

Calçados Melissa na Indústria da Moda

Andreice Pedrosa de Cavalho¹, Caroline de Lima Iseppi¹, Giovana Rodrigues Merlin¹, Jaqueline Fátima da Silva¹, Júlia Lourenço Ferreira¹, Júlia Baruque Ramos²

¹ Graduandos; ² Professora Doutora; Universidade de São Paulo; Escola de Artes, Ciências e Humanidades; Curso de Tecnologia Têxtil e da Indumentária; jbaruque@usp.br

Resumo

Hoje o calçado não é apenas um acessório a combinar com a roupa, mas algo que determina a roupa a ser usada. A Grendene, pioneira na indústria de calçados de PVC, tem uma produção em média de 120 milhões de pares, sendo a marca Melissa seu maior sucesso. A marca Melissa, lançada em 1979, conquistou as mulheres brasileiras, com o seu design fashion sendo continuamente aperfeiçoado. Hoje, além do sucesso no Brasil, a sandália saiu mundo a fora e inovou, fazendo parcerias com diversos designers, estilistas e artistas, brasileiros e estrangeiros, como Alexandre Herchcovitch e o inglês Judy Blame.

Apresentação

Hoje o calçado não é apenas um acessório a combinar com a roupa, mas sim algo que determina a roupa a ser usada.

A Grendene é um caso a parte e pioneira na indústria de calçados de PVC e tem uma produção em média de 120 milhões de pares moldados apenas com esse material.

Um exemplo grande desse sucesso dos irmãos Grendene ao inovar a indústria de calçados utilizando o PVC como material, é a sandália Melissa, que virou febre nacional e passou a figurar em editoriais de moda nas principais revistas do país.

A Melissa foi lançada em 1979 com o modelo Aranha. Conquistou todas as mulheres brasileiras e cresceu com elas. Hoje, além do sucesso no Brasil, a sandália saiu mundo a fora e inovou, fazendo parcerias com diversos designers, estilistas e artistas, brasileiros e estrangeiros, como Alexandre Herchcovitch e o inglês Judy Blame.

Breve histórico da sandália MELISSA

A sandália melissa surgiu em 1979, inspirados em calçados usados por pescadores da Riviera Francesa. Numa viagem à França, Pedro Grendene notou que as sandálias usadas por pescadores eram também usadas por mulheres para irem à praia. Ele logo lembrou do imenso litoral brasileira e pensou em produzir as sandálias no país. Surgia assim a Melissa Aranha.

A marca Melissa foi a primeira a fazer merchandising em novela. A sandália podia ser vista todas as noites na novela global Dancin'Days. Por conta dos investimentos em publicidade, em 1980 foram vendidos cinco milhões de pares de Melissa. Com tanto sucesso no Brasil, os irmãos Grendene decidiram conquistar espaço no exterior; fizeram parcerias com estilistas e designers famosos.

Em 2002, a Melissa participou pela primeira vez da São Paulo Fashion Week, com modelos de Romero Britto. Em 2004, a sandália completou 25 anos. Em comemoração, foram convidados 100 personalidades, entre artistas, arquitetos, estilistas e fotógrafos para participarem da exposição Plastic.o.rama - evento realizado no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro. Os convidados realizaram uma leitura da primeira Melissa, de 1979.

Plastic.o.rama

Para comemorar os 25 anos da sandália Melissa, 100 personalidades realizaram leituras exclusivas da melissa de 1979 para a exposição Plastic.o.rama, realizada no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro. Era um desafio enorme, pois tinha que ser moderno, diferente de tudo, novo, fresco, divertido, etc..

Foram convocados estilistas, fashionistas, publicitários, jornalistas, diretores de cinema e comerciais, cantores, fotógrafos, DJs, videomakers, arquitetos, cenógrafos, stylists, performers, artistas plásticos, ilustradores, grafiteiros, maquiadores e até uma chef de cozinha (Neka Mena Barreto, que derreteu sua Melissa em chocolate).

