

## FABRICAÇÃO DIGITAL E O PROCESSO CRIATIVO NO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS DE MODA

*Digital fabrication and the creative process in the development of fashion products*

Melo, Matheus Fonseca Pedrosa de; Graduando (Design de Moda); AESO - Faculdade Integradas Barros Melo , [pedrosamatheus@hotmail.com](mailto:pedrosamatheus@hotmail.com)

Bastos, Victoria Fernandez; Mestre (Design); UFPE, [vickfb@gmail.com](mailto:vickfb@gmail.com)<sup>1</sup>

### Resumo

A presente pesquisa, recém-iniciada, faz parte do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação (PIBITI). Aqui se apresenta o projeto desta pesquisa que se propõe a compreender e explicar as possibilidades e dificuldades da inserção das tecnologias de fabricação digital no processo criativo para o desenvolvimento de produtos de moda nos diferentes contextos de produção (indústria e ateliê) no estado de Pernambuco.

Palavras chave: Moda, Fabricação Digital, Processo criativo.

### 1. Introdução

Vivemos um processo significativo de mudanças em relação ao que é produzido e consumido. (MORACE, 2013). Para Clotilde Perez:

*Dentre as inúmeras possibilidades de interação social, o consumo se destaca como uma dimensão que enfrenta profundas mudanças decorrentes do volume e da qualidade de informações e ofertas que os indivíduos têm acesso na contemporaneidade. Os reflexos se evidenciam na maior conscientização, no comportamento crítico e na seletividade dos consumidores. (PEREZ, 2008)*

Com base nesta perspectiva entende-se que se faz necessário o desenvolvimento de produtos e serviços diferenciados e de qualidade, para atender às demandas do consumidor contemporâneo. A criatividade pode ser então importante forma de solucionar novas problemáticas do design.

Exercitar a criatividade e aplicá-la na elaboração de produtos é um importante desafio para os profissionais que atuam em toda a cadeia da moda, tanto em fábricas como em ateliês. Acredita-se que as tecnologias de fabricação digital podem trazer para estes profissionais novas possibilidades de criação e materialização de ideias.

---

<sup>1</sup> Graduada em Design de Moda (Faculdade Boa Viagem/2008). Mestre em Design (UFPE/2014). Coordenadora do curso de Design de Moda nas Faculdades Integradas Barros Melo (AESO).

### **1.1 Metodologias e processos de criação nos contextos indústria e ateliê de criação de produtos de moda**

Com base na metodologia de desenvolvimento de produtos apresentada por Löbach (2001), o processo passa por quatro fases: preparação, geração, avaliação e realização. A fase de preparação envolve pesquisa e planejamento, a fase de geração envolve os processos de criação e concepção, na fase análise acontece a etapa de prototipagem, e a fase de finalização abrange as etapas de produção e comercialização (BASTOS, 2014).

Segundo Victoria Bastos (2014), os processos de criação, concepção e prototipagem nos contextos indústria e ateliê são diferentes:

*A dinâmica do processo de prototipagem em um ambiente como ateliê e na indústria são bem diferentes, no primeiro caso o processo permite maior experimentação do que na indústria, que exige maior velocidade em todo o processo. (BASTOS, 2014)*

### **1.2. Fabricação digital e processos criativos**

Segundo Diane Pfiffer, fabricação digital é “o ato de fabricar objetos através do uso de ferramentas controladas por computadores”<sup>2</sup> (PFIFFER, 2009). Percebe-se que essas tecnologias são geralmente associadas a processos de confecção em âmbito industrial e com alto custo, estando assim distantes do processo criativo de produtos de moda. Parte da pesquisa se propõe a entender melhor essas associações e hipóteses através de pesquisas de campo e experimento.

Considerando a metodologia de Löbach (2001) e os processos de design nos contextos indústria e ateliê, entenderemos o processo criativo como a criatividade situada num sistema composto por 5 diferentes etapas, que segundo Wallas (1926/2014) são: inspiração inicial, preparação, incubação, iluminação e verificação (BAXTER, 2000 apud PLENTZ, 2011). Pretendemos adentrar na explanação do conceito e das etapas no decorrer da pesquisa.

## **2. Justificativa**

A grande concorrência no mercado de produtos de moda e a presença de um público consumidor cada vez mais informado e exigente (JAFFE, 2008) evidenciam a criatividade como importante fenômeno para a elaboração de produtos diferenciados que possam ser inseridos no mercado, e pela mesma razão, acredita-se que as tecnologias podem auxiliar nos aspectos de inovação e qualidade desses produtos, tornando-os mais competitivos.

As tecnologias de fabricação digital já estão associadas à indústria de confecção de produtos de moda em larga escala há algum tempo, principalmente nas etapas de prototipagem e de confecção das peças. A Lectra, por exemplo, já em 1986, era empresa líder mundial em vendas de equipamentos e serviços CAD/CAM para a indústria têxtil (STERLACCI;

---

<sup>2</sup> Tradução livre do autor para o texto original: “The making of physical objects through the use of computer-controlled tools”. COLOCAR AQUI A REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA DO LIVRO.

