

AS VIVÊNCIAS QUOTIDIANAS COMO MEIO DE INSPIRAÇÃO NO CONTEXTO DE DESIGN DE MODA.

Mestrado em Design de Moda

Documento Definitivo

Cláudia Alexandra Silva Pinto

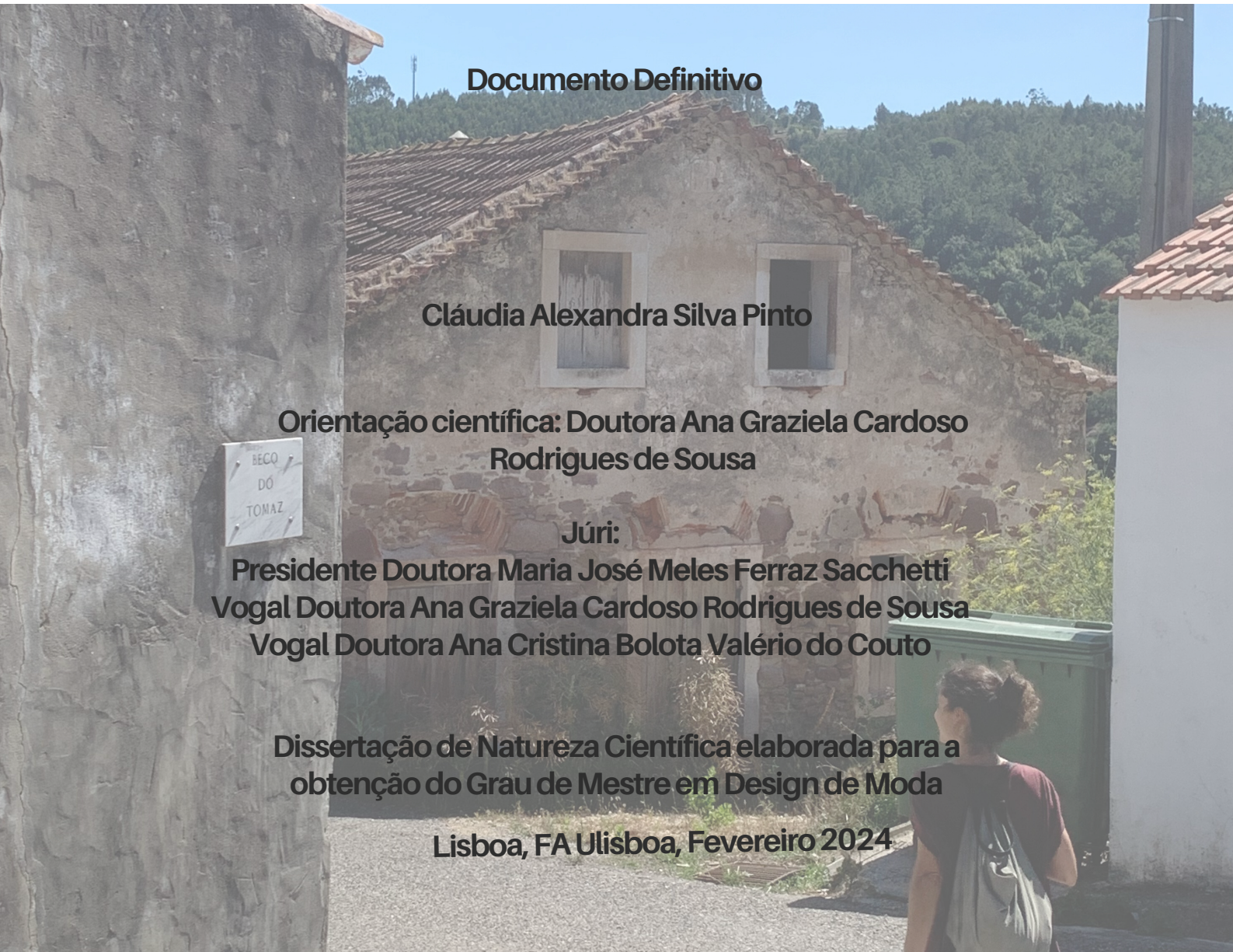
**Orientação científica: Doutora Ana Graziela Cardoso
Rodrigues de Sousa**

Júri:

**Presidente Doutora Maria José Meles Ferraz Sacchetti
Vogal Doutora Ana Graziela Cardoso Rodrigues de Sousa
Vogal Doutora Ana Cristina Bolota Valério do Couto**

**Dissertação de Natureza Científica elaborada para a
obtenção do Grau de Mestre em Design de Moda**

Lisboa, FA Ulisboa, Fevereiro 2024



AS VIVÊNCIAS QUOTIDIANAS COMO MEIO DE INSPIRAÇÃO NO CONTEXTO DE DESIGN DE MODA.

Dissertação de Mestrado em Design de Moda
da Faculdade de Arquitetura da Universidade
de Lisboa.



Janeiro 2024

Dedicatória

Aos meus pais, pela sua paciência e amor
incondicional.

Agradecimentos

À minha orientadora Prof. Ana Graziela Cardoso Rodrigues de Sousa pela orientação da dissertação;

À Designer Daniela Pais pela oportunidade de realizar o estágio e fazer parte da sua equipa ;

À minha amiga e colega de estágio Rita Costa, pela amizade e apoio .

RESUMO

A procura constante por inspiração num ambiente tão dinâmico como o Design de Moda desempenha um papel fundamental na criação de trabalhos únicos e impactantes. Para que isso aconteça, e de uma forma não repetitiva, a experiência quotidiana torna-se um vasto domínio onde ideias e conceitos são capazes de transformar elementos simples em criações impactantes. O Design de Moda torna-se, portanto, um reflexo da cultura, experiência e personalidade de cada designer. A intersecção subconsciente entre a vida quotidiana e o mundo do design é objeto de atenção acadêmica e criativa. Escritores famosos como Csikszentmihalyi (1934-2021) e Amabile (1950) tentaram descrever a criatividade e como ela ocorre, enfatizando a importância do ambiente circundante e da experiência diária na implementação de ideias inovadoras. Isto significa transformar o mundano em algo significativo não só para os designers, mas também para os consumidores.

O principal objetivo desta Dissertação é investigar o potencial criativo que as experiências quotidianas podem desencadear e sua relevância para o processo criativo de projetos no âmbito do Design de Moda. Explorando a relação entre o indivíduo e o meio ambiente, com especial destaque no impacto do contexto sociocultural e das atividades diárias na procura de inspiração. Cada encontro, cada sentimento, cada interação com o mundo que nos rodeia proporciona oportunidades valiosas de observação e reflexão. Estas experiências aparentemente comuns podem estimular a geração de ideias originais e transformá-las em produtos de moda, como vestuário e acessórios.

A análise deste tema leva em consideração a diversidade de métodos utilizados pelos sujeitos criativos para encontrar inspiração. Para atingir este objetivo, aplicou-se métodos de observação participante através de um estágio curricular na marca Elementum, reconhecida pelos seus produtos versáteis e sustentáveis. Durante este estágio explorei as diferentes etapas do processo criativo, desde a geração de uma ideia até à criação final da peça de vestuário. Procurou-se compreender como surge a inspiração da designer criadora da marca, Daniela Pais, como é que a transforma e como se traduz em formas, cores, tecidos e volumetrias, características do design de moda contemporâneo. Além disso, exploraram-se as influências externas, como tendências culturais, históricas e sociais, que podem estimular e moldar a criatividade no design.

Palavras-chave

Criatividade, Inspiração, Design de Moda, Quotidiano, Processo Criativo

ABSTRACT

The constant search for inspiration in such a dynamic context as Fashion Design plays a fundamental role in the creation of unique and impactful pieces. In order for this to happen, and not in a repetitive way, everyday experiences become a vast territory where ideas and concepts can transform a simple element into a grand creation. Fashion Design thus becomes a manifestation of culture, experiences, and the individuality of each designer. This subconscious intersection between daily routine and the world of design is the focus of academic and creative attention. Esteemed authors such as Csikszentmihalyi (1934-2021) and Amabile (1950) seek to describe creativity and how it arises, emphasizing the importance of the surrounding environment and daily experiences in realizing innovative ideas. This implies turning the ordinary into something meaningful not only for the designer but also for the consumer.

This dissertation aims to investigate the creative potential that everyday experiences can exert and their relevance in our creative process in projects within the scope of Fashion Design. It explores the relationship between the individual and their environment, with a special emphasis on the influence that sociocultural context and daily activities can have on the search for inspiration. Every encounter, sensation, and interaction with the world around us offers valuable opportunities for observation and reflection. These seemingly common experiences can serve as stimuli for the generation of original ideas that transform into fashion products, such as clothing and accessories.

The analysis of this theme is conducted considering the diversity of approaches that creative individuals adopt to find inspiration. To achieve this goal, the methodology of participant observation was applied through an internship at the Elementum brand, recognized for its multifunctional and sustainable pieces. During this internship, the different phases of the creative process were explored, from idea generation to the final realization of clothing pieces. The goal was to understand how inspiration arises for the designer and creator of the brand, Daniela Pais, how she transforms it, and how it translates into shapes, colors, fabrics, and volumes characteristic of contemporary fashion design. Additionally, external influences such as cultural, historical, and social trends were explored, which can stimulate and shape creativity in design.

Keywords

Creativity, Inspiration, Fashion Design, Everyday Life, Creative Process

ÍNDICE GERAL

Resumo / Palavras chave	VIII
Abstract / Keywords	X
Índice Geral	XI-XII
Índice de Figuras	XIII-XIV
Introdução	1
Tópico de investigação	2
Objetivos	3
Metodologia	4
Organograma	5
Benefícios da investigação	6
Estado da Arte	
Cap.I O fundamento da inspiração	7
1 Criatividade e Felicidade	8-9
2. Essência criativa	10-12
3. Processo Criativo	13-14
3.1. Fontes criativas: Primárias	15-16
4. Caminhos Criativos	17-18
Cap. II Relatório de Estágio	
5. Elementum	19
5.1. A marca	20
5.2. A Designer	21
5.3. A Visão / A Missão	23
5.4. A Produção	24-27
5.5. Produtos	28-29

ÍNDICE GERAL

6. Estágio	30-31
6.1. Projeto ByVouzela	32-37
6.2. Design Elementum	38-39
6.3. Comercialização da marca	40-43
7. Dia a Dia da Designer Daniela Pais	44-45
8. Conclusão	46-47
9. Referências Bibliográficas	48-49
10. Referências Figuras	50
11. Bibliografia	51-53
12. Anexos	54-60

ÍNDICE DE IMAGENS

Fig.1.Sketchbook	7
Fig. 2- Sala de aula Escola Superior Artes Aplicadas,	8
Fig. 3- Sketchbook inspirado nos jardins de Versailles	10
Fig. 4-Sketchbook inspirado nos jardins de Versailles	10
Fig. 5- Livro de tendências, Atelier Elementum	13
Fig. 6-Berlengas	16
Fig. 7- Sketchbook inspirado no Verão 2020	16
Fig. 8- AMOR DE LA CALLE IS BACK FOR ANOTHER SEASON	17
Fig. 9- Coleção Final	18
Fig. 10- Fittings Atelier Elementum	19
Fig. 11- Livro de Origamis Atelier Elementum	20
Fig. 12- Prints a secar	21
Fig. 13- Daniela Pais	22
Fig. 14- Atelier	23
Fig. 15- Atelier	23
Fig. 16- Produção Elementum	24
Fig. 17- Kimono DO SHIRT Algodão Orgânico	26
Fig. 18- Botões Reciclados	27
Fig. 19- Top MEIO	28
Fig. 20- Top MEIO Texture	29
Fig. 21- Top MEIO Texture	29
Fig. 22- Top MEIO Texture	29
Fig. 23- Vista Atelier Elementum	30
Fig. 24- Moldes Malas Projeto ByVouzela	31
Fig. 25- Atelier Vouzela	32
Fig. 26- Esboços digitais bordado Castelo S.Jorge	33
Fig. 27- Protótipos bordados ByVouzela	34

ÍNDICE DE IMAGENS

Fig. 28- Protótipos ByVouzela	35
Fig. 29- Protótipos ByVouzela	35
Fig. 30- Protótipos ByVouzela	35
Fig. 31- Protótipos ByVouzela	36
Fig. 32- Protótipos ByVouzela	36
Fig. 33- Protótipos ByVouzela	36
Fig. 34- Protótipos ByVouzela	37
Fig. 35- Moodboard ByVouzela	37
Fig. 36- Protótipos ByVouzela	37
Fig. 37- Desenvolvimento de moldes	39
Fig. 38- Encomendas Elementum	40
Fig. 39- Bazar á noite	41
Fig. 40- Bazar á noite	41
Fig. 41- Local Sessão Fotográfica	42
Fig. 42- Local Sessão Fotográfica	43
Fig. 43- Local Sessão Fotográfica	43
Fig. 44- Local Sessão Fotográfica	43
Fig. 45- Foz do Arelho	44
Fig. 46- Peso do Atelier Elementum desenhado por Tamara	45

INTRODUÇÃO

No quotidiano dos designers, a criatividade emerge como uma ferramenta essencial para superar diversos obstáculos. Para alguns, a inspiração pode surgir ao assistir um filme, a partir de uma viagem ou até mesmo de um momento casual, como um elemento de um edifício notado pela primeira vez no caminho para o trabalho. Cada designer desenvolveu métodos e ferramentas ao longo de sua jornada que os ajudam a encontrar inspiração e transformar o que muitas vezes é confuso e desafiador, especialmente para estudantes da área do Design de Moda, num processo intuitivo e gratificante.

Para que isto aconteça, o ambiente sociocultural em que vivemos torna-se fundamental na formação das nossas ideias, atitudes e comportamentos. Dado que os designers são profundamente influenciados pelas suas experiências quotidianas, tais como interações sociais, valores culturais e até eventos históricos, precisam de estar cientes que de facto esses elementos são significativos, para tirarem proveito dos mesmos. (Amabile, 1996).

No design de moda, o ambiente sociocultural de um Designer, aliado com a forma como o mesmo o interpreta, tem um impacto profundo no desenvolvimento de novos produtos e na forma como se conectam com os seus públicos-alvo. Gilda Waisburb J. enfatiza em "Pensamiento Creativo e Innovacion" (2009, p.s.d.) que "todos os processos criativos são nutridos pela emoção, e somente a emoção pode inspirar o movimento ou dificultar o movimento" [1]. Como tal, compreendemos o impacto das nossas experiências diárias no desencadeamento de uma ligação mais profunda com o nosso subconsciente.

Nos aspectos mundanos e banais da vida quotidiana encontramos terreno fértil para a criatividade. Muitas vezes subvalorizada, oferece uma vasta gama de estímulos e insights que podem impulsionar o processo criativo de formas profundas e surpreendentes. Porém, como Fiona Dieffenbacher destaca em "Fashion Thinking" (2020, p.4) "devem abordar o desenrolar de uma ideia com a vontade de se envolver plenamente no processo de pesquisa primária"[2] ou seja, através de experiências e memórias pessoais. O projeto visa estabelecer ligações entre as origens da criatividade de um indivíduo e o seu ambiente. Acredita-se que o meio sociocultural em que uma pessoa interage têm um impacto significativo no processo criativo. Pedro Allueva Torres afirma em "O Desenvolvimento do Pensamento Criativo no Ambiente Universitário" (2004, p. 123): "Em geral, diríamos que a criatividade é uma combinação de atributos intelectuais, estilo cognitivo e personalidade". Demonstrando a importância de explorar como esses meios guiam as nossas inspirações, especialmente no campo do Design de Moda. Essa premissa é direcionada para a concretização de projetos nessa disciplina, que não apenas reflete tendências e estilos, mas também expressa narrativas culturais e pessoais.

Ao investigar temas como a interação entre a criatividade, o meio sociocultural e o Design de Moda, procuro principalmente ajudar a compreender a complexa rede de fatores que influenciam o processo criativo. Desde como a inspiração se origina, até como é conduzida e transformada em ideias e produtos no âmbito do Design de Moda.

[1] Trad. Livre de: "Todos los procesos creativos se nutren de las emociones, éstas pueden provocar movimiento o bloquear los procesos"

[2] Trad. Livre de : "must approach the unpacking of an idea with the willingness to engage fully in the process of primary"

[3] Trad. Livre de: "De forma general diremos que la creatividad es una combinacion de atributos intelectuales, estilos cognitivos e personalidad"

TÓPICO INVESTIGATIVO

Vivemos numa era onde o fluxo de informação é constante, o que parece ajudar a criatividade em termos de inspiração, porém, escolher um tema para um desenvolvimento criativo é algo muito pessoal e singular. Indivíduos criativos não só interagem com o seu ambiente sociocultural como também o absorvem, permitindo que cada experiência vivida seja uma fonte de inspiração no seu processo criativo. No entanto, enquanto designers já implementados no mercado desenvolvem estratégias para o aproveitamento dessas mesmas situações, no caso de jovens criativos este processo pode tornar-se difícil e ser, muitas vezes, desmotivante. Esta investigação propõe uma abordagem interdisciplinar de forma a compreender a relação entre o indivíduo criativo, o ambiente circundante e o processo de geração de ideias. Procurando assim, explorar como a criatividade é moldada e como essas experiências se convertem em ideias.

“Encontrar um bloqueio criativo, quando o fluxo de ideias relevantes parece parar abruptamente, seja momentaneamente ou por longos períodos de tempo, pode ser muito desconcertante e dar origem a inseguranças”

[4] (Mbonu, 2014, p.174)

[4] Trad. Livre de: "Encountering a creative block, when the flow of relevant ideas seems to stall abruptly, whether momentarily or for longer periods of time, can be very disconcerting and give rise to self-doubt"

OBJETIVO GERAL

Identificar e contextualizar quais os elementos da vida cotidiano da designer de moda Daniela Pais, são os mais significativos e influentes no desencadeamento da sua inspiração no processo criativo.