A Melissa foi desenhada, rabiscada, derretida, colorida, embrulhada, escondida, pendurada. Recebeu strass, paetê, pluma, pérola, chifre adesivo, gesso, gelo. Foi para o riacho, praia, piscina, virou casca de coco, carrinho de

autorama, plantinha no pé, globo de espelho, luminária, headphone, letra de música, colar, carimbo, compota. Ficou de cabeça para baixo, foi alvo de declarações de amor, da perseguição das fãs e, finalmente, acabou nos pés de um dos ícones da publicidade nacional, Washington Olivetto.

Entre os trabalhos realizados, os destaques são para Jackson Araujo passou semanas colando adesivos de flores na sua Melissa; Alexandre Herchcovitch fez um carrinho de controle remoto da Melissa; Mateus de Paula Santos, que derreteu o seu par no forno de casa; Rochelle Costi, que transformou o plástico em coco, com direito a cheiro de canela, e foi premiada; entre outros.

"Plastic.o.rama é uma viagem colorida e muito divertida pelo mundo do plástico. Para a Melissa, o material é a mídia com que o produto comunica seus valores - diversão, moda, juventude, expressão pessoal, modernidade, tecnologia, criatividade", explica a jornalista Érika Palomino, autora do projeto. (<http://www.correiodabahia.com.br/2005/03/24/noticia.asp?link=not000107627.xml>, acessado em 14/04/06).

O Material

A Melissa é feita de PVC (policloreto de vinila), que é o único plástico que não é 100% derivado do petróleo. Contém 57% de cloro e 43% de eteno.

Obtém-se o cloro, a soda cáustica e o hidrogênio a partir do sal marinho, através do processo de eletrólise. Essa é uma reação química resultante da passagem de corrente elétrica por água salgada.

O processo do petróleo é mais longo. Primeiramente ocorre a destilação do óleo cru, obtendo-se a nafta leve. Essa passa pelo processo de craqueamento catalítico (quebra de moléculas grandes em menores, com a ação de um catalisador) gerando-se o eteno.

O eteno e o cloro estão na fase gasosa, reagindo e produzindo o dicloro etano. A partir desse composto, forma-se o monocloro de vinila(fig.1). Essas moléculas passam por um processo de polimerização, ou seja, elas vão se ligando até formar uma molécula muito maior, o PVC. (fig.2)

As vantagens em se produzirem calçados de PVC devem-se ao fato da sua durabilidade, leveza, versatilidade e por ser ambientalmente correto (é reciclável e reciclado).

Processo Produtivo

O processo de produção da sandália consiste, primeiramente, na mistura de PVC com pigmento (ambos na forma de grãos) e também com a essência de *tutti-frutti*. Essa mistura é levada para uma máquina injetora e aquecida a 150°C. Após o derretimento, a mistura é colocada numa fôrma, chamada matriz, e cerca de 26 segundos a sandália está pronta.

O design incorporado à Melissa

Depois do sucesso nacional, a Melissa ficou conhecida internacionalmente e começou a ousar fazendo parcerias com artistas, estilistas e designers.

Alexandre Herchcovitch - A parceria de Alexandre com a Melissa começou com uma brincadeira: scarpin + fun = scarfun, sucesso absoluto na coleção Inverno 2003 da Melissa. Em 2005 o stylist Judy Blame customizou a Scafrun Boots com materiais inusitados. Para o Verão 2005/2006 o estilista criou a Melissa Scarfun Heel, uma sandália super sensual, de salto alto e inspirada em seus dois modelos anteriores da Melissa. Sua última parceria com a marca foi na coleção de Inverno 2006, que é a Melissa Polibolha, um tênis confortável e moderno.

Karim Hashid - É adepto das cores vibrantes porque, segundo ele, remetem ao lado lúdico de uma infância perdida. Foi um dos primeiros a utilizar a cor rosa e hoje essa cor já alcança telefones, cadeiras, sofás, e até seu hotel grego é todo rosa. Rashid é um eterno pesquisador de novos materiais e de novas técnicas de produção. Ele não sabia que no Brasil existia uma marca de calçados com tanto prestígio e aceitou na hora o convite da parceria. Para Rashid tudo que nos cerca deve ser bonito, funcional, acessível, e conter altas doses de sensualidade. Criou para o Verão 2005/2006 a Melissa Karim Hashid High que tem um salto em formato de gota. Para o Inverno 2006, criou uma nova cartela de cores para o modelo e ainda outra sandália, a Melissa Aranha Karim Hashid, uma moderna sandália tipo papete.

