

O QUE É ORIGINALIDADE?

SEGUNDO O DICIONÁRIO OXFORD:

1.

QUALIDADE DO QUE É INUSITADO, **DO QUE NÃO FOI AINDA IMAGINADO, DITO, FEITO** ETC.; **INOVAÇÃO**, SINGULARIDADE.
"É CAPAZ DE TANTA ORIGINALIDADE QUE CHEGA A HUMILHAR QUANDO CRIA"

2.

FIGURADO

CAPACIDADE PARA EXPRESSAR-SE DE MODO INDEPENDENTE E INDIVIDUAL; HABILIDADE CRIATIVA; CRIATIVIDADE.

COMO SER ORIGINAL?

ADAM GRANT, PSICÓLOGO ORGANIZACIONAL, PROFESSOR E AUTOR DO BEST-SELLER AMERICANO ORIGINALS EXPLICA, COM BASE EM VASTA PESQUISA, QUE AS PESSOAS ORIGINAIS NÃO SÃO AS QUE TÊM IDEIAS MELHORES MAS SIM, AS PESSOAS QUE TÊM MAIS IDEIAS.

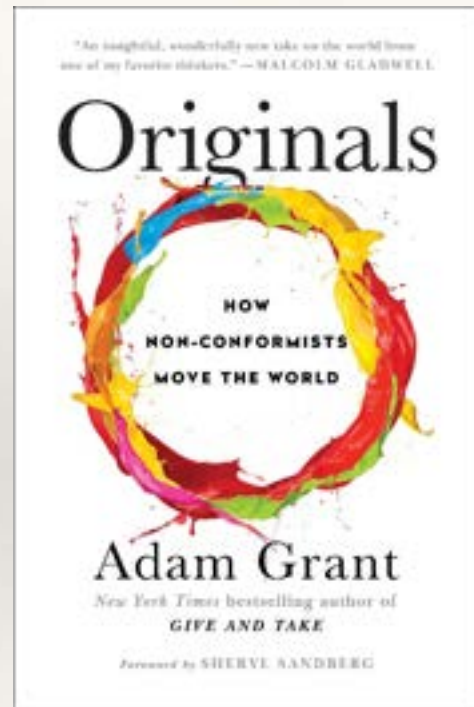
AS PESSOAS PRIMEIRO TÊM IDEIAS CONVENCIONAIS E SÓ DEPOIS LIBERTAM O PENSAMENTO – E, ENQUANTO A MAIORIA DE NÓS PARA NA IDEIA CONVENCIONAL, OS SUPOSTOS GÊNIOS SEGUEM EM FRENTE. EXPERIMENTOS DA NORTHWESTERN UNIVERSITY COMPROVARAM ISSO: AS PRIMEIRAS 20 IDEIAS DOS VOLUNTÁRIOS TESTADOS ERAM MAIS CONVENCIONAIS, E AS PRÓXIMAS 15, MENOS. VALE A PENA VER O TED TALK DELE. SÓ PROCURAR NO YOUTUBE



COMO SER ORIGINAL?

AINDA SEGUNDO GRANT, TODOS PODEM SER ORIGINAIS E EXISTEM 4 PASSOS IMPORTANTES PARA SER UMA PESSOA ORIGINAL DE FATO, QUE PRODUZA E NÃO FIQUE APENAS NO MUNDO DAS IDEIAS. SÃO ELES:

1. DEFAULT (CONFIGURAÇÃO DE FÁBRICA DE UM EQUIPAMENTO): HÁ QUE SE QUESTIONAR SEMPRE EM BUSCA DE MELHOR OPÇÃO.
2. DÉJÀ VU X VUJA DE: SENSACÃO DE JÁ TER VISTO OU VIVIDO ALGO QUE SE APRESENTA COMO NOVO X O QUE É FAMILIAR MAS VISTO SOB UMA PERSPECTIVA NOVA, NOS POSSIBILITANDO A ENXERGAR NOVAS POSSIBILIDADES E ÂNGULOS DE UM VELHO PROBLEMA.
(RESSIGNIFICAÇÃO)
3. IMPLEMENTAR AS IDEIAS
4. NÃO PARAR NAS PRIMEIRAS IDEIAS (COMO JÁ VISTO)



COMO SER ORIGINAL?

