

A Azulejaria Portuguesa como fonte de inspiração no design de acessórios de indumentária

Silvia Alves, Ana Cristina Broega y Joana Cunha

Resumo

Os acessórios de moda, também designados como complementos de indumentária de moda, assumem actualmente um papel muito importante na indústria de moda. O trabalho do designer de acessórios, como o de qualquer designer, passa pela escolha e aplicação de uma metodologia adequada ao desenvolvimento de produto.

A exploração e análise dos cadernos de tendências assumem, por este motivo, uma grande importância no processo de criação e desenvolvimento de colecções.

A escolha do conceito poético da colecção é o elemento verdadeiramente diferenciador, é este que cria um elo de ligação entre as peças da colecção, seduzindo o consumidor. Cabe ao designer transformar o tema de inspiração ou conceito poético numa proposta de moda.

Apresenta-se neste artigo um trabalho desenvolvido ao nível da unidade curricular de Design de Acessórios, de desenvolvimento de uma mini-colecção de acessórios de moda que tem como tema de inspiração o azulejo Português, que é um dos maiores patrimónios culturais do nosso país.

Palavras Chave: Design de Acessórios de Moda; Azulejos; Metodologia de design de moda.

Introdução

O design de acessórios é uma área que começou a ser alvo de maior estudo e preocupação apenas na última década, fruto da importância que esta indústria tem vindo a ter. Os acessórios de moda ou também designados como complementos de moda, são hoje alvo de publicações próprias quer em revistas da especialidade dedicadas a este tipo de produtos quer em revistas de tendências. As marcas de pronto moda apresentam em cada estação, para além do pronto a vestir, toda uma vasta colecção de acessórios de moda, que compreende maioritariamente as carteiras e malas de mão, cintos, calçado e também acessórios de base têxtil como os chapéus, lenços, cachecóis, luvas, guarda-chuvas e até *bijuterie*.

O trabalho do designer de acessórios, como o de qualquer designer, passa pela escolha e aplicação de uma metodologia adequada. O desenvolvimento de produtos de moda, quer estes sejam vestuário ou acessórios, deve forçosamente iniciar-se pela pesquisa de mercado, tanto ao nível do consumidor quanto ao nível das tendências.

A exploração e análise dos cadernos de tendências assumem, por este motivo, uma grande importância no processo de criação e desenvolvimento de colecções de acessórios de moda. Ainda que estes cadernos de tendências por si só, não forneçam elementos diferenciadores suficientes para a criação de produtos de sucesso, fornecem dados importantes sobre o mercado em termos de cores, materiais, texturas e conceitos.

A escolha do conceito poético da colecção é o elemento verdadeiramente diferenciador, é este que cria um elo de ligação entre as peças da colecção, seduzindo o consumidor. Cabe ao designer transformar o tema de inspiração ou conceito poético numa proposta de moda. Para tal recorre à pesquisa temática que convém que seja de teor actual e em concordância com o público-alvo e à elaboração do respectivo painel de inspiração.

O painel de inspiração, quando realizado e trabalhado correctamente, é uma ferramenta de elevado valor para a criação de produtos de moda diferenciados, pois é

através deste painel que o designer consegue sintetizar a sua pesquisa temática e eleger elementos que lhe permitam trabalhar efeitos estéticos diferenciados. Para a realização de um painel de inspiração eficaz é necessário que primeiramente se efectue uma pesquisa profunda sobre o tema e que dessa pesquisa resulte não só a sua total compreensão como uma recolha de imagens que permitam traduzir a sua riqueza ao nível estético. As imagens então recolhidas são seleccionadas para se estudar a forma da sua composição de modo a que transmitam o conceito poético que servirá de mote ao desenvolvimento da colecção. A par deste painel o designer deve trabalhar um texto descrevendo o conceito estético-poético que irá reger o seu trabalho, combinando-o sempre com as restantes pesquisas efectuadas ao nível das tendências de moda e de materiais, linhas, formas e silhuetas, assim como de consumidor. Através das imagens usadas na composição do painel de inspiração o criador, deve trabalhar os pormenores estéticos que lhe irão permitir criar produtos actuais e diferenciados. Todo o trabalho deve ir sendo registado no livro de esboços (*sketch book*), cada detalhe ou pormenor de inspiração é aí novamente reproduzido juntamente com os estudos que vão sendo realizados.

O livro de esboços (*sketch book*), sendo uma ferramenta de extrema importância para a organização e trabalho de design, é o palco de registo de todas as ideias, das suas histórias e das intenções estético-poéticas que visam transmitir enquanto produtos finais. A coerência da colecção vai-se traçando sempre com base no painel de inspiração.

