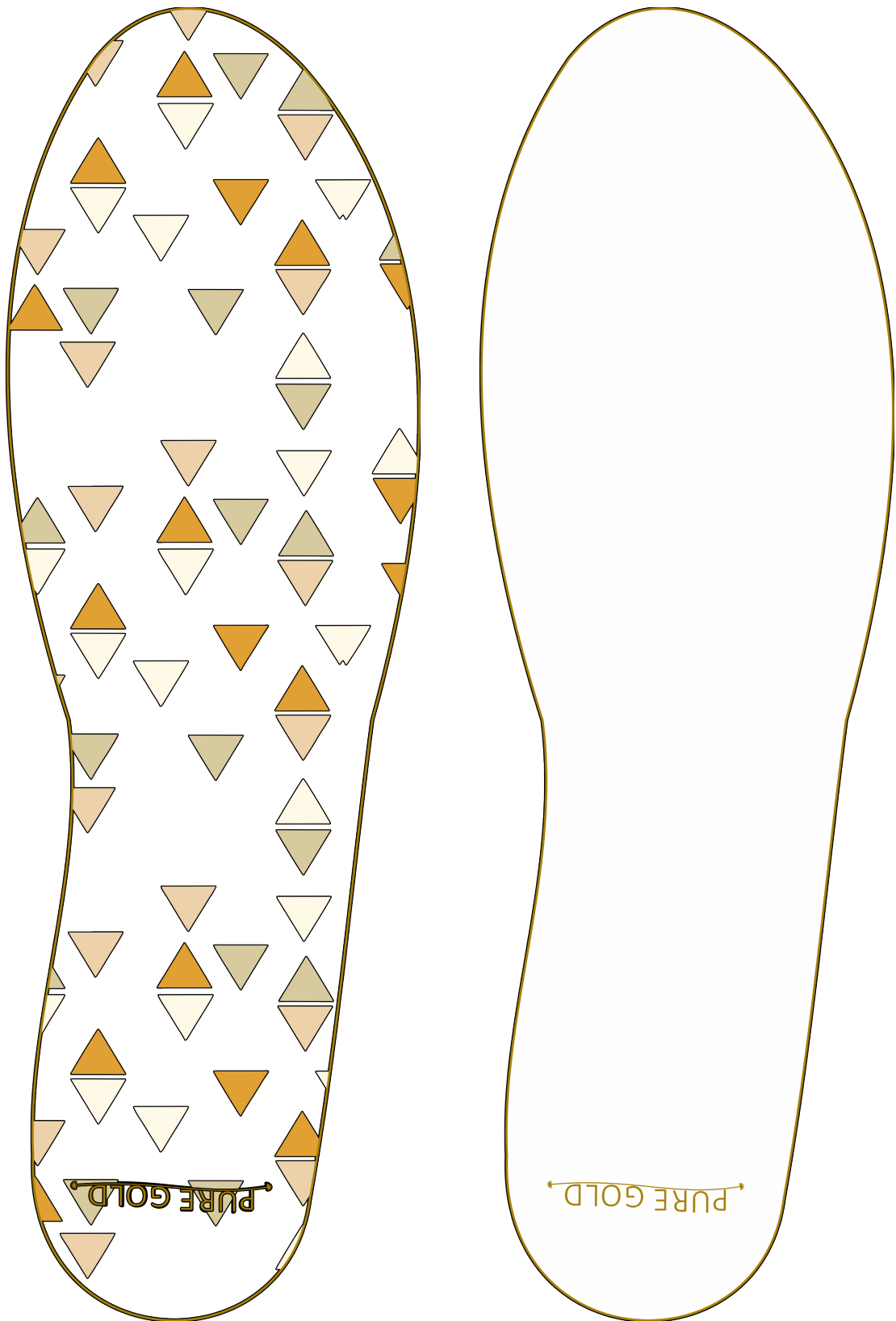


Figura 68 - Exemplo das duas palmilhas a serem usadas na coleção, uma com o estampado outra lisa, ambas com o logotipo a baixo relevo

3.4.1. Embalagem

Tal como Luís Onofre fez para coleções anteriores de edição limitada, a mestranda decidiu apresentar a embalagem ou caixa de sapatos como uma caixa forrada a veludo dourado, com o interior forrado a tecido estampado com o padrão utilizado na coleção, com uma chapa de metal identificativa da marca Luís Onofre e com o logotipo da coleção a relevo.



Figura 69 - Ventura, C. (2013) Luís Onofre - caixas de edição limitada; Portugal <http://shoecommittee.com/blog/2013/01/21/luis-onofre-caixas-de-edicao-limitada>



Figura 70 - Caixa de sapatos aberta e fechada de autoria própria para a coleção Pure Gold, baseada nas caixas de edição limitada de Luís Onofre

3.4.2 Fichas técnicas

O desenho técnico é o desenho plano da coleção, mostrando em pormenor e através de várias vistas todos os componentes de um sapato de modo a poder ser feita a sua produção em fábrica.

Através de pequenas anotações técnicas em legenda, todos os pormenores aparecem mencionados. A confecção das peças será acrescentada à posteriori à visita da fábrica.

Nas fichas técnicas apresentadas pode-se vislumbrar os sapatos de vários pontos de vista, com os saltos em pormenor para poder facilitar a fabricação dos mesmos. Uma pequena descrição ajuda a leitura de cada sapato.

Foram criadas fichas técnicas antes de se deslocar à fábrica para produção do protótipo, e novas fichas técnicas, mais completas serão feitas depois dessa mesma visita.

Coleção Pure Gold F | W 2016-17

Golden Rule

Descrição:

Sapato de salto agulha compensado, de biqueira arredondada e pala.

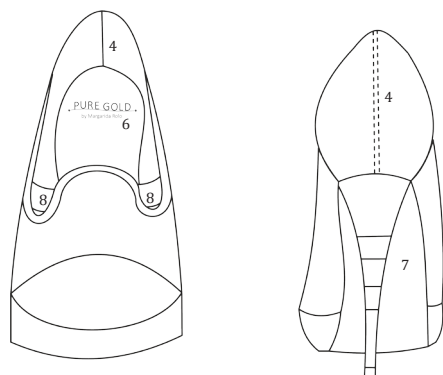
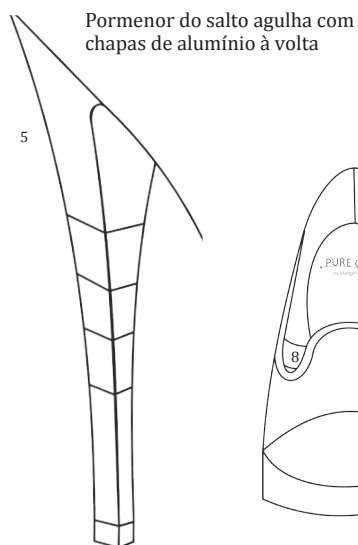
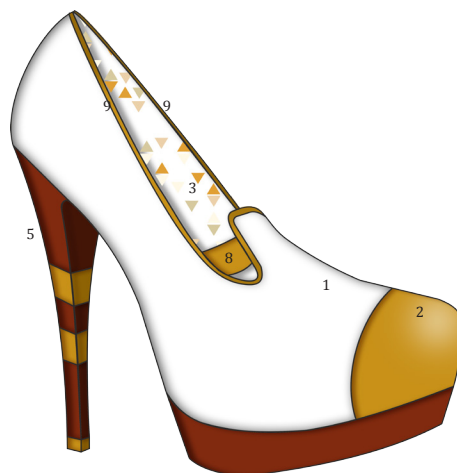
Constituído por pele sintética de cor branca, onde reveste o sapato inteiro, menos na biqueira, sendo esta de alumínio dourado.