EU ACRESCENTARIA AINDA QUE SER ORIGINAL POR SER ORIGINAL É VAZIO, FÚTIL.

É NECESSÁRIO ESTAR CARREGADO SEMPRE DOS SEUS VALORES (OU DOS VALORES DA MARCA) PARA FAZER SENTIDO E CONECTAR. SENÃO É PASSAGEIRO, FUGAZ, NÃO SE SUSTENTA.

OLHE PARA DENTRO: QUAL O UNIVERSO DA SUA MARCA? COM O QUE ELA SE RELACIONA?

OLHE PARA FORA: O QUE JÁ FOI FEITO? COMO SER ORIGINAL EM UM MUNDO EM QUE TUDO JÁ FOI FEITO?

UMA MARCA PODE SER PERCEBIDA COMO ORIGINAL NÃO NECESSARIAMENTE PELO PRODUTO MAS PELO CONCEITO, O DISCURSO, O SERVIÇO.

COMO SER ORIGINAL?

ALGUNS COMPORTAMENTOS E HÁBITOS IMPORTANTES PARA SER UMA PESSOA (E CONSEQUENTEMENTE MARCA) ORIGINAL:

- SEJA PESSIMISTA
- SEJA MAIS PRAGMÁTICO DO QUE IDEALISTA (JUST DO IT)
- ACEITE O MEDO E CORRA RISCO CONTROLADO (DESTRUIÇÃO CRIATIVA. FAZER O NOVO IMPLICA EM DESTRUIR O VELHO)
- ACEITE AS DÚVIDAS E PROCASTINE SEM CULPA (ORIGINAIS VIVEM CHEIO DE DÚVIDAS SOBRE SUAS IDEIAS. NÃO TÊM CERTEZAS ABSOLUTAS. A PROCRASTINAÇÃO DÁ CHANCE PARA QUE MAIS E MELHORES IDEIAS SURJAM) (*CONTAR DE QUANDO EU FUMAVA NA RENNER*)
- FAÇA MUITAS COISAS AO MESMO TEMPO (A MULTIPLICIDADE DE TAREFAS É O QUE MAIS AJUDA A CONSTRUIR A ORIGINALIDADE, SEGUNDO O ESTUDO DE GRANT. NÃO O FOCO)

EXEMPLOS DE ORIGINALIDADE

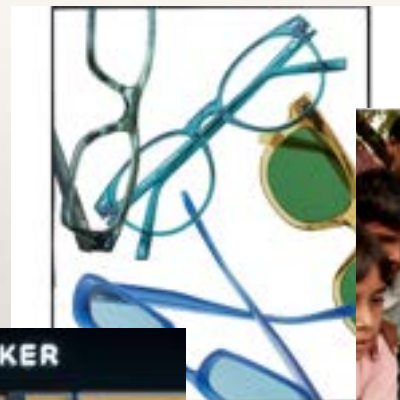
DUCHAMP E O MICTÓRIO

A GRANDE LIÇÃO DO READYMADE FOI TER DEMONSTRADO QUE MUDAR UMA COISA DE SEU LUGAR USUAL PARA UM NOVO É UM MODO DE TRANSFORMAR O PRÓPRIO SENTIDO DESSA COISA E DESSES LUGARES
LER A PÁGINA SALVA SOBRE ESSA OBRA



