A Técnica de Exploração do Processo Criativo 635 aplicada ao Design de Moda

Tatiana Laschuk; Mestre;
Centro Universitário Ritter dos Reis; tlaschuk@gmail.com

Palavras-chaves: Metodologia; Design de Moda; Processo Criativo;
Keywords: Metodology, Fashion Design, Creative Process.

Resumo

Este trabalho desenvolvido em sala de aula trata de agregar à metodologia de projetual de design de moda técnicas de exploração do processo criativo que geralmente são utilizadas no processo projetual de design de produto. O método criado foi adaptado para o design de moda e tem como objetivo fazer um trabalho de redesign em um grupo de peças descartadas na fase da análise de coleção.

Abstract

The use of methodologies for the development of fashion collections is a common practice at fashion universities and companies. This work which was developed in classroom adds to the fashion design project methodologies, techniques for exploring the creative process that are generally used in the design process of product design, and that in the case of this work, it was used the method 635. This creative method generation used for product design methodologies was adapted for fashion design and aims to make the redesign of clothings which were discarded at the analysis stage of the collection, and should suffer from this technique, modifications in order to harmonize these discarded clothings according to the concept of development collection.

1. Introdução

A utilização de metodologias para o desenvolvimento de coleção é de certa forma comum dentro do ambiente profissional e acadêmico no design de moda. Dentro de confecções, esta metodologia é feita de forma informal, sendo que os métodos variam de empresa para empresa, podendo sofrer variações na seqüência do processo e nos

prazos, e tendem a se adaptar e atualizar às novas condições de trabalho que surgem a cada nova tecnologia ou processo que é inserido na fase de desenvolvimento da cadeia produtiva. Na área acadêmica a metodologia de desenvolvimento é geralmente incluída nas disciplinas de projeto ou de desenvolvimento de coleção, e variam segundo a complexidade dos projetos, porém a ordem do processo de criação é praticamente a mesma, iniciando pela fase de pesquisa de tema, com *moodboard*, definição de público-alvo, pesquisa de tendências, definição de cartela de cores, criação da coleção, escolha de tecidos e aviamentos, desenvolvimento da modelagem e pilotagem das peças.

2. Metodologia de Design de Moda X Produto

Quando comparamos metodologias de design de moda, com as de produto, verificamos que a prática metodológica na área da moda, se distancia de métodos do design de produto, por estar freqüentemente associada com o desenvolvimento de produtos efêmeros e por isso, muitas vezes entende-se que não seja necessária uma metodologia projetual aprofundada, principalmente no que concerne a área da pesquisa. Munari determina áreas em que há intervenções de design de produto no vestuário, como o vestuário esportivo e para trabalho, onde o que predominam são os fatores funcionais acima dos estéticos (MUNARI, 1998). Isso significa que neste tipo de vestuário caberia a utilização de metodologias de design de produto, pois estes produtos exigem uma pesquisa mais aprofundada que no design de moda convencional, onde a reciclagem de conceitos e estilos é mais forte que a inovação, e priorizam-se na essência valores estéticos e não tanto funcionais.

Apesar de existir a separação entre o vestuário casual e funcional, não significa que design e moda estejam distantes. Pelo contrário, constata-se que moda e design estão cada vez mais íntimos. A moda está cada vez mais inserida no design de produtos e o inverso também se verifica. O primeiro está relacionado à sazonalidade e à estética dos produtos. Enquanto o segundo descreve o projeto, elaboração e concepção de um produto orientado por um objetivo, a procura pela solução de um problema. A partir da junção destes dois conceitos, surge o conceito de design de moda, onde o processo se identifica como peça chave na habilidade de planejar e inovar. (BEST, 2008; ZHANG, 2004).

O design de produtos utiliza metodologias projetuais específicas, disseminadas por diversos autores, como Munari, Bonsiepe, Bomfim, Baxter, entre

outros. Tais metodologias de design de produtos se diferenciam das utilizadas no design de moda, visto que as utilizadas em design de moda, menos aprofundadas, são adaptadas às necessidades de criação dentro do campo do vestuário e auxiliam os designers de moda no processo de desenvolvimento de uma coleção, e devem ainda questionar todos os fatores que definem a problemática de uma vestimenta: ambientais, culturais, funcionais, simbólicos, além dos fatores meramente visuais: texturas, materias, cores e padrões. (FIORINI, 2008)

Em um estudo recente, Anne Anicet realizou um estudo sobre diferentes tipos de metodologia de criação utilizadas por designers de Portugal e Brasil e desenvolveu uma metodologia de criação de produtos de moda. A pesquisadora salienta: “não existe uma metodologia que seja padrão para todos os criadores de moda, pois o processo de criação não é linear, mas sim um processo mais ou menos cíclico e interativo em que umas etapas condicionam as outras.” (ANICET, 2009). Porém em grande parte, a metodologia projetual utilizada no design de moda, é definida pelo processo de criação individual ou em grupo que nasce mais freqüentemente da inspiração para um visual geral do que da idéia para uma peça individual.