O salto fino é de perfil semi circular, folheado a madeira escura avermelhada, onde tem duas faixas que dão a volta ao salto, de chapa de alumínio dourado.


A sola é castanho avermelhada, de borracha.

O forro é estampado digitalmente, assim como a palmilha, que tem igualmente o logotipo em baixo relevo.

A abertura do sapato apresenta uma acabamento dourado para arredondar as arestas.



1. Gáspea	Pele sintética de cor branca	
2. Biqueira	Chapa de alumínio dourado	
3. Forro	Estampado digital em pele sintética	
4. Costuras	Linha de algodão de cor dourada	
5. Salto	Folheado a madeira de cor castanho escuro avermelhado com pormenores em chapa de alumínio dourado	
6. Palmilha	Estampado digital em pele sintética com logotipo em baixo relevo	
7. Sola	Em borracha, com relevo do logotipo	
8. Aviamentos	Elástico revestido de pele sintética em cor dourada	
9. Pormenores	Revestimento de pele sintética dourada ao longo da abertura	

Código do Design	PG001
Fábrica	
Designer	Margarida Rolo
Marca	Luís Onofre
Colecção	Pure Gold Collection
Escalonamento	EUR 35 - 40
Estilo	Feminino
Etiqueta	

Coleção Pure Gold F | W 2016-17

Gold Dust

Descrição:

Botim de salto raso, de altura pelo tornozelo. Constituído por pele sintética de cor branca.

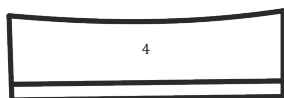
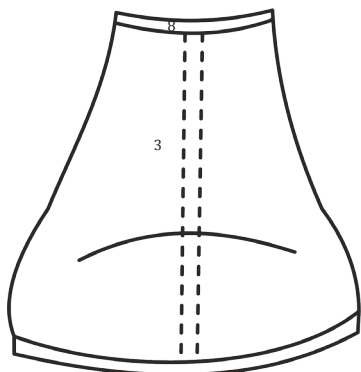
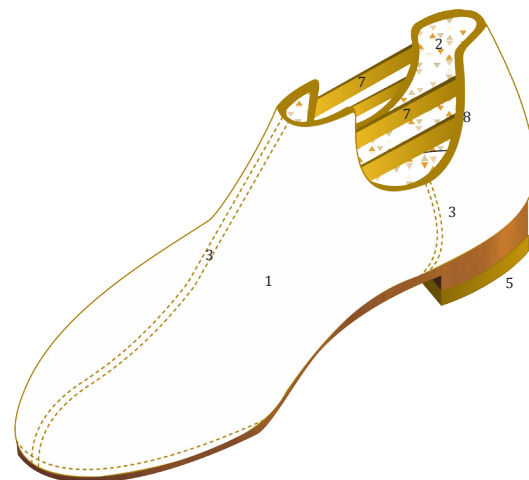
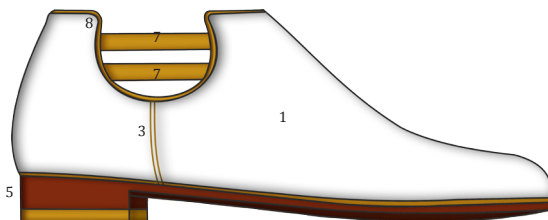
O salto raso é de imitação de madeira escura avermelhada, onde tem uma faixa de alumínio dourado na base do salto.

A sola é castanha avermelhada, da mesma cor que o salto.

O forro é estampado digitalmente, assim como a palmilha, que tem igualmente o logotipo em baixo relevo.

A abertura do botim encontra-se com dois pares de elásticos revestidos a pele sintética dourada, de modo a facilitar a entrada do pé. Esta encontra-se revestida igualmente a pele sintética dourada para arredondar as arestas.

Apresenta costuras na frente, lateral e por trás, duplas de cor dourada.



1. Gáspea	Pele sintética de cor branca	
2. Forro	Estampado digital em pele sintética	
3. Costuras	Linha de algodão de cor dourada	
4. Salto	Folheado a madeira de cor castanho escuro avermelhado com pormenores em chapa de alumínio dourado	
5. Palmilha	Estampado digital em pele sintética, com logotipo em baixo relevo	
6. Sola	Em borracha, com relevo do logotipo	
7. Aviaamentos	Elástico revestido de pele sintética em cor dourada	
8. Pormenores	Revestimento de pele sintética dourada ao longo da abertura	

Código do Design	PG002
Fábrica	
Designer	Margarida Rolo
Marca	Lúis Onofre
Colecção	Pure Gold Collection
Escalonamento	EUR 35 - 40
Estilo	Feminino
Etiqueta	

Coleção Pure Gold F | W 2016-17

Gold Strike

Descrição:

Botim de salto agulha compensado, de biqueira arredondada, altura até ao tornozelo.

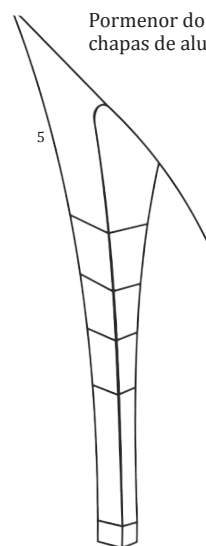
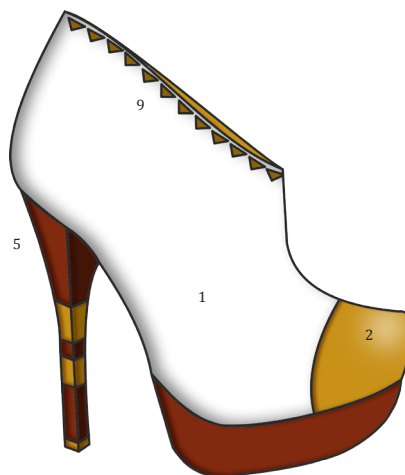
Constituído por pele sintética de cor branca, onde reveste o sapato inteiro, menos na biqueira, sendo esta de alumínio dourado.

O salto agulha é de imitação de madeira escura avermelhada, onde tem duas faixas que dão a volta ao salto, de chapa de alumínio dourado.

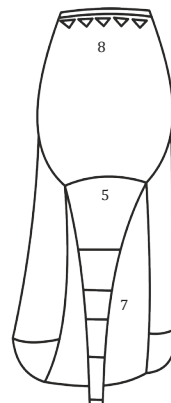
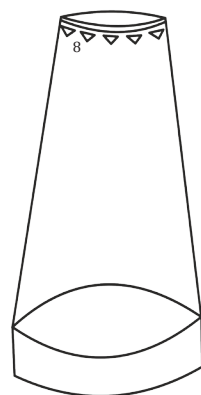
A sola é castanha avermelhada, de borracha.

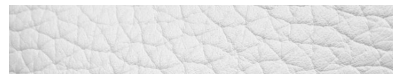


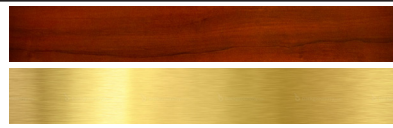
O forro é estampado digitalmente, assim como a palmilha, que tem igualmente o logotipo em baixo relevo.


