

Metodologia Projetual no Ensino do Desenvolvimento de Coleções

Julia, PICOLI

Profa. Mestre do Curso de Design de Moda do Centro Universitário do, Ipa

Resumo: A maioria dos alunos tem dificuldade para criar uma coleção baseada em um método, alguns acham que o uso de uma metodologia pode bloquear a criatividade. Porém, na prática isso não ocorre, pelo contrário, tem-se mais segurança e objetividade na criação. O presente artigo debruça-se sobre a adaptação de uma metodologia para o ensino da disciplina de planejamento de coleção.

Palavras-chave: metodologia, projeto, coleção

Abstract: *Most students have difficulties to create a collection based in a method. Some students think that the use of a methodology can block their creativity. However, it does not happen into practice. It is just the opposite, it gives more security and objectivity in the creation. This article deals with an adaptation of a methodology to the collection planning subject teaching.*

Key words: methodology, project, collection

1. Introdução

Ao ministrar-se aulas de planejamento de coleção no curso de Design de Moda, percebeu-se a dificuldade dos alunos em seguir etapas, em criar a partir de uma metodologia. Alguns acreditam que um método pode bloquear a criatividade, porém conforme Munari (1998) “há pessoas que, ao terem que observar regras para fazer um projeto, sentem-se bloqueadas na sua criatividade. Criatividade não significa improvisação sem método, e está longe de se resumir em uma liberdade desassistida”. Muitos autores como Gomes (2001) defendem o uso de metodologia de projeto em sala de aula. O mesmo diz que tem como objetivo “tomar o processo criativo como fundamento teórico na orientação de disciplinas de desenho-projetual.

Partindo-se desta dificuldade, o objetivo deste artigo é propor uma adaptação da metodologia projetual de Bruno Munari para a realidade do

ensino da disciplina de desenvolvimento de coleção voltada para criação de coleções de vestuário.

2. Desenvolvimento

“O método de projeto não é mais do que uma serie de operações necessárias, dispostas em ordem lógica, ditadas pela experiência” (Munari 1998, p.10). Um método não é definitivo ou absoluto, mas permite o aprimoramento das etapas buscando um resultado mais efetivo. Baxter (2003) apud Fornasier et al (2008) diz que a atividade projetual necessita do “uso de métodos sistemáticos”, que traçam objetivos de forma clara, concisa, específica e verificável para a resolução de um problema, os quais devem ser revistos periodicamente. Ao aplicar um método no desenvolvimento de coleções o aluno consegue perceber essas pequenas metas e cumpri-lás, pois muitos querem começar a criar sem ter realizado nenhum tipo de pesquisa e estudo e acabam criando coleções que não condizem com a marca e o público-alvo da mesma.

Segundo Keller (2004, p.49) “A moda vem adotando metodologias de design objetivando agregar valor ao produto, apresentando contextos de inovação, sempre respeitando as características peculiares dos produtos da moda, que por natureza têm o ciclo de vida curto e efêmero”. Portanto, utilizar-se de uma metodologia torna o desenvolvimento de produtos, mais ágil, eficaz, garantindo suporte ao designer no momento da criação e desenvolvimentos da coleção. Rech (2002, p. 58) concorda quando afirma que o desenvolvimento de produtos gerados a partir de um projeto, tem desempenho melhor do que aquele realizado de maneira empírica.

Os produtos de moda geralmente são criados como coleções. Segundo Rech (2002, pg.68) coleção é um “conjunto de produtos, com harmonia do ponto de vista ou comercial, cuja fabricação e entrega são previstas para determinadas épocas do ano”. Treptow (2006, p.43) afirma que “uma coleção deve ser coerente e deve contemplar os seguintes aspectos: perfil do consumidor, identidade ou imagem da marca, tema da coleção e proposta de materiais. Esses itens devem ser as principais diretrizes de um designer na

hora da criação de uma coleção. Keller defende que “o processo de desenvolvimento de produtos se dá através da coordenação da coleção, que vai desde a escolha de cores, matéria-prima, modelagem e confecção, com o propósito de averiguar se em todas as etapas foi, efetivamente agregado valor à composição (2002, p.52).