O processo de desenvolvimento de coleção geralmente é desenvolvido da seguinte forma: a partir da inspiração, o designer de moda começa a fazer relações do tema escolhido com o vestuário a ser criado, montando o *moodboard* com imagens relacionadas ao tema, peças de vestuário de coleções anteriores, pesquisas em *bureaux de style,* pesquisa de materiais, tecidos e tendências. As pesquisas de mercado e de tendências normalmente ocorrem nas feiras têxteis que dão os prognósticos necessários à criação (JONES, 2005; FITZGERALD e GRANDON, 2009). Com a pesquisa bem fundamentada, inicia-se o processo de criação que se dá através do desenvolvimento de croquis, e que deve levar em consideração um mix de produtos equilibrados e um conceito de unidade para a coleção.

3. A fase de Análise da Coleção

Posterior a fase de desenvolvimento, a coleção passa pela etapa de confecção de amostras, e a seguir, segue ao processo de análise, e de seleção das peças, que conta com a participação dos chefes de sessão do departamento comercial: de estilo, marketing e vendas (ARAÚJO, 1996). Nesta fase de análise as peças que

foram consideradas satisfatórias continuam na coleção, e aquelas que ficaram fora do conceito da coleção devem ser descartadas ou modificadas.

O processo de desenvolvimento de coleção dentro do ensino de moda se assemelha ao processo de desenvolvimento de produtos utilizados a nível profissional dentro das empresas de vestuário, de forma a colocar o aluno o mais próximo possível da realidade de mercado. Porém o processo profissional se distancia do acadêmico em relação ao foco no volume de vendas, e na distribuição do trabalho durante o processo, que trabalha com divisão de setores de forma interdisciplinar, enquanto que no processo acadêmico o trabalho é realizado de forma individual e a fase de criação é feita de forma mais livre, pois não possui compromisso direto com o mercado, trabalhando com mercado e público-alvo simbólicos.

Na fase conclusiva do processo de desenvolvimento de coleção no ensino, a fase de análise da coleção também é feita de forma semelhante ao desenvolvimento de coleções a nível profissional, porém ao invés da análise ser feita com a participação dos chefes de sessão de departamento comercial (estilo, marketing e vendas), a análise é feita pelo professor.

A chamada avaliação crítica é o momento em que os professores avaliam de forma objetiva e subjetiva a coleção, considerando se foram cumpridos os requisitos do projeto. A avaliação pode ser feita de várias formas, de forma individual e reservada, ou em grupo de professores, ou professor e colegas de classe. Os avaliadores procurarão ver nas soluções que forem apresentadas não só as respostas às questões do projeto, mas também questões como equilíbrio, harmonia, originalidade, detalhes e acabamentos, além do bom desenvolvimento de habilidades técnicas dentro da coleção (JONES, 2005).

4. O método 635

Em ambas as situações, a nível profissional e acadêmico, após a fase de análise existe a possibilidade de retrabalhar as peças que não foram descartadas de forma definitiva, a fim de recolocá-las dentro do conceito da coleção já desenvolvida. Nesta fase de refinamento da coleção, em uma tentativa de evolução das metodologias de design de moda, surge a idéia de adaptar o método 635 que usualmente é utilizado como técnica de exploração do processo criativo em metodologias de design de produto na fase de geração de idéias, para o processo de design de moda.

No desenvolvimento de um projeto de coleção, muitas vezes o designer se encontra diante destas situações em que os desenhos devem ser refeitos dentro de idéias e conceitos pré-determinados pelo conceito da coleção. As técnicas de exploração do processo criativo são fundamentadas em procedimentos empregados na heurística, como a combinação, a transformação e a associação, e podem ser classificadas em quatro grandes grupos. O método 635 se encaixa dentro do grupo de brainstorming, que se caracteriza pelo registro espontâneo de idéias em formulários e a troca dos mesmos entre os participantes (BONSIEPE, 1984).