Partindo-se do trabalho realizado no livro de esboços o designer procede então à selecção dos modelos que irão formar parte da sua colecção e inicia o trabalho de completar toda a informação técnica necessária.

Recorrendo a ferramentas de desenho informáticas vai-se realizando o trabalho de desenvolvimento dos croquis técnicos detalhados, dos estudos dos efeitos visuais obtidos com os tecidos e outros materiais seleccionados (*rendering*) e colorações a propor, assim como o *layout* do *portfolio* ou *book* de colecção.

O *portfolio* ou *book* de colecção visa a apresentação detalhada e definitiva da colecção para que se perceba não só o conceito poético que lhe serve de fio condutor, assim como todos os detalhes técnicos e funcionais que a diferenciam. Para tal é fundamental que as ideias surjam aí organizadas de forma harmoniosa e limpa. Este representa a síntese de todo o trabalho desenvolvido e portanto é o produto final quem é protagonista. O designer para este *book* trabalha também toda a linguagem estética da colecção em termos da forma como apresenta as fichas técnicas, os croquis ilustrados e a escolha de grafismos e cores, numa linguagem que se quer de imagem de colecção e que visa sintetizar o espírito da proposta. Trata-se de um trabalho complexo que envolve ainda a definição da forma física do próprio *book*, o tipo de papel e o tipo de impressão, tendo sempre presente o espírito da colecção, ou seja, o seu conceito poético.

A capacidade de um produto ou acessório de moda atingir o sucesso prende-se com diversos factores, entre os quais se destacam: o seu grau de aceitação por parte do público-alvo, o seu grau de inovação e diferenciação dos demais produtos no mercado, o seu valor estético, a satisfação emocional que oferece ao seu consumidor e o nível de impacto no mercado em geral.

A inovação no campo dos acessórios de moda prende-se, não só com as formas e materiais que utiliza, mas principalmente com a capacidade que o designer de moda demonstra ao cruzar informações provenientes das mais diversas fontes, usando-as como inspiração para a criação de novos produtos.

Acessórios de Moda

Para além do calçado, das malas, carteiras e cintos, também os acessórios de base têxtil como chapéus, lenços, cachecóis, luvas e adornos em geral e até a *bijouterie* constituem o universo de produtos abrangidos pelo design de acessórios.

Assistimos ao aparecimento, na década de 90, do fenómeno de popularidade dos acessórios de moda, principalmente as carteiras. Para a concepção de um *look* de moda tornou-se essencial considerar também as carteiras, o calçado e demais acessórios.

Assim, no final da década de 90 as carteiras voltaram a ser protagonistas da moda e a ser reconhecidas mundialmente, facto que se tem mantido até aos dias de hoje. Surgiu então o fenómeno da “It Bag” (ou carteira de moda do momento). Quem não sabe distinguir uma *Birkin* ou uma *Kelly* da Hermès ou ainda uma *Stam* de Marc Jacobs? As carteiras como acessórios de moda representam hoje uma parcela muito significativa das vendas, existindo numa ampla variedade de tamanhos e funções desde as XXL para transporte de quase tudo às *clutch* para transportar apenas o estritamente essencial.

Quanto ao calçado, este há muito que transcendeu a sua primordial função de protecção dos pés, mas só no final do século XIX é que passou de uma produção artesanal para uma produção industrial. No entanto o fabrico artesanal e personalizado de calçado nunca esteve fora de moda para as classes de maior poder económico. Actualmente existe uma nova geração de designers europeus que produzem sapatos que são consideradas verdadeiras obras de arte, autênticos objectos de luxo, que nem sempre contemplam o parâmetro conforto.

O Projecto

Este projecto nasce como uma proposta de desenvolvimento de uma mini-colecção de acessórios de moda, a ser apresentada na unidade curricular de Design de Acessórios, inserida na grade curricular do curso de design e Marketing de Moda da Universidade do Minho. Tem como tema poético de inspiração a azulejaria tradicional portuguesa; conjuga as tendências de moda para o Outono/Inverno 2008/09 e focaliza-se num público-alvo bem definido.

Para o sucesso de um produto de moda, seja ele vestuário ou acessório é imperativo que este seja desenvolvido tendo em atenção não só os elementos diferenciadores, trabalhados a partir da fonte de inspiração, mas também a sua conjugação com uma linguagem estética e de comunicação inserida nas actuais tendências de mercado e de moda.

O processo de design e desenvolvimento da colecção usado, é o aplicado ao desenvolvimento de produtos de moda, que teve o seu início com a edição de um painel de inspiração, composto principalmente pela reunião de imagens ilustrativas relacionadas ao tema, que permite o contacto permanente ao espírito pretendido para a colecção, evitando o risco de distanciamento do universo temático. Esta ferramenta deve ser constantemente visualizada, com o intuito de auxiliar na formação de conceitos, na selecção de alternativas e na concretização de ideias.