EXEMPLOS DE ORIGINALIDADE

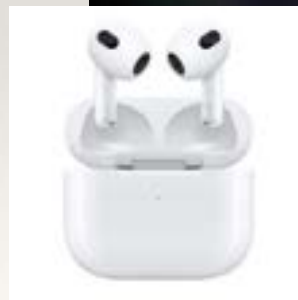
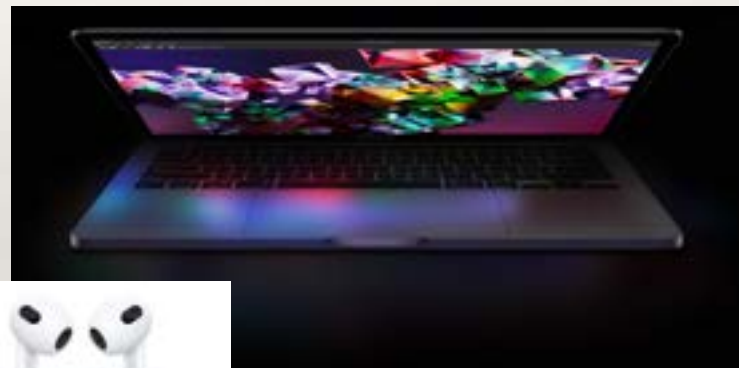
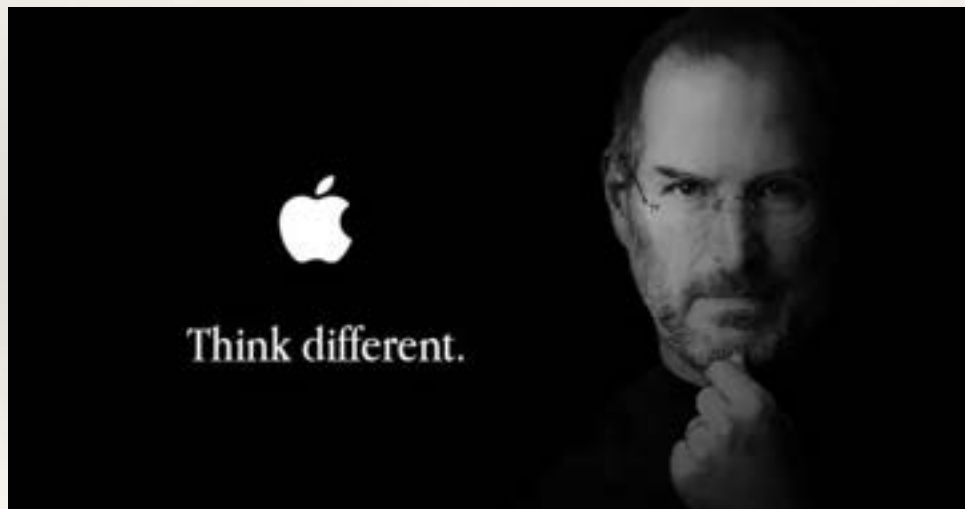
WARBY PARKER



EXEMPLOS DE ORIGINALIDADE

APPLE

“ESTAMOS APOSTANDO NA NOSSA VISÃO. PREFERIMOS FAZER ISSO A FABRICAR PRODUTOS IGUAIS AOS OUTROS. VAMOS DEIXAR OUTRAS EMPRESAS FAZEREM ISSO. PARA NÓS, O OBJETIVO É SEMPRE O PRÓXIMO SONHO.”



STRONG DESIGN

EXEMPLOS DE ORIGINALIDADE

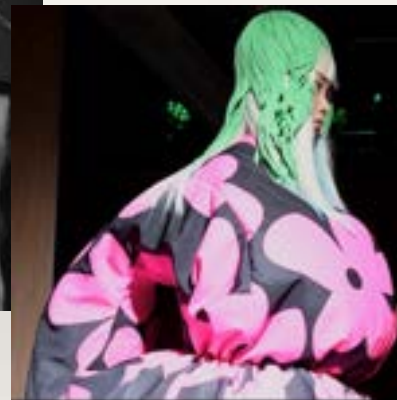
COMME DES GARÇONS

“TODOS OS TIPOS DE FORMAS DE EXPRESSÃO ESTÃO SE ESPALHANDO POR TODO O LUGAR, A INFORMAÇÃO ESTÁ TRANSBORDANDO, E É CADA VEZ MAIS DIFÍCIL FICAR ENTUSIASMADO COM QUALQUER COISA. A FIM DE SER ESTIMULADO OU SENSIBILIZADO NO FUTURO, PROVAVELMENTE TEREMOS QUE IR AO ESPAÇO E OLHAR PARA O NOSSO MUNDO DE LÁ”.