OBJETIVOS SECUNDÁRIOS

1. Analisar a literatura existente sobre criatividade no Design de Moda, com foco na importância das experiências cotidianas como fonte de inspiração.
2. Identificar os principais aspectos das experiências cotidianas que podem ser relevantes para o Design de Moda, considerando fatores como ambiente, cultura, interações sociais e atividades diárias.
3. Procurar entender como designers de moda estabelecidos incorporam elementos das experiências cotidianas nos seus processos criativos e projetos.
4. Explorar os desafios e obstáculos que designers de moda enfrentam ao tentar aplicar aspectos das experiências cotidianas nas suas criações.
5. Desenvolver diretrizes práticas e estratégias para a aplicação eficaz de experiências cotidianas no Design de Moda, visando apoiar novos designers
6. Conduzir um estágio curricular numa empresa de moda, percebendo quais as diretrizes e estratégias desenvolvidas pelo designer para criar projetos de moda baseados em experiências cotidianas.
7. Avaliar a eficácia das diretrizes e estratégias já implementadas.

METODOLOGIA

A relação entre a experiência cotidiana e a criatividade do designer de moda é uma área de pesquisa que merece atenção, pois afeta diretamente a criação de coleções. Com esta dissertação, procurei explorar como essas experiências e influências culturais interagem e como influenciam a criatividade dos designers de moda. Fornecendo uma compreensão mais profunda das relações complexas e diversas que existem entre esses elementos. No âmbito da investigação são utilizados métodos mistos: um não intervencionista e outro intervencionista.

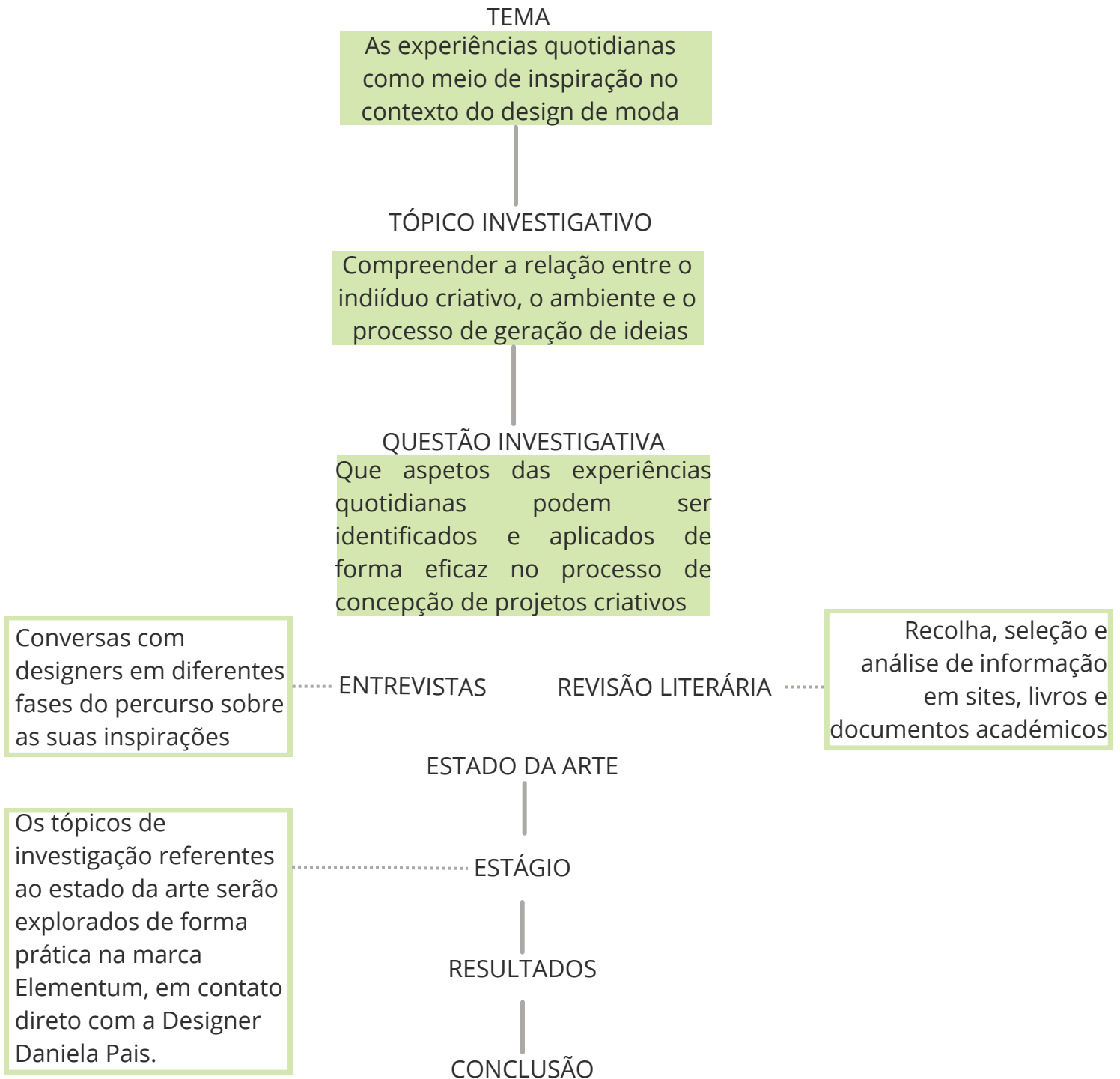
Numa fase inicial, comecei por recolher informação relevante com o objetivo de compreender o que foi investigado. Este enquadramento teórico procura abordar diferentes temas centrados no processo criativo, tais como as origens da criatividade individual, o ambiente sociocultural e as suas influências. Através desta revisão, pretendi despertar o interesse pela intersecção entre a vida quotidiana e a criatividade no Design de Moda, e obter uma compreensão mais profunda de como os Designers de Moda se inspiram no mundo que os rodeia para criar peças que são mais do que apenas visualmente atraentes mas que também refletem a sua cultura e narrativas sociais.

No decorrer desta pesquisa, analisei também os processos criativos de dois designers em diferentes estágios de sua jornada no design de moda. Estes incluem uma estudante de moda e um designer autoral que entrou recentemente no mercado. Tendo também tidos em consideração os resultados alcançados em diálogo com os criativos, comparando-os com a realidade de um designer consolidado no segmento, no caso a Designer Daniela Pais, da marca Elementum. É importante compreender as abordagens individuais de cada um em relação à liberdade que experimentam nos seus processos de inspiração, bem como examinar como essa perspectiva pode evoluir ao longo das suas carreiras.

É utilizada também uma metodologia de investigação-ação, através de um estágio de seis meses na Marca Elementum, como forma de explorar a influência das experiências quotidianas no processo criativo de uma designer, participando ativamente em situações diárias no atelier da designer Daniela Pais. Esta imersão na prática profissional oferece uma oportunidade de compreender como são aplicados os princípios e conceitos estudados no Estado da Arte. O estágio é uma metodologia que enriquece consideravelmente a pesquisa, permitindo uma análise aprofundada das interações entre as experiências quotidianas e o processo criativo no Design de Moda.

ORGANOGRAMA

DESIGN DE MODA



BENEFÍCIOS DA INVESTIGAÇÃO

Podemos identificar os benefícios desta investigação, de uma forma mais ampla, como sendo uma contribuição para o campo do Design de Moda, com foco na exploração do tema: "As experiências quotidianas como meio de inspiração no contexto do Design de Moda", tendo um impacto positivo não só no meio académico como também no profissional. O objetivo principal desta dissertação é estimular estudantes mas também profissionais da indústria, a melhorar as suas competências criativas, resultando numa consciencialização daquelas que podem e devem ser as suas opções criativas.

Quando exploram elementos do dia a dia, como rotinas diárias, interações sociais, ambientes familiares e objetos comuns, os designers enfrentam o desafio de expandir os seus horizontes de forma mais ampla. Isto ocorre pois a pesquisa permite que os designers abandonem as fontes de inspiração convencionais e previsíveis, que podem limitar seu potencial criativo. Elementos aparentemente simples e comuns tornam-se janelas para um mundo de possibilidades criativas. O olhar atento para a rotina diária revela detalhes e nuances que, de outra forma, seriam negligenciados, enriquecendo o processo criativo.

Além disso, esta investigação ajuda também os designers a incorporar elementos de autenticidade nas suas criações. Ao inspirar-se nas próprias experiências pessoais e no quotidiano que os rodeia, estarão mais propícios a tornarem as suas criações mais autênticas e pessoais aproximando-os dos consumidores. Essa conexão mais profunda entre os designers e as suas criações é tangível e pode criar um apelo emocional.

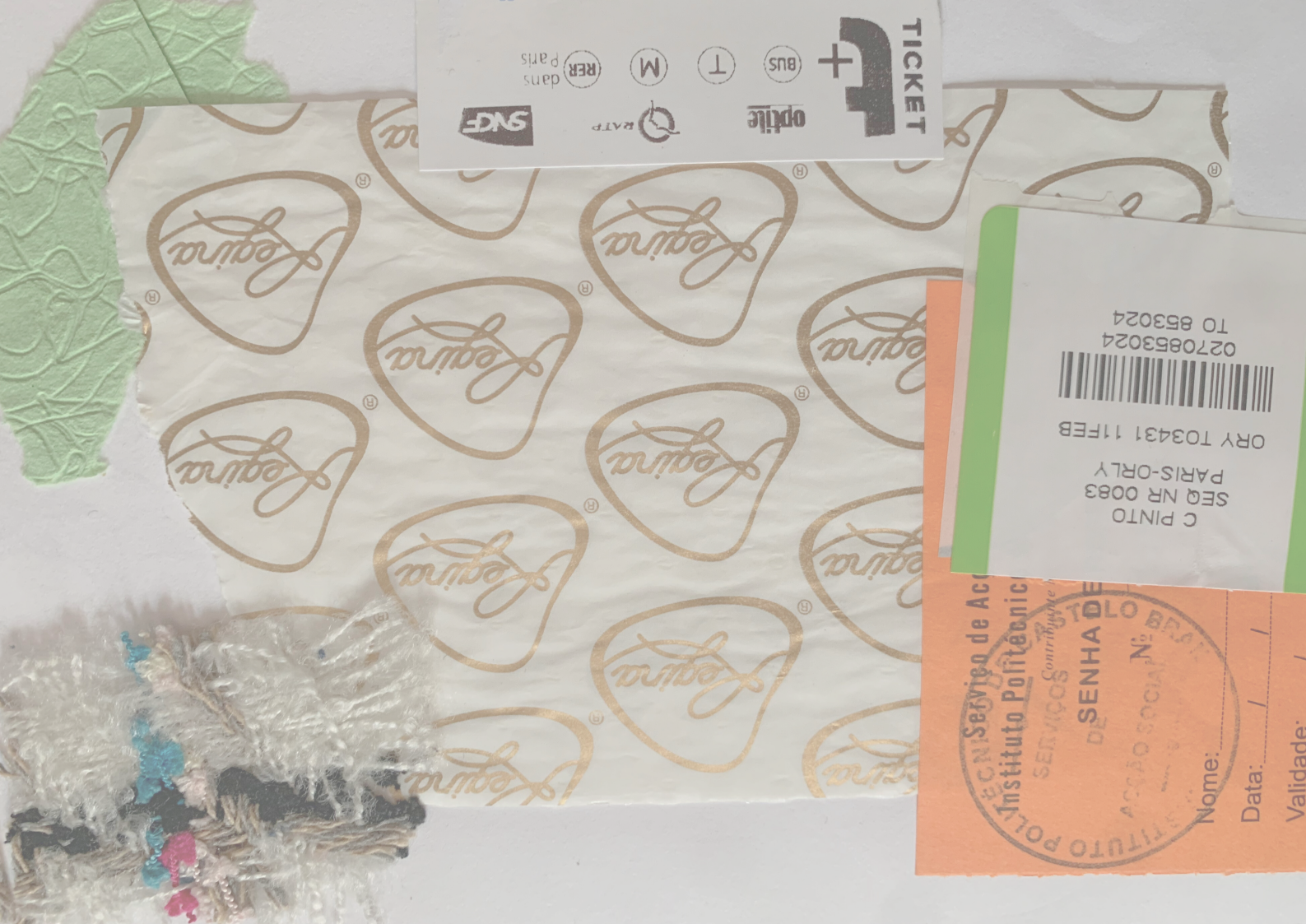


Fig. 1- Sketchbook Fonte: Autora, 2023

ESTADO DA ARTE

Capítulo I- O Fundamento da Inspiração



Fig. 2- Sala de aula Escola Superior Artes Aplicadas, Fonte: Autora, 2019

1.CRIATIVIDADE E FELICIDADE

Quando falamos da criatividade dos designers, o dia a dia é uma ferramenta indispensável para superar uma série de obstáculos criativos. Paul Smith (2001) reconheceu a natureza onipresente da inspiração e afirmou que “podemos encontrar inspiração em tudo” [5]. Assim, como Teresa M. Amabile, que enfatiza a importância do ambiente envolvente no desenvolvimento da criatividade, acredita também que um ambiente que proporcione apoio, incentivo e desafio é crucial para o florescimento da criatividade (Amabile, 2018, p.s.d.). Em relação ao local de trabalho, este também pode ser influenciado de forma a que o designer se sinta mais propício a trabalhar. Pode acontecer a partir de uma valorização da expressão livre e partilha das suas ideias. Quando sentem que as suas contribuições realmente importam e são ouvidas pelos seus superiores e colegas, não só aumenta a sua autoestima e confiança, mas também faz com que sintam maior prazer ao realizar determinadas tarefas, o que se torna fundamental para que se desenvolva a criatividade.(Amabile & Kramer, 2011 p.s.d.) Amabile e Kramer escrevem em *The Progress Principle* (2011, p.s.d.), " a construção de um ótimo clima organizacional acontece por meio de palavras e ações ".[6] Além disso, quando um ambiente profissional permite que os designers tenham confiança nas suas escolhas e encontrem soluções inovadoras, é mais fácil para os indivíduos entrarem num estado de fluxo [7], onde a mente está altamente focada e dedicada.

[5] Trad. Livre de: "You can find inspiration in everything"

[6] Trad. Livre de: "And building a great organizational climate happens through everyday words and actions"

[7] O conceito de "Flow" proposto pelo psicólogo Mihaly Csikszentmihalyi descreve um estado psicológico em que uma pessoa está completamente imersa e concentrada numa atividade, perdendo a noção do tempo e experienciando um profundo envolvimento na tarefa.

Csikszentmihalyi acredita que quando a mente está altamente concentrada e envolvida numa atividade, abre espaço para uma capacidade excepcional de expressão criativa espontânea (Csikszentmihalyi, 1996). A criatividade pode acontecer inconscientemente, especialmente quando a procuramos no nosso ambiente quotidiano, o que acrescenta uma camada interessante a esta dinâmica.

Quando uma pessoa está em um estado de "fluxo", está focada e concentrada na tarefa em questão. "Não há razão para o fazer, exceto para sentir a experiência que proporcionam" [8](Csikszentmihalyi, 1996, p.113). É então nesse momento que a mente fica completamente absorvida no processo criativo, e as ideias fluem quase sem esforço. Ao procurarmos inspiração no quotidiano, é possível que, de maneira inconsciente, desenvolvamos atividades ou cenários que despertam o "Flow".

Este estado de imersão profundo pode ser facilmente experienciado quando a mente está totalmente focada na observação ou interpretação de elementos comuns. Essa imersão muitas vezes é inconsciente e permite ao sujeito fugir das rotinas diárias. (Csikszentmihalyi, 1996, p.120) Ao compreender a importância do "fluxo" na criatividade, a relação entre o indivíduo e o ambiente torna-se crucial. Um ambiente que valoriza a paixão, o foco e a dedicação, tal como defendido também por Amabile (2018, p.s.d.) no momento criativo torna-se a base sobre a qual a criatividade floresce e as ideias são geradas.

Ao ver inspiração em elementos comuns da vida, podemos encontrar inspiração não só através de uma análise cuidadosa, mas também através de passeios, atividades familiares ou desportos. (Csikszentmihalyi, 1996, p. 123).

[8]Trad. Livre de: "there is no reason for doing them except to feel the experience they provide"



Fig. 3-Sketchbook inspirado nos jardins de Versailles Fonte: Autora, 2019



Fig. 4-Sketchbook inspirado nos jardins de Versailles Fonte: Autora, 2019

2- ESSÊNCIA CRIATIVA

Edward De Bono (1933-2021) formulou uma abordagem única que enfatiza a importância de enfrentar novos desafios de uma forma não convencional. Chamando-lhe de "Pensamento Lateral", esta metodologia engloba um conjunto de técnicas e ferramentas que estimulam a criatividade, fomentando assim a geração de ideias inovadoras (Bono, 1970, p.s.d.). Ao adotar o Pensamento Lateral, os designers ganham uma nova perspectiva sobre elementos que normalmente são rotineiros. Estes aspectos aparentemente desinteressantes da sua existência diária começam a assumir cada vez mais importância. (Bono, 1970, p.s.d.) Consequentemente, os designers são capazes de extrair elementos inesperados de texturas, cores e padrões encontrados no seu dia a dia. Em "El Pensamento Lateral", Edward de Bono sugere utilizar analogias e metáforas para conectar conceitos que aparentemente não tem relação entre eles, estimulando assim a imaginação. Além de estimular a criatividade, as analogias e metáforas facilitam também a comunicação de ideias complexas. Fazer comparações entre conceitos desconhecidos e familiares oferece uma base para melhorar a compreensão e o discurso sobre ideias abstratas. Através da criação de analogias, os indivíduos são levados a mergulhar num território desconhecido, abrindo possibilidades e cenários que se revelam especialmente valiosos durante as sessões de brainstorming. Como De Bono (1979, p.s.d.) exemplifica, "o ato de coletar borboletas é de natureza específica, mas tem o potencial de gerar uma infinidade de outros resultados"[9], incluindo coleta de informações e procedimentos investigativos, embelezamento, ganho pessoal, entre vários outros. Esta abordagem revela-se particularmente vantajosa em situações em que as soluções convencionais não produzem os resultados desejados, pois ajuda a superar obstáculos criativos.