Amir Slama - Antes de seguir carreira como estilista da grife Rosa Chá, Amir Slama foi formado em história, deu aulas, foi garçom e barman. Para o verão 2006 Amir Slama criou uma Melissa com inspiração no cangaço, que pela primeira vez unia matérias-primas antagônicas e contemporâneas: plástico e sisal, sintético e natural, design e tecnologia. O modelo possui apenas três tiras de plástico e tem edição limitada de 500 pares que serão vendidos apenas nas lojas da Rosa Chá.

Glória Coelho - Decidida a iniciar a parceria com a Melissa, Glória acha que todos os modelos já criados para suas coleções podem ser confeccionados também com o material plástico. A sandália que saiu dessa parceria já é marca registrada em alguns desfiles da estilista, e une o antigo e o contemporâneo criando um modelo confortável, feminino e ousado, e chamado segundo a própria Glória, de mitológica.

Romero Britto - Os modelos de Romero Britto foram lançados na São Paulo Fashion Week, quando a Melissa participou pela primeira vez no evento. Lançou três modelos da sandália: o modelo clássico aranha com bico quadrado e estampas na palmilha, tamanco plataforma com estampas no salto e o chinelinho de dedo e estampa na palmilha, além de uma bolsa em forma de coração e um chaveiro para acompanhar a coleção.

Thais Gusmão - Thais Gusmão teve a inspiração no safári quando foi desenvolver a parceria com a sandália Melissa, com o uso das cores, estampas e costumes da África. Ela criou duas cartelas de cores que estão presentes tanto na Melissa como nas peças de sua coleção. Criou a cartela dia (branco, rosa, verde e azul claro) e a cartela noite (preto, mostarda, vermelho e verde esmeralda).

Irmãos Campana - Foram chamados para várias exposições e vários fabricantes, como a Edra da Itália, começaram a confeccionar as suas peças. Atualmente, criam artigos como móveis, luminárias, jóias, tapetes, almofadas e vasos; além de já terem o seu sobrenome associado à roupas e calçados. Em 2004, lançaram a Coleção Melissa+Campana, duas sandálias e uma bolsa,

inspiradas na Linha de moveis Zig Zag. Na coleção 2005/2006, inspirados na cadeira de madeira “Favela”, repetiram a dobradinha com a Melissa, lançando a Sandália Melissa Carioca.

Judy Blame - No Brasil já fez dobradinhas com M. Officer, Alexandre Herchcovitch, Reinaldo Lourenço e Melissa e diz que acha a moda brasileira vibrante e em crescimento. Primeiramente, a parceria com a Melissa surgiu com customização do modelo Scarfun Boots, feita por Alexandre Herchcovitch, usando correntes e pingentes, sendo disponíveis apenas 50 pares. Depois customizou a Melissa com botões e criou sandálias com o uso de coroas.

Projeto ST3 Girls Gallery

A Melissa criou junto com a coleção Inverno 2006 o tênis ST3 Gallery, criado especialmente para ser ilustrado por meninas artistas. Foram convocadas cinco artistas de diferentes capitais do Brasil para criarem ilustrações inspiradas em suas cidades. Além disso, a Melissa resolveu criar um artista para selecionar a sexta artista.

Jana Joana é de São Paulo e iniciou seus trabalhos artísticos em 1998. Muralista e artista plástica, desenvolve uma obra influenciada pela cultura brasileira e realiza trabalhos tais como litogravura, murais artísticos, cenografia para teatro, e exposições. Une temas variados e lúdicos às vivências urbanas do seu cotidiano como o graffiti.

Gisele Arruda é carioca formada em designer pela UFRJ e sempre gostou de inventar coisas. Atualmente ela trabalha com vídeos e mídia no conteúdo de uma programação esportiva na TV. Apesar de trabalhar bastante, ainda tem tempo para as ilustrações e a arte urbana, trabalhando com stencil, lambes e adesivos.

Patrícia Bagniewski é de Brasília e formada em Artes Plásticas pela Universidade de Brasília. Explora técnicas de pintura, desenho, vidro, bordado, escultura, instalação, e design gráfico para produzir trabalhos de caráter pop inspirados na cultura de massa.