ARBUCKLE, 2008). Tal familiaridade, no entanto não parece ser a mesma nos ateliês de criação, ambiente em que algumas vezes os processos de criação e prototipagem se confundem e onde a utilização do maquinário de fabricação digital é quase sempre inexistente (BASTOS, 2014).

Com base neste panorama apresentado faz-se necessário compreender as possibilidades da união de criatividade e tecnologia, por isto a pesquisa visa aplicar um experimento que ao envolver uma empresa da área de moda/confecção/vestuário do contexto indústria ou ateliê e ao introduzir as máquinas de fabricação digital no processo criativo possa resultar em novos apontamentos e possibilidades para o desenvolvimento de produtos de moda diferenciados e de qualidade.

### **3. Objetivo Geral**

A Pesquisa tem, como objetivo, explorar as possibilidades de uso das tecnologias de fabricação digital no processo criativo para o desenvolvimento de produtos de moda, considerando os contextos de produção atual nos ambientes da indústria e ateliês de criação no estado de Pernambuco.

### **4. Objetivos Específicos**

- Explinar conceitos de termos abordados como “Processo Criativo”, “Prototipagem” e “Fabricação Digital”;
- Conhecer os processos criativos de produtos de moda nos contextos indústria e ateliês de criação, considerando os diferentes objetivos, dificuldades e métodos utilizados em cada empresa;
- Realizar experimento com uma empresa local e uma máquina de fabricação digital que seja mais versátil para a produção de produtos de moda;
- Descrever as possibilidades de inserção dessa máquina na criação, prototipagem e produção de moda, a partir da experimentação.

### **5. Metodologia**

Tendo em vista o objetivo geral da presente pesquisa de explorar as possibilidades no processo criativo do desenvolvimento de produtos de moda, considerando os contextos de produção atual nos ambientes da indústria e ateliês no estado de Pernambuco a pesquisa terá duas etapas, uma de revisão bibliográfica e outra de pesquisa de campo.

Na revisão bibliográfica serão levantadas as principais questões a respeito de fabricação digital e moda.. Considerando que se trata de um tema bastante atual, é importante que seja feito o estado da arte para embasar a pesquisa de campo. Serão levantados os tipos de maquinários mais utilizados na fabricação digital que apresentem maior potencial e versatilidade para a produção de produtos de moda. A partir dessa identificação será possível partir para a segunda etapa.

Na segunda etapa, a partir das informações coletadas, será proposta uma atividade de experimentação e aplicação dessa tecnologia na criação de produtos de moda, visando os processos mais utilizados atualmente na área de moda nos diferentes contextos (indústria e ateliê), pois se acredita na possibilidade de aliar as tecnologias de fabricação digital com processos mais

artesanais comuns em ateliês. Para isto a coleta de dados será feita a partir da observação das atividades práticas e entrevistas com os participantes. Também serão necessários questionários, caso seja importante uma análise preliminar em um contexto mais amplo.

## **6. Considerações finais**

Espera-se com essa pesquisa entender melhor os processos criativos nos dois contextos abordados (indústria e ateliê) e conhecer quais são as possibilidades e dificuldades da inserção das tecnologias de fabricação digital nesses processos. Percebe-se que o experimento que pretendemos realizar é de grande importância no que diz respeito ao entendimento prático destas questões e que, em primeira instância, faz-se necessário a compreensão de alguns conceitos que vão nortear o experimento.

## **Referência Bibliográfica**

BASTOS, Victoria F. Moda e fabricação digital em um contexto fablab: Equipamentos, métodos e processos para o desenvolvimento de produtos. Recife. UFPE. 2014. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, 2014.

BAXTER, Mike. Projeto de Produto – Guia prático para o design de novos produtos. 2ª Ed., São Paulo, Ed. Edgard Blücher, 2000.

JAFFE, Joseph. O declínio da mídia de massa. São Paulo, Ed. M.Books, 2008.

LÖBACH, Bernd. Design industrial – Bases para a configuração dos produtos industriais. 1ª Ed., São Paulo, Ed. Edgard Blücher, 2001.

MORACE, Francesco. O que é o Futuro?. São Paulo, Ed. Estação das Letras, 2013.

PEREZ, Clotilde. Consumidores mais complexos e exigentes: Um desafio ético e estético para as marcas contemporâneas. eGesta - Revista Eletrônica de Gestão de Negócios, v. 4, n. 3, jul.-set./2008, p. 124-144.

PFEIFFER, D. Digital tools, distributed making and design. Blacksburg. 2001. Dissertação (Mestrado) - Virginia Polytechnic Institute and State University, 2001.

PLENTZ, Samuel S. Taxonomia para técnicas criativas aplicadas ao processo de projeto. Porto Alegre. UFRS. 2011. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011.

STERLACCI Francesca, ARBUCKLE, Joanne. Historical Dictionary of the Fashion Industry. 1ªED., Toronto, Scarecrow Press. 2008.

WALLAS, Graham. The art of thought. Kent, Solis Press. 1926/2014.