A abertura do sapato apresenta uma acabamento dourado para arredondar as arestas e cortes a laser.



Pormenor do salto agulha com chapas de alumínio à volta



1. Gáspea	Pele sintética de cor branca	
2. Biqueira	Chapa de alumínio dourado	
3. Forro	Estampado digital em pele sintética++++	
4. Costuras	Linha de algodão de cor dourada	
5. Salto	Folheado a madeira de cor castanho escuro avermelhado com pormenores em chapa de alumínio dourado	
6. Palmilha	Estampado digital em pele sintética, com logotipo em baixo relevo	
7. Sola	Em borracha, com relevo do logotipo	
8. Pormenores	Cortes a laser, em forma de triângulo invertido, ao redor de toda a abertura	

Código do Design	PG003
Fábrica	
Designer	Margarida Rolo
Marca	Luís Onofre
Colecção	Pure Gold Collection
Escalonamento	EUR 35 - 40
Estilo	Feminino
Etiqueta	

Coleção Pure Gold F | W 2016-17

Gold Glitter

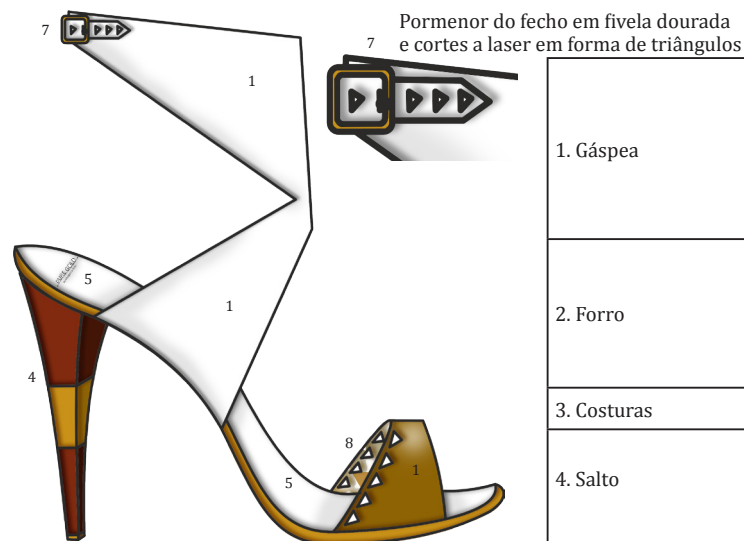
Descrição:

Sandália aberta, com peça à volta dos dedos e do tornozelo. Salto agulha de imitação de madeira castanha avermelhada, com pormenor de chapa de alumínio dourado à volta.

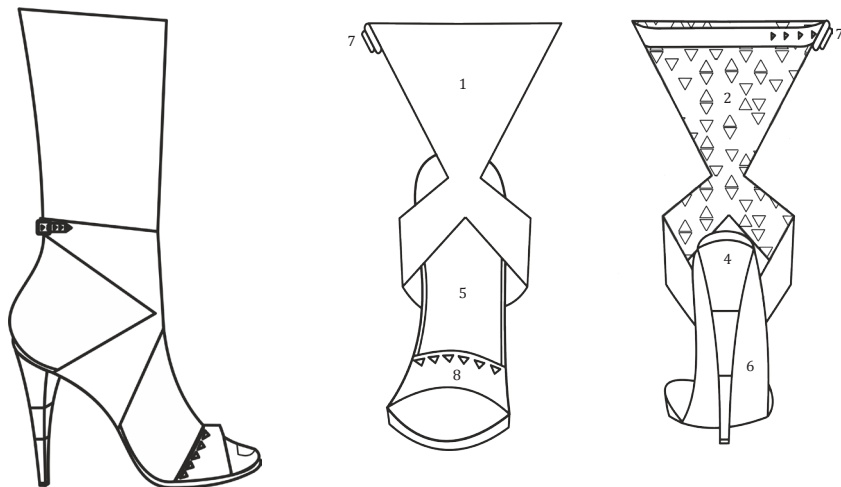
Constituído por pele sintética de cor branca e dourada. A parte que rodeia o tornozelo e o peito do pé aperta-se através de fivela dourada e cortes a laser em forma de triângulos.

A sola é castanha avermelhada, de borracha.

O forro é estampado digitalmente, e a palmilha é de cor branca, onde aparece o logotipo em baixo relevo.



Pormenor de como a sandália se situa na perna



1. Gáspea	Pele sintética de cor branca e cor dourada	
2. Forro	Estampado digital em pele sintética	
3. Costuras	Linha de algodão de cor dourada	
4. Salto	Folheado em madeira de cor castanho escuro avermelhado com pormenores em chapa de alumínio dourado	
5. Palmilha	Branca de pele sintética com o logotipo a baixo relevo	
6. Sola	Em borracha, com relevo do logotipo	
7. Aviaamentos	Fecho em fivela dourada	
8. Pormenores	Cortes a laser, em forma de triângulo invertido, na parte dianteira da sandália e no fecho	

Código do Design	PG004
Fábrica	
Designer	Margarida Rolo
Marca	Luís Onofre
Colecção	Pure Gold Collection
Escalonamento	EUR 35 - 40
Estilo	Feminino
Etiqueta	

Coleção Pure Gold F | W 2016-17

Gold Digger

Descrição:

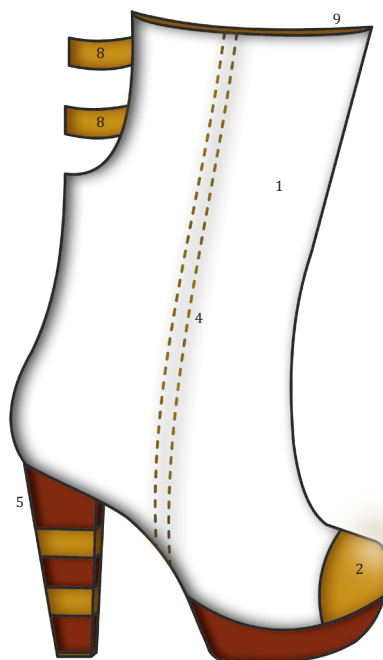
Bota de cano alto abaixo do joelho, de salto coluna alto compensado, de salto coluna alto compensado, com chapas de alumínio dourado á volta.

De pele sintética branca, com biqueira de chapa de alumínio dourado. Apresenta costuras duplas de cor dourada na lateral.

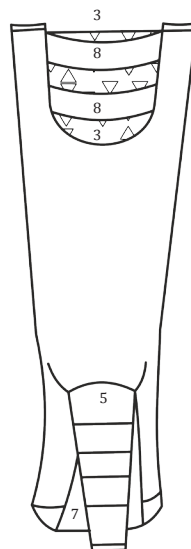
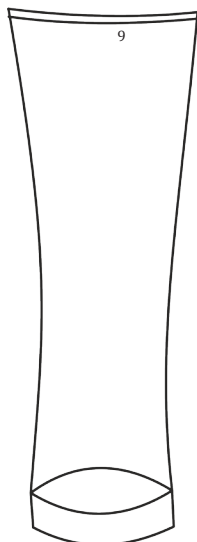
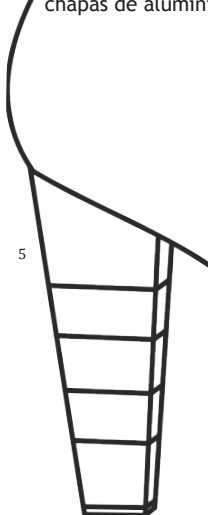
O salto é de imitação de madeira castanha avermelhada.