Na minha opinião, o impacto desta abordagem vai muito além do domínio da criatividade. Tem até o poder de moldar a mentalidade dos designers. Ao desafiar as normas estabelecidas e adotar abordagens menos convencionais, os designers descobrem um processo criativo mais profundo e reflexivo.

[9] Trad. Livre de : "Coleccionar mariposas es un adición específica, pero no obstante puede generalizarse a muchas otras cosas (...)"

Segundo estudiosos como Estrada (2006), a personalidade criativa traz profundidade emocional a esta exploração. Estrada sugere que a criatividade abrange vários níveis da mente e da alma. Esta capacidade de perceber o mundo de forma distinta alinha-se perfeitamente com o conceito de Pensamento Lateral (Bono, 1970). Ambas as perspectivas afirmam que a expressão artística chega ao seu apogeu quando se atinge a capacidade de interpretar as coisas de forma diferente (Estrada, 2006, p.60).

Segundo Estrada (2006, p.62), há também outro aspecto que merece destaque quando se trata de motivação, e que encontra pontos em comum com as perspectivas de Amabile e Kramer (2011)- o impulso que decorre do contentamento pessoal. Quando nos sentimos motivados, demonstramos uma maior vontade de nos dedicarmos totalmente, alimentados pela alegria da jornada artística, em vez de apenas fixados no resultado final.

É de extrema importância reconhecer que os indivíduos com inclinações criativas também devem possuir a consciência necessária para reconhecer o momento em que se torna necessário descartar uma ideia que se revela improdutiva. A capacidade de compreender quando é necessária persistência e quando uma abordagem diferente deve ser adotada constitui uma componente vital do processo criativo (Estrada, 2006, p63). Em suma, a personalidade criativa deve ser uma união equilibrada de todos esses aspectos mencionados para se manifestar completamente. "É igualmente mais primitiva e mais culta, mais destrutiva e mais construtiva, louca e sã do que um indivíduo comum" [10] (F. Barron como citado em Estrada, 2006, p63)

Portanto, criar um ambiente propício ao desenvolvimento do pensamento criativo é crucial para o desenvolvimento desta atividade. (Estrada, M. 2006, p. 84). Este ambiente inclui não só o espaço físico proposto anteriormente por Teresa M. Amabile (2018, p.s.d.), mas também o ambiente mental. Um ambiente que promove a livre expressão de ideias também promove a diversidade de perspectivas, facilitando o processo de geração de ideias.

Como enfatiza Estrada (2006, p. 84), a formação da personalidade também desempenha um papel importante. Ou seja, um espaço que promova a diversidade de ideias e a liberdade de falhar como parte do processo, combinando também com a influência da formação da personalidade, resulta em profissionais, no caso, designer de moda, capazes de incorporar outras perspectivas nas suas criações.

Neste contexto, a relação entre as emoções e memórias é também fundamental para entender como os designers percebem e interpretam o mundo que os rodeia. Como defende António Damasio em "O Erro de Descartes: Emoção, Razão e o Cérebro Humano", as emoções estão associadas às nossas experiências e mudanças que ocorrem dando resposta a estímulos externos. Essas mudanças não só afetam a nossa percepção da situação, mas também se conectam às imagens mentais que formamos sobre ela. (Tomaz & Giugliano, 1997, p.410)

No processo criativo, estas imagens mentais e as emoções desempenham um papel crucial. Os designers são também frequentemente inspirados por experiências passadas, memórias ou estímulos visuais que despertam sentimentos específicos. Essas memórias não são apenas registros do passado, mas são filtradas por emoções que as acompanham. (Damasio, 1994,p.s.d)

[10] Trad. Livre de : "is both more primitive and more cultured, more destructive and more constructive, crazier and saner than the average person"

A abordagem da vida criativa mencionada por Csikszentmihalyi em "Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention" enfatiza as influências no desenvolvimento da criatividade que encontramos no nosso dia a dia, "Uma vida criativa é determinada, mas o que a determina é uma vontade em movimento através do tempo." [11] (2009, p.s.d.). Ou seja, embora a criatividade seja, em certa medida, inerente à natureza humana, é importante que exista uma vontade de nos movimentarmos também no nosso dia a dia para que o mesmo não se torne monótono. (Amabile, 2018, p.s.d),

Quando falamos do potencial criativo de um indivíduo, o ambiente criativo desempenha um papel vital. Um ambiente que promova a liberdade de expressão também estimula a curiosidade, que é fundamental para a criatividade. Esses elementos fornecem a plataforma necessária para que ocorram experimentação e pensamento divergente.

Portanto, se um designer estiver rodeado por um ambiente que valorize a sua inovação, o incentive a explorar novos caminhos e forneça algum suporte nessa experimentação, (Amabile 2018, p.s.d) terá mais oportunidades de conectar as suas emoções, memórias e percepções de forma criativa.

Viver uma vida dita criativa não se limita apenas ao trabalho, inclui também a forma como organizamos as nossas vidas, interagimos com o que nos rodeia e encontramos inspiração nas nossas experiências quotidianas. Encontrar ambientes que ampliam a criatividade pode estender-se a todo o nosso estilo de vida. Criar um ambiente propício à criatividade (Amabile 2018) combinando-o com práticas que promovam a expressão criativa (Bono, 1970) são estratégias eficazes para alcançar o sucesso criativo.

[11] Trad. Livre de : "a creative life is still determined, but what determines it is a will moving across time"



Fig. 5- Livro de tendências, Atelier Elementum Fonte:Autora, 2023

3. PROCESSO CRIATIVO

Quando falamos em pesquisa, especialmente num contexto artístico, pensamos em visitas a museus, galerias de arte e, mais do que nunca, na internet. Porém, esta busca visual vai além destas fontes tradicionais. Os materiais inspiradores que encontramos no nosso quotidiano, como detalhes arquitetônicos, texturas e cores, são muitas vezes esquecidos, mas são essencialmente uma rica fonte de ideias. A citação de Alexander McQueen sobre notar as “coisas feias” destaca a atenção a detalhes que muitas vezes são esquecidos, revelando a ideia de que tudo pode ser um momento de inspiração, mesmo que à primeira vista possa não parecer.(Mcqueen, citado em Mbonu, 2014, pág. 28).

É claro que as interpretações artísticas de zonas históricas e/ou galerias e exposições podem influenciar profundamente o processo criativo e, de facto, são uma boa base de inspiração.(Mbeledogu, 2022, p.s.d.) No entanto, não deve ser um ato praticado apenas quando estamos numa fase de pesquisa, mas sim ser encarado como uma rotina que o próprio criativo já leva no seu dia a dia. A prática "regular" desses momentos leva à construção de uma bagagem visual criativa que poderá ser revista e utilizada em momentos futuros de pesquisa, permitindo aos designers explorar diferentes estilos e movimentos culturais (Seivewright, 2012, p. 26).

Conforme discutido por Estrada (2006), essa busca constante por novas ideias está alinhada com a personalidade criativa. Desafiar-se a ir além do que lhe é familiar pode levar a um estímulo inesperado que desperta a criatividade. Esta mentalidade de dedicação contínua é consistente com a Personalidade Criativa em que a curiosidade constante é fundamental. A curiosidade inspira a capacidade de ver o mundo de forma única e fazer conexões inovadoras, destacando as interconexões entre pesquisa, criatividade e pensamento exploratório. (Estrada, 2006, p.60)

Portanto, escolher um tema é muito mais do que um simples conceito estilístico ou até mesmo de seguir tendências. Um bom designer deve procurar algo que transmita paixão e entusiasmo no momento, algo que o faça sentir-se confiante ao longo do seu extenso processo criativo, dando um propósito à sua expressão artística. "Um bom designer, explorará aspetos da sua personalidade, interesses, e pontos de vista em relação ao mundo que o rodeia"[12] (Seivewright, 2012, p. 48).

[12] Trad. Livre de: "A good designer will explore aspects of their own personality, interest and viewpoints about the world around them, fusing them into a vibrant, innovative and credible collection."

As experiências cotidianas desempenham um papel muito importante na formação da identidade e da visão do mundo de um designer. Portanto, ao incorporar elementos dessas experiências nos seus projetos, os designers têm a oportunidade de criar peças que, principalmente, contam uma história pessoal. Por exemplo, através de memórias de infância, viagens memoráveis ou interações sociais. Isto não só permite que os designers compreendam de forma mais eficaz os pontos que pretendem transmitir, mas também aumenta a relevância cultural das suas criações e estabelece uma ligação mais completa e profunda com o público.

A influência cultural é outro aspecto importante. No nosso quotidiano, estamos quase sempre expostos a diferentes expressões culturais, sejam elas na arquitetura, na gastronomia, na música ou nas tradições locais. (Seivewright, 2012, pp.30). Ao integrar estes elementos numa coleção, os designers podem criar peças que transcendem fronteiras geográficas e transmitem histórias com as quais o público se pode identificar mais facilmente. Além disso, as questões sociais contemporâneas podem e devem ser integradas no Design de Moda. Por exemplo, o interesse em questões sociais como a sustentabilidade, a diversidade e a inclusão não só reflete a consciência social de um designer, mas também ajuda a construir narrativas mais profundas e relevantes. Essa abordagem, além de atender às demandas éticas dos consumidores modernos, posiciona os designers como indivíduos focados na mudança. (Seivewright, 2012, pp.69-75).

Neste processo, a sensibilidade do designer desempenha um papel crucial. A capacidade de interpretar detalhes, capturar emoções e transmitir narrativas através de escolhas como cor, textura e corte é fundamental. Ao traduzir as experiências cotidianas em elementos tangíveis, os designers não apenas criam roupas esteticamente atraentes, mas também contam uma história. O Design de Moda eficaz não envolve apenas estética, mas também comunicação emocional, especialmente a expressão da identidade. Portanto, cada decisão, desde a seleção do material até o detalhe final, é uma oportunidade de transmitir a singularidade que inspira a experiência desta coleção. O resultado final é, portanto, uma forma de arte que reflete a complexidade e a riqueza da experiência cotidiana. (Soger e Seivewright, 2021, p.s.d.)

3.1. Fontes criativas: Primárias

“São as descobertas que foram coletadas ou registadas em primeira mão” [13] (Sorger, R. & Seivewright, S. 2021, p.s.d.)

Como mencionado anteriormente, a pesquisa contínua oferece aos designers a oportunidade de explorar constantemente a densidade inspiracional do dia a dia, proporcionando uma base sólida para o desenvolvimento de coleções. Por exemplo, visitar uma exposição de tecidos pode proporcionar uma experiência tátil e visual de uma variedade de matérias-primas, desenvolvendo assim uma compreensão mais profunda das propriedades e possibilidades de cada tecido (Seivewright, 2012).

Com o tempo, a habilidade de observação detalhada é desenvolvida instintivamente e torna-se uma vantagem na pesquisa primária. Este olhar detalhado permite incorporar elementos de modelagem, detalhes de costura e acabamentos de uma forma mais significativa.

Viajar torna-se uma oportunidade valiosa para ampliar horizontes e compreender as diferentes tradições culturais que contribuem para o cenário da moda (Seivewright, 2012, p.60). Realizar viagens frequentes que possibilitem uma imersão em ambientes diferentes, seja em continentes distantes ou cidades do próprio país, leva a uma compreensão em primeira mão das tradições locais, práticas artesanais e identidades visuais únicas. As práticas artesanais tradicionais de diferentes regiões não só inspiram, mas também oferecem uma oportunidade para honrar o patrimônio cultural e inovar, preservando tradições valiosas (Seivewright, 2012).

A arquitetura é um reflexo ativo das mudanças tecnológicas, estéticas e culturais. Presente no nosso cotidiano, desde os edifícios que habitamos até os espaços públicos que frequentamos, tanto a arquitetura quanto o Design de Moda compartilham a missão de criar algo esteticamente agradável e funcional. Essa interseção entre as duas áreas pode ser observada no cotidiano, onde os conceitos e princípios refletidos em edifícios ecoam no mundo da moda (Seivewright 2012, p.64).

A natureza, em toda a sua diversidade, está sempre presente no nosso dia a dia. As texturas, padrões e cores encontrados em plantas, animais e paisagens naturais proporcionam aos designers uma paleta rica para explorar (Seivewright 2012, p. 66). Mesmo um elemento tão simples como uma folha pode ser uma fonte de inspiração acessível e transformadora. Ao reconhecerem esta ligação à natureza, os designers conseguem transformar o ordinário em extraordinário, encontrando inspiração em elementos que muitas vezes passam despercebidos, mas que quando observados de perto, revelam possibilidades infinitas inspiracionais.

Este processo contínuo de pesquisa direta e imersiva, seja através de experiências táteis em feiras de tecidos, viagens culturais ou inspiração na natureza, constitui a base dinâmica e autêntica do processo criativo do Design de Moda. Ao refletirmos sobre como a cultura de rua, por exemplo, desempenha um papel na nossa vida cotidiana, percebemos que a inspiração está à nossa volta e disponível para todos. Ao reconhecerem a beleza e a autenticidade da rua, os designers têm a oportunidade de criar peças que não só seguem as tendências, mas também contam histórias e captam a sua verdadeira essência. (Seivewright, 2012, p. 70)

[13] Trad. Livre de: “primary sources are the findings that you have collected or recorded first-hand”



Fig. 6-Berengas Fonte: Autora, 2020



Fig. 7-Sketchbook inspirado no Verão 2020

Ao refletir sobre como as circunstâncias, as experiências e as escolhas diárias moldam a nossa criatividade, entendemos que a inspiração não é apenas um momento óbvio, mas algo que acontece ao nosso redor o tempo todo, com base nas respostas que damos e desenvolvemos a situações que encontramos no nosso dia a dia. Isto realça a complexidade e a riqueza da interação entre a vida cotidiana e os nossos processos criativos.

A nossa vida não é apenas o cenário onde a criatividade se desenvolve, mas sim uma fonte constante de material. A observação atenta do ambiente que nos rodeia, as interações com as diferentes culturas com as quais nos encontramos e a imersão em diferentes experiências são elementos que fomentam a nossa criatividade. Escolher viver em um ambiente que promova a liberdade, a curiosidade e a experimentação torna-se fundamental para liberar e sustentar a criatividade (Estrada, 2006, pp. 49-51). A pesquisa é parte integrante da vida diária, é uma jornada de descoberta. Cada interação no nosso dia a dia oferece a oportunidade de encontrar novas perspectivas, desafiar conceitos e capturar elementos que enriquecem o processo criativo.

Para que se consiga esta interação constante com fontes primárias, como a observação direta e a experiência em primeira mão, como defendido por Seivewright (2012), é importante viver de forma consciente que estes estímulos só ocorrem se o designer estiver comprometido a um estilo de vida que esteja em constante procura de novos desafios e experiências.(Estrada, 2006, p. 89) Ao reconhecer a interconexão entre a vida diária e a criatividade, somos capazes de cultivar um ambiente propício à expressão autêntica, permitindo que a inspiração floresça não apenas como um momento isolado, mas como uma parte natural mas enriquecedora do nosso dia a dia.

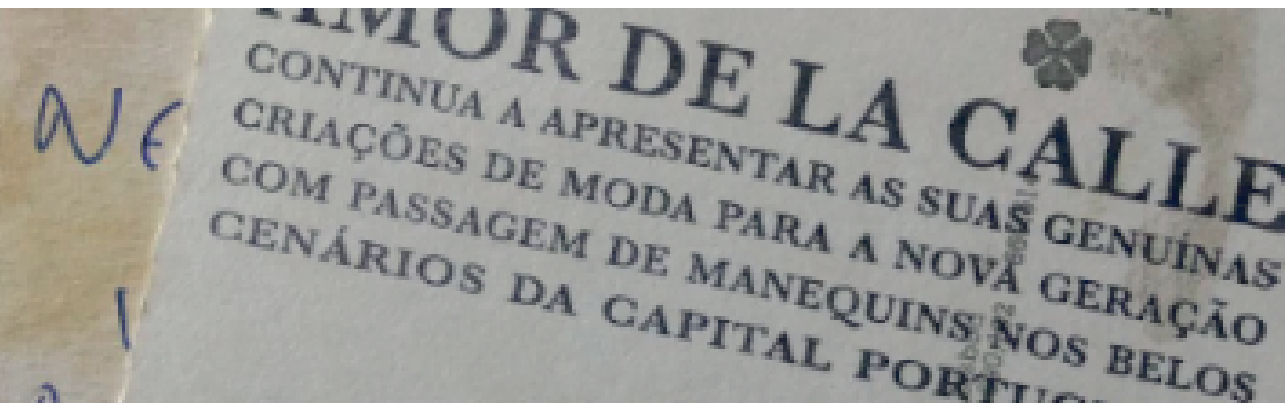


Fig. 8- AMOR DE LA CALLE IS BACK FOR ANOTHER SEASON Fonte: Instagram Amor de la calle, tirada por Martim Alvarez [consult. 30 Dez. 2023]

4-Caminhos Criativos

Em Novembro 2022, foram realizadas duas entrevistas a considerar para a investigação corrente, refletindo sobre os métodos de busca de inspiração de dois designers de moda em diferentes etapas das suas carreiras. Sendo um deles uma estudante de último ano de mestrado em Design de Moda, da Faculdade de Arquitetura, Rita Costa, e um designer ascendente autoral há pouco tempo inserido no mercado de trabalho, Martim Alvarez, da marca Amor de la Calle.

Através destas conversas, procurámos conhecer melhor os designers por detrás dos seus projetos e compreender quais são as suas principais fontes de inspiração. O foco principal foi entender os seus posicionamentos em relação às experiências do dia a dia e o quanto são importantes para o processo criativo.

