

UTILIZANDO O BIODESIGN COMO ESTRATÉGIA NA CRIAÇÃO DE PRODUTOS DE MODA INOVADORES

Francys Peruzzi Saleh¹

RESUMO

O presente artigo apresenta um estudo sobre a utilização da ferramenta de biodesign como forma de criação e desenvolvimento de produtos inovadores para o design de moda. O objetivo é abordar a importância desta ferramenta no processo criativo e a geração de novas ideias e produtos a partir deste método. Os resultados foram obtidos através do estudo empírico, com análise bibliográfica e exercício de experimentação. Assim, ao mesmo tempo em que o presente estudo proporcionou a possibilidade de consolidar conhecimentos por meio da revisão literária, aprimorando habilidades e competências em relação ao biodesign, mostrou ao designer que faz uso desta ferramenta de criação, as novas possibilidades para criar, utilizando novas formas de inspiração. O fato é que, o biodesign induz à inovação através de intervenções construtivas e de estímulos, instigando a descoberta de novos métodos através do estudo da natureza. Por fim, cabe salientar que o biodesign oferece uma diversificada e inesgotável fonte de inspiração, como o exemplo do sapato desenvolvido de tecido de soja.

Palavras-chave: Biodesign. Inovação. Educação. Criação.

USING BIODESIGN AS A STRATEGY IN FASHION PRODUCTS CREATING INNOVATIVE

ABSTRACT

This article presents a study on the use of the Biodesign tool as a way to create and develop innovative products for the fashion design. The goal is to address the importance of this tool in the creative process and the generation of new ideas and products from this method. The results were obtained through the empirical study with literature review and testing exercise. Thus, while the present study provided the opportunity to consolidate knowledge through literature review, enhancing skills and competencies in relation to the Biodesign, showed the designer that makes use of authoring tool, new possibilities for creating, using new forms of inspiration. The fact

¹ Mestre em Design - Centro Universitário Ritter, graduada em Design – Universidade do Minho.

is, the Biodesign induces innovation through constructive interventions and incentives, encouraging the discovery of new methods through the study of nature. Finally, it should be noted that the Biodesign offers a diverse and inexhaustible source of inspiration, as the example of the shoe developed soybean tissue.

Keywords: Biodesign. Innovation. Education. Creation.

INTRODUÇÃO

Acredita-se que o desenvolvimento de produtos inovadores está baseado na criatividade. Para tanto, a fim de aplicar e desenvolver este processo, este artigo aborda a criação de um produto inovador utilizando como inspiração o Biodesign.

Biodesign ou biônica é a ciência que examina os processos e métodos biológicos, com o objetivo de aplicar os resultados obtidos no aperfeiçoamento de máquinas e sistemas velhos na criação de produtos novos.

A relação moda e natureza é abordada constantemente na moda. A natureza talvez seja o tema mais universal que os designers podem se apropriar para desenvolver suas coleções.

REFERENCIAL TEÓRICO

Moda e criação

De acordo com Renfrew (2010) qualquer coleção de moda de sucesso ou financeiramente viável requer uma enorme quantidade de pesquisa, investigação e planejamento. Estilistas, fabricantes e lojistas bem-sucedidos conhecem claramente a necessidade de seus clientes, bem como qual é o posicionamento em um mercado amplamente competitivo.

O ponto de partida de uma coleção começa com a pesquisa de tendências, já que este é um elemento fundamental em todas as indústrias criativas. Logo depois, o designer passa para a etapa seguinte, que é a definição de um tema.

Temas e direcionamentos para coleções podem ser aprimorados e desenvolvidos a partir de uma pesquisa inicial. O processo da pesquisa é um

aspecto permanente na carreira do designer, e nesta etapa deve-se ter em mente o tema da coleção.

Choklat (2012) defende que o tema é essencial para a história que será apresentada na coleção, além de fornecer o direcionamento da pesquisa.

A ação da pesquisa em desenvolvimento de produtos de moda envolve coleta de informações, que normalmente é feita por meio de esboços, fotografias, recortes de páginas de revistas e coleta de referências, assim como amostras de materiais, referências têxteis e informações sobre cores. Com estes dados, o designer passa para a etapa de desenvolvimento, pois já tem referências para utilizar como inspiração.

Choklat (2012) ainda conclui que a inspiração tem a ver com a curiosidade, pois designers são naturalmente curiosos sobre o mundo em que vivem.

Biodesign na moda

Desde as manifestações diretas, como o desenvolvimento de uma paleta de cores, que faz referência as cores do deserto do Saara, ou até mesmo conceitos que podem ser utilizados em roupas que imitam a estrutura segmentada de um tatu, a natureza pode atribuir conteúdo a uma coleção desde o nível mais simples e primário até o mais inovador e conceitual. Em sua representação mais sofisticada, a natureza geralmente baseia-se em uma sugestão de referência, ao invés de uma manifestação literal.

