

Roteiro e Recomendações para Apresentação de um Projeto de Moda

Publicado na Revista ABC Design Edição Nº 3, Junho 2002. ISSN 1676-5656.

Dorotéia Baduy Pires e
Maria Celeste Montemezzo

Um *book* ou dossiê é a documentação detalhada do projeto de uma coleção de produtos de moda. No entanto, não se trata simplesmente de reunir croquis em uma pasta. Sua função, além de apresentar os desenhos definitivos é de transmitir o conceito da coleção e as informações técnicas necessárias à viabilização da produção. Elaborá-lo é uma tarefa que requer empenho e planejamento, pois ele tem o papel de comunicar os valores emocionais, técnicos e funcionais de um projeto de design de moda.

Roteiro de apresentação do *book* ou dossiê

Algumas destas etapas podem ser ampliadas ou excluídas dependendo do objetivo do projeto: acadêmico ou profissional.

Apresentamos a seguir alguns princípios básicos e caminhos que podem ser adotados considerando-se o conteúdo ou a formatação.

Quanto ao conteúdo, podemos dividir as informações em 3 partes: a **proposta**, a **empresa** e o **projeto da coleção**.

1. **Proposta**: é o espaço em que se procura sensibilizar o leitor introduzindo, justificando e delimitando a proposta.
2. **Empresa**: apresentar os dados gerais da empresa, da marca e do público alvo (consumidor).

- **Nome da empresa**: razão social
- **Porte**: micro, pequeno, médio, grande
- **Marca**: nome e conceito da marca
- **Segmento**: *streetwear*; roupa esportiva (*sportswear*); traje de gala; *jeanswear*; traje social; roupa íntima (*underwear*) roupa de dormir (*lingerie*); roupa praia (*beachwear*); roupa ginástica (*fitness*); uniformes; outros.
- **Distribuição**: delimite geograficamente os locais onde os produtos serão distribuídos e comercializados.
- **Sistemas de venda**: lojas próprias, *show room*, franquias, lojas de departamentos, vendas a domicílio, catálogos, *web*, outros.
- **Pontos de venda**: detalhe como devem ser os ambientes de venda: a localização, o espaço, as vitrinas, os expositores, o comportamento dos vendedores e outras informações.
- **Promoção**: como deverá ser a promoção de lançamento da coleção? Quais os meios? Desfiles, tv, Internet, *outdoor*, catálogos?
- **Preços praticados**: limite o valor mínimo e o valor máximo que o consumidor se dispõe a pagar pela marca no varejo.

- **Perfil do consumidor:** informe detalhes sobre sexo, idade, profissão, renda mensal, atividades de lazer, hábitos, lugares que frequenta, tipos de livros e filmes que prefere, etc. Ao escolher uma imagem para representar o consumidor desta marca considere o biotipo, o conceito da marca. Caso opte por retirar uma imagem de revista, evite que esta sugira uma moda específica.
- **Mix do produto:** considerando a proposta, distribua entre o conjunto da coleção os produtos básicos, os produtos *fashions* e os complementares. Exemplo: 10% complementares, 60% *fashions* e 30% básicos. Complementares são produtos com grande conteúdo de conceito, baixo índice de venda, porém, atraem a atenção da mídia e da clientela.
- **Variedade entre tops e bottons:** definir a proporção entre a quantidade de peças *bottons* e *tops*. Exemplo: elabore uma coleção com proporção de 2 *tops* para 1 *botton*, pois de modo geral os *tops* vendem em maior quantidade.
- **Transposição:** este é o momento em que se organiza visualmente as opções feitas no desenvolvimento do projeto. É a transposição dos dados teóricos em informações visuais (parâmetros) que gerarão a coleção. Pode-se incluir o círculo cromático, as formas básicas adotadas e a transposição das referências adotadas em formas, cores ou materiais.

3. Projeto da coleção

Texto: Elabore um texto em linguagem de moda, também poético, com sedução, ritmo e que trate de informações como:

- **Estação e ano:** primavera/verão; outono/inverno.
- **Referências:** quais foram as referências adotadas para a criação da coleção: tendências internacionais, regionais e pessoais.
- **Conceito:** resuma-o no máximo em 3 palavras-chaves.
- **Cartela de cores:** defina as cores, tons, matizes e combinações.
- **Materiais:** descreva e justifique a composição, propriedades, texturas e acabamentos aplicados no projeto.
- **Formas e estruturas:** escreva sobre as formas, estruturas, linhas e volumes que predominarão na coleção, se estas são fluidas, retas, geométricas, assimétricas, superpostas, volumosas, transpassadas, etc.

