

Glamour para festejar

Mood disco, anos 70 e 80 e muito brilho. Nova coleção de Sheila Morais pretende trazer alegria e fluidez nos acessórios. Designer também investe na experiência de compra do lojista

A designer de joias Sheila de Moraes, proprietária da marca homônima, bateu um papo com a influencer digital Anna Magalhães sobre a história de seu trabalho e o seu relacionamento de 10 anos com o Minas Trend. A marca saiu do interior do Rio Grande do Norte e hoje tem várias franquias espalhadas pelo Brasil, além de vendas em lojas multimarcas. Ela conta que todo o processo da Sheila Morais é trabalhado internamente, desde o desenho até a fundição e esmaltação. São 40 mulheres envolvidas em todas as etapas de fabricação.

A coleção que Sheila trouxe para a 27ª edição o Minas Trend está em total consonância com os produtos disponibilizados pelas diversas marcas que estão expondo no evento: a alegria. “A minha intenção com essa coleção é brilhar e iluminar. É importante destacar que são coisas diferentes: brilhar todo mundo quer, é o brilho individual. O iluminar é para os outros. Iluminar é mais importante do que brilhar”, filosofa.

Baila Comigo é o nome escolhido para a coleção pela forte inspiração nas décadas de 70 e 80, nas discotecas, nas cortinas de veludo e no translúcido. Ela fez questão de desconstruir os conjuntinhos de acessórios: a coleção toda conversa entre si e a compradora não precisa necessariamente usar o conjunto da mesma família, já que todos os produtos da coleção combinam entre si, de maneiras diferentes. “Sempre fiz questão de estar à frente porque eu acredito no empoderamento feminino através dos vestuários e dos acessórios. A Baila Comigo foi inspirada em uma época irreverente, que buscava a liberdade, o fluido”, detalha.

O uso de fios já é uma característica da marca, para trazer sempre uma fluidez aos produtos, assim como os acessórios mais arredondados e orgânicos. No entanto, Sheila falou que a nova coleção será diferenciada, com o uso até mesmo ‘argolas quadradas’. “O fluido vai ficar por conta das imitações de pedras translúcidas, feitas internamente. Como fazemos a esmaltação no nosso processo de fabricação, são feitas muitas alquimias, então tento fazer sempre algo novo. A gente não pode ter medo do novo”, explica.

E parece que Sheila realmente não tem medo de inovar. Ela conta que nasceu em um ambiente de arte e música, na época da Tropicália, então cresceu em uma atmosfera regada por música e ritmos que sempre remeteram à liberdade e ao movimento. Por isso, ela quer levar essa experiência de inovação também para seus clientes, desde a cor do stand até os drinks a serem servidos no local. “Tem 19 edições que eu uso o bege e o branco no stand e esse ano fizemos roxo. Isso foi inovador para mim. Trouxe também um bartender para servir drinks para as minhas clientes, mas queria que elas tomassem em determinada taça, desenhada por mim. Isso é criar experiência para elas”, explica.

Ela explica que hoje, além de tudo ser instagramável, a experiência mostra ao lojista como explicar o produto para o cliente, facilitar a disposição no display, ensinar como utilizar e como vender os acessórios. “Hoje as pessoas não buscam apenas pelo produto, mas por informação e com os acessórios não é diferente. O acessório transmite a personalidade. Quem gosta do menorzinho tem uma característica, quem gosta do extravagante tem outras”, pondera.

Para ela, Minas Gerais é um polo de moda e há um forte turismo de moda no estado, então as pessoas viajam também para comprar a experiência. “Lá no Rio Grande do Norte não tem um núcleo tão forte quanto em Belo Horizonte, mas agora estamos conseguindo movimentar mais coisas relacionadas à moda. Fico muito feliz em ver esse crescimento”, comemora.