Foi igualmente relevante compreender as posturas dos designers em relação à liberdade que cada um possui no seu processo de inspiração. Procurou-se perceber como, ao longo das suas carreiras, as estratégias e modelos utilizados se adaptam ao público que pretendem alcançar. As entrevistas serviram também para estabelecer um termo comparativo com a realidade de uma designer de moda já estabelecida no mercado, no caso da designer Daniela Pais, da marca Elementum, onde foi realizado o estágio.



Fig. 9- Coleção Final Fonte Instagram Rita Costa, tirada por @olhophathi
_[consult. 30 Dez. 2023]

Martim Alvarez, um designer em ascensão, e Rita Costa, uma estudante de mestrado em Design de Moda, partilham uma abordagem comum na importância do conceito em suas criações. Ambos reconhecem que a inspiração na moda deve estar enraizada em algo significativo. Martim fala sobre a base do "sonho ibérico" que molda o seu processo criativo, enquanto Rita destaca a necessidade de ter sempre um conceito subjacente nos seus projetos, enfatizando como "tudo o que eu faço, não só com coleções, mas com tudo, tenho de ter sempre por base um conceito, porque eu sinto a necessidade de transmitir alguma coisa."

Ambos os designers também enfatizam a importância das experiências pessoais como fontes de inspiração. Martim partilha como as suas memórias de infância, incluindo visitas a Espanha e a sua ascendência espanhola, moldaram o seu interesse pela cultura espanhola. Rita ressalta que as suas criações muitas vezes são uma expressão da sua vida e experiências pessoais, tornando as suas coleções altamente pessoais.

Ela observa como as memórias de sua infância, como as visitas à praia com os avós, se tornaram uma rica fonte de inspiração, refletindo como as experiências mais antigas podem ser uma base inspiradora.

A relação de ambos com o ambiente envolvente também é destacada. Martim fala sobre a sua experiência na agitada Lisboa e como isso influencia as suas criações, enquanto Rita menciona a tranquilidade de sua cidade natal, Viseu, como uma influência. Isso demonstra como ambos os designers encontram inspiração tanto no ambiente urbano quanto no rural, mostrando como esses ambientes diferentes podem ser complementares nas suas criações.

Em resumo, as entrevistas de Martim Alvarez e Rita Costa evidenciam que a busca de inspiração na moda é uma experiência pessoal e conceptual, moldada por memórias, influências culturais e perspectivas únicas. Ambos os designers partilham a crença de que as suas coleções são uma extensão de quem são como pessoas.



Fig. 10- Fittings Atelier Elementum Fonte: Autora, 2023

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Capítulo II - RELATÓRIO DE ESTÁGIO

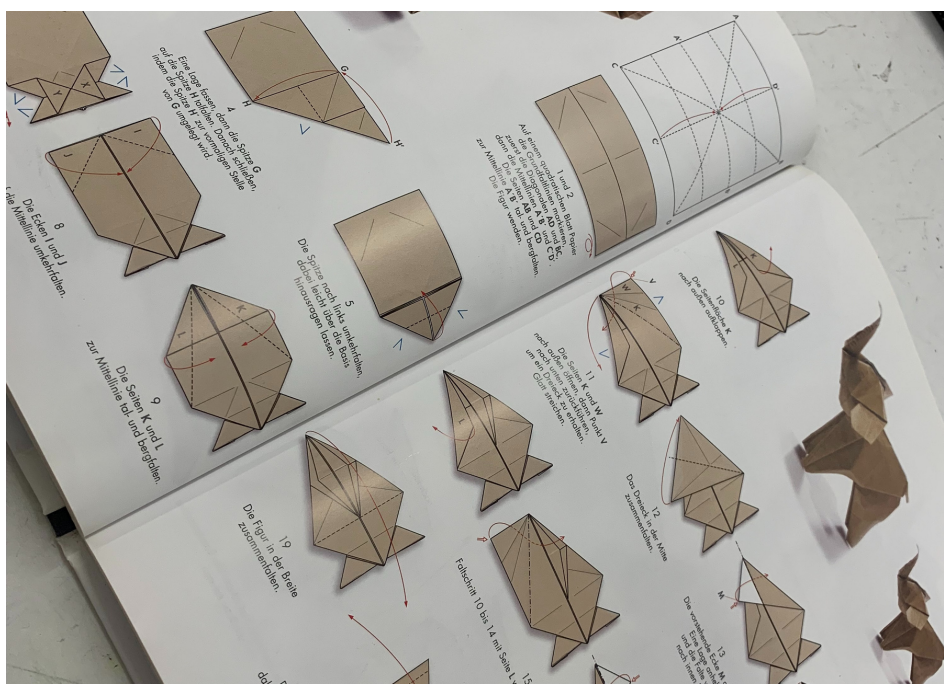


Fig. 11- Livro de Origamis Atelier Elementum Fonte: Autora, 2023

O relatório de estágio na marca Elementum divide-se em três partes.

Inicialmente, será feita uma introdução sobre a marca e a Designer, assim como quais são os seus valores e missão. Serão também reportados temas como a produção, os materiais, colaboradores e parcerias da marca, mostrando como funciona o atelier.

Numa segunda fase, apresentarem de forma pormenorizada alguns trabalhos desenvolvidos ao longo dos seis meses de estágio, dividindo-se entre as tarefas realizadas para a marca *Elementum*, abrangendo desde o processo de design até à venda ao consumidor. E o projeto "ByVouzela", que se trata de um projeto assente no conceito de economia circular aplicado à reutilização de resíduos da indústria têxtil local. No qual a Designer Daniela Pais participa na concretização e no design das peças.

Por fim, será feito um resumo daquilo que é o dia a dia da designer Daniela Pais, ao longo dos 6 meses de estágio, procurando compreender que elementos são, de facto, importantes para o processo criativo feito na marca.

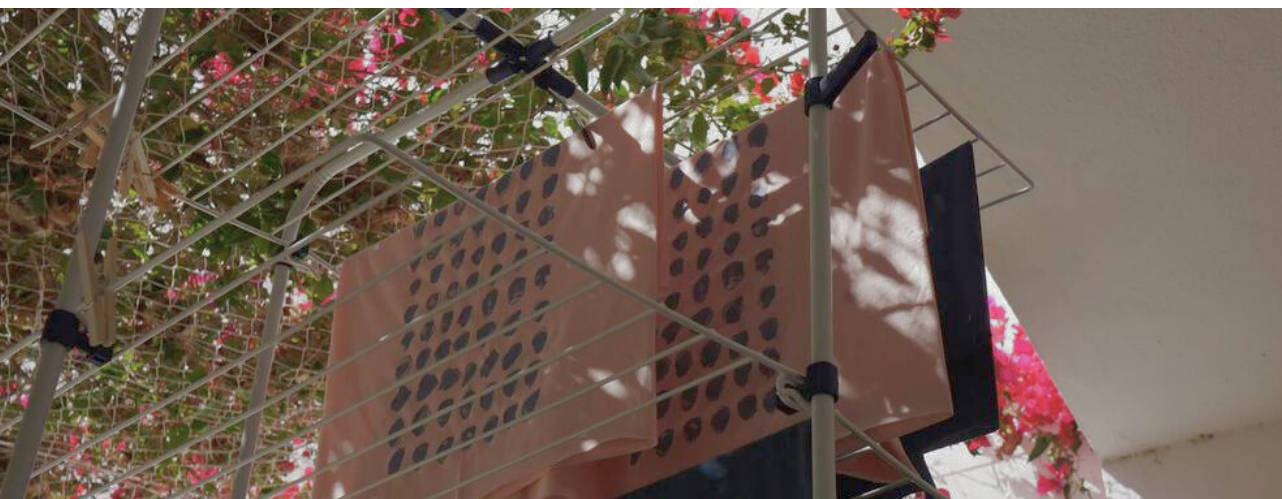


Fig. 12- Print a secar Fonte: Elementum.Store, [consult. em 30 Dez. 2023]

5.1. A marca

“Escolhi a palavra Elementum porque todas peças que desenho são elementos que se podem mudar. A mesma peça pode, por exemplo, ser usada como vestido, camisola, cachecol ou colete. É uma espécie de roupa em evolução” (Daniela Pais como citado em Fiel, 2017)

A marca *Elementum* torna-se mais do que uma marca de roupa, é o resultado de um compromisso constante com a sustentabilidade. Fundada em 2008 pela criativa por detrás da tese de mestrado "*Clothing Species*", Daniela Pais.

A jornada que resultou na criação da *Elementum* começou com um ano dedicado ao estudo de desperdícios têxteis que continuam a ser um grande problema na indústria da moda, desde a produção até ao seu próprio consumo. Este período de pesquisa, feito para a sua tese de mestrado, revelou à designer que o mundo da moda precisava de uma abordagem completamente diferente daquela até então utilizada. Foi assim que surgiu a ideia de criar roupas que redefiniriam o conceito de qualidade e também minimizariam o impacto ambiental da produção de vestuário. Para além deste compromisso com a sustentabilidade, a marca prioriza também a ética em todas as etapas do processo de produção.

A marca foi lançada em 2008 nos Países Baixos, em Eindhoven, após a designer passar um ano a procurar o produtor ideal, que estivesse à altura dos altos padrões estabelecidos por ela. Este compromisso com a qualidade nos diversos campos em que atua a sua marca, é o que diferencia a marca *Elementum* dos seus concorrentes.

Está agora sediada em Portugal desde 2017, sendo o seu principal mercado a Alemanha e Áustria, tendo também uma presença forte em Espanha, Suíça e Canadá.



Fig. 13- Daniela Pais Fonte: Instagram Elementum.Store, [consult. em 30 Dez. 2023]

5.2. A Designer

Daniela Pais é uma Designer de Moda nascida em Corroios, no ano de 1978. A vida de Daniela é marcada desde cedo pela paixão pela moda, quando aos 12 anos participou num concurso de desenhos de Carnaval promovido pela RTP, embora sem obter sucesso.

Ao submeter-se a diversos testes vocacionais, impostos pelos pais, garantiu a inclinação para o Design, onde os seus resultados foram consistentes nas áreas de Humanidades e Artes. Matriculou-se mais tarde no curso de Arquitetura Design de Moda pela Faculdade de Arquitetura de Lisboa, onde sentiu que lhe proporcionaram uma sólida base conceptual, mas onde sentiu ao terminar, que lhe faltavam conhecimentos práticos substanciais. “Em Portugal separa-se muito a teoria da prática. Os cursos são muito teóricos.” (Fiel, J, 2017)

Após a licenciatura concluída, a Designer estabeleceu logo a sua empresa, denominada de “*Krv Kurva*”, a partir do conceito de criar uma mala em colaboração com o Designer Jorge Moita. A mala intitulada de “*La.Ga*” alcançou um considerável sucesso a nível nacional e internacional, tendo sido destacado no Pavilhão de Portugal na Expo de Tóquio.

Três anos após o lançamento do projeto, Daniela decidiu emigrar para a Holanda, encerrando as suas operações na empresa.

Foi aí então que a Designer se aventurou num Mestrado em Design Humanitário e Sustentável na Academia de Design de Eindhoven, onde ao desenvolver a sua tese - ‘*Clothing Species*’, estudou durante um ano os desperdícios que existem na produção de roupa. A partir deste conceito, Daniela conduziu uma complexa investigação sobre o indivíduo que veste as roupas, sobre as suas necessidades e sobre o vestuário, entendendo assim como poderia aprimora-lo e adapta-lo de acordo com as exigências do utilizador. Decidiu criar roupas que levassem as pessoas a consumir menos em quantidade e mais em qualidade, desperdiçando o mínimo possível nas suas produções. (Portugal Têxtil, 2021)

Quando defendeu a tese, apresentou uma parte de pesquisa de campo em Design, essas foram as primeiras peças da Elementum, algumas que ainda hoje fazem parte das coleções. Para garantir a eficácia e a adequação das peças, a designer realizou *workshops* envolvendo participantes. Esses *workshops* permitiram uma abordagem prática, com o propósito de testar e aprimorar as peças de vestuário, levando em consideração o *feedback* e as experiências das pessoas envolvidas.

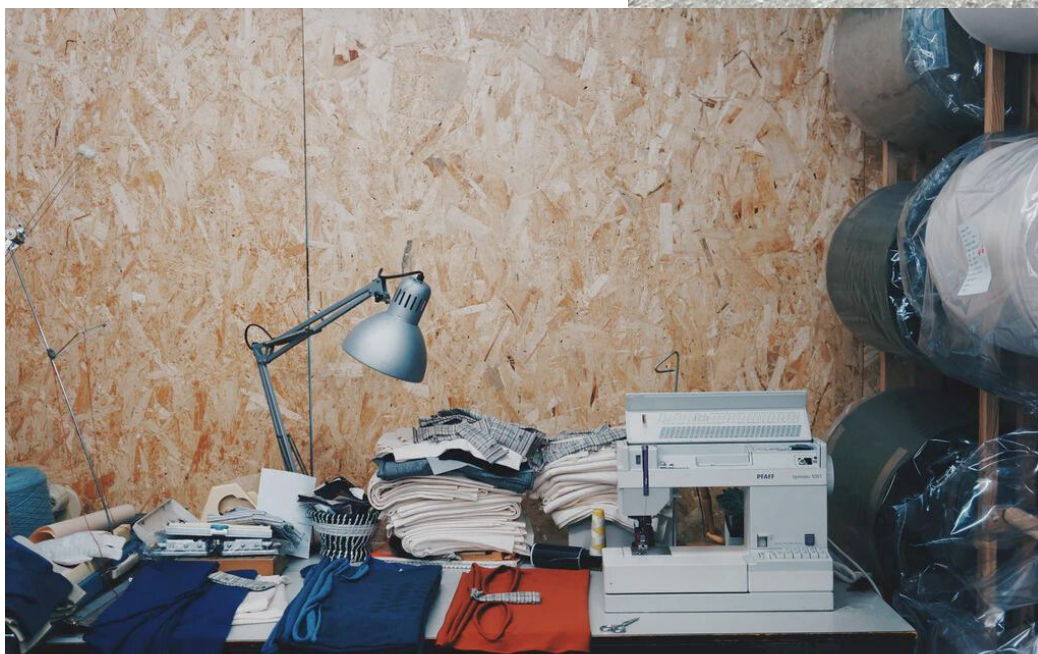


Fig. 14- Atelier Fonte: Elementum.Store, [consult. em 30 Dez. 2023]

5.3. A Visão / A Missão

A marca *Elementum* tem como objetivo redefinir o conceito de qualidade na indústria da moda, minimizando o impacto ambiental da produção de vestuário. Procura desenvolver peças versáteis, duradouras e capazes de evoluir com o utilizador ao longo da sua vida. Além disso, a marca está empenhada em manter padrões de qualidade altos em todos os campos em que atua, priorizando a ética em todas as etapas de produção. A marca inclui também um forte compromisso com a produção local, apoiando a indústria nacional e contribuindo assim para o desenvolvimento económico em Portugal, sendo a sua produção 80% nacional. (Hucilluc, 2019)

A dedicação pela excelência e o compromisso com a sustentabilidade e a ética são valores fundamentais que guiam a visão da *Elementum*, tornando-a uma marca que procura transformar a indústria e proporcionar produtos de alta qualidade de forma responsável. (Elementum.store)

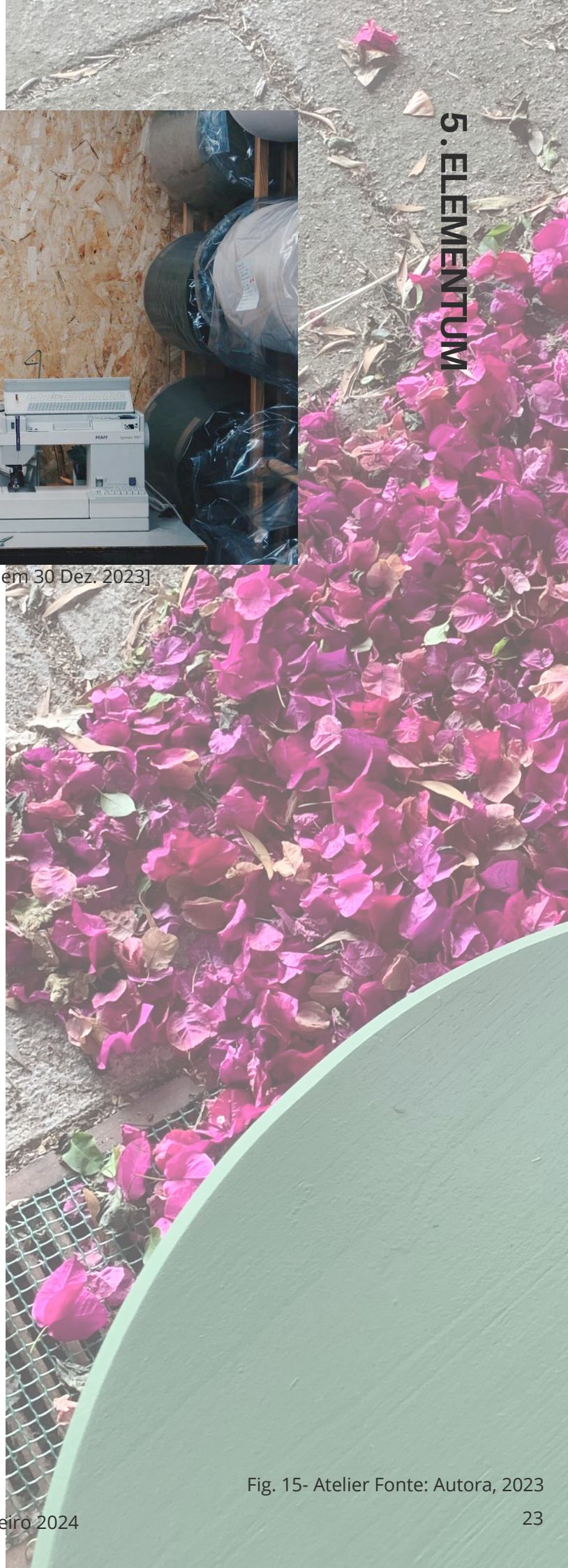


Fig. 15- Atelier Fonte: Autora, 2023



Fig. 16- Produção Elementum Fonte: Elementum.Store, [consult. em 30 Dez. 2023]

5.4. A Produção

O *atelier* da *Elementum* fica localizado nas Caldas da Rainha, Leiria. Aí são desenvolvidas diversas peças da marca, nomeadamente as peças de malha e os acessórios. São feitos também *prints* em algumas peças que são produzidas no atelier através da técnica de serigrafia. São também desenvolvidos no espaço todos os protótipos da marca, que após a sua modelagem aprimorada e os moldes cortados, são encaminhados para ateliers de costura que trabalham em parceria para a marca.

