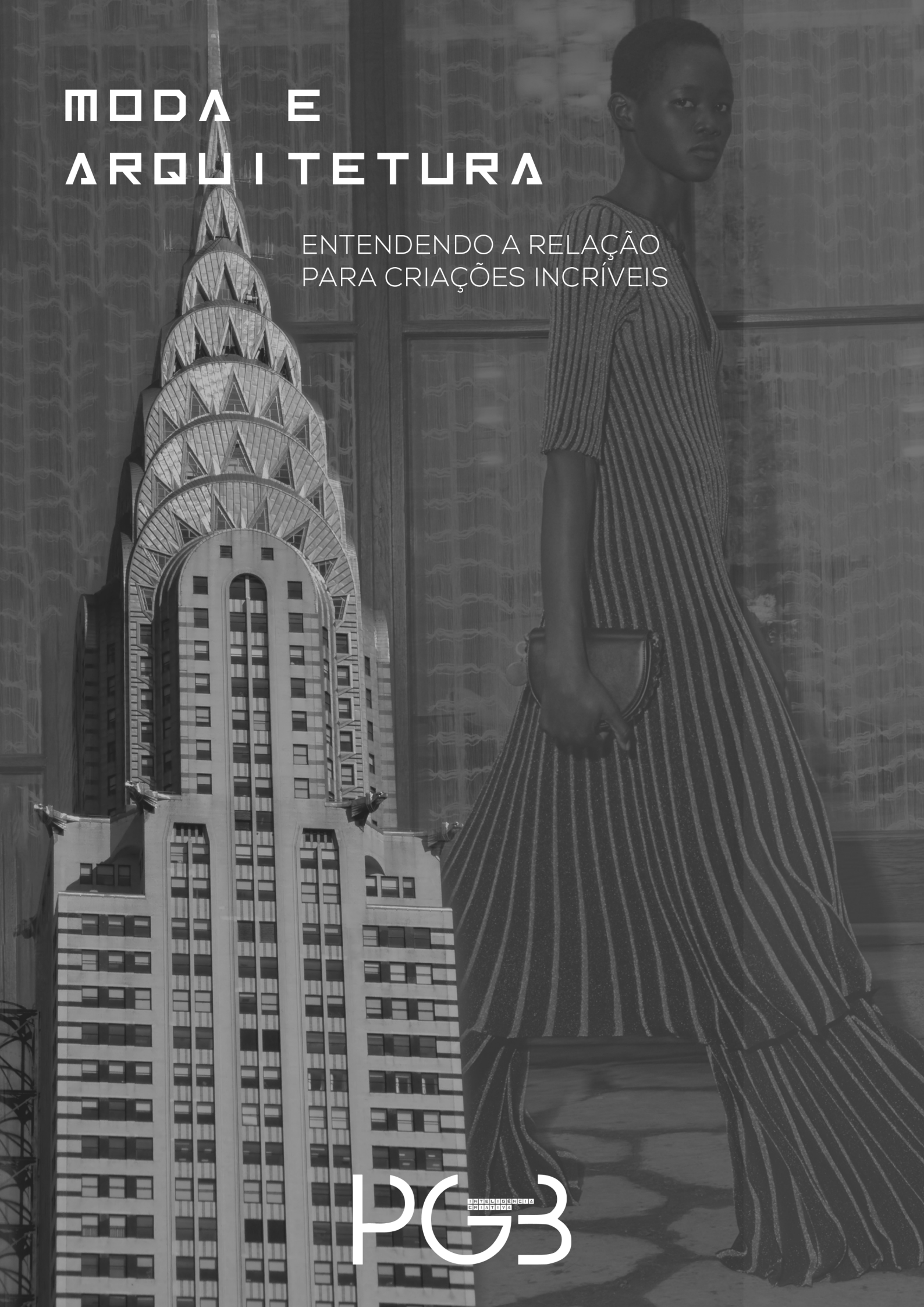


MODA E ARQUITETURA

ENTENDENDO A RELAÇÃO PARA CRIAÇÕES INCRÍVEIS

PGB INTELIGÊNCIA CRIATIVA

INTRODUÇÃO

A arquitetura e a moda, apesar de aparentes áreas distintas, têm muito em comum - desde sua finalidade, que é, afinal, abrigar o ser humano; como também sua base de referências, sendo materializadas normalmente com princípios de design muito semelhantes.

Quando estudamos ambas matérias à título de pesquisa, é possível delinear uma semelhança capaz de nos aprofundar no comportamento sociocultural - fator importantíssimo para uma criação, seja qual for a área, e determinante para a relevância de um produto ou mercado.

Entender esta relação vai além do óbvio e essencial aumento de repertório para um profissional criativo: ela pode ser o diferencial na velocidade de interpretação de novas tendências, além do fator crucial em projetos, principalmente quando falamos de Arquitetura Comercial. Mas como de fato entender essa relação na prática e aplicá-la de forma objetiva?

Para isso, é preciso entender brevemente os paralelos entre Moda e Arquitetura e como ambas caminham de mãos dadas desde o início da produção criativa - para assim explorarmos como se traduzem no nosso momento contemporâneo.
#followandjump

A PGB inteligência criativa nasce com o propósito de promover um suporte criativo à profissionais multidisciplinares através do mapeamento de tendências de consumo e comportamento.

Entendemos que o mundo não é preto no branco, e com o nascimento da geração dashboard – isto é, mais do que uma ocupação-, podemos ser múltiplos, inspirados por inúmeras e diversas influências.