EXEMPLOS DE ORIGINALIDADE

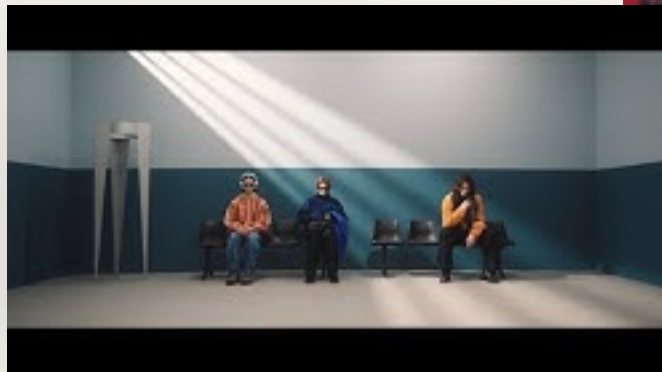
COMME DES GARÇONS



STRONG DESIGN

EXEMPLOS DE ORIGINALIDADE

ADER ERROR



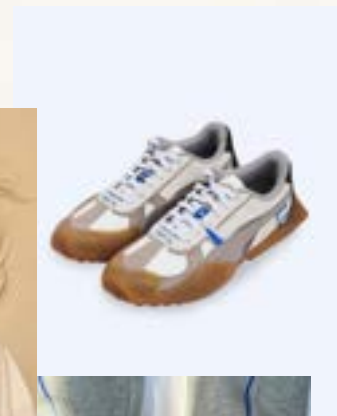
EXEMPLOS DE ORIGINALIDADE

ADER ERROR



EXEMPLOS DE ORIGINALIDADE

ADER ERROR



STRONG DESIGN

O QUE É AUTENTICIDADE?

SEGUNDO O DICIONÁRIO OXFORD:

1.

QUALIDADE, CONDIÇÃO OU CARÁTER DE AUTÊNTICO.

O QUE É AUTÊNTICO?

1.

DE ORIGEM (ÉPOCA, FABRICAÇÃO, LOCALIDADE) COMPROVADA.

"UMA A. PORCELANA MING"

2.

CUJA AUTORIA É ATESTADA.

"UM A. PANCETTI"

“SE EU PUDESSE PATENTEAR ‘*SER REAL*’,
NÃO EXITARIA.”

TUPAC SHAKUR



O QUE É AUTENTICIDADE?

UMA MARCA AUTÊNTICA É CONSCIENTE DOS SEUS VALORES. MAIS AINDA. É FIEL AOS SEUS VALORES.