A venda das peças é feita através de feiras de Design e artesanato, *online* através do site da marca e por lojas multimarcas, que fazem as suas encomendas conforme as coleções saem.

Quando se trata de encomendas mais pequenas, de peças compradas pelo *site* ou nos mercados, os moldes são entregues a uma costureira local, das Caldas da Rainha, que facilita a eficácia e rapidez das entregas. Para as encomendas feitas pelas lojas multimarcas, que por norma requerem uma entrega de um número de peças superior, mas com maior margem de entrega, os moldes são encaminhados para uma empresa de confeção, nos arredores de Leiria. As peças são então devolvidas ao atelier das Caldas da Rainha, onde é feito o controlo de qualidade, a sua etiquetagem e o embalamento das encomendas que seguem para os seus destinos. As lojas multimarcas encontram-se sobretudo em Portugal, Alemanha, Áustria, Espanha, Suíça e Canadá.

A matéria-prima é essencialmente adquirida em Portugal, em exceção das malhas circulares, que são realizadas num pequeno atelier na Holanda.

Esta escolha de cadeia de produção é notavelmente simplificada, com o objetivo principal de obter colaborações positivas com os fornecedores, sendo o processo próximo e acessível. Esta proximidade permite compreender e contribuir para o desenvolvimento positivo das comunidades locais. Cerca de 41,5% da produção é realizada no atelier, enquanto 52,8% é confiada a pequenas empresas familiares que se encontram no mesmo distrito, Leiria. Os restantes 5,7% são produzidos nos Países Baixos. (Elementum.store)

Esta abordagem permite-lhe não só produzir peças de alta qualidade, mas também fazê-lo de maneira ética e socialmente responsável, garantido que todas as normas e regulamentações são seguidas rigorosamente.

Inicialmente, a marca concentrou-se apenas nas malhas, estabelecendo um processo de produção totalmente desperdício zero. Mais tarde, Daniela começou por incorporar na sua marca algumas propostas com tecido produzidos a partir de materiais com o menor impacto ambiental possível. Como o Linho, Algodão orgânico e Liocel. Esta abordagem eco consciente reflete-se até na escolha de botões reciclados.

A seleção dos materiais leva à reflexão sobre o impacto ambiental, social e económico das fibras, escolhendo fontes locais sempre que possível. A atual coleção de tecidos é composta por 77,4% de tecidos produzidos em Portugal, destacando-se pelo seu toque natural e refinado.

Os tecidos escolhidos são exclusivamente de fibras naturais, sendo as coleções compostas por 64% de peças confeccionadas com algodão orgânico, 7,5% em linho, 9,4% em canhado, 5,7% em Tencel e 3,8% em Cupro, fibras de origem vegetal fabricadas com um baixo impacto ambiental. Estas escolhas requerem menos recursos na produção, gerando assim menos poluição e sendo o seu processo de decomposição rápido. (Elementum.store)

Canhâmo

A produção de tecido de cânhamo gera um mínimo ou nenhum desperdício, pois toda a parte da planta pode ser utilizada como matéria-prima. Além disso, o cultivo do cânhamo é altamente sustentável, exigindo uma área relativamente pequena de terra e produzindo o dobro de fibra por hectare quando comparado ao algodão.

O cânhamo cresce de forma tão densa que impede o crescimento de plantas concorrentes e ervas daninhas, eliminando a necessidade de produtos químicos e pesticidas. Além disso, o cânhamo contribui para a saúde do solo e, melhorando as suas condições.

Por último, mas não menos importante, o consumo de água necessário para o cultivo do cânhamo é 50% menor durante uma temporada do que a quantidade necessária para o cultivo do algodão, tornando-o um dos tecidos mais sustentáveis. (Elementum.store)

O cânhamo utilizado pela Elementum é fabricado na Ecological Textiles, uma organização sediada nos países baixos, gerida por Marita, a proprietária tem um compromisso sólido em fornecer tecidos de alta qualidade e sustentabilidade, possuindo a certificação da GOTS.



Fig. 17- Kimono DO SHIRT Algodão Orgânico Fonte: Elementum.Store, [consult. em 30 Dez. 2023]

Algodão Orgânico

O algodão orgânico distingue-se significativamente do algodão convencional devido à sua origem a partir de sementes não geneticamente modificadas, bem como a ausência de pesticidas, inseticidas ou fertilizantes no processo de cultivo. Isso contribui para a proteção dos agricultores contra a exposição a substâncias prejudiciais.

Além disso, considerando que o algodão é a fibra que mais consome água no mundo, requerendo cerca de 2.700 litros de água para produzir uma única t-shirt, o algodão orgânico conseguiu reduzir esse número para 71%.

No âmbito social, organizações como o Global Organic Textile Standard (GOTS) estabeleceram certificações que asseguram aos consumidores que nenhum pesticida, produto químico ou semente geneticamente modificada foi utilizado na produção. Estas certificações não abrangem apenas o processo de fabricação, mas também a embalagem, rotulagem, distribuição e comércio de têxteis. Portanto, garantem que padrões ambientais e sociais são mantidos pelos produtores. (Elementum.store)

Linho

A resiliência do linho possibilita seu cultivo em solos pobres, inadequados para a produção de alimentos, e, além disso, pode até reabilitar solos poluídos. O linho possui uma alta taxa de absorção de carbono e, em comparação com outros tecidos naturais, como o algodão, consome menos recursos, como água, energia, fertilizantes, inseticidas e pesticidas. Comparativamente ao algodão, o linho também apresenta um menor risco de toxicidade para os sistemas aquáticos.

Na Elementum Collection, utilizam apenas a cor natural do linho e o linho branco, que economiza no processo de tingimento e facilita a biodegradabilidade do tecido.

O Linho utilizado nas coleções da Elementum provem da empresa RCS LINHOS, sediada em Braga. Destaca-se por ser uma das poucas produções restantes de linho em Portugal, operando em pequena escala. (Elementum.store)



Fig. 18- Botões Reciclados Fonte: Elementum.Store, [consult. em 30 Dez. 2023]

Botões Reciclados

Os botões reciclados utilizados pela Elementum são fabricados pela Louropel, localizada em Louro. A empresa desenvolveu um produto ecológico denominado “Botões biodegradáveis ecológicos”, compostos por materiais naturais tais como corozo, algodão, papel reciclado, vegetais e madeira. Esta matéria-prima é uma produção exclusiva e panteada pela fábrica.

Malhas

A coleção de malhas, composta de Alpaca de alta qualidade, algodão orgânico e lã Merino, é um exemplo de como a moda pode ser bela, funcional e ecológica ao mesmo tempo.

A Lã merino é uma das opções de tecidos naturais da marca, que confere elegância e funcionalidade às suas criações de malhas. Proveniente da ovelha Merino, uma raça antiga conhecida por sobreviver a invernos rigorosos e verões escaldantes, a lã merino apresenta fibras onduladas que não apenas a tornam resistente, mas também permitem que as peças mantenham a sua forma, além disso, as fibras finas proporcionam respirabilidade, tornando-a adequada para uso direto na pele. A lã merino é mais leve que as outras lãs, mas oferece calor e durabilidade. As suas propriedades de termorregulação garantem conforto tanto em climas frios quanto quentes. (Elementum.store)

A *Elementum* utiliza também na sua produção de malhas a lã de alpaca, uma opção de malha natural que combina sustentabilidade com uma textura única. A lã de alpaca é uma fibra renovável, ética e biodegradável. A sua produção não envolve tratamentos químicos intensivo, realçando as suas propriedades naturais e proporcionando maior qualidade de forma e texturas às peças. A lã utilizada pela Elementum está disponível numa ampla gama de tons naturais não tingidos, desde os mais vibrantes até aos mais subtis. (Elementum.store)

A fibra da alpaca é macia, sedosa e durável, com propriedades térmicas únicas devido às microscópicas bolhas de ar encontradas dentro do pelo. Essas bolhas permitem que o usuário “respire” através das fibras em dias quentes e de maneira semelhante, retenha o calor em climas frios.



Fig. 19- Top MEIO Fonte: Elementum.Store
[consult. em 30 Dez. 2023]

5.5. Produtos

A filosofia da *Elementum* baseia-se na ideia de que somos os agentes que conferem identidade às roupas, permitindo-nos decidir como usá-las, seja como lenço, camisola ou vestido. Isso implica uma abordagem inovadora de design, que se concentra em peças com o mínimo de cortes e o máximo de uso. Desta forma, a marca transcende aquela que é a abordagem convencional da moda, na qual o consumidor é muitas vezes limitado pelas decisões do designer. (Loulé Design Lab, 2020)

Destinadas a mulheres e crianças, abrangem itens atemporais, multifuncionais e de linhas depuradas. Esta abordagem permite que as peças se adaptem de maneira única a quem as utiliza, proporcionando liberdade e criatividade na maneira como são utilizadas. Tops, vestidos, túnicas, coletes, lenços podem ser transformados de várias formas, refletindo a individualidade de cada pessoa.

Outro aspeto importante referir é a adaptabilidade das roupas a diferentes estações. Recentemente limitada a uma coleção por ano, a marca adaptasse a uma característica fundamental no contexto de um mundo em que as mudanças climáticas têm aumentado a imprevisibilidade das estações. As coleções *Elementum* são projetadas para serem usadas durante todo o ano, permitindo que o consumidor retire ao máximo proveito das suas peças, independentemente do clima. (Portugal Têxtil, 2021)



Fig. 20-22- Top MEIO Texture Fonte: Elementum.Store [consult. em 30 Dez. 2023]

Peças Multifuncionais

A marca *Elementum* é principalmente conhecida pelas suas peças multifuncionais, estas que, por terem múltiplas utilizações incentivam o consumo mais consciente, sem restringir a expressão individual dos seus consumidores. As roupas são projetadas de forma a que possam ser utilizadas de várias maneiras, como um top, um vestido ou um cachecol. Este design confere às peças uma qualidade atemporal e funcional.



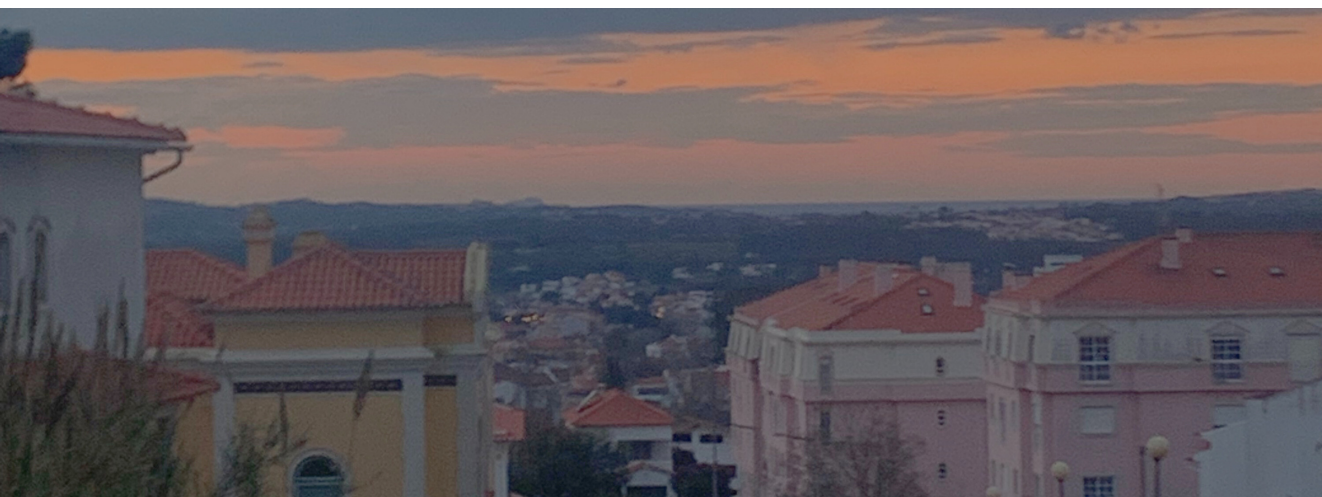


Fig. 23- Vista Atelier Elementum Fonte: Autora, 2023

6. ESTÁGIO

O estágio na marca *Elementum* teve a duração de 6 meses, de 23 de Janeiro a 23 de Julho, onde participámos em todas as fases em que a marca atua, do Design à venda dos produtos. O *atelier* é localizado nas Caldas da Rainha, na residência da Designer Daniela Pais. O espaço é pequeno mas acolhedor, onde as peças são pensadas, protótipadas, produzidas (algumas) e enviadas. Em diversas situações, o atelier serviu de estúdio fotográfico e até de *showroom*, representando também o conceito de sustentabilidade tão importante para a marca. Ali, todo o espaço era aproveitado e utilizado para alguma função, havendo situações em que a criatividade era a chave para fazer com que as tarefas fossem cumpridas com sucesso num espaço pequeno.

No estágio, estive em constante colaboração com outra estagiária que entrou na mesma altura, Rita Costa, que tornou, na minha nossa opinião, todo o processo de adaptação mais suave e agradável.

Durante o estágio, trabalhamos juntas nas tarefas e desafios que nos foram atribuídos, sempre levando em consideração as ideias de ambas. Não considero apenas o estágio valioso para adquirir conhecimentos práticos que não teríamos a oportunidade de obter durante os anos de estudo em Design de Moda, mas sinto que, em termos de ética de trabalho, ao ser constantemente parceira de outra designer, onde ambas trabalhamos em conjunto para alcançar os melhores resultados, desenvolvemos habilidades de trabalho em equipa que são essenciais na nossa área.

Foi-nos inicialmente dito que ambas estaríamos encarregues de duas partes diferentes da *Elementum*, sendo a minha mais ligada à marca, onde teria funções como a organização da comunicação da marca, como os *Linesheet*, as *Newsletters*, o *Site* e o *Instagram*; a produção das peças, modelagem, corte e prototipagem, bem como o Design da nova coleção. A outra estagiária, ficaria encarregue de um Projeto desenvolvido à parte da marca pela Designer Daniela, *ByVouzela*. Onde teria funções como o Design dos produtos, desenvolvimento dos protótipos e organização de *Linesheets* e apresentações necessárias.

No entanto, esta organização não se veio a concluir, acabando por percebermos em conjunto que, seria mais eficaz e produtivo, como já foi mencionado, trabalharmos juntas em ambos os projetos.

Assim dito, o nosso tempo no Estágio dividiu-se em duas vertentes principais, a marca *Elementum* e o Projeto *ByVouzela*.

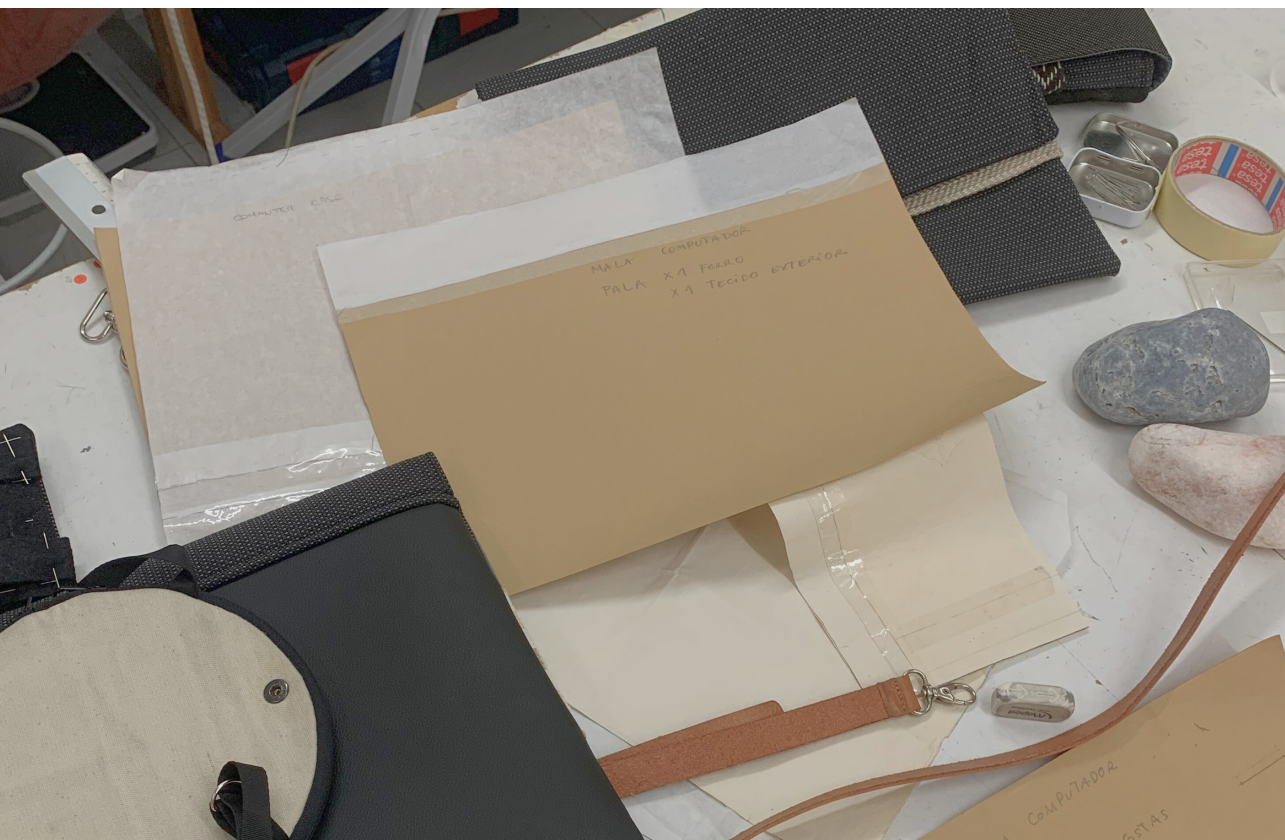


Fig. 24- Moldes Malas Projeto ByVouzela Fonte: Autora, 2023

Embora o estágio tenha sido positivo em quase todos os aspectos em que tive oportunidade de intervir, é importante salientar que, no que diz respeito ao tema escolhido para a Dissertação, onde me propus a investigar como a criatividade é moldada e como as experiências quotidianas se convertem em ideias, foi por vezes difícil encontrar aspectos que contribuíssem para este estudo. A marca *Elementum* é claramente uma extensão da personalidade da Designer Daniela Pais e de muitos aspectos do seu dia-a-dia, como a sua localização, os seus *hobbies* e, sobretudo, a sua família. Isso sempre se manteve óbvio ao longo do estágio. No entanto, em termos de Design, não senti que o mesmo tenha sido tão desenvolvido em prol deste aspecto ao longo dos seis meses.