O objetivo do método 635 é procurar soluções para problemas através de uma equipe interdisciplinar, que no caso do design de moda, se realizaria através da equipe de estilo dentro do setor de desenvolvimento. O significado do nome 635 é: 6 pessoas, 3 desenhos em 5 minutos. Este método consiste em formar um grupo de seis pessoas, cada um com uma folha tamanho A3. Esta folha possui uma divisão de três colunas e seis linhas, para a realização desta técnica, cada participante aponta num formulário três propostas em forma de esboço ou descrições verbais. Cada participante deve preencher uma linha em cinco minutos, ou seja, desenvolver três idéias, uma em cada espaço da linha. Passados os cinco minutos, a folha que estava sob domínio do participante anterior chega às mãos do colega seguinte, e assim sucessivamente, até que todas as linhas sejam preenchidas. O participante deve evoluir ou modificar a idéia que está inserida na linha desenvolvida pelo colega anterior, ou deve evoluir a sua idéia que foi desenvolvida na folha passada no tempo anterior, ou ainda o participante pode construir uma idéia/conceito totalmente nova, diferente do que já foi desenvolvido (BONSIEPE, 1984; BOMFIM, 1984).

A partir do método 635, foram feitas adaptações para que o mesmo fosse aplicado à prática do desenvolvimento de coleções de moda, em sua fase de conclusão. Utiliza-se então o método 635 para refazer ou refinar peças que ainda não estão prontas para entrarem em linha de produção, seja por falta ou excesso de detalhes, falta de harmonia de cores, desequilíbrio do *look* em relação a silhueta, e até mesmo a falta de conjunto da coleção que pode ser causada pelo deslocamento de algumas peças no contexto geral da coleção.

5. O método 635 no Desenvolvimento de Coleção

Este trabalho foi realizado na disciplina de Projeto de Moda I no Centro

Universitário Ritter dos Reis em Porto Alegre, e teve a seguinte preparação: a partir de uma micro coleção desenvolvida de forma individual com dez *looks*, um grupo de três alunos analisou a micro coleção de forma que se verificasse quais as peças não estavm de acordo com a coleção e que seriam redesenhadas e posteriormente recolocadas na coleção. O exercício seguiu a lógica da técnica 635, com três folhas de tamanho A4 na horizontal, com duas linhas, e quatro colunas ao invés de três, para que na primeira coluna fossem desenhadas as peças originais, e o redesenho fosse feito nas três colunas ao lado (fig. 1a). (uma coluna já está preenchida com uma peça, e as outras três colunas a serem preenchidas com variações evoluídas da peça desenhada na primeira).

A parte prática do exercício é iniciada da seguinte forma: cada indivíduo recebe uma folha e tem 3 minutos para redesenhar a peça da primeira coluna (fig. 1b). Passados os três minutos a folha passa para o próximo indivíduo que redesenha a peça. Nos seguintes três minutos, a folha passa novamente adiante e o último desenho da primeira coluna das três folhas é feito, sendo que o indivíduo tem a opção de fazer o redesenho a partir da idéia original, ou tomar como base os dois desenhos feitos pelo colega anterior. Ao fim desta primeira linha, segue-se para o redesenho das peças da segunda linha. O exercício termina quando as duas linhas de cada folha forem preenchidas com três variações de desenho por linha.