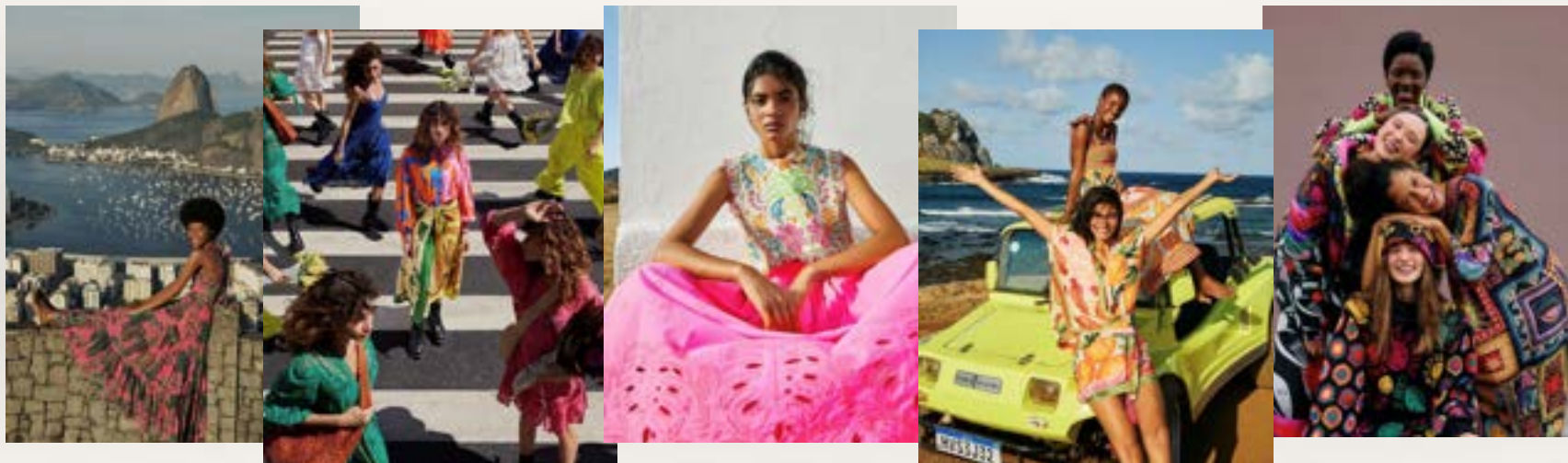
A MARCA É RECONHECIDA ATRAVÉS DOS SEUS PRODUTOS, EMBALAGENS, PROPAGANDAS E DO SEU ESTILO DE VIDA. O BRANDING É VISTO ATRAVÉS DE TODOS OS SEUS PRODUTOS MAS VAI ALÉM DO PRODUTO. TÁ PRESENTE NO ACTING, NA BEAUTY, NO LOGO EM TODOS OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DA MARCA.

UM DNA LEGÍTIMO.



EXEMPLOS DE MARCAS AUTÊNTICAS

FARM



EXEMPLOS DE MARCAS AUTÊNTICAS

MARTHA MEDEIROS



EXEMPLOS DE MARCAS AUTÊNTICAS

STELLA JEAN

“ROMANA POR MEIO DE UM PAI ITALIANO COM UMA MÃE HAITIANA.

EU REPRESENTO UM PONTO DE INTERSEÇÃO ENTRE DUAS CULTURAS
APARENTEMENTE OPOSTAS.

É UM DESTILADO CULTURAL, E UM PROJETO DE FERTILIZAÇÃO TRANSFRONTEIRIÇA,
QUE NARRO ATRAVÉS DA MODA.

O MUTICULTURALISMO É A PORTA DE ENTRADA PARA O DESENVOLVIMENTO
SOCIAL.

O ENCONTRO DE CULTURAS, E A RELATIVA INCLUSÃO, É ATÉ HOJE UMA ESCOLHA
IRREVERSÍVEL. O PONTO EM QUE PODERÍAMOS DECIDIR SE DEVEMOS OU NÃO
LIDAR COM OUTROS DIFERENTES DE NÓS JÁ PASSOU; OS OUTROS JÁ FAZEM PARTE
DE NÓS.

EU SOU UM EXEMPLO.

E ACHO QUE ESTÁ CLARO QUE SOU IRREVERSÍVEL.”



EXEMPLOS DE MARCAS AUTÊNTICAS

STELLA JEAN



STRONG DESIGN

EXEMPLOS DE MARCAS AUTÊNTICAS

45R

“ADOTAMOS A FILOSOFIA DE NAI MONOZUKURI: CRIAR COISAS QUE NÃO EXISTEM (NAI MONO), MAS PARECEM QUE DEVERIAM. ADORAMOS ROUPAS FRANCAS E DIRETAS - QUE TORNAM TANGÍVEL O PODER DE SUAS MATÉRIAS-PRIMAS. VISITAMOS OFICINAS ARTESANAIS EM TODO O MUNDO PARA APRENDER COM OS TRAJES TRADICIONAIS. PROCURAMOS TAMBÉM ROUPAS COM CERTA ELEGÂNCIA E REQUINTE. ACIMA DE TUDO, ADORAMOS ROUPAS QUE SIMPLEMENTE SÃO BOAS DE USAR. VOCÊ PODE DIZER QUE ESTAMOS BUSCANDO OS EXEMPLOS MAIS RAROS, PUROS E EXTREMOS DA FORMA. O DESAFIO DE NAI MONOZUKURI É INTERMINÁVEL.”



