



future proof

2022_II
10%

A próxima temporada é construída a partir da evolução de conceitos trabalhados anteriormente. Na última edição, fez-se referência ao impacto e às mudanças impostas pela pandemia, com a temática Antídoto. Para 2022_II, o questionamento está voltado à relação com o que está por vir, por isso se chama Future Proof.

“Para serem percebidos no futuro, tanto a empresa quanto o produto devem ter relevância. Se não houver propósito e uma narrativa sustentável de inovação, eles não se mantêm no amanhã”, explica o coordenador do Núcleo de Design do Inspiramais, Walter Rodrigues.

Para o designer, ser relevante é traduzir esses sentimentos em formas de materiais e depois em produtos, tornando-os desejados e necessários. “O futuro vai exigir ações positivas. Um produto relevante será valorizado se tornando à prova do futuro”.

Para construir uma coleção, são estabelecidas etapas que formam a pirâmide. Todos esses elementos, integrantes da pesquisa elaborada pelo Núcleo de Design do Inspiramais, correspondem ao topo da pirâmide, isto é, aos 10% destinados à Inovação. Esse topo é o Future Proof. Na cartela de cores, estão o azul, o lilás e o amarelo. A segunda etapa, que corresponde aos 30%, contempla as referências do tema Antídoto. E a base — os outros 60% — já massificados, representam as inspirações da coleção Free Spirit.



FRAGMENTADO

Oposição de texturas e acabamentos

Quantum

Uma das narrativas da próxima temporada é Quantum, a menor partícula de qualquer elemento que existe no mundo, remetendo à essência das coisas. A proposta prevê um olhar poético sobre os acabamentos, inspirados na beleza, na cor, no brilho e na energia dos cristais e gemas preciosas.

Interpretam, ainda, a coexistência simultânea de acabamentos antagônicos, como brilho e fosco.