OVOS FABERGÉ: ícones do luxo inspiram coleção de moda

Ronivia Ferreira da Silva[1]

Angélica de Amorim Romacheli[2]

RESUMO

Este artigo apresenta o processo de concepção e desenvolvimento de uma coleção de moda voltada para o público feminino, desenvolvido ao término do curso de graduação em Design de Moda. Discute-se formas e conceitos que buscam retratar por meio de sua configuração o movimento artístico *Art Nouveau.* O movimento revelava grande ênfase decorativa, era rico em formas sinuosas, em especial as da natureza, apresentava movimento visual, fluidez e grande riqueza no uso das cores. Para a concepção da coleção utilizou-se como referência os “ovos *Fabergé*” - objetos de joalheria, fabricados em metais e pedras preciosos a pedido do *czar* russo como presente de Páscoa para sua esposa. Na coleção objetivou-se a transposição de significados para as roupas, considerando as funções do design. Foram realizadas pesquisas no âmbito da teoria da percepção, a partir de imagens. Analisou-se o maquinário, tecidos, aviamentos, ergonomia, custos e alternativas para a produção. O primeiro bloco denominado “As surpresas de *Fabergé*” utiliza-se das cores verde, laranja e amarelo, recorre a tecidos bordados, formas ovais e silhueta em s. Faz uso de tecidos mais estruturados para dar volumes as peças. No segundo bloco denominado “Delicadeza” busca-se a ideia de feminilidade, com tecidos fluidos, transparência, repetições, babados, exagero no laço e recortes Finaliza-se com o terceiro bloco “Ornamentos” que busca uma atmosfera de encantamento com o uso de azul, cinza e vermelho em tecidos leves. As peças são mais juvenis, alegres e irreverentes.

PALAVRAS-CHAVE: Coleção de Moda; *Art Nouveau*; Ovos *Fabergé*

ABSTRACT

This article presents the process of designing and developing a fashion collection aimed at the female audience, developed at the end of the graduation course in Fashion Design. It discusses forms and concepts that seek to portray the *Art Nouveau* movement through its configuration. The movement revealed great decorative emphasis, was rich in sinuous forms, especially those of nature, presented visual movement, fluidity and great wealth in the use of colors. For the design of the collection was used as reference the "*Fabergé* eggs" - objects of jewelry, made of metals and precious stones at the request of the Russian czar as an Easter present for his wife. In the collection the aim was to transpose meanings to the clothes, considering the functions of the design. Research was done on the theory of perception, based on images. We analyzed the machinery, fabrics, fixtures, ergonomics, costs and alternatives for production. The first block called "The surprises of *Fabergé*" uses the colors green, orange and yellow, it uses embroidered fabrics, oval shapes and silhouettes in s. It makes use of more structured fabrics to give volumes to the pieces.

---

[1] Concluinte do curso de Design de Moda Universo campus Goiânia 2017-1.

[2] Professora do curso de Design de Moda Universo campus Goiânia desde 2008. Arquiteta e Urbanista, doutoranda em Arquitetura e Urbanismo no Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo da USP.

In the second block called "*Delicacy*" the idea of femininity is sought, with fluid fabrics, transparency, repetitions, frills, exaggeration in the lace and cutouts. It finishes with the third block "Ornaments" that looks for an atmosphere of enchantment with the use of blue, gray and red in light fabrics. The pieces are more youthful, cheerful and irreverent.

KEY WORDS: Fashion Collection; *Art Nouveau*; *Fabergé* Eggs

INTRODUÇÃO

O presente artigo apresenta o processo de desenvolvimento de um projeto de coleção de moda, que se apropria de um dos temas mais ricos da história da arte e do Design – o movimento *Art Nouveau*. Nas décadas finais do século XIX e nos anos que antecederam a Primeira Guerra Mundial, a Europa gozou de tempos de prosperidade e modernidade sem precedentes. O *Art Nouveau* surgiu na época como um imaginativo movimento artístico.

O Art Nouveau foi um fenômeno tipicamente urbano que nasceu nas grandes capitais europeias e depois se difundiu para o interior. Se propagou como uma verdadeira moda. As novas tecnologias de transporte e comunicação permitiu que seu repertório chegasse a todo o mundo através de revistas de arte e de moda, da publicidade e do comércio, das grandes exposições mundiais e dos espetáculos.