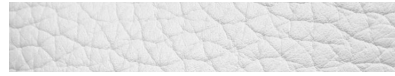






O forro é estampado digitalmente, assim como a palmilha, que tem igualmente o logotipo em baixo relevo.

A abertura da bota encontra-se com um par de elásticos revestidos a pele sintética dourada na parte de trás, de modo a facilitar a entrada do pé e da perna. Esta encontra-se revestida igualmente a pele sintética dourada para arredondar as arestas.



Pormenor do salto coluna com chapas de alumínio à volta



1. Gáspea	Pele sintética de cor branca	
2. Biqueira	Chapa de alumínio dourado	
3. Forro	Estampado digital em pele sintética	
4. Costuras	Linha de algodão de cor dourada	
5. Salto	Folheado a madeira de cor castanho escuro avermelhado com pormenores em chapa de alumínio dourado	
6. Palmilha	Estampado digital em pele sintética, com logotipo em baixo relevo	
7. Sola	Em borracha, com relevo do logotipo	
8. Aviaamentos	Elásticos revestido de pele sintética em cor dourada	
9. Pormenores	Revestimento de pele sintética dourada ao longo da abertura	
Código do Design	PG005	
Fábrica		
Designer	Margarida Rolo	
Marca	Luís Onofre	
Colecção	Pure Gold Collection	
Escalonamento	EUR 35 - 40	
Estilo	Feminino	
Etiqueta		

3.4.3. Protótipo

A realização do protótipo não foi possível devido a um grande atraso na resposta das fábricas e na impossibilidade de conciliar os orçamentos pedidos com a capacidade financeira da mestranda. Futuramente, irão ser feitos mais contatos com fábricas e fornecedores.

Entretanto, a mestranda criou um modelo a três dimensões do protótipo a realizar de modo a criar uma perspetiva do que poderá ser feito fisicamente, utilizando o programa Delcam ShoeMaker, um software grátis para estudantes que permite criar calçado em três dimensões usando os métodos e as dimensões corretas.



Figura 71 - Protótipo digital do botim de salto raso “ Gold Dust”, de várias perspetivas

4. Aceitação da resposta à questão de partida

Como se aplica a teoria do design de calçado em prática?

A teoria do design de calçado é posta em prática quando todo o processo criativo é realizado com um propósito. Através de pesquisas sobre como realizar coleções de calçado, como fazer fichas técnicas, sobre materiais e fabricação, toda a teoria se une num só processo de iniciação de uma coleção, realizando todos os passos necessários.

Um protótipo será posto em prática em ambiente de fábrica de modo a tirar dúvidas e aceitar todas as questões levantadas durante o processo. Após aceitação do protótipo em público, este será dado como completo, logo a teoria do design de calçado será finalmente posta em prática e aceite no mercado.

5. Conclusões, Contribuições e Recomendações Futuras

5.1. Considerações finais

O presente projeto teve como objetivo principal a criação e desenvolvimento de uma coleção cápsula de calçado para a marca Luís Onofre, apresentando um design simples e luxuoso.

Sendo que o calçado é, hoje, uma das maiores indústrias em Portugal, a mestranda achou por bem, aliado a um gosto pessoal, realizar um projeto nessa área. Luís Onofre surgiu naturalmente como um dos principais nomes do calçado nacional.

Após pesquisas e esboços, a coleção final foi criada, indo de encontro com o design comercial que pretendia alcançar. A simplicidade aliada a pormenores elegantes quiseram responder às necessidades de um público-alvo exigente.

Todo o processo criativo foi realizado através de teorias e do enquadramento teórico, onde foram realizados vários estudos de formas, cores e materiais.

Pode-se assim concluir que é possível aplicar a teoria do design do calçado à prática, percorrendo todos os processos criativos até à sua produção e colocação no mercado.

Enquanto membro integrante das artes e do design de moda, foi importante realizar e concretizar um projeto desta natureza, em que os processos contribuíram para a aprendizagem profissional e pessoal.

5.2. Contribuições e recomendações futuras

A indústria do calçado em Portugal é deveras grande, com excelentes nomes já estabelecidos, sendo que se torna complexa a sua penetração por parte dos novos designers.

As fichas técnicas foram realizadas sem grandes conhecimentos pelos materiais utilizados na indústria, e futuramente irão ser corrigidas com a ajuda de uma fábrica de calçado, assim como a realização de um protótipo.

Futuramente, uma marca própria poderá surgir. No entanto, neste projeto, foquei-me em simular um estágio na marca Luís Onofre para fundamentar bases técnicas e abrir horizontes criativos que irão servir para desenvolver posteriormente possíveis marcas a solo.

No que diz respeito à coleção final em si, poderão ser acrescentados outros modelos, assim como outras cores para os modelos existentes.

Posteriormente à conclusão do mestrado, irão ser feitos contatos com Luís Onofre para poder ingressar num estágio, ou demonstrar a coleção deste projeto para obter algum *feedback* do próprio designer.

6. Glossário

APINAT® - um plástico biodegradável

Biopolímero - polímero produzido por seres vivos, sendo um polímero um composto que resulta da união de várias moléculas iguais ou semelhantes entre si, sendo caracterizado por uma elevada massa molecular

Bioresina - um tipo de resina biodegradável

BioTPU™ - feito pela Lubrizol, é uma linha de poliuretano termoplástico que é feito com material de origem renovável

Brainstorming - uma técnica para resolver problemas específicos, acumulando informações, estimulando o pensamento criativo e desenvolvendo novas idéias

Calosidades - dureza calosa, ou seja espessamento e endurecimento da pele causado por atrito continuado

Coleção cápsula - pequena coleção disponível por tempo limitado

Crépida - um botim usado pelos militares durante o domínio do Império Romano

Calcei Muliebres - sapatos fechados usados pelas mulheres romanas, de cores pastel e com ornamentos como pedras preciosas e pérolas

Calcei Patrici ou Calcei Mulleus - calçado de cor vermelha usado pela nobreza romana

Calcei Senatori - calçado de cor negra usado pelos senadores romanos

Chopine - chinelos que continham uma plataforma que podia chegar aos 60 centímetros, tornando-as bastante difíceis de usar; Renascimento

Embas - um tipo de botim usado pelos camponeses e pastores durante o domínio do Império Romano

Embates - um botim de couro para montar a cavalo, durante o domínio do Império Romano

Endromis - usado pelos corredores, e que se atava à perna através do uso de longas tiras; Império Romano

Feedback - informações sobre reações a um produto, o desempenho de uma pessoa de uma tarefa, etc., utilizado como base para melhoria

Footwear - calçado em Inglês

Go-go boots - botas de cano alto, de salto plataforma ou salto alto grosso, popular nos anos 60 e 70

Joanetes - deformação saliente na base do dedo grande do pé

Look/looks - aparência ou aspecto em Inglês

Lookbook - um conjunto de fotografias mostrando uma nova coleção de um designer de moda

Lorica® - pele ou couro sintético

Marketing - conjunto de ações e técnicas que tem por objetivo a implantação de uma estratégia comercial nos seus variados aspectos, desde o estudo do mercado e suas tendências até à venda propriamente dita e ao apoio técnico após a venda

Metatarsalgia - uma dor que afeta a região anterior aos dedos, que ocorre em casos de muita pressão durante o caminhar

Moodboard - um arranjo de imagens, materiais, amostras, etc., que pretende evocar ou projetar um estilo ou conceito em particular

Nylon - um nome genérico para a família das poliamidas, sintetizado pelo químico Wallace Hume Carothers em 1935. Foi a primeira fibra têxtil sintética produzida.