Com o lema "say geronimo", acreditamos que todo novo projeto na área criativa seja assim: como pular de grandes alturas, alçar-se ao desconhecido. Dizer geronimo é confiar e criar, acreditar na mudança e explorar um novo mundo desconhecido. É a arte de sair do nosso lugar comum para alcançarmos novos planos.

Aqui, acreditamos que a base de toda produção criativa é a pesquisa. É nela que se entende a capacidade dinâmica da criação, as suas diversas áreas de influência - e variáveis - e principalmente, a visão do consumidor e do usuário.

EDITORIAL:
Paula Bragagnolo

SUMÁRIO

PRINCIPIOS E USOS 7

DIAGRAMA 10

TENDÊNCIAS E TEMPORALIDADE 13

EXPRESSÃO E HISTÓRIA 19

EXPÍRITO DO TEMPO: NA PRÁTICA 23

NA PRÁTICA 35

ARQUITETURA PARA MODA 47

INSIGHTS FINAIS 59

PRINCIPIOS E USOS

Na sua essência, tanto o vestuário como a construção são soluções para **abrigar o corpo humano** - uma mais próxima e imediata, a outra maior e mais concreta. Alguns autores, como Hundertwasser, acreditam que a ambas podem também ser categorizadas como **peles utilizadas pelo indivíduo**, uma forma de expressar-se e colocar-se no mundo.

As roupas e a arquitetura também são concebidas de maneira extremamente semelhante: a partir de um projeto (elevações, plantas baixas e cortes para arquitetura) ou **de uma modelagem (moldes planificados para moda), ou seja, de uma versão bidimensional, tornam-se tridimensionais**, incorporando e fechando um espaço. Por isso, muitos recortes vistos nas roupas podem lembrar técnicas arquitetônicas, assim como formas orgânicas da arquitetura paramétrica podem lembrar uma manipulação de tecido.

Por fim, em um momento de reflexão é ainda possível dizer que ambas as disciplinas podem se enquadrar em expressões artísticas - em um nível de artes reprodutíveis e ainda, artes de espaço. **Isso porque ambas refletem um espírito do tempo, compostas de desejos, características e movimentos da época que são criadas.**

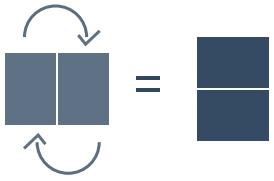
Dessa forma, torna-se fácil observar como a Moda e a Arquitetura colocam-se como expressões espaciais, táteis e culturais de sua sociedade. Bradley Quinn, autor do livro The Fashion of Architecture - onde traça paralelos contínuos entre as duas disciplinas - afirma por fim que **"tanto a Moda como a Arquitetura possuem capacidade de comunicar-sem em uma linguagem visual, transformando-se diretamente no espelho da cultura que as produziu".**

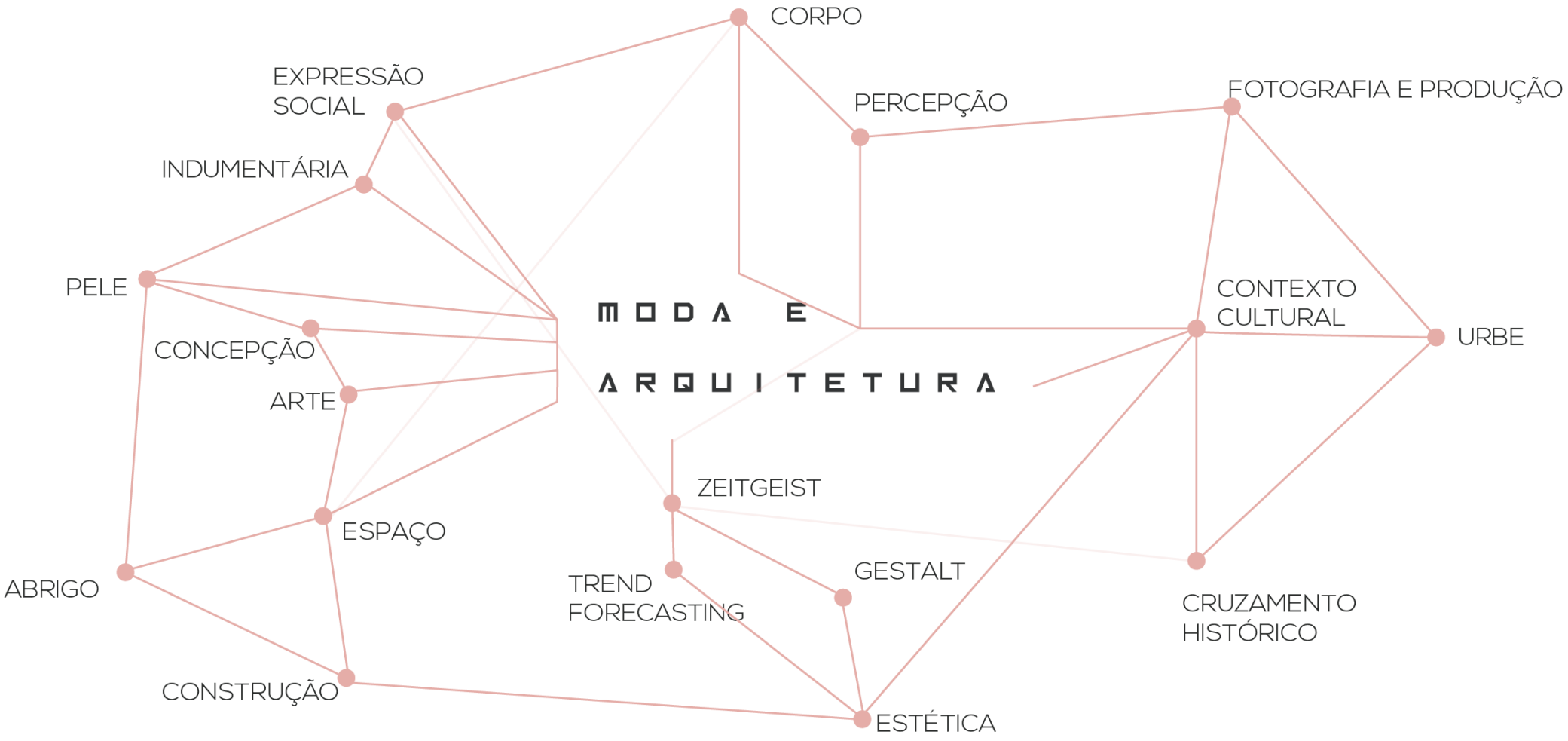
Changsha Meixihu International Culture & Arts Centre | Zaha Hadid Architects