O termo deriva do nome da loja do negociante de arte *Samuel Bing, L'Art Nouveau* inaugurada em Paris, em 1895. Embora o movimento tenha sido mais popular na Europa, teve uma influência global. Houveram diversas variantes como o *Jungendstil* da Alemanha, a secessão austríaca e o *Stile Liberty* da Itália, cada uma com um repertório próprio. Impactou desde a arquitetura, as artes decorativas, o design, as artes gráficas, o mobiliário até a moda. Tambini afirma:

> Seu estilo fluido, orgânico, é facilmente reconhecível. Sua característica dominante é a curva em forma de correia de chicote que influencia tanto a forma quanto a decoração superficial do objeto. A fluidez orgânica era inspirada pela natureza, sobretudo vegetal. Há também algumas referências a tradições antigas". (TAMBINI, 2004, p. 11).

A ênfase na decoração fez com que o *Art Nouveau* tivesse grande impacto sobre as chamadas artes decorativas. São desse período as belas peças de vidro de *Louis Comfort Tiffany* e *René Lalique*, as entradas em ferro e vidro das estações parisienses de metrô de *Hector Guimard* e os cartazes de teatro de *Mucha*. "O *Art Nouveau* foi uma tentativa planejada de criar um estilo internacional moderno baseado na decoração. Caracterizou-se por linhas fluentes altamente estilizadas e por motivos orgânicos inspirados em plantas". (GRAHAN- DIXON, 2008, p. 384)

A produção de jóias no estilo A*rt Nouveau* é particularmente interessante, destacam-se a atuação de *René Lalique e Peter Carl Fabergé*. *Peter Carl Fabergé*

(São Petersburgo 1846 – Lausanne 1920) era filho de um já reconhecido joalheiro de origem francesa. Se aperfeiçoou em joalheria em São Petersburgo, *Frankfurt* e *Dresden* e realizou viagens a Paris e Londres que o influenciaram fortemente. Produziu jóias de grande qualidade numa enorme variedade de materiais. Teve influências da realeza francesa, depois na Renascença italiana e da arte russa.

Ganhou grande notoriedade em 1885 quando contratado pelo czar *Alexandre III*, produziu um pequeno ovo para presentear a imperatriz *Maria Feodorovna*. *Fabergé* expandiu seus negócios e às duas lojas iniciais em São Petersburgo e Moscou (onde também tinha oficinas para treinamento de artesãos) acrescentou as de Odessa, Londres, Paris, Cannes, Roma e Kiev. Estima-se que os ateliês de *Fabergé* tenham produzido cerca de 150 mil peças, adquiridas por clientes de todo o mundo. O nome *Fabergé* entretanto continua ainda hoje fortemente vinculado à série de ovos de Páscoa excepcionais produzidos para a família imperial russa entre 1885 e 1917.

Imagem 1: À esquerda *Porte Dauphine,* uma das entradas do metrô de Paris, inaugurada em 1900, que notabilizou o trabalho de *Hector Guimard*. À direita, pôster para uma peça de teatro estrelada por *Sarah Bernhardt* em Paris em 1894, de autoria de Alfons Mucha. Fontes: https://www.google.com.br/search?q=estacion+del+metro+de+la+porte+dauphine&tbm e https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/736x/ab/21/b8/ab21b843da55cbe4792516b7c85c05d1.jpg

Presentear com ovos é uma tradição russa de longa data. Na Rússia czarista as pessoas se presenteavam com ovos naturais pintados, ovos de madeira, de pedra alguns com decoração esmerada, costume que perdura ainda hoje.

> Presentear com ovos é um gesto que tem origem em tradições pagãs muito anteriores a Páscoa cristã. Ovos eram dados de presente no equinócio de primavera no hemisfério norte para marcar o fim do inverno, o início da primavera e o renascimento da natureza em todo seu esplendor. Daí para serem adotados na Páscoa foi um pulo, já que nela se comemora uma ressurreição. (Passos, 2017, p 1)

O pequeno ovo ofertado à czarina aparentemente não tinha nada de extraordinário. Por fora uma superfície de esmalte branco simulava uma casca de ovo. Ao ser aberto, entretanto descobria-se em seu interior um outro ovo de ouro puro como se fosse a gema e dentro uma galinha esculpida em ouro de quatro tonalidades diferentes e olhos de rubi. A galinha portava uma réplica da coroa imperial em diamantes (a coroa se perdeu). A imperatriz ficou encantada, o czar nomeou *Fabergé* joalheiro oficial da corte e passou a encomendar ovos anualmente para sua esposa.

Imagem 1: Ovos Coroação de 1897 (com a carruagem usada na coroação de Nicolau II) e Lírios do Vale de 1898 (com retratos de Nicolau II e das princesas Olga e Tatiana). Fonte: http://www.anapassos.art.br/blog/memoria-espelho-debret-e-os-ovos-faberge/

A czarina foi presenteada com os ovos enquanto o czar esteve vivo. Mais tarde, quando assumiu *Nicolau II* filho do casal, este passou a encomendar dois ovos anuais.