Elaine é de Recife e pinta há aproximadamente cinco anos. Começou a grafitar depois de conhecer o movimento hip-hop de Recife e de aprender as técnicas da arte de rua com os grafiteiros de Pernambuco.

Carla Barth é uma ilustradora gaúcha conhecida por seu trabalho inspirado em animes e mangas japoneses. Especializada em intervenções urbanas, Carla tem paixão por estranhas criaturas. São animais que misturam características animais e imaginárias, ilustrados em preto e branco ou em cores variadas.

A escolhida pelo público, Alessandra Gomes, de Recife, é formada em artes plásticas e atualmente trabalha com arte-educação, ilustrações e design gráfico. Já criou personagens para mídias diversas como fanzines, livros, confecções, etc..

Suas inspirações têm várias fontes, incluindo histórias em quadrinhos, o mágico universo infantil e o design em si.

Galeria Melissa

A Galeria Melissa é uma megaloja da marca dos irmãos Grendene e localiza-se na Rua Oscar Freire. É percebida por todo mundo por ter uma entrada recuada em forma de “u”. As paredes da faixada são coloridas e podem ser mudadas de coleção para coleção por serem feitas com um material adesivo.

É um espaço divertido e que foi projetado pelo designer carioca Muti Randolph. No interior da Galeria, as sandálias parecem flutuar por estarem expostas em bolas de acrílico em formato de gota que saem do teto.

Além das sandálias também estão à venda produtos feitos especialmente para a Melissa e livros de design. No fundo da loja um aconchegante jardim decorado com cactos de fibra de vidro vai abrigar um lounge-café onde os clientes poderão relaxar e passar a tarde sem pressa, consultando revistas de moda e livros de design.

Daniela Zylbersztajn – A designer desenvolveu uma coleção de bolsas de náilon e tecidos coloridos.

Amonstro – As estilistas Lívia Torres e Helena Pimenta criaram três estampas para camisetas de tecidos leves, além de chaveiros em forma de bicho, feitos de tecido e estampados com as letras que formam a palavra Melissa.

Alexandre Herchcovitch – O estilista criou uma coleção de camisetas exclusivas que mostram a sua visão sobre o mundo Melissa.

OVO Design – Luciana Martins e Gerson Oliveira criaram objetos para casa. São coloridos e divertidos, como as caixas de acrílico que se encaixam em

outras maiores e que servem para guardar bijoutherias, fotos e quinquilharias em geral.

Estúdio Xingu – Os designer Victor Corrêa e Zeca Gerace criaram a coleção Festa em Haraju (referência a um bairro de Tóquio). A coleção apresenta pulseiras brilhantes e colares de bolas coloridas.

Thais Losso – A estilista criou camisetas onde as sandálias saem dos pés para estampar as *t-shirts* coloridas, delicadas e frescas.

As sandálias Melissa, primeiramente no alcance apenas dos brasileiros, agora está invadindo lojas pelo mundo todo, devido ao seu design e inovação nos calçados feitos de PVC. Além da estética e conforto que esse material proporciona aos calçados, o seu preço também o torna atraente. Ainda há muito que ser explorado na indústria de calçados de PVC, mesmo que a participação desse material na produção total de calçados seja de 30% a 40%. O sucesso das sandálias Melissa, com a inovação no calçado, fez com que outras marcas aderissem o PVC para a produção de acessórios. A parceria com estilistas, artistas e designer deu muito certo e não tem previsão para deixar de lado das produções e projetos da Melissa.

Referências Bibliográficas

<http://www.institutodopvc.org/pvc.htm>

<http://www.pinturaemtela.com.br/>

<http://moda.uol.com.br/estilistas/>

<http://www.correiodabahia.com.br/2005/>

<http://www.couromoda.com/noticias/>

<http://almanaque.folha.uol.com.br>

<http://www.melissa.com.br/>

<http://www.presscode.com.br/>

<http://www.thaisgusmao.com/home/flash.html>

Revista Vogue especial Melissa 25 anos

Projeto BrazilianArtV. Editora JC, São Paulo, 2004