Briefing: Elabore uma imagem que concentre de modo claro e sintético o conceito da coleção e que comunique as cores, os materiais, as texturas, as linhas, as formas, os volumes e outras informações importantes. Não usá-lo como capa do projeto. Esta imagem é a alma de todo o projeto e estará sendo constantemente consultada para todas as definições anteriores ou posteriores à criação. Evite inserir a imagem do consumidor no *briefing*, prefira colocá-la junto ao perfil do consumidor.

Nome da coleção: escolha um nome sugestivo, poético e que se relacione ao conceito.

Cartela de cores: elabore a cartela de cores sempre sobre fundo branco e sem texturas, isto é, chapadas. Considera-se ideal a quantidade de 8 a 12 cores. Defina nomes para as cores em sintonia com o conceito. É interessante colocar o código de cada cor, podendo-se adotar o padrão Pantone ou outro.

Cartela de materiais: elabore a cartela de materiais o mais próximo possível do real. Informar a composição dos materiais. Inclua aviamentos somente se estes forem

especiais. Os materiais devem estar apresentados de modo a possibilitar o toque das mãos em ambos os lados, contendo nome, composição e, se for o caso, o fornecedor.

Cartela de combinações: apresente as combinações de cores e materiais propostas.

Superfícies: apresentação das estampas, bordados, lavagens ou outras interferências.

Projeto: diagrame em uma mesma prancha as ilustrações dos produtos e os desenhos planejados. Todos as imagens devem ser apresentados em duas linguagens distintas: a ilustração e o planejado. O desenho técnico deve apresentar textos explicativos e cotas detalhando o projeto para orientar a modelagem e produção do protótipo ou piloto. Elabore as pranchas de forma criativa, técnica, clara e precisa.

Plano de coleção: em uma única prancha que pode ser dobrável, apresente em escala reduzida e em cores, a coleção com os grupos. Esta página é muito útil para orientar os grupos de desfile e também por proporcionar uma visão global do projeto.

Produção: organize os dados técnicos da produção das composições: maquiagem, penteado, biotipo do modelo, acessórios, plano de performances, cenário, sonoplastia e outras informações. Caso o plano de performances durante o desfile seja muito complexo, pode-se apresentar graficamente a coleção em uma linha horizontal com as recomendações necessárias.

Acessórios: projeto das bolsas, calçados, meias, bijouterias, jóias, chapéus, luvas, etc.

Referências: informe os créditos e fontes dos dados (livros, revistas, *sites*, entrevistas, etc)

Recomendações sobre a importância da composição visual

Se bem elaborado visualmente, o *book* ou dossiê faz com que o seu observador mergulhe na atmosfera proposta, compreenda as mensagens conceituais e tenha uma visão global e ordenada da coleção. Por isso, os primeiros passos para o seu desenvolvimento são a organização e o planejamento.

Deve-se pensar com cuidado no tipo de papel a ser usado, no tipo de encadernação e formato do volume, na seqüência lógica de manuseio e visualização das páginas, nas características do desenho, enfim, em todos os elementos que possam influenciar na linguagem visual e na unidade do volume.

Carla Cella¹, apresenta fatores importantes a serem considerados quando se organiza um *book* : 1. fazer um inventário da quantidade de desenhos e ordená-los em uma seqüência lógica pré-determinada; 2. definir uma apresentação harmônica de desenhos de dimensões diferentes; 3. diagramar as informações ou referências particulares com clareza e próximas ao desenho a que se referem; 4. decidir o formato do *book*, baseando-se nos desenhos e demais itens a serem apresentados; 5. definir a capa respeitando a linguagem da proposta; 6. idealizar um formato que seja fácil de transportar. Todos estas decisões vão facilitar uma visão global do projeto e influenciarão significativamente na sua compreensão.

Neste contexto, existem inúmeras opções de materiais e técnicas a serem exploradas, contudo a escolha vai depender da linguagem visual pretendida para transmitir o conceito.

¹ CELLA, Carla. **Disegno di moda : materiali, tecniche e argomenti**. Milano : Hoepli.

O mercado oferece uma grande variedade de papéis, dos brancos lisos e neutros aos especiais que contam com uma infinidade de cores e acabamentos. O papel não é mero suporte e sim um recurso visual ativo na composição, pode acrescentar valor ao *book* se for adequado à proposta visual da coleção. Para tanto, é preciso conhecer algumas de suas características, pois certas técnicas de ilustração e *layout* requerem suportes apropriados.

Os papéis são divididos em dois grandes grupos, com *cobertura (coated)* e sem cobertura (*uncoated*). Aqueles com cobertura contam com uma camada de substâncias minerais que lhes proporcionam uma superfície lisa e homogênea. São menos absorventes e possuem maior resistência à esfregação e à umidade. O exemplo mais conhecido deste tipo de papel é o couchê.