O design das peças não se concentra tanto num processo criativo, onde, como é praticado em sala de aula, temos tempo para estudar um tema e desenvolvê-lo de acordo com o que sentimos que ele transmite. Em vez disso, o processo consiste em resolver problemas referidos através de feedback e fazer alterações em algumas peças anteriormente desenvolvidas. Torna-se um processo de constante revisão de peças, adaptando-se às necessidades e tendências da época, em vez de se preocupar em apresentar novos produtos.

Assim, esta investigação foi, em grande parte, desenvolvida com base naquilo que senti ser um momento-chave para o desenvolvimento de algumas peças, não me baseando na experiência que obtive durante o estágio, que, em termos de Design, não se revelou tão proveitosa quanto era previsto.

6.1. PROJETO BYVOUZELA

O Projeto ByVouzela foi uma das tarefas principais que desenvolvemos ao longo dos 6 meses de estágio, onde trabalhamos desde o Design dos produtos, aos seus protótipos, moldes, bordados e apresentação dos mesmos às empresas interessadas.

Trata-se de um projeto assente no conceito de economia circular, onde uma equipa de colaboradoras incentivadas pela associação Vouzela, de Vouzela, se juntaram e a partir das técnicas conhecidas por cada uma e com a parceria das empresas *Faurecia* e *Brintons*, que fornecem as matérias-primas, produzem novos produtos a partir de desperdício têxtil local, desenvolvendo produtos de eco-design e upcycling. Para além de várias outras parcerias, sobretudo com escolas superiores de moda (com as quais nunca tivemos contacto) o Design das peças é feito pela Designer Daniela Pais, que esteve sempre presente em todo o processo, não só de Design.

Não se trata apenas de um projeto de aproveitamento de matérias que seria desperdiçado, mas sim uma iniciativa social que envolve a comunidade e a torna mais ativa, sendo também um reforço financeiro para as mesmas.



Fig. 25- Atelier Vouzela Fonte: Autora, 2023

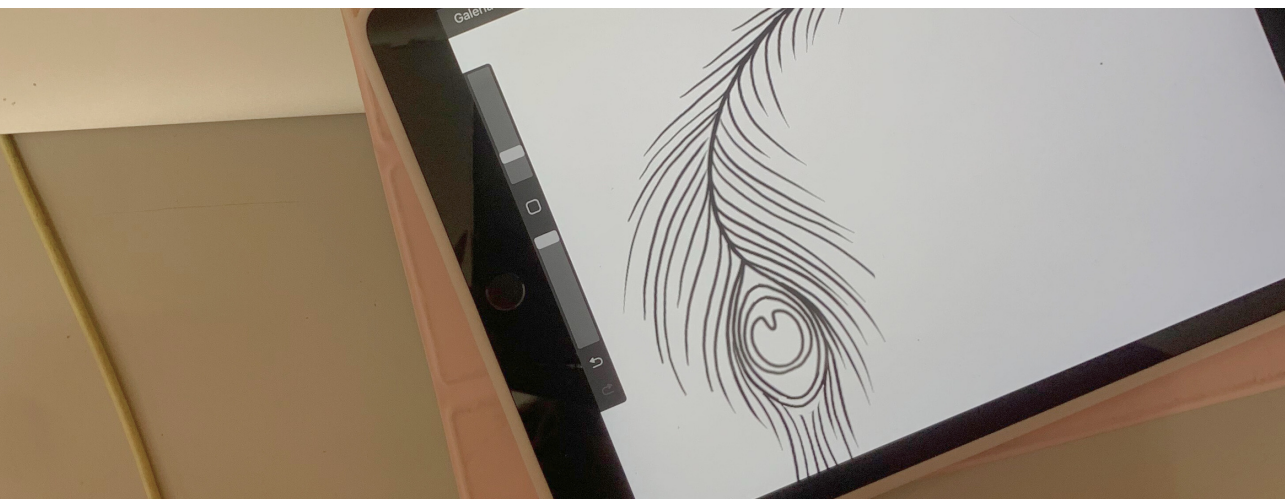


Fig. 26- Esboços digitais bordado Castelo S.Jorge Fonte: Autora, 2023

Os clientes com os quais trabalhamos, ao longo do estágio, foram quatro. Fundação Foz Côa, Castelo São Jorge, TAP e Nespresso.

Relativamente aos produtos, antes de ter começado o estágio, a Designer Daniela Pais já teria desenvolvido alguns protótipos da coleção de malas, que já se encontravam em fase final. No entanto, ainda nos foi pedido que desenvolvêssemos alguns modelos de alças para as mesmas, de forma que se tornasse mais ergonómica e utilizando o mínimo de matérias-primas possíveis.

Tirando as malas, foram desenhados para a Fundação Côa e para o Castelo de São Jorge uma coleção de produtos com: Porta-chaves, Brinquedos, Porta cartões / Porta canetas/ marcador de livros e Protetor de calor (para copos).

No caso da Tap, desenvolvemos produtos ligados ao conforto de viagem de avião, onde procuramos entender, através de pesquisas assentes em temas como destinos populares, tempos de viagens e tipo de consumidor de viagens TAP. Aqui os produtos escolhidos para a coleção foram: Chinelos, *necessaire*, porta-óculos, *Tote bag*, mochila e porta-passaporte. No entanto, ao contrário das coleções para Fundação Foz Côa e Castelo de São Jorge, não tivemos oportunidade de ver concluídos os produtos finais. Apesar de os mesmos terem sido aceites e encomendados pela empresa.

Para além de toda a parte de concepção criativa destes produtos, ficamos encarregues de moldes e protótipos dos mesmos, assim como de desenvolver bordados para cada uma das empresas, fazendo também tarefas como tirar fotografias aos produtos e fazer as apresentações para os clientes.

Estas apresentações, desenvolvidas no Canvas, tinham várias facetas e objetivos. Tendo sido feito um trabalho visual, onde as apresentações procuravam ditar qual o público e ambiente para as quais as peças teriam sido desenhadas, como no caso do projeto para a TAP, onde apenas apresentamos (até à data do fim do estágio) *moodboards* com alguns esboços e fotos muito iniciais dos protótipos. Mas também, para projetos em fases mais avançadas, já foram projetadas apresentações onde eram mostradas fichas técnicas das peças e bordados, já prontas para serem confeccionadas.



Fig. 27- Protótipos bordados ByVouzela Fonte: Autora, 2023

Pessoalmente, este foi o projeto no qual nos envolvemos mais, sendo que inclusive tivemos oportunidade de visitar Vouzela e conhecer as instalações e colaboradoras do projeto, com as quais falámos e trocamos ideias. Pudemos também passar o dia no atelier de costura, observando e ajudando em diversos aspetos, tais como arrumação, corte de moldes e esclarecendo algumas dúvidas em termos de Design. Esta visita, especialmente no início do nosso estágio, foi bastante importante para percebermos as capacidades e obstáculos que poderiam vir a ser colocados ao longo do tempo.

Estando encarregues de todas as fases dos processos, experiênciamos muita liberdade criativa e por sentirmos que tínhamos espaço para mostrarmos as nossas capacidades, todos os desafios acabaram por ser desenvolvidos de forma muito natural e eficazmente. Demonstrado sempre capacidade de compreender as necessidades e estéticas das empresas e produzindo resultados positivos.

PROJETO FOZ CÔA



Fig. 28- Protótipos ByVouzela Fonte: Drive Elementum, 2023

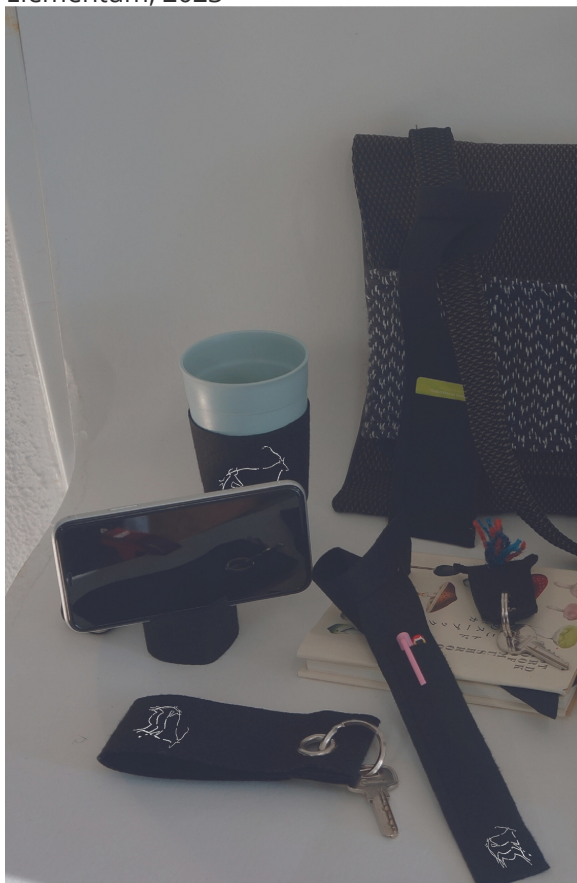


Fig. 29- Protótipos ByVouzela Fonte: Drive Elementum, 2023



Fig. 30- Protótipos ByVouzela Fonte: Drive Elementum, 2023

PROJETO CASTELO SÃO JORGE



Fig. 31- Protótipos ByVouzela Fonte: Drive Elementum, 2023



Fig. 32- Protótipos ByVouzela Fonte: Drive Elementum, 2023



Fig. 33- Protótipos ByVouzela Fonte: Drive Elementum, 2023

PROJETO TAP



Fig. 34- Protótipos ByVouzela Fonte: Autora, 2023



Fig. 35- Moodboard ByVouzela Fonte: Autora, 2023



Fig. 36- Protótipos ByVouzela Fonte: Autora, 2023

6.2. Design Elementum

Além do Projeto ByVouzela, intercaladamente, desenvolvemos diversas atividades relacionadas com a marca Elementum. Antes de falar sobre elas, devo referir que a Designer Daniela Pais é a representante portuguesa da empresa *Trend Union* de *Lidewij Edelkoort*, conhecida pelas suas análises e previsões de tendências em diversas áreas, incluindo moda, design, estilo de vida e cultura (*Trend Union*). Onde as suas funções são organizar seminários e acompanhar projetos na indústria têxtil portuguesa.

Assim, ao longo do estágio o trabalho de pesquisa esteve sempre presente em tudo o que fazíamos, sendo-nos pedidas regularmente pesquisas de tendências, *moodboards* e painéis de público-alvo. Antes de começar qualquer projeto que nos fosse pedido, começávamos sempre por estudar os cadernos de tendências e a partir daí desenvolver o que era pedido de acordo com o que se associava à marca.

Uma das tarefas mais regulares no atelier, era o corte de moldes para produção, como já explicado anteriormente, os moldes eram enviados para os ateliers de costura já cortados, juntamente com uma cópia dos moldes e a sua matéria-prima (no caso dos botões). Eram depois devolvidos para ser feito o controlo de qualidade, estando a peça aprovada, era colocada a etiqueta e feita a sua embalagem.

Estes são passos que foram sempre feitos por nós estagiárias, ao longo dos 6 meses. Por vezes, fazíamos também aprimoramento de moldes e cópias quando necessário.

O Design da coleção SS24 começou no final do nosso estágio, onde nos foi pedido inicialmente que fizéssemos uma pesquisa em volta do tema de Yoga. O processo criativo acabou por ser apenas uma pesquisa de roupas de yoga, que poderiam ser adaptadas à marca, tanto na escolha de materiais como em algumas silhuetas/detalhes que modificaríamos.

No entanto, acabámos por transformar algumas peças já existentes, modificando alguns pormenores como altura, tipo de manga, tipo de costura. Que acabaram por ser lançadas tanto para a SS24 como para *FW23* e também algumas peças para *FW24*.

Como nos outros projetos, fizemos também os moldes, protótipos e as fichas técnicas das peças.



Fig. 37- Desenvolvimento de moldes Fonte: Autora, 2023

O foco da Elementum em lançar apenas uma coleção por ano, juntamente com o óbvio compromisso com a sustentabilidade ambiental e a produção local, não só evidencia uma abordagem cuidadosa de design, mas também relaciona-se com os princípios do conceito anti-moda. Esta produção criativa feita de forma pausada permite que a Designer dedique tempo e recursos para cada coleção, priorizando a qualidade, a originalidade e a inovação em cada peça, desafiando diretamente o ritmo frenético que está tão acente na indústria da moda atualmente.

Ao trabalhar com produtores locais e adotar práticas de produção sustentáveis, a Elementum não está apenas preocupada em criar produtos de moda, mas sim em cultivar uma identidade que valoriza a integridade e a responsabilidade ambiental. Isto demonstra uma visão a longo prazo que vai além da cultura de consumo rápido e descartável que caracteriza a moda convencional, preocupando-se sim em criar produtos que tenham um impacto positivo no mundo ao seu redor onde a durabilidade e integridade das criações ocupam o papel principal.

Essa abordagem de alta criatividade significa que o design praticado na Elementum não se baseia apenas em seguir tendências passageiras ou encher o mercado com peças efêmeras. Pelo contrário, cada coleção é cuidadosamente concebida para oferecer produtos que não apenas atendem às necessidades e desejos dos consumidores, mas também agregam valor à marca e à experiência do consumidor.



Fig. 38- Encomendas Elementum Fonte: Autora, 2023

6.3. Comercialização da marca

Por fim, menciono também as tarefas realizadas no que toca a apresentação da marca, onde tivemos a oportunidade de desenvolver *Linesheets*, apresentações que utilizamos muitas vezes durante o estágio para mostrar os produtos a clientes e equipas de confeção, *Stories* e *posts* para o *instagram* da marca e *Newsletters* mensais.

Sendo a realização de posts para o *instagram* da *Elementum* uma das primeiras tarefas que tivemos em mão, sinto que nos ajudou a compreender desde o início a estética da marca, entendendo como utilizar o minimalismo a nosso favor, de forma a sermos diretos com os consumidores enquanto transmitíamos uma sensação de tranquilidade e serenidade. A marca comunica para um público consciente a nível social e ambiental, então o foco principal é sempre demonstrar que continua a defender os mesmos valores enquanto vende as suas peças.

As *Newsletters* eram mensais e tinham o objetivo de comunicar com um consumidor mais assíduo e dedicado à marca. Aí eram estruturados textos que remetessem ao período da newsletter (por exemplo, a chegada da primavera ou o dia da Mãe). O objetivo é encontrar motivos que levem o consumidor a comprar. Era sempre feita uma seleção de peças que se encaixariam melhor com os temas escolhidos, sendo por fim enviados aos clientes que teriam subscrito ao site da marca. Estas *Newsletters* eram desenvolvidas na plataforma *Klavyo*.

Desenvolvemos também diversas etiquetas para os produtos que eram enviados / vendidos. Estas etiquetas, com um *layout* sempre idêntico, tinham o objetivo de dar uma breve descrição do produto, juntamente com fotos das várias formas de utilizar.



Fig. 39- Bazar á noite Fonte: Autora, 2023



Fig. 40 Bazar á noite Fonte: Autora, 2023

BAZAR À NOITE

No dia 01 de Junho, acompanhamos a designer Daniela Pais numa feira de artesanato nas Caldas da Rainha, onde ficámos umas horas encarregues da comercialização dos produtos e também da decoração do espaço. Aqui eu e a minha colega tivemos oportunidade de expor os conhecimentos que tínhamos da marca até então, procurando fazer com que as descrições se tornassem apelativas aos clientes. Foi também útil para compreendermos melhor o público alvo da marca. Por vezes sinto que, ao fazer pesquisas por fontes secundárias, especialmente no que toca ao público alvo, acabamos por “romantizar” o consumidor, acabando por ser irrealista. Aqui, podemos ver em ação os reais consumidores da Elementum, até porque muitos se deslocaram ali exclusivamente para ver os produtos da marca.



Fig. 41- Local Sessão Fotográfica Fonte: Autora, 2023

SESSÃO FOTOGRÁFICA SS24

Na fase final do estágio, após a conclusão da coleção SS24, tivemos a oportunidade de participar no ensaio da sessão de fotografia das peças. Nesse dia, dirigimo-nos ao local escolhido e contribuimos na seleção de locais, coordenados e outras opiniões que poderiam ser úteis para o dia da sessão.