Neste trabalho a inspiração nos azulejos focou principalmente os pormenores azulejares das estações de caminhos-de-ferro de Aveiro e Vilar Formoso devido à sua grande riqueza de pormenores, de origem nitidamente barroca, e porque são também dos mais tradicionais que Portugal possui.

Felizmente estas estações, ricamente cobertas por painéis de azulejos fizeram parte das estações ferroviárias contempladas pela política de melhoria de imagem, por autores como Francisco Pereira, João Alves de Sá e Licínio Pinto. Ressuscitando o barroco elegante e sedutor e ainda transpirando emoção, pelas formas curvas, simetrias e assimetrias bastante trabalhadas, ou mesmo de formas limpas.

Os painéis de Aveiro, num cenário habitual vão recordando, em imagens personalizadas, as memórias de um passado próximo evocando valores locais, exibindo todo o “portuguesismo”, enquanto que os painéis de Vilar Formoso, relembram o Estado Novo e os seus símbolos, pelo gosto tipicista da sua arquitectura. Os painéis de Aveiro apresentam-se sobre rebuscados enquadramentos ornamentais, em completo contraste com o espírito da pintura dos quadros que representam. Os

painéis de Vilar Formoso, pelo facto desta estação de caminho-de-ferro se encontrar numa fronteira, funcionam quase como um roteiro dos aspectos mais reveladores das potencialidades turísticas do país.

O tipo de representações usadas nas diversas estações de caminhos-de-ferro serviram para valorizar as importantes instalações públicas da florescente Companhia dos Caminhos-de-ferro, em franco progresso no fim do século XIX e início do séc. XX. Hoje, depois de terem sido alvo de importantes remodelações, os painéis das estações da Companhia dos Caminhos-de-ferro servem ainda como razão para o melhoramento do ambiente das próprias estações ou mesmo como imagem da estação.

Foi ainda objecto de inspiração o enquadramento espacial dos azulejos com a arquitectura local. O decorativo barroco e seu contraste com a geometria dos frontões, telhados, cantaria e até com a pedra granítica.

De todo este trabalho de pesquisa resultou a selecção de um conjunto de imagens que foi trabalhado numa composição estética (painel de inspiração) que procurou valorizar os referidos contrastes entre o decorativo barroco e os demais elementos arquitectónicos característicos das estações eleitas para o trabalho, Aveiro e Vilar Formoso.

Este painel de inspiração foi então usado como fio condutor de todo o processo criativo, tendo um bom conjunto de pormenores da envolvente azulejar sido transmitidos para a mini-colecção, desenvolvida sobre a essência do barroco.



Figura 1- Elementos de inspiração de design retirados do painel de inspiração e utilizados no processo criativo.

O passo seguinte foi a pesquisa do consumidor da qual resultou a elaboração dos painéis de consumidor onde se procura ilustrar de forma gráfica o espírito e personalidade do consumidor alvo. Estes painéis têm como função criar uma ligação entre o designer e o seu público, trazendo-o para o seu ambiente de trabalho, tornando-o parte activa do processo.

O público alvo seleccionado é um público feminino de classe etária compreendida entre os 25 e os 40 anos, de capital cultural elevado, classe social média-alta, actividade profissional liberal implicando múltiplas deslocações e reuniões de trabalho, exercendo cargos de elevada responsabilidade e detentoras de elevada capacidade de autonomia na gestão de tempo. Estas mulheres são atentas ao mundo em que se movimentam, bem informadas e assumem uma postura de defesa dos valores culturais e ambientais. São mulheres autodeterminadas, cosmopolitas, conscientes da sua aparência e valorizam o bem-estar físico e psicológico seu e da sua família.

O perfil desta mulher enquadra-se perfeitamente com umas das vertentes das tendências sociais de moda para a estação Primavera/Verão 2008. Estas enquadram uma mulher

feminina, fresca e moderna, com preferência por uma linha *chic* estruturada, rica em pormenores coloridos e alegres, cores fortes, tons terra em combinações tom sobre tom.

Explorou-se ainda a tendência da utilização de cores neutras como os cinzas misturados com tons fortes, onde o azul forte não poderia faltar por questões de tradição das cores dos azulejos portugueses.

A pesquisa de moda passou ainda, pelas formas de biqueiras do calçado, saltos (tendência para altos e muito altos), e pormenores decorativos sobre a forma de bordados.

Toda a estação será caracterizada pelo uso excessivo de acessórios principalmente sob a forma de malas sejam elas grandes ou pequenas, e a contrastar com a tendência para o uso de saltos altos aparecem as sandálias rasas de tiras.