Um para sua esposa *Alexandra Fedorovna* e um para sua mãe Maria. A produção dos ovos cessou abruptamente em 1917 com o advento da Revolução Russa. O tesouro real foi levado para os cofres do novo estado russo, uma parte foi saqueada e algumas peças foram extraviadas. Os ovos *Fabergé* passaram a corporificar todo o luxo e esbanjamento em que vivia a família imperial e sua história passou a se envolver de uma aura de mistério e fascínio.

Cada ovo *Fabergé* era único. Sua concepção às vezes se baseava em temas familiares, outras vezes se referia a eventos da vida cívica. Diversos membros da equipe de *Fabergé* se dedicavam à sua confecção que demorava um longo tempo. Cada ovo continha uma surpresa, que deveria ser descoberta apenas quando a presenteada o abrisse. O ovo era admirado por toda a Corte, sendo objeto de desejo generalizado. Mais tarde *Fabergé* recebeu encomendas de famílias abastadas para a confecção de ovos semelhantes aos dedicados à família imperial russa.

> [Eram] sempre peças únicas, trazendo surpresas diminutas em seu interior: um elefante de mármore, uma carruagem de ouro, molduras com fotografias da família e outros mimos preciosos, inspirados num tema escolhido especialmente para a homenageada. Cada presente era, pois, uma demonstração de vínculo emocional e conhecimento sobre as preferências da escolhida para recebê-lo. (MORAES, 2015, p 10)

Ainda hoje alguns ovos permanecem desaparecidos. A última peça a ser encontrada foi adquirida por US$ 14 mil dólares por um comerciante norte-americano e quase foi fundida. Depois foi levada a mãos de especialistas que a avaliaram e então foi vendida pela cifra de US$ 20 milhões de dólares num leilão.

As peças *Fabergé* apresentam um planejamento matemático geométrico, embora utilize-se de formas orgânicas. Apresenta profusão de pequenos detalhes redundantes e sequenciais. Destaca-se a harmonia por ordem e por regularidade. Nota-se também uma continuidade formal, descrevendo a preferência pelos contornos contínuos. As linhas curvas ou diagonais conferem uma sensação de movimento, à peça. A cor é sempre elemento de grande relevância, pode-se observar desde o dourado do ouro, ao multicolorido de pedras preciosas e elaborados recursos de esmaltagem.

A COLEÇÃO

O estudo da produção do *Art Nouveau* com sua riqueza ornamental, a variedade de materiais, o ar de erotismo e feminilidade e a sinuosidade, aliados ao mistério e à surpresa vindos dos ovos *Fabergé*, além do variado colorido e de sua forma marcante possibilita a formação de um repertório de grande riqueza para o design. Vários destes elementos podem ser transpostos de maneira interessante para uma coleção de moda.

Foram criados dezoito looks divididos em três blocos. Em cada bloco foi criado um *look* conceito e cinco comerciais. Abaixo serão descritos os três *looks* comerciais. O desenvolvimento da coleção teve o cuidado de ser direcionado à um público determinado. O público-alvo definido é ousado e fashionista. As peças criadas visam atender diversas ocasiões, gostos e personalidades.

Para estruturar a coleção partiu de um elemento relevante. Este elemento que está presente nos três looks conceituais é a ideia do inesperado, vinda do elemento surpresa dos ovos *Fabergé*. Estes looks foram pensados de forma que pudessem reproduzir este elemento. A estratégia encontrada foi a produção de *looks* sobrepostos, em que a peça externa permite entrever a interna, mas não a revela completamente. A peça interna entretanto uma vez usada isoladamente é uma peça completa e autônoma.

Outro elemento relevante trabalhado especificamente no *look* construído foi a forma bojuda do ovo. Este elemento foi utilizado na saia. Para conseguir representar este elemento foi escolhido um tecido estruturado e utilizadas camadas sobrepostas. Essa saia que apresenta uma usabilidade restrita pode ser retirada, o que dá mais versatilidade ao *look*.

Numa referência tanto aos ovos quanto ao Art Nouveau, acrescentou-se ainda o “feito a mão” e a referência a elementos naturalistas. Para isso várias peças apresentam elaborados bordados manuais que dão a cada peça um caráter único.