Faerm (2012) cita que, ao criar, a inspiração deve ser investigada em um nível bastante fragmentado e depois reconstituída através dos olhos do designer, para que o ponto de origem sirva para prover o foco.

Deste modo, simplesmente aplicar formas de conchinhas em uma vestimenta pode não ser o método mais avançado para interpretar uma pesquisa. Entretanto, ao investigar as estruturas internas e externas da conchinha, podem surgir cores, padrões, formas tridimensionais e bidimensionais e até o modo de vida das criaturas que ali habitam, onde um designer pode utilizar como referência quando for elaborar uma coleção e aplicar essas pistas visuais de uma maneira bastante personalizada.

BIODESIGN COMO INSPIRAÇÃO

Com o propósito de aplicar e desenvolver o exercício de criação, a primeira etapa desde experimento é seguir um *briefing*. Na visão de Phillips (2007, p.11) *briefing* é “uma etapa inicial no processo, visando influenciar todo o projeto, estimulando o processo criativo”. Para tanto, aclara o autor que a criatividade em design só tem valor quando visa a gerar conceitos que resolvam o problema proposto.

Dentro deste contexto, a referida proposta visava desenvolver um sapato de acordo com o tema previamente apresentado, cujo título era “Sustentabilidade”.

Na elaboração do tema, iniciou-se a pesquisa de coleta de materiais e fontes de inspiração. Assim, Munari (2002), esclarece que projetar é fácil quando se sabe o que fazer. Tudo tornar-se fácil quando se conhece o modo de proceder e alcançar a solução de algum problema. Complementa ainda que não seja aconselhável projetar sem um método, pensando somente na forma artística, procurando logo a solução sem antes ter feito uma pesquisa para documentar e descobrir o que já foi feito de semelhante ao que se quer projetar. De igual modo, conhecer o assunto e ter visão de moda, parte essencial durante o processo de pesquisa.

Logo, o método projetual para o designer não é nada de absoluto e nem definitivo, é algo que se modifica encontrando outros valores que melhorem o processo. Assim, é preciso durante esse processo, compreender que uma necessidade deve ser identificada, então coleta-se informações em busca de soluções, gerando alternativas através do processo criativo, até que se torne uma ideia concreta.

Com a pesquisa em andamento elencou-se vários subtemas. A escolha do tema para a coleção, neste caso, depende da sensibilidade do designer, cujo papel é o de colocar-se frente ao seu tempo, prevendo previsões futuras. Uma escolha precisa ser algo que estimule e que gere curiosidade e motivação. Enfoques visuais

ou abstratos auxiliam no processo de geração de ideias. À vista disso, optou-se por trabalhar com a agricultura familiar, tema recorrente nos dias atuais.

Assim sendo, com os dados da pesquisa documental, passou-se à compilação em formato de *mood board* ou painel de inspiração, apresentado na Figura 1.

Figura 1. Fotos do painel de inspiração



Fonte: Da autora (2015).

Para Sorger e Udale (2009, p. 26), “painéis de inspiração, temáticos e conceituais são essencialmente uma destilação da pesquisa” e devem apresentar os processos de reflexão e a abordagem pessoal em relação ao objeto de inspiração. As imagens escolhidas representam um conjunto de estímulos visuais que inspiram juntamente palavras-chave que transmitam sentimentos, auxiliando o processo onde o designer encontra elementos que serão transpostos no produto.

A etapa de desenvolvimento do produto é o resultado final da pesquisa. Ela deve ser cuidadosamente composta de um grupo de produtos que contenham as informações pesquisadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste projeto, o biodesign foi utilizado como inspiração nas formas, na escolha do material e no conceito, pois o sapato foi desenvolvido em tecido orgânico de soja e lona de algodão, também orgânico. As formas seguem as linhas das folhas

e o conceito de soja transgênica, ou seja, soja modificada foi utilizada no formato do sapato, pois o detalhe traseiro pode modificar-se de acordo com o gosto do usuário. O resultado pode ser visto na Figura 2.

Figura 2. Fotos do sapato



Fonte: Da autora (2015).

REFERÊNCIAS

- CHOKLAT, Aki. **Design de sapatos**. São Paulo: Senac, 2012.
- FAERM, Steven. **Curso de design de moda: Princípios, prática e técnicas**. São Paulo: GGModa. 2012.
- FISCHER, Anette. **Fundamentos de design de moda: construção de vestuário**. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem as coisas**. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2002.
- PHILLIPS, Peter L. **Briefing: a gestão do projeto de design**. Tradução Itiro Lida. São Paulo: Blucher, 2007.
- RENFREW, Elinor; RENFREW, Colin. **Desenvolvendo uma coleção**. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- SORGER, Richard; UDALE, Jenny. **Fundamentos de design de moda**. Tradução Joana Figueiredo, Diana Aflalo. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- Enviado em 29 de junho de 2015.
- Aceito em 18 de outubro de 2015.