Oxford - sapato fechado com atacadores, feito de pele ou camurça e salto raso

Packaging - criação da embalagem e materiais que envolvem um produto

Padukas - calçado indiano que consistem numa sola com salto elevado e um pino que é colocado entre o dedo grande e o segundo dedo do pé

Pantone - sistema de cores muito utilizado na indústria gráfica.

Peep-toe - tipo de sapato fechado apenas com um corte na biqueira que permite um vislumbre dos dedos do pé

Poulaines - calçado do Médio Oriente popular na Europa do séc. XII ao séc. XV que consistia num sapato fechado de biqueira pontiaguda

Power dressing - um estilo de vestuário, criado para o uso no meio profissional, que nasceu nos Estados Unidos da América e no Reino Unido nos anos 80. As roupas criadas com base neste estilo pretendiam refletir a eficiência e competência do trabalhador que as usava.

Pump - sapato de salto alto, normalmente feito de pele, que cobria os dedos do pé, e que envolvia todo o pé, deixando apenas o peito de pé a descoberto

Raiom - seda artificial, fibra de celulose regenerada

Sandalion - uma sandália usada tanto em casa como na rua durante o domínio do Império Romano

Showroom - sala usada para exibir mercadorias para venda, tais como eletrodomésticos, automóveis, móveis, moda e acessórios

Sketchbook - caderno ou bloco de papel usado para desenhos e esboços

Spandex - fibra sintética conhecida pela sua elasticidade excepcional

Standard - expressão usada para designar aceitação de algo como normal

Stiletto - nome italiano para designar o salto agulha

Streetstyle - estilo de vestuário que se vê na rua

Tendinite - inflamações dos tendões

T-strap - sandália que se aperta no tornozelo através de uma ligação em “T”

Vegan - pessoa que não come ou usa produtos animais ou de origem animal, logo os materiais considerados Vegan são aqueles que apenas usam técnicas e fibras de origem sintética ou vegetal

Websites - páginas da Internet

7. Referências Bibliográficas

7.1. Livros

Brown, C. (2010) *Fashion & Textiles: The essential careers guide*. Laurence King Publish

Dicionário da Língua Portuguesa (2011) *Acordo Ortográfico: o antes e o depois*; Portugal. Porto Editora

Fernández, A.; & Roig, G. M. (2007) *Desenho para designers de moda*. Espanha. Editorial Estampa

Feyerabend, F. V. (2012) *Acessórios de moda - modelos*. Barcelona, Espanha. Editorial Gustavo Gili

Munari, B. (1971) *Artista e Designer: Arte & Comunicação*. Lisboa, Portugal. Edições 70, LDA

O'Keeffe, L. (1996) *Sapatos: Uma festa de sapatos de salto, sandálias, chinelos...* Colónia, Alemanha. Könnemann Verlagsgesellschaft mbH

Sabino, M. (2007) *Dicionário da Moda*. Brasil . Elsevier Editora Ltda

7.2. Teses, dissertações e outros projetos acadêmicos

Berwanger, E. G. (2011) *Antropometria do pé feminino em diferentes alturas de salto como fundamento para conforto de calçados*. Dissertação de Pós-graduação em Design - ênfase em Design e Tecnologia. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil. Retirado de <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/31577/000780162.pdf?sequence=1> (visitado em janeiro 2015)

Righetto, M. M. (2013) *Conforto psico-social no calçado feminino*. Tese de Mestrado em Design e Marketing. Escola de Engenharia, Universidade do Minho, Guimarães, Portugal.

Silva, M. d. S.; Oliveira, T. d. S.; & Justo, J. L. (2011) *Conforto: uma prática para boa ergonomia*. 3º Encontro Universitário da UFC no Cariri. Universidade Federal do Ceará, Juazeiro do Norte, Brasil. Retirado de <http://www.ebah.com.br/content/ABAAAE-5g4AE/conforto-pratica-boa-ergonomia#> (visitado em janeiro 2015)

7.3. E-books e artigos online

Corrêa, M. K. (2008) *Projeto de coleção*. Curso técnico em moda - Estilismo. Centro Federal de Educação Tecnológica de Santa Catarina. Araranguá, Brasil. Retirado de https://wiki.ifsc.edu.br/mediawiki/images/b/b8/Aru_Marcela_apostila_projeto_de_colecao.pdf (visitado em abril 2015)

Ferreira, C. V.; Miguel, P. A. C.; Gouvinhas, R. P.; & Naveiro, R. M. (2011) *Projeto do produto*. Elsevier Editora Ltda. Retirado de <https://books.google.pt/books?id=I6L5aaXVgyIC&pg=PA176&dq=projeto+cal%C3%A7ado&hl=pt-BR&sa=X&ved=0CDcQ6AEwA2oVCh->

MliZCV4-77yAIVxZUPCh1vLA1K#v=onepage&q=projeto%20cal%C3%A7ado&f=false
(visitado em março 2015)

7.4. Referências online

APICCAPS (n.d.) *Brochura institucional*. Retirado de http://www.apiccaps.pt/c/document_library/get_file?uuid=68a0ce9c-afde-4b44-b3c9-1dc-4ca2853c9&groupId=10136 (visitado em outubro 2015)

Azevedo, J. (2011, 09 de janeiro) *O pé e o calçado*. Retirado de <http://podologia.sapo.pt/14296.html> (visitado em março 2015)

The Bata Shoe Museum (2008) *All about shoes* - <http://www.allaboutshoes.ca/en/> (visitado em dezembro de 2014)

Cardoso, M. (2014, 27 de fevereiro) *12 dicas para conhecer melhor a indústria de calçado*. Retirado de <http://expresso.sapo.pt/economia/12-dicas-para-conhecer-melhor-a-industria-de-calcado=f858330> (visitado em setembro 2015)

Carvalho, M. (2013, 20 de outubro) *A história de uma indústria condenada que se tornou um modelo para Portugal*. Público. Retirado de <http://www.publico.pt/tema-de-capa/jornal/a-historia-de-uma-industria-condenada-que-se-tornou-um-modelo-para-portugal-27262596> (visitado em outubro 2014)

Craveiro, M. (2012) Saptos Luís Onofre nos pés de figuras internacionais.