Iris van Herpen F/W 2019 Couture

PARA OBSERVAR O DIAGRAMA,

GIRE PÁGINA




CORPO
EXPRESSÃO SOCIAL
PERCEPÇÃO
FOTOGRAFIA E PRODUÇÃO
INDUMENTÁRIA
PELE
MODA E ARQUITETURA
CONTEXTO CULTURAL
URBE
CONCEPÇÃO
ARTE
ZEITGEIST
ESPAÇO
ABRIGO
TREND FORECASTING
GESTALT
CRUZAMENTO HISTÓRICO
CONSTRUÇÃO
ESTÉTICA

TENDÊNCIAS E TEMPORALIDADE

TEMPORALIDADE: A RELAÇÃO COM A OBSOLÊNCIA

Para entendermos o posicionamento tanto da Moda e principalmente da Arquitetura (mais durável e menos substituível) junto às tendências, é preciso primeiro entender como funciona a temporalidade dos comportamentos e os diferentes cenários de expansão.

A Moda é notoriamente conhecida por seguir tendências, ser efêmera (inclusive aqui indicamos o best-seller de Gilles Lipovestky "Império de efêmero") e incitar a obsolência dos seus próprios produtos como uma forma de gerar e girar o mercado. As apresentaçõe outono-inverno), com várias subcategorias (resort, pre-fall, alta costura) intermediárias.

A Arquitetura, por outro lado, tem na sua essência um teor muito mais permanente, não só pela materialidade e os meios de construção, mas pelas dimensões e força de trabalho. Dessa forma, **seria influenciada por comportamentos de longo prazo**, mais contínuos e duradouros, como movimentos e macrosentimentos.

Se observarmos além da construção para todo e qualquer ambiente construído, é possível dizer que **o próprio espaço urbano é a constante metamorfose da história das pessoas** - transformando o diálogo da Moda e Arquitetura em uma esfera de construção da estética de um determinado período de tempo.

TENDÊNCIAS DE COMPORTAMENTO X TENDÊNCIAS ESTÉTICAS

Se observarmos, designers de Moda e arquitetos são frequentemente requisitados a conceber sob a influência dos mesmos movimentos. Isso se dá porque as tendências estéticas são influenciadas pelas mesmas tendências sociocomportamentais. Você sabe a diferença entre elas?

TENDÊNCIAS SOCIOCULTURAIS são comportamentos ou valores emergentes das dinâmicas sociais que estão associadas a contextos maiores - econômicos, culturais e políticos. São geralmente de longo a médio prazo, podendo ser divididas entre macro e micro tendências. Na prática, são os movimentos comportamentais que a sociedade se insere de tempos em tempo como a eco-ansiedade global e a preocupação com a sustentabilidade (materializada nos climate strikes ao redor do mundo), a luta por igualdade, etc.

Estes comportamentos se manifestam em toda produção criativa do ser humano, através das **TENDÊNCIAS ESTÉTICAS: sinais visíveis de um sentimento, traduzidas em cores, estampas, formas e materiais.** Um forte exemplo é o movimento minimalista que surgiu no início da década de 90 em contraponto com os interiores e roupas vibrantes dos anos 80.

Para autores como Guillame Erner, no livro Vítimas da Moda?, as tendências estéticas estariam, acima de tudo, buscando sua evolução formal, distanciando-se de um caráter comercial ou capitalista, mas aproximando-se cada vez mais dos desejos e expressões do seu criado (designer) ou usuário (a pessoa que habita ou usa a roupa).

TENDÊNCIA DE COMPORTAMENTO X TENDÊNCIA ESTRATÉGICA

LONGA DURAÇÃO

TENDÊNCIA SOCIOCULTURAL

COMPORTAMENTOS E VALORES ASSOCIADOS A CONTEXTOS MAIORES (MUDANÇAS CULTURAIS, ECÔNIMAS E POLÍTICAS)

MACRO TENDÊNCIA

DE 7 A 10 ANOS – CONJUNTO DE FORÇAS

MICRO TENDÊNCIA

PERÍODO MAIS CURTO – PEQUENAS FORÇAS

SE MANIFESTAM COMO

CURTA DURAÇÃO

TENDÊNCIA ESTÉTICA

SINAIS VISÍVEIS E MATERIALIZADOS DE UM COMPORTAMENTO ANTERIOR – SE TRADUZ EM CORES, MATERIAIS, ESTAMPAS, FORMAS...