As etapas do desenvolvimento utilizadas na referida disciplinas são: 1. a escolha de uma marca atuante no mercado; 2. estudo detalha do do público-alvo desta marca; 3. escolha da estação a ser trabalhada; 4. escolha de um tema de inspiração e estudo das tendências; 5. montagem do cronograma e mix de produto da coleção; 6. criação; 7. aprovação dos modelos; 8. Modelagem; 9. ficha técnica de pilotagem; 10. pilotagem; 11. aprovação da peça piloto; 12. fichas técnicas; 13. produção das peças.

Todo o trabalho deve ser realizado manualmente, com colagens, recortes e desenhos para tornar o aluno mais livre para fazer intervenções. Este trabalho é montado em um caderno que é chamado *sketchbook*, onde todas as fases são inseridas nele, mesmo que depois o aluno decida não usar algum dos itens. O *sketchbook* é uma ferramenta muito importante para o designer. Registrar todo processo criativo é muito válido para o crescimento do mesmo, assim consegue-se perceber a evolução e melhoramento do projeto. A coleção é composta por vinte *looks* e os alunos confeccionam dois *looks* completos.

Abaixo segue a proposição de desenvolvimento de uma coleção guiada pela metodologia de projeto de Munari utilizando como exemplo trabalhos de alunos da disciplina em questão.

Definição do Problema: “O designer precisa, primeiramente, definir o problema como um todo, para então, definir os limites para o projetista trabalhar” (Munari 1998, p. 32). No caso de uma coleção, o problema torna-se: desenvolver uma coleção para a marca escolhida pelo aluno.

Componentes do Problema: Para Munari (1981) é importante dividir o problema em componentes. Essa operação facilita o projeto, pois tende a pôr em evidência pequenos problemas isolados.

No desenvolvimento de uma coleção os componentes do problema são: marca, análise das coleções da marca, público-alvo, tema, tendências, concorrentes e materiais. A montagem das duas primeiras etapas pode ser observada na figura 1, onde cada aluno desenvolve de acordo com seu *sketchbook*.

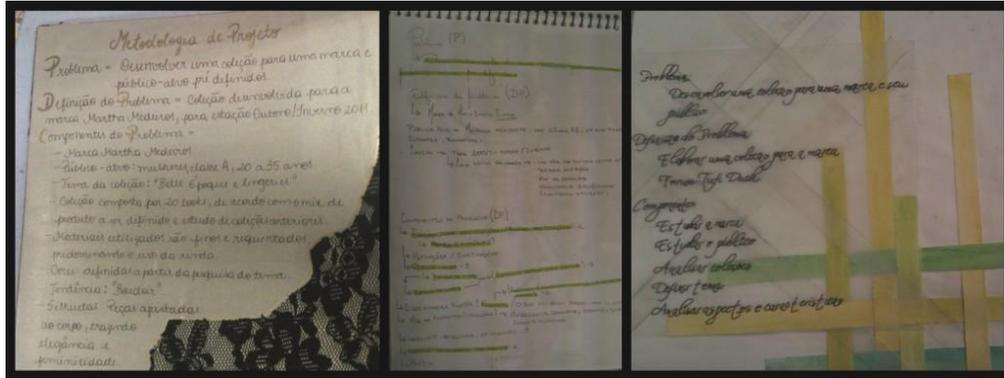


Fig. 1 Problema e componentes da pesquisa

Fonte: Paola Zambon, Gisele Duncan, Fernanda Yumi, 2011

Coleta de dados: Nesta etapa os alunos fazem um estudo detalhado sobre a marca, mas não apenas seu histórico e atuação no mercado, sobre seu estilo, conceito e principais características. Orienta-se a escolha de uma marca com loja na cidade, para que o aluno possa visitá-la, ver os detalhes, acabamentos, entender melhor a marca e seus produtos.