O *look* construído é uma espécie de “dois em um”. Um vestido casual ao qual se pode sobrepor uma saia conceitual, com um volume ousado, que faz referência à forma do ovo. Nas costas há um arremate com um laço exagerado que remete aos requintes decorativos dos ovos. “A ousadia é por sua própria natureza, uma técnica visual óbvia. Deve ser utilizada pelo designer com audácia, segurança e confiança, uma vez que seu objetivo é obter a máxima visibilidade” (DONDIS, p. 150)

A assimetria também muito presente no A aparece no decote e no detalhe nas costas do vestido. Essa assimetria também confere à peça um ar contemporâneo. As mangas longas dão um ar de recato e feminilidade. Um elaborado bordado assimétrico decora o decote e uma das mangas conferindo riqueza visual e requinte. O tom rosado dá leveza e feminilidade ao look. Os bordados são elaborados em cores frias, abundantes nas jóias do período de referência.

Criar algo casual e ao mesmo tempo instigante, foi o desafio desse look. O uso da saia de silhueta marcante tornou o *look* mais conceitual, na tentativa de criar uma interessante ligação com a temática trabalhada. Entretanto o mesmo modelo pode ganhar boa usabilidade – bastando retirar a saia “conceito”. O resultado é um vestido feminino e sensual com formas delicadas.

Imagem 02 – Look Construído
Fonte: Arquivo da autora (2017)

O segundo *look* também é composto de duas peças. Trata-se de um *body* de poliamida preta inteiramente bordado com pedrarias douradas, sobreposto por uma

capa de seda longa e estampada. O elaborado bordado em pedraria confere um ar luxuoso ao look. A capa, confeccionada em tecido fluido, tem poucos aviamentos, apenas a linha de costura e dois colchetes de alfaiataria, usados para o fechamento no pescoço. A capa vai até os joelhos escondendo parcialmente o corpo, que se revela na medida em que se movimenta. Erotismo e refinamento tão presentes no movimento, estão também presentes no look.

O terceiro *look* repete ainda a ideia das duas peças, trazendo novamente o elemento surpresa. Novamente uma peça ousada deixa revela o corpo e a outra o encobre parcialmente. A primeira peça é uma *hot pant* modelada em tecido encorpado e bordada em pedraria. A segunda peça é um colete longo semelhante a um vestido, bem estruturado. A peça longa, mas aberta, deixa aparente a *hot pant*. As cores desse bloco são tons de azul e laranja iluminados, os tecidos são rígidos e estruturados; as formas ovais continuam sendo usadas, nas estampas e bordados. O bloco é rico em detalhes, as mangas chamam atenção.

Imagem 03 - Looks representantes da coleção

Fonte: Arquivo da autora (2017)

CONCLUSÃO

O objetivo desse trabalho foi criar um produto de moda que trabalhasse o tema escolhido de maneira instigante e interessante, buscando uma reflexão sobre o tema proposto, o público alvo, a estação e o estilo próprio da designer. O intuito é que ao observar a coleção fosse possível perceber as questões conceituais, além de fazer o público refletir a respeito de cada peça, através de sua narrativa.

Elaborada a partir do estudo do *Art Nouveau*, com ênfase nos ovos *Fabergé* buscou-se transpor características formais e semânticas para a linguagem de moda. A partir dessas análises foi possível a construção de uma linguagem não verbal, as próprias peças de roupa, transmitem, alegria, vivacidade e feminilidade para a imagem da mulher de hoje.

Em nossa cultura, os símbolos estão impregnados de significados e o tema abordado aqui, possui constantes representações sígnicas que foram representadas através de superfícies compostas por formas em s, curvas sinuosas, arabescos, temáticas da natureza, cores suaves como o rosa seco, amarelo, verde, também buscados na natureza.

Compreende-se que esta comunicação, está ligada a fatores semânticos, simbólicos e estéticos do produto e inserida no processo de moda, estabelecendo uma relação com o consumidor. O uso de silhueta, de cores, das curvas e dos volumes nos remete um ar de mulher feminina, formas exuberantes e de grande apelo emocional. Todos esses elementos foram usados de forma planejada para transmitir o conceito proposto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GRAHAM-DIXON, Andrew (org). **ARTE.** O guia visual definitivo: da Pré-História ao século XXI. São Paulo, Publifolha, 2011.

TAMBINI, Michael. **O design do século**: O livro definitivo do design do século XX. São Paulo. Ática, 2004.

MORAES, Rosana de. **Luxo genuíno**: a história dos verdadeiros ovos Fabergé. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/luxo-genuino-a-historia-dos-verdadeiros-ovos-faberge/85151/ Acesso em: 16 de outubro de 2016

PASSOS, Ana. **Memória, espelho, Debret e os ovos Fabergé**. Disponível em: <http://www.anapassos.art.br/blog/memoria-espelho-debret-e-os-ovos-faberge/> Acesso em: 16 de outubro de 2016

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual.** Martins Fontes: São Paulo, 2007.