ONDA OU FAD

CICLO DE VIDA CURTÍSSIMO – FEBRE ISOLADO SOBRE ALGO ESPECÍFICO

MODA

MATERIALIZAÇÃO DAS TENDÊNCIAS SOCIOCULTURAIS, DURANDO DE 2 A 3 ANOS

EXPRESSÃO E HISTÓRIA

ESPÍRITO DO TEMPO: O QUE É E COMO FUNCIONA

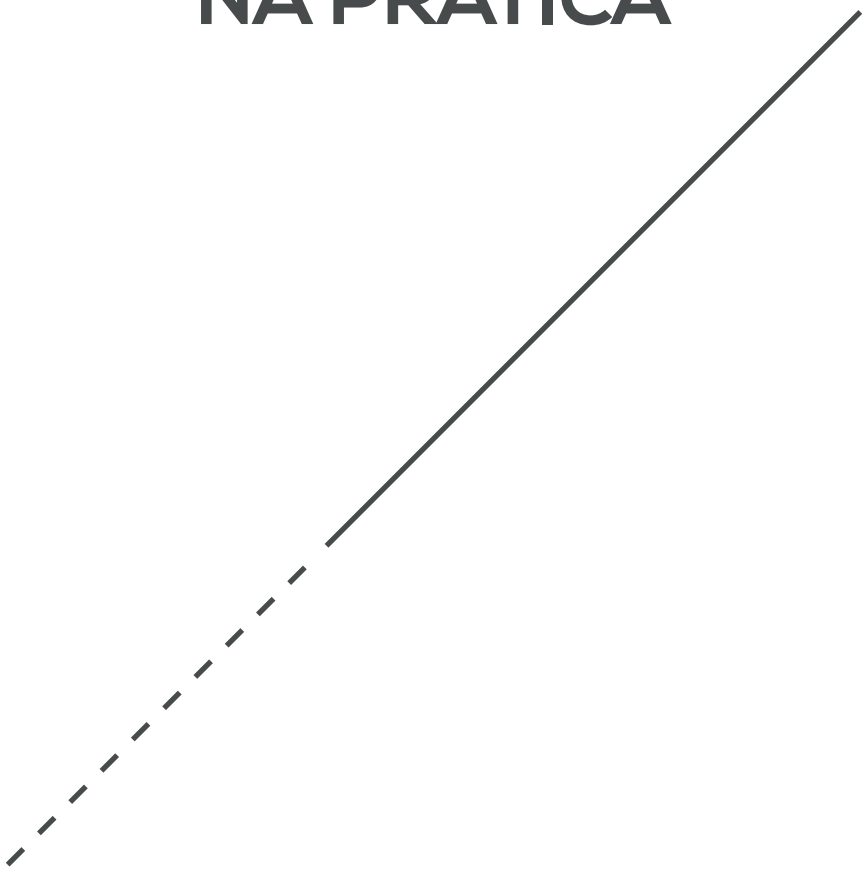
Assim, uma forma de caracterizar as tendências socioculturais que se aplicam na Arquitetura e em um formato macro nas coleções de Moda é o chamado zeitgeist, ou espírito do tempo. Autores e idealistas como Hegel acreditam ser uma espécie de contágio mental que paira pelo espaço, considerando a semelhança de estilos e preferências em faixas de tempo tão próximas. Carl Jung descreve esse entendimento como uma camada mais profunda da psique humana, chamada de inconsciente coletivo, onde possui conteúdos e modos de comportamento que são os mesmos em toda parte e na grande maioria dos indivíduos.

São desejos, anseios e sentimentos que pairam na sociedade durante uma época específica - por exemplo, nos anos 50, seguido do fim da segunda guerra mundial, uma forte onda de otimismo impulsionou o consumismo e a tecnologia em diversas partes do mundo. O mesmo aconteceu com o fenômeno do cooconing logo após o ataque de 2001 às Torres Gêmeas, quando a sociedade optou por permanecer em casa, impulsionando sistemas de delivery, locadoras, ambientes e roupas mais aconchegantes.

De todo modo, para que exista uma comparação coerente entre as duas modalidades, é necessário que sejam analisadas a partir de um recorte histórico - isso é, um determinado período de tempo, onde a expressão que as produziu seja a mesma.

A&P
Center
Sail

ESPÍRITO DO TEMPO: NA PRÁTICA



Organizamos alguns exemplos para ilustrar os pontos de encontro ao longo da história entre Moda e Arquitetura, acompanhando também o desenrolar evolutivo formal das duas disciplinas. Apesar disso, inúmeros outros exemplos permeiam a história moderna, sempre que falamos de produção criativa.

GÓTICO

Já na idade média, o período gótico é um dos mais evidentes movimentos onde é possível travar semelhanças, umas vez que estava entrelaçado em fortes crenças religiosas na civilização ocidental da época. Em períodos mais antigos, as expressões são vistas na arquitetura de espetáculo do momento: as Catedrais e templos. Para o vestuário, a atenção se volta para o clero a alta classe, que ditavam mais experimentações.

A catedral de Colônia, na Alemanha, iniciada em 1248 é um grande símbolo da época - e apesar de oficialmente finalizada apenas em 1800, é um marco do período, pelas duas colunas frontais em ponta, verticalizadas, assim como grande parte do adorno das fachadas, mirando ao céu.