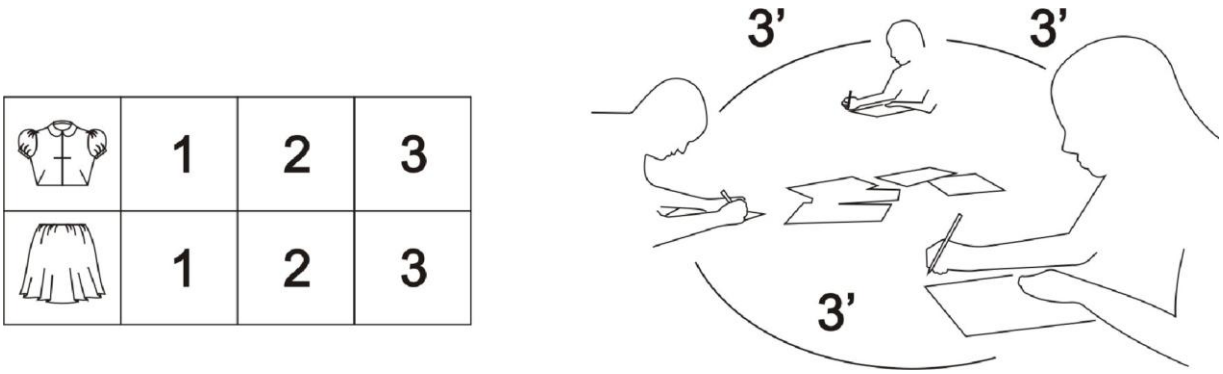

Fig. 1 – Processo de desenvolvimento do método 339.

Ao fim do exercício temos: seis peças redesenhadas, com três diferentes formas, realizado em um tempo de 18 minutos sem considerar o tempo de troca das folhas entre os indivíduos do grupo. Partindo do conceito do nome 635, o exercício passa a se chamar 339: 3 integrantes, 3 desenhos em 9 minutos.

Prof. Mestre Tatiana Laschuk
Mestre em Design e Marketing Têxtil na Universidade do Minho
Professora do Centro Universitário Ritter dos Reis

6. A escolha das peças e a recolocação das mesmas na coleção

Após ter-se realizado o exercício, o grupo se reúne novamente para a partir dos desenhos feitos pelos três integrantes do grupo, para escolher entre os três desenhos de cada peça o que melhor se adeque à proposta original da coleção, fazendo modificações no look anterior dentro da proposta feita em grupo (fig. 2).

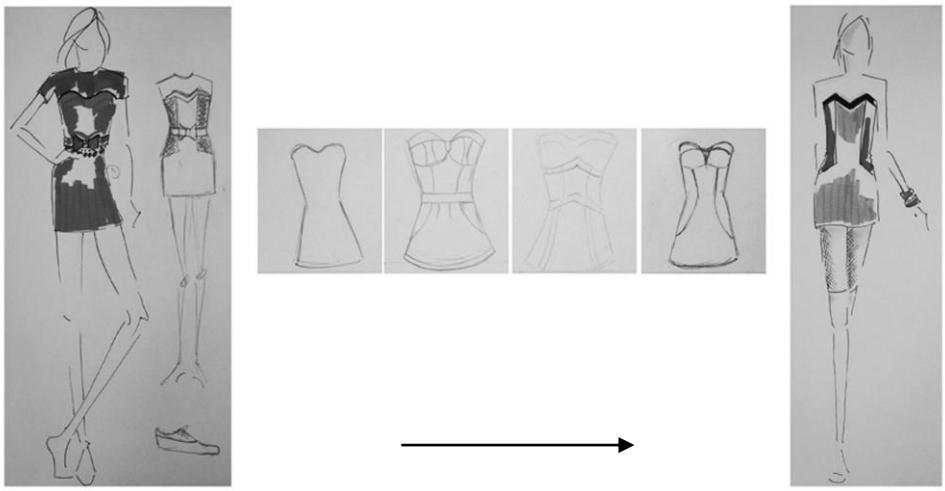

Figura 2 – Processo de evolução de um look desenvolvido.

O mesmo processo da figura 2 é repetido com as outras peças, sendo que é possível ainda fazer modificações em cima das peças que não entraram no exercício prático, mas que por influência do exercício, podem sugerir modificações a outras peças inclusive. A figura 3 mostra na primeira linha de looks os que foram desenvolvidos no processo inicial de desenvolvimento da coleção e os que foram redesenhados a partir do redesenho das peças através do método 339.

Prof. Mestre Tatiana Laschuk
Mestre em Design e Marketing Têxtil na Universidade do Minho
Professora do Centro Universitário Ritter dos Reis