O local selecionado foi a casa de uma amiga da designer, situada nos arredores das Caldas da Rainha, uma área rural que proporcionava um ambiente calmo e sereno. O espaço era uma habitação construída sobre ruínas pré-existentes, o que lhe conferia uma personalidade moderna, mas ao mesmo tempo tradicional, com vista para áreas arborizadas. Em termos de decoração, era minimalista, mas com toques tradicionais, onde as paredes cruas e os detalhes ásperos contrastavam com algumas peças de decoração reunidas ao longo da vida da família, muitas das quais adquiridas em segunda mão, conferindo-lhe uma personalidade única.

Nesse dia, realizamos ensaios não apenas dentro da casa, mas também no terreno adjacente, fazendo uma pequena caminhada em busca de zonas e detalhes que pudessem ser interessantes. Na minha opinião, a escolha da localização reflete adequadamente a essência da marca Elementum, considerando que a proprietária é uma consumidora fiel da marca. O ambiente natural, combinado com espaços limpos e linhas simples, realça o compromisso de valorizar uma vida tranquila com foco no espírito e na alma. Ao mesmo tempo, os elementos tradicionais remetem para o lado artesanal da marca e a preocupação em manter-se atual ao longo da vida útil das peças.

Esta abordagem no ensaio fotográfico reflete o *ethos* da marca Elementum de uma maneira que ressoa com os consumidores, destacando sua conexão com a natureza, artesanato e durabilidade das peças ao longo do tempo.



Fig. 42- Local Sessão Fotográfica Fonte: Autora, 2023



Fig. 43- Local Sessão Fotográfica Fonte: Autora, 2023



Fig. 44- Local Sessão Fotográfica Fonte: Autora, 2023



Fig. 45- Foz do Arelho Fonte: Instagram Elementum.Store, [consult. em 30 Dez. 2023]

7. Dia a dia da designer Daniela Pais

Na vida de Daniela Pais, nada é certo e rotineiro. Todos os dias são caracterizados por novas atividades que faz questão de partilhar com os seus três filhos: Eden, Daan e Tamara.

Nos seus tempos livres, Daniela frequenta aulas de dança contemporânea. Desta forma, a designer conecta-se com a sua essência, explorando a alma e a sua espiritualidade. Este é um dos elementos que mais a caracteriza, a procura constante por aprimorar o seu espírito, estar mais consciente de si mesma, praticando também algumas vezes, meditação e yoga. De facto, esta é uma característica que vai de encontro com os valores da marca que construiu, é inevitável pensar na Designer como a consumidora exata da Elementum.

Portanto, ao incorporar essa prática na pesquisa e na criação da coleção, a Designer estava, de certa forma, a traduzir a sua própria experiência e jornada pessoal em algo visual e tangível.

Para além da dança, uma atividade semanal, a Daniela também ocupava o seu tempo com idas à praia frequentes e muitas caminhadas matinais. A designer demonstrou um gosto acentuado por estar em contacto com a natureza, tendo inclusive, sempre o hábito de levar os filhos à escola pela manhã a pé, trazendo quase sempre na volta um raminho de várias flores que apanhava.

É relevante mencionar que em certas ocasiões, a manhã de trabalho era “cancelada” pois a Daniela designer saía com os seus filhos para passar uns momentos na praia. No atelier, o trabalho era constantemente adiado para que esta pudesse priorizar a sua família. Desta forma, as tarefas nunca pareceram uma obrigação para ela, e acabava por estar sempre 100% disposta e produtiva quando era necessário. Na minha opinião, esta forma de levar a vida pode parecer aos que veem de fora algo desorganizado e caótico. Porém, tudo no atelier sempre funcionou de forma harmoniosa, todas as etapas eram completadas a tempo e sem problemas significativos.

Mencionando novamente Eden, Daan e Tamara, todos de idades jovens, o mais velho tendo cerca de 11 anos, estavam sempre bastante presentes no *atelier*, fazendo visitas diárias partilhando connosco o seu dia e mostrando atividades que tinham praticado. Muitas vezes gostavam e faziam questão de ajudar com algumas tarefas da marca. Esta proximidade só foi possível pelo atelier se situar na “garagem” da casa da Designer.



Fig. 46- Peso do Atelier Elementum desenhado por Tamara Fonte: Autora, 2023

Daniela Pais mostra também muito interesse em praticar atividades artísticas, tais como escultura e pintura. Realçou-se durante o estágio o seu gosto por colectar peças de decoração artesanais, tais como jarros, pratos e canecas sobretudo de barro. Apesar de viver uma vida dedicada á simplicidade, onde a sua Regra de ouro é **“Luxo é ter coisas simples, como tempo e espaço”** (Daniela Pais, para o Jornal Emergente, 2017), tudo no seu atelier e na sua casa (algumas divisões que pude observar) estão completas com algo que foi coletado ao longo da sua vida. Nunca de objetos superficiais, como tecnologia ou luxos decorativos, mas sim de lembranças e peças com as quais a Designer se conectou.

A pintura foi algo que não assisti praticar muito, no entanto é fácil perceber que por gostar de o fazer, o colocou como elemento na sua marca. Daniela desenvolveu algumas peças com prints feitos a serigrafia, os quais faz no atelier, desta forma tornou algo que se classificava como um *hobbie* em algo lucrativo e que pode ser apreciado por outras pessoas.

Por fim, é necessário mencionar que Daniela muitas vezes nos aconselhava, quando confrontadas com um problema de Design no estágio, a visitar lojas de roupa e procurar peças que poderiam se assemelhar ao que precisávamos, de forma a encontrar soluções. Em algumas situações, a designer até brincava com a situação e dizia que já não podia ver alças á frente, pois no início, ao sermos confrontadas com o problema ergonómico para as malas da ByVouzela, Daniela ao fazer as suas compras, já só conseguia concentrar o seu interesse em malas. Este é outro dos exemplos que podemos encontrar no que toca a inspiração no nosso dia a dia, muitas vezes é feito de forma propositada e simples.

CONCLUSÃO

Ao refletir sobre a minha experiência de estágio com a designer Daniela Pais, inicialmente, entendi que a inspiração para o design de moda não segue o caminho tradicional de exploração profunda de temas, como muitas vezes é praticado em ambiente acadêmico. Em vez disso, o foco está na resolução de problemas práticos, adaptando constantemente as criações para atender às exigências dos consumidores. Esse processo contrasta com a ideia inicial de uma inspiração mais fluida e intrínseca.

Dito isto, existem sim elementos do seu cotidiano que são de fato momentos de inspiração. A prática da dança contemporânea, a conexão com a natureza através de idas frequentes à praia, por exemplo e caminhadas matinais, e a dedicação à criação de peças artísticas como esculturas e pinturas são elementos que não apenas enriquecem a vida pessoal de Daniela, mas também se tornam fontes de inspiração para a Elementum. Além disso, talvez o mais importante a retirar do estágio, a coleção da Elementum não é apenas um reflexo da estética visual de Daniela, mas também da sua atitude descomplicada em relação à vida. O hábito de colecionar peças artesanais, com preferência por objetos simples e cheios de significado, reflete a simplicidade que a Designer pratica no seu dia a dia. Inclusive, a sugestão de procurar soluções em situações de design que encontramos em lojas de roupa, destaca que esta abordagem criativa já é algo intrínseco em si, demonstrando como a sua vida quotidiana, as suas experiências e as atividades que desempenha influenciam diretamente o processo criativo.

As idas frequentes à praia e as caminhadas matinais, revelam a prática constante de encontrar o “flow” mencionado por Csikszentmihalyi (1996). Daniela procura diariamente inserir-se num ambiente que sabe que estimula a sua criatividade, permitindo-lhe desconectar-se temporariamente das pressões diárias. A praia e a natureza oferecem um cenário propício para o relaxamento e para a fluidez de ideias, sendo que estas atividades são sempre acompanhadas pelo seu caderno de esboços.

No entanto, ao analisar a criatividade de um designer sob uma perspectiva empresarial, fica claro que esta conclusão vai além do desenvolvimento de produtos, envolvendo preocupações mais amplas relacionadas ao empreendedorismo e à gestão da marca. Daniela Pais direciona a sua criatividade principalmente para atender às exigências dos consumidores e permanecer relevante no mercado, o que inicialmente pode levar a crer que a criatividade está a ser suprimida por demandas externas.

Ao explorar a comunicação da marca, emerge uma faceta crucial do design que reflete diretamente a personalidade da designer. A ênfase na sustentabilidade e na ética, valores fundamentais incorporados na marca, revela a consciência e a sensibilidade de Daniela Pais para além das meras tendências do mercado. A preocupação com a sustentabilidade não é apenas uma resposta a uma demanda crescente por práticas ambientalmente conscientes, mas representa uma expressão autêntica dos valores pessoais da designer.

A comunicação da Elementum, assim, não é apenas um meio de vender produtos, mas uma narrativa que reflete a personalidade e a ética da designer. A marca torna-se uma extensão tangível do cotidiano e valores de Daniela Pais, diferenciando-se ao incorporar uma autenticidade que vai além do simples atendimento às demandas do mercado.

Os interesses e preocupações ambientais e sociais de Daniela Pais não são apenas componentes da marca e da designer, mas acabam por se transformar em pontos de conexão emocional, estabelecendo uma conexão genuína baseada em valores compartilhados com os consumidores. As escolhas a nível local, como consumir produtos artesanais e culturalmente significativos, tornam-se um dos maiores focos da marca, que procura trabalhar com produtores regionais e nacionais.

Ao incorporar elementos de sua própria vida na marca, a designer integra-se organicamente à narrativa da Elementum, sem a necessidade de estratégias de marketing elaboradas para atrair consumidores fiéis. Essa abordagem, focada na autenticidade, vai ao encontro da visão de Estrada (2006) sobre a importância de incorporar valores éticos na expressão da criatividade, proporcionando uma experiência mais autêntica para os consumidores.

Portanto, enquanto o processo criativo pode estar fortemente enraizado nas demandas do mercado, a maneira como a Elementum se comunica destaca-se como uma expressão autêntica da personalidade da designer e, conseqüentemente, de seu cotidiano. A atenção dedicada à sustentabilidade e ética não apenas responde a preocupações externas, mas incorpora os valores intrínsecos da designer, oferecendo uma visão mais profunda e significativa à marca Elementum.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Amabile, T. M. (2018). Creativity in context. Westview Press. ISBN: 9780429980862.

Amabile, T. M. (2018). The Art of (Creative) Thought: Graham Wallas on the Creative Process. Oxford University Press. P19 Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-PT&lr=&id=LguXDwAAQBAJ&oi=fnd&p.=PA15&dq=graham+wallas+creative+process&ots=KlO->

Csikszentmihalyi, M. (1996). Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention. HarperCollins. ISBN: 9780061844034.

Damásio, A. (1994). O erro de Descartes: Emoção, Razão e o cérebro humano. São Paulo: Europa-America, Lda. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7611144/mod_resource/content/2/O_ERRO_DE_DESCARTES.pdf

De Bono, E. (1970). El Pensamiento Lateral: Manual de Creatividad. Paidós Ibérica. 2013. ISBN: 9788449329456.

Dieffenbacher, F. (2020). Fashion Thinking: Creative Approaches to the Design Process. Bloomsbury Visual Arts. ISBN: 9781350195974. P.4

Fiel, J. (2017) Emergente/ Daniela Pais. Jornal T. Disponível em: <https://jornal-t.pt/emergente/daniela-pais/>

Hucilluc (2019) "À conversa com Daniela Pais, designer e empresária", Hucilluc Blog. Disponível em: <https://hucilluc.blog/a-conversa-com-daniela-pais-designer-e-empresaria/>

Kawamura Y. (2020). Doing research in fashion and dress: an introduction to qualitative methods. Bloomsbury Academic.

Mbonu, E. (2014). Fashion Design Research. City Road, London: Laurence King Publishing Ltd. ISBN: 9781780676296. pp. 28-174

Rodriguez Estrada, M. (2006). Manual de Creatividad - Los Procesos Psíquicos y el Desarrollo (3ª ed). Mexico: Trillas. ISBN: 9789682472701. pp. 40-86

Ribeiro, L. (2020) "Fontes primárias e secundárias. Por que não abusar das últimas?" Escola de autores, comunicar. Disponível em: <https://www.grupocomunicar.com/wp/escola-de-autores/fontes-primarias-e-secundarias-por-que-nao-abusar-das-ultimas/>

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

s.d. (2021) "Elementum focada na sustentabilidade", Portugal Têxtil. Disponível em: <https://portugaltextil.com/elementum-focada-na-sustentabilidade/>

Seivewright, S. (2012). Basics Fashion Design 01: Research and Design. Switzerland: AVA Publishing SA. ISBN: 9782940447305. pp.15-70

Seivewright, S., & Sorger, R. (2021). Basics Fashion Design: Research and Design for Fashion. Bloomsbury Visual Arts. ISBN: 9781350131019.

Smith, P. (2001). You Can Find Inspiration in Everything: And If You Can't, Look Again. London: Violette Limited. ISBN: 0500284458.

Tomaz, C., & Giugliano, L. G. (1997). A razão das emoções: um ensaio sobre "O erro de Descartes". Estudos de Psicologia, 2(2), 407-411. Resenha 407. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/epsic/a/h9g4nvpw4Q5hxtQJmBJP9y/?format=pdf>

Waisburd, G. (2009). Pensamiento creativo e innovación. Revista Digital Universitaria, 10(12), ISSN: 1067-6079.

REFERÊNCIAS FIGURAS

Fig. 8- AMOR DE LA CALLE IS BACK FOR ANOTHER SEASON Fonte: Instagram Amor de la calle, tirada por Martim Alvarez [consult. 30 Dez. 2023] Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cd8VVF6sNun/>

Fig. 9- Coleção Final Fonte Instagram Rita Costa, tirada por @olhophathi [consult. 30 Dez. 2023] Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CgFjNuZAOmg/>

Fig. 12- Prints a secar Fonte: Elementum.Store, [consult. em 30 Dez. 2023] Disponível em: <https://elementum.store/blogs/news/our-prints>

Fig. 13- Daniela Pais Fonte: Instagram Elementum.Store, [consult. em 30 Dez. 2023] Disponível em: https://www.instagram.com/p/Cuz7cHsMB28/?img_index=1

Fig. 14- Atelier Fonte: Elementum.Store, [consult. em 30 Dez. 2023] Disponível em: <https://elementum.store/blogs/news/behind-our-production>

Fig. 16- Produção Elementum Fonte: Elementum.Store, [consult. em 30 Dez. 2023] Disponível em: <https://elementum.store/pages/about-us>

Fig. 17- Kimono DO SHIRT Algodão Orgânico Fonte: Elementum.Store, [consult. em 30 Dez. 2023] Disponível em: <https://elementum.store/products/kimono-do-shirt-organic-cotton>

Fig. 18- Botões Reciclados Fonte: Elementum.Store, [consult. em 30 Dez. 2023] Disponível em: <https://elementum.store/blogs/news/behind-our-production>

Fig. 19- Top MEIO Fonte: Elementum.Store [consult. em 30 Dez. 2023] Disponível em: <https://elementum.store/products/top-meio-tropical?variant=39330168111202>

Fig. 20- Malha Fonte: Instagram Elementum.Store, [consult. em 30 Dez. 2023] Disponível em: https://www.instagram.com/p/CokD-K4sVj7/?img_index=1

Fig. 21-23- Top MEIO Texture Fonte: Elementum.Store [consult. em 30 Dez. 2023] Disponível em: <https://elementum.store/products/meio-texture-top>

Fig. 47- Foz do Arelho Fonte: Instagram Elementum.Store, [consult. em 30 Dez. 2023] Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CufSIQzM5v6/>

BIBLIOGRAFIA

Allueva Torres, P. (2004). Desenvolvimento do pensamento criativo no âmbito universitário. *Anuário de Filosofia, Psicologia e Sociologia*, 7, 117-130.

Amabile, T. M. (2018). *Creativity in context*. Westview Press. ISBN: 9780429980862.

Amabile, T. M. (2018). *The Art of (Creative) Thought: Graham Wallas on the Creative Process*. Oxford University Press. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-PT&lr=&id=LguXDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA15&dq=graham+wallas+creative+process&ots=KlO->

Amabile, T., & Kramer, S. (2011). *The Progress Principle: Using Small Wins to Ignite Joy, Engagement, and Creativity at Work*. Harvard Business Review Press. ISBN: 9781422142738.

Cidreira, R. P. (2019). *Por um Estilo Sustentável: Osklen e Elementum*. (s.d.). Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Brasil. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/268088787.pdf>

Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention*. HarperCollins. ISBN: 9780061844034.

Damásio, A. (1994). *O erro de Descartes: Emoção, Razão e o cérebro humano*. São Paulo: Europa-America, Lda. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7611144/mod_resource/content/2/O_ERRO_D_E_DESCARTES.pdf

De Bono, E. (1970). *El Pensamiento Lateral: Manual de Creatividad*. Paidós Ibérica. 2013. ISBN: 9788449329456.

Dieffenbacher, F. (2020). *Fashion Thinking: Creative Approaches to the Design Process*. Bloomsbury Visual Arts. ISBN: 9781350195974.

Fiel, J. (2017) *Emergente/ Daniela Pais*. *Jornal T*. <https://jornal-t.pt/emergente/daniela-pais/>

Hucilluc (2019) "À conversa com Daniela Pais, designer e empresária", *Hucilluc Blog*. <https://hucilluc.blog/a-conversa-com-daniela-pais-designer-e-empresaria/>

lidewij edelkoort (s.d.) *lidewij edelkoort* Disponível em: <https://www.edel>

Kawamura Y. (2015). *Doing research in fashion and dress: an introduction to qualitative methods*. Bloomsbury Academic.

BIBLIOGRAFIA

Mackelvey, K., & Munslow, J. (2012). *Fashion Design: Process, Innovation & Practice* (2nd ed.). West Sussex: John Wiley & Sons Ltd. ISBN: 9780470655771.