As tendências dentro dos materiais (texturas e acabamentos) também foram estudadas, da qual resultou a elaboração dos painéis de materiais, cartaz de cores, e respectivos estudos de cores e combinações.

Induzidos pelos elementos inspiradores e tendo em conta o perfil *glamorous* e sedutor da consumidora, propõem-se o nome "*Seductive Glow*". A colecção desenvolvida não procura a descrição, mas não pretende também a exuberância extrema. Não é propriamente uma colecção materialista, é sim, a elegância levada ao máximo harmonioso, pelas formas, cores e materiais utilizados. O conceito subjacente ao título "*Seductive Glow*", ou brilho sedutor, está no hipnotismo e sedução obtidos pela elegância constante dos coordenados, em qualquer situação. Quer seja em ambiente *cocktail* ou *casual*, passando pelo *urban wear*. Pode-se dizer que o conceito passa por (esta mulher) "nunca cair do salto", sedução e elegância em qualquer situação, usando os brilhos, materiais nobres e saltos praticamente sempre altos.

Para a mini-colecção composta por 9 coordenados de acessórios, pensou-se num mix de produto/moda de 3 *looks casual*, 3 *urban wear* e 3 *cocktail*, para a estação Primavera/Verão 2008. Sendo estes compostos obrigatoriamente por: cinto, mala e sapato e por um quarto acessório têxtil: *écharpe*, luvas, alfinete/pregadeira, *collants*, chapéus, *bijuterie*, etc..

Efectuados os primeiros estudos de pesquisa inicia-se o desenvolvimento das ideias através dos esboços passando-se depois ao desenvolvimento dos croquis técnicos, fichas técnicas e croqui técnico ilustrado.

Na fase de desenvolvimento dos croquis técnicos o conforto no calçado foi um parâmetro em estudo, ainda dentro do espírito do tema, ligado à azulejaria das estações de caminho de ferro, local onde chegam e partem caminhantes e viajantes que dão preferência a este meio urbano de transporte, sinal de gente activa, com gostos pela caminhada em que o calçado confortável é um aliado e cúmplice. Esta mulher cosmopolita, com consciência ecológica, que opta pela utilização do transporte público em detrimento da comodidade do seu automóvel, tem de ser presentada com um calçado, extremamente confortável para além de sofisticado bem ao seu estilo.

A elaboração dos *portfolios* de colecção resulta da organização harmoniosa de todo o trabalho desenvolvido nas fases anteriores, conjugando-o com os estudos de imagem do conceito desenvolvido.

Alguns dos coordenados criados para esta colecção estão apresentados nas figuras que se seguem.



Figura 2 – Exemplo de dois coordenados criados para um *look casual*.



Figura 3 – Exemplo de dois coordenados criados para um *look urban wear*.



Figura 4 – Exemplo de dois coordenados criados para um *look cocktail*.

Conclusões

O azulejo em Portugal remonta há mais de cinco séculos, tendo tido aplicação na arquitectura como suporte de expressão artística. Mais que um simples elemento decorativo, o azulejo português detém valor artístico e cultural. Os azulejos de cariz

decorativo e mais associados à expressão artística caracterizam-se por reflectirem as preferências portuguesas pelas descrições realistas de forte sentido cenográfico. Os azulejos reflectem assim um pouco da história, gostos e mentalidades que caracterizaram cada época.

O azulejo é um dos maiores patrimónios culturais do nosso país, cabe aos designers como profissionais imaginativos, utilizar e divulgar as suas riquezas de origem, trabalhando-as de forma original, criando produtos diferenciados e porque não, com elevado conteúdo cultural.

Referências bibliográficas

José Meco; “Azulejaria Portuguesa”, Bertrand Editora, Lisboa, 1989
McKelvey, Kathryn; Munslow Janine (2003) “Fashion Design – Process, Innovation e Practice”. Blackwell Science Ltd.: India.
Salinas Calado, Rafael; Vieira de Almeida, Pedro (2001) “Aspectos Azulejares na Arquitectura Ferroviária Portuguesa”. Caminhos de Ferro Portugueses, EP: Lisboa
Silvia Barretto; “Diseno de calzado urbano”, ISBN 987-584-041-6, nobuko 2006

Sílvia Alves. Aluna da Lic. em Design e Marketing de Moda, Universidade do Minho (silviaalves87@hotmail.com)

Ana Cristina Broega. Professora Universidade do Minho, Dptº de Engenharia Têxtil (cbroega@det.uminho.pt)

Joana Cunha. Professora Universidade do Minho, Dptº de Engenharia Têxtil (jcunha@det.uminho.pt)