A partir do estudo da marca devem fazer uma análise de seis coleções, analisam cores, formas, texturas, repetições, matéria-prima e princípios do design, assim conseguem detectar o seu estilo e criar uma coleção coerente. Os concorrentes também são analisados para detectar os pontos fortes e fracos da marca e diferencial da mesma.

O público-alvo também é estudado. Se a marca tiver loja na cidade os alunos devem fazer pesquisa como cliente oculto, analisam outros consumidores nesta visita e também devem aplicar questionários com alguns consumidores. Não devem fazer um painel de público-alvo apenas com imagens de livros ou internet, devem fazer pesquisas na rua e em locais frequentados pelo público e fotografá-lo, para dar mais realidade ao projeto.

As tendências da estação também são estudadas pelos alunos que verificam quais se enquadram melhor na marca que estão trabalhando. A pesquisa de tema é muito importante, pois é ele que servirá de guia para o

designer desenvolver uma coleção e assim ter um diferencial da concorrência. A partir da inspiração escolhida reúnem-se informações que possam ser usadas criativamente no desenvolvimento de coleção (Treptow 2006). O aluno deverá pesquisar em diversas fontes e ter o máximo de material possível. Ainda nesta etapa o aluno pesquisa sobre os princípios do design e monta um “banco de dados” com imagens destes princípios.

Após estes estudos o aluno deverá fazer a primeira busca de matéria-prima e aviamentos como podemos verificar na figura 4. Como já analisou a marca e conhece os mais usados e assim a busca torna-se mais fácil. Deve-se reunir todas as amostras e montar um painel no *sketchbook* indicando nome e composição dos materiais.

A identificação de temas de inspiração, informações sobre, cores, tecidos, aviamentos, elementos de estilo, preferências atuais dos consumidores são as principais pesquisas no começo de uma coleção (Treptow, 2006).

Após toda coleta de dados é solicitado à montagem do conceito do tema, isto é, depois de pesquisar e escolher um tema o aluno deverá montar um vídeo, com imagens, filmes, outros vídeos, música, como se fosse contar a história desse tema, mas sempre objetivando criar um conceito. Todo o projeto será baseado neste conceito.

Análise dos dados: Munari (1998, p.34) diz que “projetar leva em conta todos os sentidos e, mesmo que à primeira vista o objeto possa agradar, se não agradar também aos outros sentidos será desprezado em favor de outro, que tenha a mesma utilidade, mas que, além de adequado na forma, é também agradável ao tato, tem peso correto, é feito em material adequado, etc”. Baseado nesta colocação os alunos devem responder algumas perguntas como: que gosto, cheiro, som, textura e qual a imagem que define a sua coleção. Assim eles conseguem visualizar melhor suas proposições e imaginar o que querem para suas criações e podem se perguntar se estão no caminho certo.

A próxima etapa consiste na análise dos dados coletados, onde os alunos montam um painel de conexões, ou seja, no centro da folha escrevem uma ou duas palavras que definem o conceito do vídeo e então escrevem,

desenham, colam imagens que remetam a esse tema, uma espécie de mapa mental do seu conceito que observar-se na figura 2.



Fig. 2: Mapa mental

Fonte: Geysa Gonçalves, Gisele Duncan, Cristine Mello, 2011

Baseados nesse mapa criam três painéis de inspiração que servirão de apoio ao longo de todo o processo criativo. Sorger e Udale (2009, p.26) afirmam que “painéis de inspiração, temáticos e conceituais são essencialmente uma destilação da pesquisa”. Após a realização dos painéis, selecionam alguns elementos deste tema a serem utilizados em suas criações e escolhem dois ou três princípios do design, conforme figura 3, para desenvolverem na sua coleção. Montam um ou mais painéis de princípios, e é feita a escolha de um que a marca já utilize.



Fig. 3: Painéis de princípios do design

Fonte: Daniele Mainardi, Fernanda Yumi, Paola Zambon, 2011

Com essas fases prontas o aluno deverá montar sua cartela de cores, retirando-as do vídeo, painéis de inspiração e tendências. A cartela também é feita no *sketchbook* e deverá ter o número do Pantone Têxtil. Pode-se em alguns casos montar uma cartela de bordados e estampas entre outros.