O mesmo formato cônico e triangular era visto nos chapeus femininos e no traje dos sacerdotes - um elemento de design repetido que simbolizava à alta fé da época, evocando a ascensão ao céu através destes formatos.

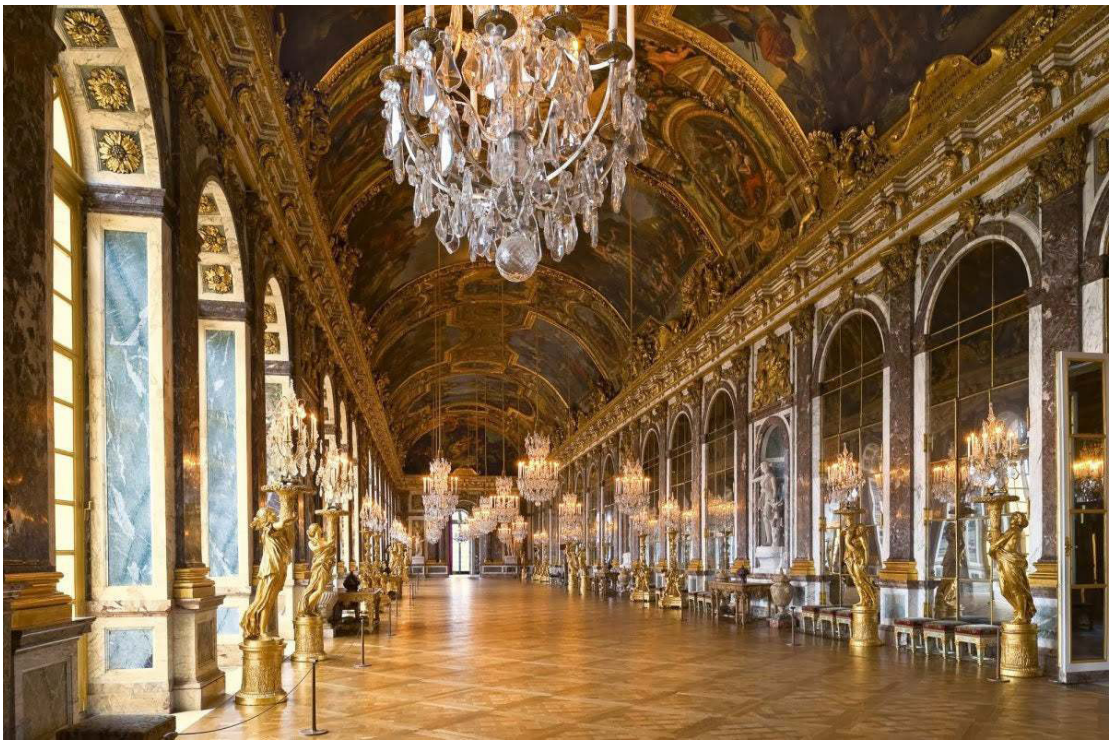
Catedral de Colonia, Alemanha

ROCOCÓ

No período entre 1720 e 1770, caracterizada pela história da arte como Rococó, também é possível traçar importantes laços, uma vez que uma das mais icônicas exuberantes arquiteturas estava acontecendo, junto com um dos primeiros ícones de Moda - Versailles e sua Rainha Antonieta.

Neste período, a associação entre Moda e Arquitetura é quase óbvia: além do exagero implícito em ambas construção e indumentária, os formatos arredondados dos arcos e abóbadas inspiraram saias imensas de estrutura arredondada junto aos quadris. Ainda, estas forçaram portas e acessos cada vez maiores nos palácios e espaços públicos da monarquia.

Por um período de grande romantismo, as curvas e a adornos podem ser atribuídas à figura feminina, à inovação criativa e experimental da época e a ligação direta da sociedade com a arte naquele tempo.



Salão dos espelhos, Palácio de Versailles

Retrato de Maria Antonieta

ART DECO X ANOS 20

O início do século 20 tornou-se determinante tanto para Moda e para Arquitetura: além de grandes mudanças no processo e nas silhuetas, a relação entre as duas disciplinas começou finalmente a ser discutida por arquitetos teóricos.

Quando nos referimos ao Art Deco, por exemplo, movimento artístico caracterizado pelas formas geométricas (em grandes formatos como também nos detalhes) e a riqueza dos materiais, podemos ver a influência direta das linhas arquitetônicas no vestuário - principalmente atribuídas aos arranha-céus americanos impressa desde o corte dos vestidos até sua estamparia e bordado. Os formatos utilizados, como triângulos, arcos e cantos retos sugeriam um progresso tecnológico, altamente relacionados ao modernismo e a experimentação criativa da época.

Cores como dourado, preto e prata em ambas as áreas faziam alusão à euforia dos "loucos anos 20", grande otimismo pós primeira guerra mundial. Os mesmos princípios de design - a combinação de geometrias - migraram até para a joalheria, e complementam o look da época.

Mayakovskaya Station - Moscow

Chrysler Building

PÓS MODERNISMO

O pós-modernismo arquitetônico foi um movimento marcante contra a austeridade, a formalidade e o padrão modernista imposto no início do século XX. Ganhando força no final da década de 60, este movimento cheio de signos e símbolos, responsáveis por comunicar valores culturais específicos, se alinha diretamente com o que acontecia com a moda na época - uma contratendência direta do New Look de Dior, a moda caminhava para uma verdadeira explosão de maximalismo nos anos 70 e 80, com abuso de cores, formatos e informações.