Retirado de <http://negocios.verportugal.net/Publicacoes/Arte-Design/Sapatos-Luis-Onofre-nos-pes-de-figuras-internacionais=004260> (visitado em outubro 2014)

Dreamleaf Media (2012) *The difference between Art & Design*. Retirado de <http://www.dreamleaf.co.uk/design/difference-between-art-design> (visitado em setembro 2014)

Fashion Encyclopedia (n.d.) *Encyclopedia of Fashion* - www.fashionencyclopedia.com (visitado em dezembro 2014)

Jenni, G. (2013) *History of Shoes*. Retirado de <http://jennig.hubpages.com/hub/history-of-shoes> (visitado em dezembro 2014)

Museu virtual (n.d.) *Centro Tecnológico do Calçado de Portugal* - http://museuvc.ctcp.pt/museuvc.asp?id_mp=2&op=0 (visitado em dezembro 2014)

Lifestylebyps (2013) *History of shoes* - <http://visual.ly/history-shoes-1> (visitado em dezembro 2014)

Lundgren, A. (2014) *Drawing the line between Art and Design*. Retirado de <http://www.alvalyn.com/drawing-the-line-between-art-and-design/> (visitado em setembro 2014)

Onofre, L. (n.d.) *Luís Onofre The Brand*. Retirado de <http://luisonofre.com/en/the-brand> (visitado em outubro 2014)

Smith, C. (2008) *How to create your own shoe line's business plan*. Retirado de <http://smallbusiness.chron.com/create-own-shoe-lines-business-plan-10960.html> (visitado em dezembro 2014)

Vanderzeil, G. (2013, 28 de agosto) *How to: Design a shoe collection*. Retirado de <http://apairandasparediy.com/2013/08/how-to-design-a-shoe-collection.html> (visitado em novembro 2014)

Wikipedia (2013) <https://pt.wikipedia.org/wiki/%C3%96tzi> (visitado em dezembro 2014)

8. Bibliografia

8.1. Livros

Aguiar, T. (2006) *Acessórios: Por que, quando e como usá-los*. São Paulo, Brasil. Editora SENAC

Calanca, D. (2008) *História social da moda*. Editora Seanc

Castillo, J. J.; & Villena, J. (2005) *Ergonomia. Conceitos e Métodos*. Lisboa, Portugal. Dinálivro

Eco, U. (1972) *A definição da arte*. Lisboa, Portugal. Edições 70, Lda.

Grose, V. (2013) *Merchadising de moda*. Barcelona, Espanha. Editorial Gustavo Gili

Ireland, P. J. (1992) *Introduction to fashion design*. B.T. Batsford LTD

Murcilo, L. (1962) *Modelagem e fabrico de calçados*. São Paulo, Brasil. Editora LEP S.A.

O'Hara, G. (1986) *Enciclopédia da moda: de 1840 à década de 80*. Companhia das Letras

Pezzolo, D. B. (2009) *Por dentro da moda: definições e experiências*. São Paulo, Brasil. Editora SENAC

Rossi, W. A. (2000) *The Complete Footwear Dictionary*. Krieger Pub

Tallon, K. (2006) *Creative fashion design with illustrator*. Londres, Inglaterra. Batsford

Yates, J.; & Gustavsen, D. (2013) *Profissão Moda: Guia das 55 carreiras profissionais de maior futuro no mundo da moda*. Barcelona, Espanha. Editorial Gustavo Gili

8.2. Teses, dissertações e outros projetos académicos

Barbosa, M. M. T. (2014) *A importância do design na indústria do calçado português*. Dissertação. Mestrado em Design de Equipamento, especialização em Estudos do Design. Faculdade de Belas Artes, Universidade de Lisboa. Retirado do repositório online da Universidade de Lisboa em repositorio.ul.pt/10451/15732 (visitado em abril 2015)

Berenguer, S. C. d. F. (2013) *Acessórios de Luxo*. Relatório de projeto. Mestrado em Design de Vestuário e Têxtil. Escola Superior de Artes Aplicadas, Instituto Politécnico de Castelo Branco, Portugal

Chalabardo, M. V. F. (2013) *Design de calçado e acessórios. Estágio na marca Guava e realização de uma minicolecção de calçado*. Relatório de estágio e projeto. Mestrado em Design de Vestuário e Têxtil. Escola Superior de Artes Aplicadas, Instituto Politécnico de Castelo Branco, Portugal

Ribeiro, A. R. V. (2011) *Design de moda e electrónica: LEDs aplicados a vestido de látex*. Dissertação. Mestrado em Design de Moda. Faculdade de Arquitectura, Universidade Técnica de Lisboa, Portugal. Retirado do repositório online da Universidade de Lisboa em <https://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/4697> (visitado em março 2015)

Rodrigues, B. F. A. (2012) *Design Gráfico: A coerência gráfica e semântica de um projeto de identidade visual*. Relatório de estágio e projeto. Mestrado em Design Gráfico. Escola Superior de Artes Aplicadas, Instituto Politécnico de Castelo Branco. Portugal

Vargas, I. P. R. (2011) *Conforto no calçado feminino*. Trabalho de conclusão do bacharelato em Moda. Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, Brasil. retirado de <http://www.pergamum.udesc.br/dados-bu/000000/000000000012/000012A8.pdf> (visitado em janeiro 2015)

8.3. E-books e artigos online

Boër, C. R.; & Dulio, S. (2007) *Mass customization and footwear : myth, salvation or reality? : a comprehensive analysis of the adoption of the mass customization paradigm in footwear, from the perspective of the EUROShoE (Extended User Oriented Shoe Enterprise) Research Project*. Springer-Verlag London Limited. Retirado de <http://bookzz.org/book/955028/fe2e9b> (visitado em abril 2015)

Calderin, J. (2013) *The fashion design reference & specification book: everything fashion designers need to know every day*. Rockport Publishers. Retirado de <https://books.google.pt/books?id=CTqaAAAAQBAJ&pg=PA70&dq=Arte+versus+design+diferences&hl=pt-PT&sa=X&ei=KNc2VebWBM3Q7AbM64CgBA&ved=0CHIQ6AEwCQ#v=onepage&q=Arte%20versus%20design%20diferences&f=false> (visitado em abril 2015)

Davies, S. (1991) *Definitions of art*. Cornell University Press. Retirado de https://books.google.pt/books?id=6peJnXr4L5gC&printsec=frontcover&dq=Definitions+of+Art&hl=pt-PT&sa=X&ei=EtY2Ve66FYWrsgHi1oHQCQ&redir_esc=y#v=onepage&q=Definitions%20of%20Art&f=false (visitado em abril 2015)

Gray, C.; & Malins, J. (2004) *Visualizing Research. A guide to the research process in Art and Design*. Ashgate Publishing Limited. Retirado de <http://bookzz.org/book/833105/825b33> (visitado em abril 2015)

Goonetilleke, R. S. (2013) *The science of footwear*. CRC Press. Retirado de https://books.google.pt/books?id=HB6oGzDRSSIC&printsec=frontcover&dq=footwear&hl=pt-BR&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=footwear&f=false (visitado em abril 2015)

Nácher, B.; Alemany, S.; González, J.C.; Alcántara, E. & García-Hernández, J.; Heras, S.; Juan, A. (2005) *A footwear fit classification model based on anthropometric data*. In-

stituto de Biomecánica de Valencia & Departamento de Sistemas Informáticos y Computación. SAE International. Retirado de (visitado em fevereiro 2015)

9. Webgrafia

História do calçado

Carlson, I. M. (2001, 26 de outubro) *Footwear of the Middle Ages* - <http://www.personal.utulsa.edu/~marc-carlson/shoe/SHOEHOME.HTM> (visitado em dezembro 2014)

Enciclopédia de moda (n.d.) *Encyclopedia of Fashion* - www.fashionencyclopedia.com (visitado em dezembro 2014)