Por outro lado, os papéis sem cobertura não são providos de tal camada, e por isso, são mais absorventes e macios, apresentando uma maior variedade texturas e acabamentos.

Outra característica a ser destacada é a gramatura, o peso em gramas de uma folha de 1m². Existem várias referências no mercado, porém as mais conhecidas são as de 90, 120, 160 e 180 g/m² e significam que quanto maior o número, mais encorpado é o papel.

No que diz respeito às técnicas, em relação à escolha do papel, deve-se levar em consideração a gramatura, as características da superfície, a capacidade de absorção e a resistência mais apropriada a cada uma delas. Por exemplo, a aquarela requer um papel resistente, encorpado e com boa opacidade devido ao contato com a água, assim sendo, os de fibra de algodão são os mais indicados. Para aplicar lápis-decor, um papel muito liso não funciona, pois o pigmento se concentra na superfície e logo satura, por isso os papéis sem cobertura são mais adequados.

No entanto, uma boa sugestão é montar um dicionário de papéis com amostras testadas, onde se especifique o nome, gramatura e principais usos. Isto dará ao designer de moda uma visão mais abrangente sobre coordenação de papéis diferentes e agilidade no momento da escolha.

Atualmente, o leque de opções de técnicas de representação é bastante vasto, pode-se usar desde colagem até computação gráfica, ou ainda, mesclar várias delas para efeitos inéditos. As escolhas vão depender, como em todo o resto, da linguagem visual pretendida para a transmissão do conceito da coleção.

Tal conceito não exclui a encadernação. Como alternativas mais comuns têm-se as encadernações mecânicas como espirais ou garras; a vantagem deste tipo de acabamento é que o *book* fica totalmente plano quando aberto. Há ainda a opção de encaderná-lo como livro, com lombada quadrada. Contudo, a criatividade pode gerar outras opções para se agrupar as páginas, basta ter em mente a facilidade de manuseio e, é claro, a unidade visual do formato final.

De uma maneira geral, um *book (dossiê)* é composto, no início, de páginas de abertura, que identificam a empresa e a coleção e podem conter imagens ou textos que identificam e dão suporte à transmissão do conceito trabalhado. Depois se insere o *briefing* visual que leva o observador a mergulhar na atmosfera da coleção proposta. São imprescindíveis as cartelas de cores e de materiais para a visualização dos produtos propostos, assim como o desenho plano o desenho de ilustração de cada peça criada com especificações de tecidos e aviamentos. Por fim, a apresentação do plano do projeto que contribuirá na visão da coordenação e unidade da coleção.

Todos os itens, aqui comentados, deverão ser tratados com coerência visual. Contudo, as técnicas de acabamento podem ser combinadas. Por exemplo, o *briefing* é normalmente executado com colagem de imagens prontas, as quais se combinam em uma composição inédita e comunicativa, porém, poderá também ser construído mesclando-se imagens criadas e prontas com recursos de computação gráfica ou mesmo, a colagem. Os desenhos de ilustração podem ser montados colando-se os originais sobre um papel suporte que agregue valor à composição ou podem ser fotocopiados, digitalizados e manipulados sobre fundos diversos. Todavia, é evidente que a ênfase deve estar no desenho e não em uma profusão de fundos e cores que o poluam.

Entretanto, os desenhos planejados requerem limpeza e clareza nas especificações, por isso a interferência de fundos e a profusão de cores não são recomendáveis.

Neste contexto, no qual os elementos da composição visual se integram em uma contínua emissão de mensagens todas as informações devem ser planejadas, para uma comunicação eficaz. Não somente as imagens, mas também os textos serão adequados ao conceito da coleção. A escolha da fonte, além de legibilidade e conforto de leitura, irá atender aos parâmetros visuais do conceito do projeto. O aspecto formal da letra e a diagramação dos textos certamente influenciarão na estimulação do olhar. As sensações de delicadeza, rusticidade, velocidade, agressividade, ou qualquer outra, podem ser obtidas em uma simples palavra escrita.

Entretanto, se destacamos a relevância do planejamento, devemos considerar que ele será inútil se a execução não tiver a mesma atenção. Um acabamento ruim e a falta de iniciativa frente às dificuldades de viabilização, poderão levar uma ótima idéia ao fracasso.

Então, podemos concluir que o volume de um *book* de projeto de coleção deve estar carregado de significados intrínsecos em cada detalhe. É o primeiro veículo comunicador do conceito da coleção. Assim, antes de dar início à confecção do *book* ou dossiê é fundamental ter clareza da linguagem visual mais adequada para a comunicação desta carga simbólica.