Os elementos de design utilizados por ambas disciplinas - formas desproporcionais, grande mix de informações, extrapolação de cores e silhuetas - é uma consequência direta do cenário cultural: uma tentativa de reconexão com os valores e crenças e ainda uma experimentação de novos formatos de lifestyle. Diante de uma sociedade altamente polarizada (guerra fria + tensão econômica e política + ondas de protesto ao redor do mundo), a Moda e Arquitetura mais uma vez seguem um curso paralelo de concepção.

Team Disney Building | Arata Isozaki

Editorial Vogue, 1987

Editorial Vogue, 1987

PARAMETRIA

A relação histórica entre Moda e Arquitetura vem chegando à contemporaneidade, e através da digitalização e aspectos como parametrização do design, a arquitetura é capaz de imitar as formas do vestuário e da moda com precisão: curvas mais fluídas, efeitos plissados, uma percepção de suavidade em estruturas massivas.

As linhas mais orgânicas dos edifícios contemporâneos e altamente tecnológicos sugerem tanto leveza, movimento e dinamismo, como também um efeito lúdico que a digitalização e a parametria proporciona. Os mesmos efeitos são obtidos através da modelagem nas roupas - com construções cada vez mais inteligentes e inovativas, misturam e seguem com técnicas clássicas.

Estes elementos mais fluídos e indefinidos são consequência direta da explosão de consumo e informação do início do século: priorizando agora por um design limpo e assertivo, minimalista com twist - que estão desde em smartphones, até vestidos e arranha céus.

Christian Dior Alta Costura SS22

Christian Dior Alta Costura SS22

Galeria Google Event Space
BCMF Arquitetos

Aqua Tower - Studio Gang Architects
Chicago, EUA

NA PRÁTICA

Para entender a relação na prática do dia-a-dia, selecionamos cinco comportamentos e movimentos estéticos e apontamos os principais elementos e princípios do design. Assim, o mesmo método pode ser aplicado em futuras referências, afim de traduzir para criação com mais objetividade e assertividade.

MINIMALISMO ANOS 90

O minimalismo é uma vertente estética que entrou em ascensão no início dos anos 90 e até hoje influencia diversos tipos de design, na arquitetura à moda.

COS FW21

COS FW21

GRANNY CHIC

O movimento busca remeter à uma estética "vintage" (de vó), misturando elementos contemporâneos. A estética ganhou força com o êxodo urbano impulsionado na pandemia, com as pessoas vivendo em cidades pequenas e recebendo uma dose de elementos de nostalgia e conforto. Na moda, os elementos são usados quase com ironia, num conforto cool e alternativo.

ACABAMENTO EM MADEIRA E CONSTRASTES ESCUROS

MISTURA DE ESTAMPAS

FORTE ELEMENTO VINTAGE NA DECORAÇÃO/STYLING

TONS VIVOS DE FLORA

SHAPES LEVEMENTE ARREDONDADOS

ELEMENTOS TEXTURIZADOS COMO CROCHÊ

Ganni

CLÁSSICO

O estilo clássico não é considerado um movimento justamente dada a sua atemporalidade - mas é um adjetivo que além de estética é usado para descrever comportamento e uma tribo específica de pessoas. Mantendo uma certa discrição e conservadorismo, o modelo segue uma constância, mantendo-se no neutro e sem grandes contrastes a não ser o tradicional preto e branco.

POUCO CONTRASTE DE
COR E PESO

TON SUR TON

Chanel Alta Costura SS2

LINHAS RETAS E ACABAMENTOS
LEVEMENTE ARREDONDADOS

ESTAMPAS DELICADAS

GLAM CONTEMPORÂNEO

O estilo combina sobriedade com um twist: incorpora diversas tendências sob uma base clássica ou minimalista - ao exemplo do paletó de Saint Laurent, reinterpretado como um vestido mini, com ombros marcados, decote e arrematado com luvas coloridas. Fazendo uso de cor, textura ou estampa marcante, o glam mistura neutros com ornamentos em grande harmonia, em um design fluído e marcante.

HARMONIA DE COMPONENTES

USO DE COR

PONTO FOCAL

Yves Saint Laurent SS22

Stella McCartney Pre-fall 2022

NEUTROS A BASE DE CINZA

USO DE ESTAMPA OU TEXTURA APLICADA À SUPERFÍCIE MAIOR

ARTSY/SURREALISM

Chamado de artsy ou também "surrealista leve" [soft surrealism], o movimento é a cara dos Zennials (millenials + gen Z), geração que está pronta para morar sozinha e imprimir sua personalidade nas roupas e no próprio espaço. Com linhas orgânicas e estofados arredondados e macios, os elementos giram em torno do craft e da artesania, com mistura de cores fortes e estampas sob uma base quente.

CRAFT E ARTESANIA

MISTURA TÉCNICA

Isabel Maurent SS22

Alaia FW23

LINHAS FLUÍDAS E NÃO ESTRUTURADAS

PEÇAS VANGUARDA + PEÇAS CLÁSSICAS

ARQUITETURA PARA MODA

A arquitetura comercial tem um peso importante de traduzir o conceito de toda uma marca para dentro de um espaço. Mais do que isso, ela se torna um produto desta mesma marca, um destino ou outro elemento de desejo: a vitrine das ideias.