História do calçado (n.d.) *Footwear History* - <http://www.footwearhistory.com/> (visitado em dezembro 2014)

Lifestylebyps (2013, 25 de novembro) *History of shoes* - <http://visual.ly/history-shoes-1> (visitado em dezembro 2014)

Museu virtual (n.d.) - *Centro Tecnológico do Calçado de Portugal* - http://museuvc.ctcp.pt/museuvc.asp?id_mp=2&op=0 (visitado em dezembro 2014)

Ötzi (Homem da Neve) (n.d.) - <https://pt.wikipedia.org/wiki/%C3%96tzi> (visitado em dezembro 2014)

The Bata Shoe Museum (2008) *All about shoes* - <http://www.allaboutshoes.ca/en/> (visitado em dezembro 2014)

Trajes e moda através dos séculos (n.d.) *Costumes and fashion of the centuries* - <http://world4.eu/> (visitado em dezembro 2014)

Wikipedia (n.d.) *Shoe* - <http://en.wikipedia.org/wiki/Shoe> (visitado em dezembro 2014)

Ergonomia

Duarte, L. (2011, 08 de julho) *Dilema do salto alto* - <http://modaetica.com.br/dilema-do-salto-alto/> (visitado em janeiro 2015)

Nogueira, T. S. (2010, 09 de abril) *O perigo do salto alto na empresa* - <http://tsnogueira.blogspot.pt/2010/04/o-perigo-da-salto-alto-na-empresa.html> (visitado em janeiro 2015)

Olivo, C.; Silva, M. A. d.; & Filho, M. E. (2013) *Intervenção ergonómica em sapato de salto alto* - <http://www.slideshare.net/mairaadasilva/interveno-ergonmica-em-sapato-de-salto-alto> (visitado em janeiro 2015)

Componentes de calçado

Campos, M. (2011) *Anatomia do sapato* - <http://sabrinasepodearroz.blogspot.pt/2011/07/anatomia-do-sapato.html> (visitado em janeiro 2015)

Shoeinfonet (n.d.) *The shoe manufacturing resource since 1995* - <http://www.shoeinfonet.com/> (visitado em janeiro 2015)

Tipos de calçado

Campos, M. (2011) *Glossário de Sapatos* - <http://sabrinasepodearroz.blogspot.pt/2011/07/glossario-de-sapatos-parte-i.html> (visitado em fevereiro 2015)

Looks e Dicas (2014) *99 modelos de sapatos femininos* - <http://looksedicas.com.br/salto-alto-sem-salto/> (visitado em fevereiro 2015)

Maciel, T. (2013) *Tipos de sapatos femininos* - <http://www.tambememoda.com/2013/03/tipos-de-sapatos-femininos.html> (visitado em fevereiro 2015)

Tipos de saltos

Campos, M. (2011) *Glossário de tipos de saltos* - <http://sabrinasepodearroz.blogspot.pt/2011/08/glossario-de-sapatos-tipos-de-saltos.html> (visitado em fevereiro 2015)

Ramos, C. (2015) *Principais tipos de salto alto* - <http://www.portaltudoaqui.com.br/principais-tipos-de-salto-alto/> (visitado em fevereiro 2015)

Rodrigues, N. (n.d.) *Tipos de saltos: quais são e como os potenciar* - <http://lifestyle.sapo.pt/moda-e-beleza/dicas-de-moda/artigos/tipos-de-saltos-quais-sao-e-como-os-potenciar> (visitado em fevereiro 2015)

Indústria do calçado em Portugal

Centro Tecnológico de Calçado de Portugal (n.d.) - <http://www.ctcp.pt/ctcp.asp?id-mp=MQ=&idms=MQ=&idmt=MQ==> (visitado em fevereiro 2015)

CITEVE (n.d.) Centro Tecnológico das Indústrias Têxtil e do Vestuário em Portugal - <http://www.citeve.pt/> (visitado em outubro 2015)

Pereira, S. S. (2012, 06 de setembro) *Sapatos portugueses são os segundos mais caros do mundo*. Económico - http://economico.sapo.pt/noticias/sapatos-portugueses-sao-os-segundos-mais-caros-do-mundo_151172.html (visitado em fevereiro 2015)

Pinto, I. (2007, 24 de setembro) *Sapatos de luxo salvam indústria portuguesa*. Diário de Notícias - <http://www.dn.pt/arquivo/2007/interior/sapatos-de-luxo-savam-industria-portuguesa-985447.html> (visitado em fevereiro 2015)

Wtfshoes (2013, 05 de fevereiro) *Sapatos de luxo - made in Portugal* - <http://videos.sapo.pt/dUTgb80eRGpVQtqZmiyP> (visitado em fevereiro 2015)

Designers de calçado portugueses

Egídio Alves - <http://www.egidioalves.com/pt/> (visitado em março 2015)

Luís Onofre - <http://luisonofre.com> (visitado em outubro 2014)

Miguel Vieira - https://pt.wikipedia.org/wiki/Miguel_Vieira | <http://www.miguelvieira.pt/history/> (visitado em março 2015)

Paulo Brandão - <http://www.paulobrandao.pt/> (visitado em outubro 2015)