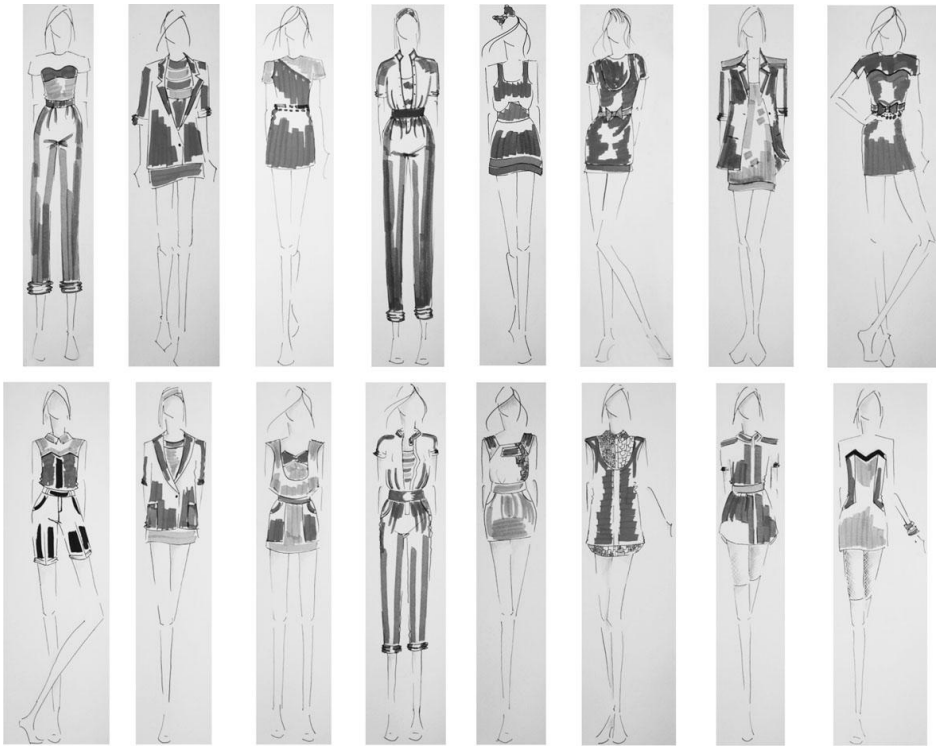

Figura 3 – Coleção pré e pós exercício.

7. Conclusão

A aplicação da técnica 635 é uma tentativa de evolução das metodologias de desenvolvimento de coleção no design de moda, tanto a nível acadêmico quanto profissional. A prática do exercício em sala de aula verificou que os alunos puderam evoluir a coleção através de uma avaliação crítica feita pelos colegas na fase de análise da coleção, transformando o trabalho individual em grupo, bem como verificou-se que tal evolução através do redesenho das peças, agregou harmonia e equilíbrio ao conjunto da coleção através de novas idéias que foram geradas no exercício de que explorou o processo criativo individual e em grupo.

O método 635 é um método ao qual foi feita adaptação para o design de moda. Nada impede que outras técnicas de design de produto como a técnica de exercício contra o tempo, caixa morfológica possam também ser aplicadas ao processo criativo do design de moda. O método 339 é uma evolução do método 635 e pode sofrer alterações, principalmente relativos ao número de peças que podem passar pelo processo de redesign, caso este exercício seja aplicado ao ambiente profissional, visto

que o número de peças desenvolvidas é consideravelmente maior.

8. Bibliografia

BOMFIM, Gustavo Amarante. Metodologia para desenvolvimento de projeto. Paraiba: UFPB, 1984.

BONSIEPE, Gui; KELLNER, Petra; POESSNECKER, Holger. Metodologia experimental: desenho industrial. Brasília: CNPq, 1984.

MUNARI, Bruno. Das coisas nascem coisas. Lisboa: Edições 70, 1981.

ZHANG, Q., LIM, J.S. & CAO, M., 2004. Innovation-Driven learning in new product development: a conceptual model. Industrial Management and Data System.

BEST, K., 2008. Design Management, Managing Design Strategy, Process and Implementation. London: Ava.

FITZGERALD, Tracy; GRANDON, Adrian. 200 projects to get you into fashion design. Hauppauge, NY: Barron's, ©2009.

RÜTHSCHILLING, Anne Anicet. Design de Vestuário de Moda Contemporânea: Criação Versus Produção, Universidade do Minho, Portugal, 2009.

JONES, Sue Jenkyn. Fashion design: manual do estilista. São Paulo: Cosac & Naify, 2005.

ARAÚJO, Mário de. Tecnologia do vestuário. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian ,. 1996.

FIORINI, Verônica. Do projeto ao produto: uma abordagem metodológica. Em PIRES, Dorothéia. Design de Moda Olhares Diversos. São Paulo: Estação das letras e cores, 2008.

Crédito das ilustrações: **Bruna Rosa Machado**

Prof. Mestre Tatiana Laschuk
Mestre em Design e Marketing Têxtil na Universidade do Minho
Professora do Centro Universitário Ritter dos Reis