A arquitetura para moda precisa entender os desejos do seu consumidor para espelhar não só a estética presente na vestimenta e no brand DNA como materializar uma atmosfera. Pense no espaço sem nenhuma peça de roupa, logo ou etiqueta: você ainda saberia onde está?

GANNI, Soho, Londres

A marca dinamarquesa queridinha das fashionistas consegue passar o mesmo espírito descolado para suas lojas físicas. Banhada em um mix de tons pasteis (em paredes que servem como direcionamento de fluxo e setorização) a marca foi desenhada por Stamuli Architecture na intenção de se parecer com uma casa do seu país, muito próxima com a dos seus criadores.
A materialidade intercala entre terrazzo, madeira, lustres de papel e cerâmicas vintage. Respirando arquitetura scandinava (Scandi 2.0 como chamaram os donos), a loja traduz todo estilo arsty das peças sem perder o minimalismo nórdico característico. Uma mistura de estilos que só poderia traduzir em Ganni.

Ganni

LOUIS VUITTON, GINZA, TÓQUIO

Apesar de um grande legado, a maison francesa Louis Vuitton nunca deixa de inovar, seja na sua proposta de mobiliário, seja na direção criativa.

Voltada para o público oriental, onde os jovens já possuem grande poder de compra (e aqui sinalizamos a importância do localismo no aspecto de loja), a fachada da torre foi totalmente envolta por um elemento de vidro reflexivo, com um aspecto digital e kaledoscópico que se repete em todo conceito da loja.

Idealizada por Jun Aoki e Peter Marino, a intenção não era apenas celebrar o valor icônico das vitrines da marca, mas usando em todos os quatro andares - a cor e os aspectos digitais como fatores de mudança e flexibilidade para as próximas campanhas. O prédio culmina com o Le Caffe V, um café/bar no último andar que ainda carrega aspectos da fachada no forro e na atmosfera.

Este é um exemplo de marca altamente consolidada, com DNA forte e desenvolvido fazendo experimentações em cima de temáticas mais jovens através do espaço - casando com peças mais experimentais e dinâmicas voltadas para o público local.

LOUIS VUITTON

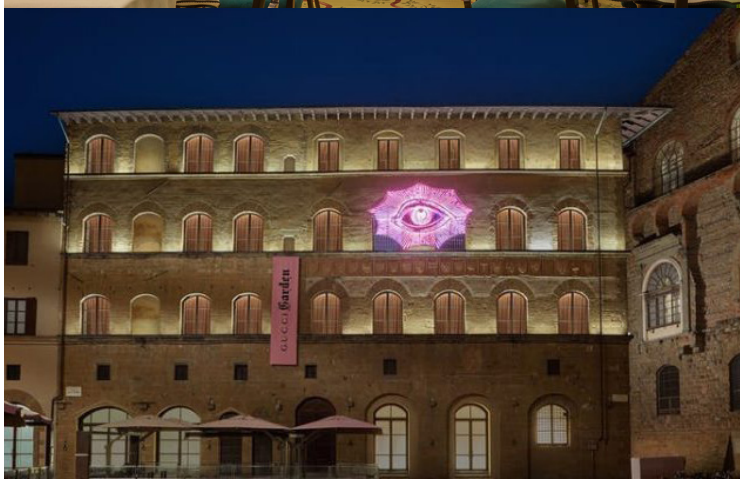
GUCCI GARDEN, FLORENÇA, ITÁLIA

A Gucci é uma maison tipicamente italiana conhecida pela tradição e pelo estilo kitsch que vem se potencializando nas últimas décadas - e perfeitamente representado no Gucci Garden - uma espécie de museu com loja e restaurante em homenagem à marca.

Criado em 2011 pelo próprio diretor criativo da marca, Alessandro Michelle, todo o espaço é a materialização perfeita da atmosfera da marca: uma espécie de casa com cores e estampas amplificadas em todos os cantos. O romantismo, fauna e flora, e a tradição são impressas junto à instalações digitais e roupas icônicas.

O museu é um perfeito estudo de fluxo e percurso para arquitetura de moda: desde a descoberta dos aposentos até culminar na loja e no Gucci Osteria. Se o mobiliário celebra a tradição, as paredes monocromáticas em cores vivas representam a modernidade, o artístico e o lado quase maxi de Gucci - uma ótima fórmula para por em prática.

GUCCY
REAL


Gucci Garden

DIOR RIVIERA

A ação Dioriviera, proposta pela Maison Dior durante os verões, iniciou-se em 2018, em Mikonos e rapidamente tornou-se uma referência em destination retail ou "varejo de destino de férias". A proposta é justamente instalar pop ups temáticas nos destinos em alta para a temporada, aproveitando o fator localismo para construir um lifestyle que gira em torno da marca. Com planejamento de lançar até 18 pop ups por temporada de Capri à Hong Kong e Saint Tropez, dois formatos tiveram destaque em 2021 - o takeover no hotel Rosewood Miramar Beach, na costa californiana; e as pop-ups de Dubai.

Para o primeiro, é um case perfeito de como a arquitetura para moda não se resume apenas à um espaço de compra - ainda que extremamente bem desenvolvido - mas todo arredor que o contempla, de espreguiçadeiras à acessórios como pranchas e toalhas, e decoração geral. Para o interior da loja, por exemplo, a estampa presente na coleção resort foi espelhada para paredes, junto à uma versão neutra, criando uma atmosfera ainda a cara de Dior, somando uma estampa clássica à cores vibrantes.