Processo criativo: É nesta etapa que o aluno tem como suporte o vídeo e o *sketchbook* para assim iniciar a criação, ou seja, possui todas as etapas anteriores para se guiar. Criar para Gomes (2001, p.47) “é resultado de dois fatores bem distintos nos seres humanos: os sentidos perceptivos, e a qualidade de conexões que o cérebro produz”. Sendo assim com a utilização do vídeo, das perguntas dos sentidos e do mapa mental das ideias, o aluno terá subsídios para iniciar a criação, pois poderá fazer um *link* entre os elementos tendo mais subsídios para criação.

Para esta etapa o aluno faz alguns estudos de corpo, forma, função e modelagem do vestuário, e registra tudo em seu *sketchbook*. Esta etapa é muito importante, pois aqui a coleção vai tomando forma e é quando se estuda as melhores soluções em termos de modelagem, uso de matéria-prima entre outros. Na fase da criação são realizados muitos croquis e então feito um estudo para a seleção dos vinte melhores *looks* que vão compor a coleção. Os outros *looks* também são inseridos no *sketchbook*.

Materiais e tecnologias: Com a coleção pronta deverá ser feito outro painel, agora apenas com os materiais que foram utilizados, sempre com as identificações de nome e composição e também especificados, estampas, lavagens, bordados, intervenções que a coleção terá, dois exemplos podem ser observados na figura 4. Podem inserir ao lado de cada croqui um “pedaço” dos tecidos usados em cada peça.



Fig. 4: Painel de cor, materiais e avimantos
Fonte: Fernanda Yumi, Daniela Mainardi, 2011

Experimentação: Esta fase do projeto consiste na realização das fichas técnicas. Segundo Treptow (2006, p.165), ficha técnica é o documento descritivo de uma peça de coleção. É nesta fase que o aluno desenha tecnicamente as suas criações, e, portanto, já tem em mente todos os acabamentos, detalhes bainhas e transpõem isso para o desenho técnico. De acordo com Fulco e Silva (2003) apud Suono 2007, o desenho técnico cumpre um papel importante no processo de desenvolvimento de produtos, pois além de servir como instrumento para a representação da peça de vestuário, é também responsável pela comunicação entre designer e modelista.

Os alunos recebem um modelo de fichas com todos os itens solicitados, podendo sofrer alteração de *layout*. Os desenhos técnicos devem ser realizados com base nas normas da ABNT e em estudos realizados por docentes do curso.

Modelo: Na penúltima fase os alunos devem confeccionar dois *looks* da coleção, que na verdade são os protótipos ou peças piloto. Devem fazer a modelagem e junto com a ficha técnica mandar confeccionar as peças. A pilotagem é realizada, pois é muito importante para o aluno perceber como a sua criação será produzida, para que ele entenda os processos de confecção. Dall’Onder (2007, p. 41) “afirma que a peça piloto é a alma da coleção, nela estão destacados as certezas e incertezas, tanto do estilista, quanto da modelista”.

Verificação: Os modelos que não foram selecionados são indicados com uma legenda e uma explicação do porque não foram escolhidos.

Na última etapa são analisadas as peças piloto em termos de modelagem, escolha dos tecidos e aviamentos, acabamentos das peças e fidelidade ao croqui e ficha técnica. Nesta fase o aluno perceberá se escolheu a melhor matéria-prima e se a modelagem está perfeita. Irá perceber se sua ficha técnica estava clara e, portanto a peça foi confeccionada exatamente como ele planejou. Treptow (2006, p. 158) afirma que “não rara vezes, é preciso rever o molde após a confecção do protótipo”. Esta aproximação com a produção é muito importante para que o aluno ao sair da faculdade conheça os

todos processos de um planejamento de coleção e saiba executá-los. Então, torna-se imprescindível preenchimento correto da ficha corretamente é de suma importância, pois é nela que as informações sobre as matérias-primas, aviamentos, etiquetas são especificadas. Quanto mais completa for a parte técnica, mais fiel ao desenhado pelo designer ficará a peça.