Mackinney-Valentin, M. (2017). *Fashioning Identity: Status Ambivalence in Contemporary Fashion*. University of Minnesota, USA: Bloomsbury Academic. ISBN: 9781474249126.

Mbonu, E. (2014). *Fashion Design Research*. City Road, London: Laurence King Publishing Ltd. ISBN: 9781780676296.

Mbeledogu, E. (2022). *Fashion Design Research Second Edition*. London: Laurence King Student & Professional. ISBN: 9781529423235.

Moser, V. M. D. N. (2015). *A Criatividade: A Necessidade da Promoção da Atividade Criadora no Pré-Escolar. Provas destinadas à obtenção do grau de Mestre para a Qualificação para a Docência em Educação Pré-Escolar*. Instituto Superior de Educação e Ciências. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/11066/1/A%20CRIATIVIDADE.pdf>

Munoz Licda, W. (2010). *Acceso y Permanencia en una Educación de Calidad: Estrategias de Estimulación del Pensamiento Creativo de los Estudiantes en el Área de Educación para el Trabajo en la III Etapa de Educación Básica*. Congreso Iberoamericano de Educación, Buenos Aires, 2010. Venezuela: Universidad de Carabobo.

Robinson, K. (2011). *Out of Our Minds: The Power of Being Creative*. West Sussex: Capstone. ISBN: 9780857087447.

Rinaudo, M. C. (2002). *Reseña de "Creatividad. El fluir y la psicología del descubrimiento y la invención" de Mihaly Csikszentmihalyi*. RED. Revista de Educación a Distancia.

Rodriguez Estrada, M. (2006). *Manual de Creatividad - Los Procesos Psíquicos y el Desarrollo* (3ª ed). Mexico: Trillas. ISBN: 9789682472701.

Runco, M. A. (2014). *Creativity: Theories and Themes: Research, Development, and Practice*. Elsevier Science. ISBN: 9780124105225 Disponível em: <https://www.google.pt/books/edition/Creativity/XwjUAqAAQBAJ?hl=pt-PT&gbpv=1&dq=J.P+Guilford+divergent&p.=PA8&printsec=frontcover>

Sakamoto, C. K. (1999). *A Criatividade Sob a Luz da Experiência: A Busca de uma Visão Integradora do Fenômeno Criativo*. Tese de doutorado, Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo.

Santos, M. L. D. S. (2004). *A Criação Artística e o Processo Criativo: Uma Abordagem Estético-Plástica e Psico-Cognitiva Estudo Exploratório dos Processos de Criação em Dois Artistas Plásticos, Graça Morais e Leonel Moura* (Dissertação de mestrado). Faculdade de Belas Artes, Lisboa.

BIBLIOGRAFIA

Sawyer, K. (2003). *Creativity and Development*. New York: Oxford University Press.

Seivewright, S. (2012). *Basics Fashion Design 01: Research and Design*. Switzerland: AVA Publishing SA. ISBN: 9782940447305.

Seivewright, S., & Sorger, R. (2021). *Basics Fashion Design: Research and Design for Fashion*. Bloomsbury Visual Arts. ISBN: 9781350131019.

Sikarskie, A. (2020). *Digital Research Methods in Fashion and Textile Studies*. Bloomsbury Visual Arts. ISBN: 9781350042520.

Smith, P. (2001). *You Can Find Inspiration in Everything: And If You Can't, Look Again*. London: Violette Limited. ISBN: 0500284458.

Tomaz, C., & Giugliano, L. G. (1997). A razão das emoções: um ensaio sobre "O erro de Descartes". *Estudos de Psicologia*, 2(2), 407-411. Resenha 407. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/epsic/a/h9g4nvbPw4Q5hxtQJmBJP9y/?format=pdf>

Waisburd, G. (2009). Pensamiento creativo e innovación. *Revista Digital Universitaria*, 10(12), ISSN: 1067-6079.

ANEXO A

ENTREVISTA MARTIM ALVAREZ AMOR DE LA CALLE

Gostava que falasses um pouco de como surgem as tuas coleções? Existe um conceito base que é trabalhado inicialmente ou as peças acabam por fluir um pouco sem estudo prévio?

A marca trabalha sobre uma base que é o sonho ibérico e dentro deste sonho ibérico aquilo que acontece no meu processo criativo e trazer tradições, costumes, memórias e até referências do mundo ibérico. O que faço é o procurar elementos portugueses e espanhóis trazendo-os para este meu universo que envolve o sonho ibérico.

Dentro de cada coleção posso dar mais destaque a Portugal, a Espanha ou até aos dois. Por exemplo na primeira coleção foi um processo muito consciente, sendo que também estávamos na universidade e eu aí quis deixar logo claro o que é que eu iria trabalhar, e daí eu ter pegado em dois referentes e ter trabalhado de uma forma muito justa tanto o lado espanhol como lado português. Nesta última coleção foi mais dedicada a Portugal, por isso eu tento estar sempre atendendo, vou fazendo várias pesquisas, vou tentando estar sempre curioso sobre aquilo que posso vir a trabalhar dentro deste universo ibérico.

Sendo que tu não tens muito contato com Espanha, porque não costumavas estar por lá fisicamente, tendo o teu local fixo em Portugal, falando agora mais relativamente a Espanha onde e quais são as tuas bases de inspiração?

Bem olha não estado fisicamente na Espanha não há um dia em que Eu Não fale espanhol. Ou seja acabo por me imaginar muitas vezes lá e acaba por parecer uma coisa meia fanática mas porque consumido imensa cultura espanhola não só música mas séries, filmes, cultura popular seja dentro de influencers sobretudo acabo por consumir tanta coisa espanhola como portuguesa, se calhar até mais espanhola. Acaba também por ser este o início da minha paixão por Espanha, foi através da cultura atual. A atualidade espanhola acho que é muito forte a nível Internacional e deixa-me fascinado, por isso Eu Acredito que seja esta a principal motivação para continuar a consumir cultura espanhola, seja ela do passado, do presente e do futuro.

Sendo que existe uma parte familiar com descendência espanhola, achas que este gosto pela cultura pode ter sido desenvolvida desde pequeno?

Sim, Eu acredito que a nossa infância nos molda, ou seja estamos quase em fase de hipnose e quando tu chegas a adulto o que tu és é aquilo que recebeste em criança. E ia imensas vezes a Espanha com os meus pais, sendo que havia alturas também que ia com a minha mãe visitar primos espanhóis que nem sequer falam português. Da parte do meu pai, o meu bisavô era galego. E meio como brincadeira, uma coisa leva a outra e depois tu comesças a encaixar as coisas. Eu gostava imenso de ir a Espanha e sempre me pareceu um mundo completamente diferente de Portugal, porque é bastante mais desenvolvido que Portugal em muitos aspetos, e sim depois inconscientemente as coisas ficam ligadas. Nós crianças estamos a ser moldados e sempre a receber uma data de informação que depois no futuro vamos transformar sendo que podemos nos aperceber delas ou não. Neste caso claro que Espanha apareceu quase de forma inconsciente.

Em relação a outras memórias de infância achas que á algo mais que molda a tua identidade de marca?

Sim acredito que sim, se bem que depois não era destinado a uma área tao criativa, eu sempre tive interesses muito variados, gostava imenso de animais e de insetos por exemplo. Os meus pais sempre me deram imensa liberdade eu acho que o que me influenciou mais neste momento e apercebi-me mais tarde quando fui para Castelo Branco foi o facto de ter crescido numa aldeia em Sintra e lá está desde cedo eu e a minha irmã tivemos liberdade para explorar sozinhos e brincar na rua, e se calhar eu diria que aquilo que possa ter deixado mais marca agora é esse lado destemido que na altura pude ter e que agora continuo a ter.

Achas que os teus consumidores conseguem entender-te como pessoa por detrás da marca ou achas que existe um distanciamento?

Fisicamente e publicamente acho que sim ate porque nunca quis que isso acontecesse, por isso é que a marca não se chama "Martim Alvarez" o meu nome e a minha pessoa não está associada á marca, agora a minha personalidade eu acho que sim, aquilo que eu faço tem muito de mim, por exemplo as t-shirts dos corações, são um elemento do bordado de Castelo Branco, e obviamente que eu acho isso amoroso, mas também tenho o top da "puta futurista" que acaba por ser algo mais provocador e minimalista que também o consigo ser, e é claro que isso acontece nas coleções. Agora se o observador o entende também depende um pouco se me conhecem ou não, ou da vontade de perceber.

Falando agora dos bordados de Castelo Branco, é interessante que a sua descoberta passou pelo fato de te teres mudado para lá. Achas que agora que estás de volta a Lisboa vão deixar de ser uma influência ou achas que vão continuar presentes nos teus projetos?

Ou seja a coleção passada tem uma grande fonte de inspiração em Castelo Branco, não só por me ter mudado para lá e por ter lá o estúdio, e entretanto que voltei a Lisboa hei de sempre voltar lá e ter inspirações de lá. E o que aconteceu foi que comecei por reunir alguns tecidos deixados pelos antigos donos da casa para onde me mudei ou seja comecei por fazer esta técnica de upcycling reunindo os têxteis lar e desenvolvendo peças de vestuário com elas. Depois percebi que seria interessante que a minha fonte de inspiração fosse a beira baixa, ou seja não de sonho ibérico agora passa-se para um sonho beirão. Passei então a reunir vários elementos que eram populares da beira baixa, um deles o bordado de Castelo Branco, porem nunca usado como bordado, mas na verdade o que eu pretendi explorar foram os elementos mais figurativos tais como o coração, as flores, as frutas e trazê-los para pendentes metálicos, e para as t-shirts com os brilhantes e estampados. Mas não sei se vou voltar a pegar neles, eu ainda fiquei com alguma vontade de fazer algumas peças bordadas diretamente nas peças, porque lá está também tenho essa facilidade de contactar com bordadeiras locais.

A marca também têm vindo a acontecer de acordo com aquilo que tem vindo a acontecer na minha vida ou seja, de uma forma super objetiva e cronológica o que aconteceu foi que comecei por me interessar pela cultura vanguardista atual espanhola, obviamente depois isso começa a entrar na tua vida de alguma maneira, ouves música, vês séries, sais á rua e reparas em alguma coisa que relembra a música que ouviste e depois isso leva-te a pesquisar sobre flamenco. Houve entretanto uma viragem muito grande quando fiz Erasmus em Sevilha, capital andaluza, capital do flamenco, o que foi perfeito para mim porque era por isso que eu tinha estado tão fascinado nos últimos tempos. Aí em Sevilha, foi onde eu pensei no nome da marca e onde cheguei a conclusões que não chegaria se não tivesse lá estado a nível estético e criativo, e o teu dia a dia também interfere em tudo! Se sais á noite, se comes bem, se dormes, se cuidas da tua pele... Depois volto para Portugal para começar a coleção na Faculdade, e tinha duas ideias que queria explorar e o que aconteceu foi “porque não juntar as duas?” e quando dás por elas as coisas estão a acontecer naturalmente. Como estava em castelo Branco a estudar já havia algum interesse por alguns elementos mais tradicionais e portugueses e quando me mudo para para lá ainda fico mais dentro da situação mas ao mesmo tempo tenho uma vida mais irrequieta em Lisboa, saiu à noite com os meus amigos e depois tudo isto junto acaba por ser a marca.

Por exemplo, às vezes é mais fácil falar em algumas peças, faço um vestido de crochet que de repente já pode estar a ser usada por uma mulher trans numa saída à noite quando a matéria prima do vestido que é uma toalha de crochet pode ser feito por exemplo pela tua avó, e isso é algo que não imaginamos que pode acontecer. Portanto eu acho que acaba por ser tudo cíclico de alguma maneira mas um ciclo meio inesperado, e tu trabalhas sobre ele. E essa é que é a piada de tu viveres apaixonado pela rua, por novas inspirações, por ideias que vês na rua, por passear e por ver pessoas.

ENTREVISTA A RITA COSTA ESTUDANTE MESTRADO DE DESIGN DE MODA

Enquanto estudante, acabas sempre por seguir um briefing, onde os projetos seguem especificações e tem quase uma conduta cronológica, mas quando não tens que seguires bases académicas, existe um conceito base que é trabalhado inicialmente ou as peças acabam por fluir um pouco sem estudo prévio?

Tudo o que eu faço, não só com coleções, mas com tudo, tenho de ter sempre por base um conceito, porque eu sinto sente a necessidade de transmitir alguma coisa mesmo que o conceito não surja logo no início e até possa começar talvez algumas inspirações mais literais por assim dizer, o conceito acaba sempre por surgir e é sempre uma necessidade.

E o que pretendes transmitir sentes que demonstra aspetos da Rita como pessoa? Ou achas que consegues distanciar a tua personalidade dos teus projetos?

Cada vez mais acho que quem tudo a ver, porque eu dou por mim a fazer coisas de forma inconsciente que muitas vezes são coisas que eu não tinha pensado e que acabam por ser muito mais pessoais do que se calhar coisas que eu faço no dia a dia que seria mais obvio de se demonstrar criativamente. Eu acho que isso também tem a ver com o fato de eu enquanto pessoa não ser o tipo de pessoa que me abra facilmente, então de alguma forma, essa abertura que outros têm facilmente, em mim demonstra-se de outras formas, e eu acho do design.

Quando desenvolves as tuas coleções, que estratégias costumavas utilizar para encontrar inspiração?

Aparecem sempre vindas de experiências pessoais, portanto dependendo do que está a acontecer na minha eu acabo sempre por ter a necessidade de pegar nisso. Eu não sou daquelas pessoas que me inspiro especificamente em músicas ou filmes, eu acho que eu posso utilizar essas fontes como uma referência, mas nunca são a única coisa.

Pode parecer um pouco egocêntrico de certa forma, mas eu acho que todas as coleções que eu fiz são sempre sobre mim, para os outros, mas sobre mim.

Esta última coleção é o exemplo mais específico porque é literalmente sobre mim. Sobre uma coisa que eu criei na minha cabeça que possivelmente mais ninguém visualiza o mesmo que eu. Mas por exemplo coleções anteriores todas as coleções que eu fiz tinham a ver comigo, uma das coleções sobre a minha bisavó, mas acabava por ser sobre a ligação. Ou outra que tinha de ser sobre o que se passava no mundo, eu acabei por

trabalhar sobre o que eu sentia em relação a esse assunto e como é que o que se passava no mundo, a pandemia, me afetava. É tudo sempre á minha volta.

As memórias que tens de infância é uma fonte forte de inspiração? Ou inspiras-te mais em aspetos com que lidas no dia a dia?

Eu até á bem pouco tempo achava que não, (memórias de infância) mas agora eu acho que sim, e uma coisa tão inconsciente que não sei explicar como é que acontece.

Nesta última coleção por exemplo eu comecei o por imaginar um sítio seguro, e inicialmente parece que não têm muito haver, mas depois quando analisei realmente o sítio que eu estava a imaginar, tudo o que estava lá tinha a ver com a minha infância e com o meu crescimento. Foquei-me muito na parte da água e do mar, e isso tem haver com a minha infância, desde pequenina que eu ia para casa dos meus avós no Porto e todos os dias de manhã os meus avós levavam-me para a praia. E os seres mitológicos, desde menina que adoro seres mitológicos, e tinha sido uma coisa que tinha ficado totalmente adormecida.

Para mim não faz sentido criar a partir do desconforto quando tudo já é tão desconfortável, faz muito mais sentido retirar a minha inspiração de um sítio onde eu me sinto bem. Acredito que, ao criar a partir dessa base depois as peças também refletem conforto.

Tu enquanto estudante que se muda de um meio mais pequeno para a capital, achas que é mais fácil encontrares inspiração no meio citadino? Ou para ti é mais fácil recorres às memórias da tua terra?

É mais fácil, mas porque nós temos uma coisa que faz muito parte da nossa cultura que é a questão da saudade, e da nostalgia. E eu agora pego no conforto porque para mim Lisboa é super desconfortável, sais à rua tens imensa gente, tens de estar sempre a desviar-te, eu pego no conforto porque o ambiente onde eu estou é desconfortável.

Mas se calhar no futuro eu vou ter um momento onde olho para trás e penso que Lisboa afinal era confortável. Tem tudo a ver com essa nostalgia e o “sentir falta”.

O fato de estar cá em Lisboa não permanentemente, no sentido de quando ficamos de férias da faculdade eu volto para casa, acho que passar uma temporada em Lisboa e depois em Viseu, acaba por fazer com que os dois sítios consigam ser uma fonte de inspiração. Eu estou lá estou a sentir falta de estar em Lisboa, estou cá estou a sentir falta de estar em Viseu.

Sendo que já desenvolveste projetos nas duas cidades, sentes que foram influenciados pelas zonas em que estavas? Achas que o teu dia a dia influenciou em alguns aspetos?

Nas duas coleções que desenvolvi no terceiro ano, e agora que olho para elas, parecem quase opostos, e uma foi feita em Viseu e a outra foi feita em Lisboa.

A primeira coleção que eu desenvolvi acabei por pegar numa parte mais desconfortável, portanto acabei por me questionar mais, e depois a seguinte, que eu fiz já cá em Lisboa, tem haver com a minha família e de onde venho. Portanto sim, eu acho que o facto de estar num sítio onde estou 100% confortável, que é quando volto para casa, é quase como se voltasse a ser criança e isso faz com que o resultado das coleções seja diferente, e a forma de pensar num conceito também. Pelo menos, quando estou em casa dou mais abertura para desenvolver o desconforto, mas que acaba sempre por ser uma coisa positiva.

Achas que a confusão de Lisboa é benéfica na busca de inspiração, ou sentes que o um ambiente mais calmo te traz mais inspiração?

Eu preciso das duas coisas, porque não consigo estar a receber a informação e a processá-la ao mesmo tempo. Então se estou em Lisboa estou a observar e a receber informação, e se estou num sítio mais calmo eu estou a processar essa informação e a fazer com que ela se torne uma fonte de inspiração. Eu penso sempre no passado.