Em Dubai, a loja surpreendeu pelas paredes terem sido impressos em 3D, criando uma trama próxima a estampa da coleção na própria casca da loja. O fator dior ficou pelos motivos e cartela de cores neutros, quase mimetizados na areia: uma perfeita incorporação de uma coleção para o lado construído.

DIOR

CHRISTIAN DIOR
CHRISTIAN DIOR

FENDI CAFFE POR ANNIVERSAIRE, TÓQUIO, JAPÃO

Outra marca italiana de grande legado, a Fendi carrega no seu DNA o famoso monograma, impulsionado e eternizado por seu antigo diretor criativo Karl Lagerfeld, e o tom amarelo, conhecido também por "amarelo fendi".

Para comemoração de lançamento da coleção de 202, a fendi inaugura um café em parceria com a marca Anniversaire, a fim de atingir seus consumidores orientais na cosmopolita Tóquio.

Mantendo os aspectos clássicos e refinados que são a cara da marca, é possível observar uma distribuição mais tradicional do espaço, com cadeiras vintage e sofás embutidos, além de boiseries e painéis trabalhados em vincos na madeira. O efeito nostálgico também se repete no bar arredondado e no romantismo das plantas.

O toque moderno fica por conta do amarelo invadindo balcões e paredes, e do rosa millenial banhando as mesas, sofás e paines - uma sobreposição de pastéis que garantem um aspecto divertido e descontraído sem perder o refinamento e o aspecto de soberania no espaço. Outro case de arquitetura para moda sem envolver a peça de fato, mas a materialização do conceito de luxo em um espaço que envolva promoção e imersão na marca.

FENDI
CAFFE
FENDI
CAFFE

FENDI
CAFFE
FENDI
FENDI
FENDI

INSIGHTS FINAIS

PRINCIPAIS HACKS PARA PROJETOS

O repertório é um dos fatores mais importantes para projetos de inovação que de fato se destacam - e ainda conversam com o usuário ou consumidor. O leque de referências, no entanto, não precisa mais ser apenas da própria área, de moda ou arquitetura, mas podem se interpolar, assumindo diferentes tipos de influência, seja nos detalhes ou no conceito como um todo.

Quando concebendo um projeto, a fase de pesquisa é importantíssima: desde a tendência e o espírito do tempo à referências mais abrangentes - de desfiles, caso arquitetura; ou revistas de decoração, para a moda.
O principal segredo é observar os elementos de design - aqui expostos no capítulo "NA PRÁTICA" - para entender que mensagem a referência está passando e quais detalhes pode ser incorporados: sejam eles texturas, cores, shapes, metais ou conceito geral.

ATMOSFERA E FORMATOS

Para inspiração de atmosfera e conceito geral, fique de olho no todo. Se falamos em um desfile, observe além da roupa, para o cenário, maquiagem, iluminação, styling (acessórios e sapatos), shape da silhueta - busque a mensagem que está sendo passada: mesmo que seja apenas sua percepção, e não a mensagem final de fato. Um aspecto mais sóbrio em um desfile pode migrar para interiores mais monocromáticos e texturizados, com detalhes e contrastes - o mesmo para um desfile mais vivido e colorido, que pode sugerir combinações de cores + shapes inusitados. Para arquitetura, lembre-se de abstrair a mensagem, em detalhes menos obvios e mais sutis. Já para moda, interpretando um espaço, a inspiração é livre: do óbvio e literal à atmosfera e linhas.

TEXTURAS E CARTELA DE CORES

Talvez uma das maiores e mais práticas inspirações, as cartelas de cores dos desfiles ou dos interiores são facilmente migráveis de uma área para outra. Aqui, a dica também é observar como elas estão aplicadas: que tipo de textura ou material. Linhos coloridos, por exemplo, sugerem aspectos de mais leveza, seja numa roupa ou em um estofado - já no couro, a interpretação é outra, mais pesada, street e rebelde, uma peça statement.

Estofados nos interiores são ótimas inspirações de shapes e materialidades para um desfile - inclusive a falta deles também. Recortes e estampas são outras boas referências em um desfile que podem migrar ou ser interpretadas para um espaço - estampas florais sugerem espaços vivos e leves; desfiles monocromáticos com detalhes de pedraria podem sugerir um espaço ton-sur-ton com decoração mais afiada.

DETALHES E INCORPORAÇÕES

Por fim, mesmo metais e aviamentos, no caso de vestuário, podem ser previstos e inspirados nas áreas paralelas de Moda e Arquitetura e interiores. O tom dos metais, assim como seu acabamento e espessura geralmente são correspondentes - quando vibram em dourado, sugerindo um luxo maior; prata para espaços mais minimalistas ou roupas mais futuristas; cobre para tradicional, temático ou industrial.

Fique de olho!

Desenvolvemos um checklist pré projeto para ajudar a te guiar na pesquisa - e elaborar seu conceito de coleção ou atmosfera a partir de referências multidisciplinares, dinâmicas e assertivas. Boa criação!

CHECKLIST

PESQUISA CRIATIVA

PROJETO:

PÚBLICO/ USUÁRIO:

CENÁRIO CONSUMO:

REFERÊNCIAS:

CONCEITO:

CORES:

MATERIAIS:

LEMBRETES:

ACESSE O MUNDO PGB

NO INSTAGRAM

PGB
INTELIGÊNCIA
CRIATIVA