-

10. Anexos

Anexo A - Sketchbook







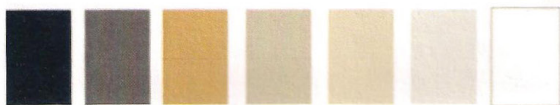


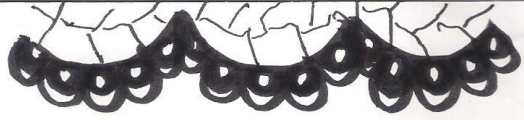
Dentelle Noire

2. Tons de pele, Preto,
Cinza



SEXY ELEGANTE

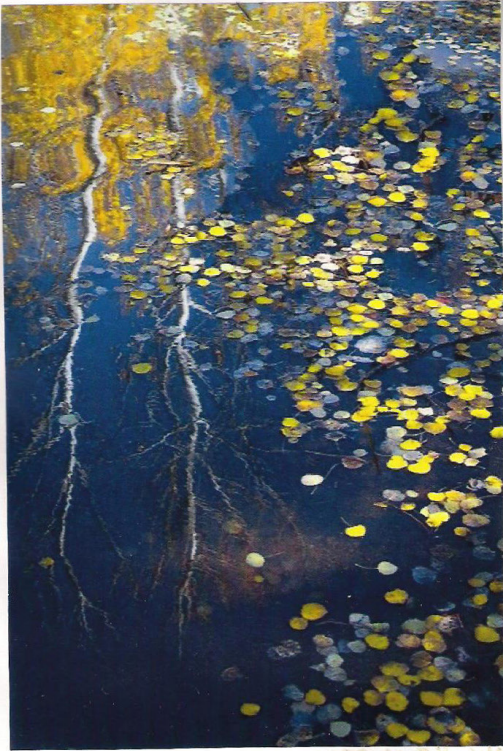




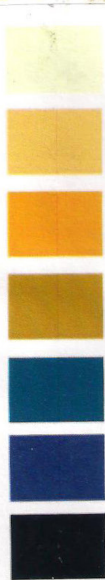
RENDA PRETA
e
TRANSPARENTE



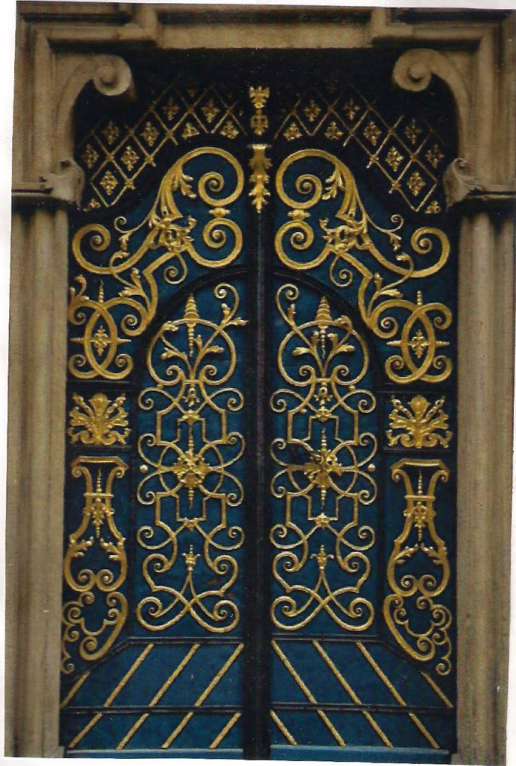
Blue & Gold



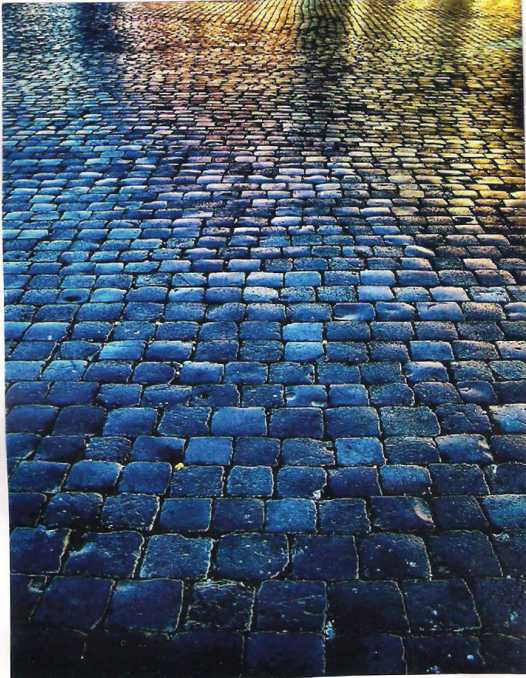
ELEGANTE CHIQUE



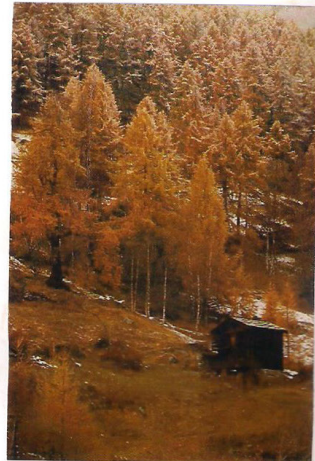
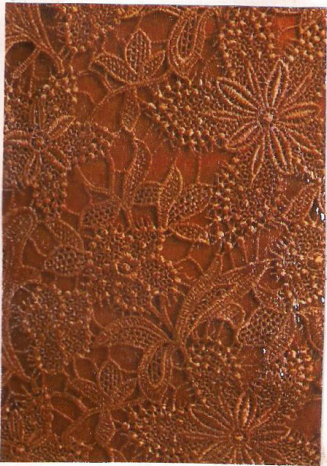
DOURADOS



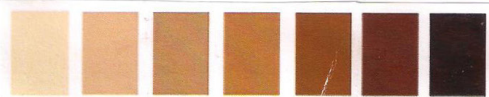
AZUIS ESCUROS / MATERIAIS
NOBRES

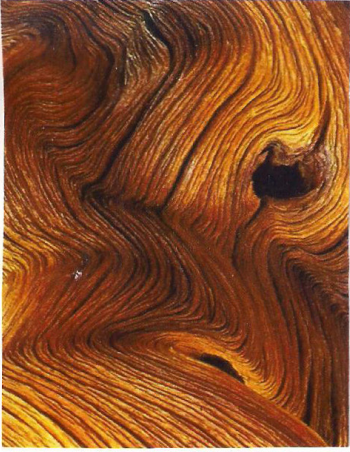


Citralmon Chai



- Vários tons de castanho e bege/camel
- Castanho - amarelhado
- Pormenores metalizados





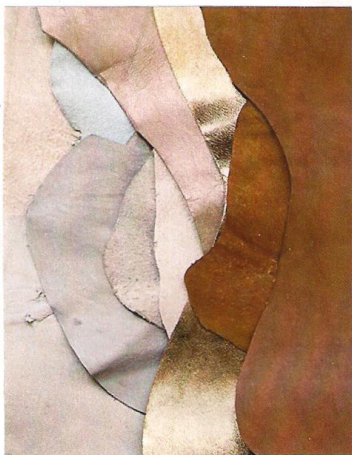
*Pele

*Laminado



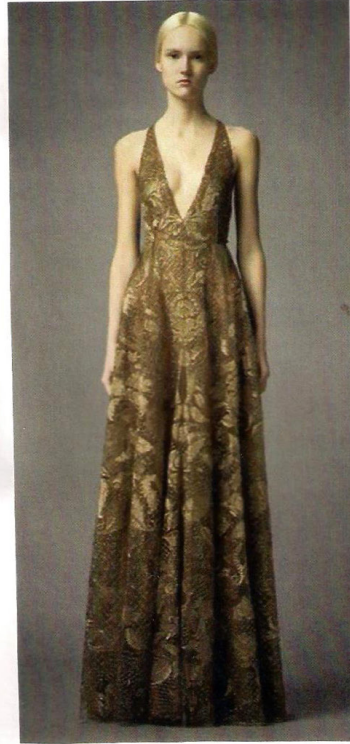
*Cortes e
lamin

*Vários tons de pele sobrepõe



*Formas elegantes

Inspiração Coleção A/W 16-17



Imagens / Marca Comentada : Luis Onofre

A/W 14-15

 LUIS ONOFRE



SHOES



 LUIS ONOFRE



HOES



Luis Omoju A/W 15/16



Protótipos Digitais (1)

Botim de Salto Baixo



- Pele branca
- Salto madeira costura escura



- Costura Frontal



- Malha respirante + tule
- Salto branco + branco



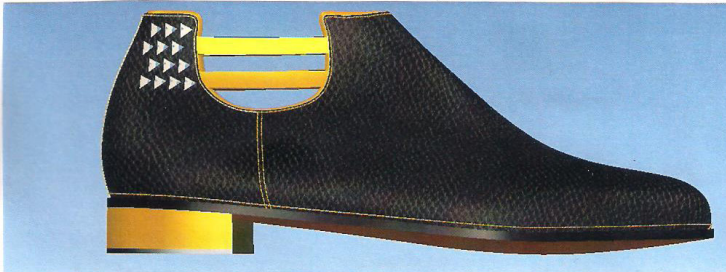
- Sem costura frontal



- Pele castanha, serna acalorada (tapa camurça)
- Salto madeira costura clara + chapa metal dourada a meio do salto



- Sem costura frontal



- Pele preta
- salto preto + branco



- Sem costura frontal

Anexo B - Variações de cores na coleção “Pure Gold”

Preto



Castanho



Bordeaux