3. Conclusão

A partir da aplicação da metodologia de projeto, percebeu-se a importância desta no ensino da disciplina de planejamento de coleção no curso de Design de Moda. Tornou-se claro que os alunos compreendem cada etapa que estão trabalhando e executam o projeto de forma mais organizada e eficaz, pois percebem a importância de seguir e realizar cada uma. Definido o problema e seus componentes, os alunos possuem um ponto de partida para começar o projeto e, entendem cada etapa a ser cumprida.

Notou-se que os mesmos perceberam a importância da coleta de dados e a análise dos mesmos. Conhecendo bem a marca e o público-alvo a serem trabalhados, os alunos têm mais propriedade para criação. Tendo o conceito montado através do vídeo, painéis de inspiração e princípios do design, os alunos conseguem criar tendo um foco. A partir do *sketchbook* pronto, possuem uma base para a criação. Com as matérias-primas e aviamentos em mãos eles percebem suas propriedades e qual é a melhor opção para cada peça.

Percebeu-se que quando o aluno fugia do foco ele voltava ao início, lia seu problema, componentes do problema e o mapa mental e então, retornava a ter um foco. Alguns até reviam o vídeo para continuar seguindo o seu conceito. Ter um conceito ajudou-os a utilizar o tema, através dos painéis de inspiração e assim ter uma coleção diferenciada. A fase da criatividade foi muito embasada e importante, pois os alunos possuíam uma pesquisa completa no *sketchbook* e se utilizaram dela como auxílio no processo criativo. Verificou-se que os mesmos compreenderam a importância da experimentação, modelo e verificação. Perceberam também que não é apenas a criação o foco do

designer e sim todo o processo, desde a pesquisa de marca até a produção das peças.

Enfim, o uso de metodologia no ensino desta disciplina agrega valor ao trabalho do aluno e faz com que ele desenvolva-o de uma maneira mais eficaz, profissional e sem atropelos. A adaptação da metodologia de Munari torna-se um caminho eficaz para este ensino, pois é de fácil adaptação e compreensão. O resultado desta adaptação foi muito relevante para a disciplina e para os alunos, que além de gostarem de trabalhar com o método também perceberam a evolução do seu trabalho.

Referencias bibliográficas

BAXTER, Mike. **Projeto de Produto: Guia prático para o design de novos produtos**. São Paulo: Edgard Blücher, 2003.

DALL'ONDER, Scopel, Graciela. **Análise projetual de metodologias para o desenvolvimento do produto de moda na indústria do vestuário**. UNISEP, Dois Vizinhos, 2007.

FORNASAIR, Ribas, Cleusa, FREITAS, Fonseca, Rosane, DEMARCHI, Perfectto, Ana Paula. **O ensino da disciplina de desenvolvimento de projeto como sistema de gestão de conhecimento**. Design de moda, olhares diversos, Estação das Letras e Cores, São Paulo, 2008.

GOMES, Luis Vidigal Negreiros. **Criatividade, projeto, desenho de produto**. Santa Maria: sCHDs, 2001.

KELLER, Jacqueline. **Proposta de Metodologia para o desenvolvimento de produto de moda utilizando métodos de planejamento de coleção e design**. Revista Moda-palavra 3. Florianópolis: Udesc/Ceart, novembro, 2004.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

RECH, Sandra. Regina. **Moda: por um fio de qualidade**. Florianópolis: UDESC, 2002.

SORGER, Richard e UDALE, Jenny. **Fundamentos de Design de Moda**. Porto Alegre. Bookman,2009.

SUONO, Celso Tetsuro. **O Desenho Técnico do Vestuário sob a Ótica do Profissional da Área de Modelagem**. Bauru : [s.n.], 2007.

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda, planejamento de coleção**. Brusque, 2003