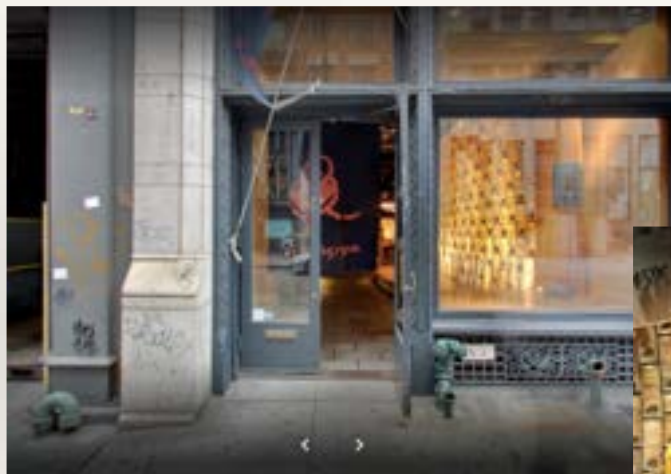
EXEMPLOS DE MARCAS AUTÊNTICAS

45R



EXEMPLOS DE MARCAS AUTÊNTICAS

45R



ORIGINALIDADE X AUTENTICIDADE X REPLICA

MAISON MARGIELA

“COM O SUCESSO DA MARCA EM MEADOS DA DÉCADA DE 1990, MARTIN MARGIELA RETIROU-SE COMPLETAMENTE DA VISTA DO PÚBLICO, NUMA ÉPOCA EM QUE A IDEIA DO DESIGNER INVISÍVEL ENTRAVA EM CONFLITO COM A ASCENSÃO ACELERADA DA CULTURA DAS CELEBRIDADES. O ANONIMATO DE MARGIELA TORNOU-SE MAIS ALTO DO QUE NUNCA.”

PATRICK SCALLON, BRAÇO DIREITO DE MARGIELA



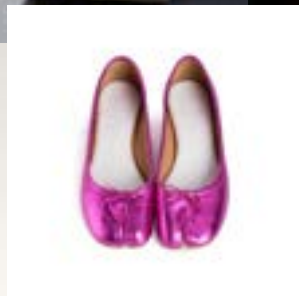
ORIGINALIDADE X AUTENTICIDADE X REPLICA

MAISON MARGIELA



ORIGINALIDADE X AUTENTICIDADE X REPLICA

MAISON MARGIELA



TABI SHOES

STRONG DESIGN

ORIGINALIDADE X AUTENTICIDADE X REPLICA

MARTIN MARGIELA

“MUITAS VEZES, O QUE VOCÊ VÊ NO MAINSTREAM HOJE É ALGO QUE MARTIN INTRODUZIU HÁ 20 ANOS, E DE UMA FORMA CHOCANTE. POR EXEMPLO, MOSTRAR ROUPAS INACABADAS COM BAINHAS OU COSTURAS DESFIADAS POR FORA, QUE ELE FAZIA ANOS ATRÁS, SÃO COISAS HOJE VISTAS COMO NORMAIS.”

KAAT DEBO, DIRETOR ARTÍSTICO DO MODEMUSEUM, OR MOMU, NA ANTUÉRPIA

ORIGINALIDADE X AUTENTICIDADE X REPLICA

MARTIN MARGIELA

“NÃO É APENAS UMA ROUPA BONITA OU SIMPLES. É
ALGO QUE TE DESAFIA, MESMO QUE
SUBLIMINARMENTE.”

HAROLD KODA, CURADOR-CHEFE DO COSTUME INSTITUTE DO
METROPOLITAN MUSEUM OF ART



ORIGINALIDADE X AUTENTICIDADE X REPLICA

MAISON MARGIELA





**PORQUE A INOVAÇÃO É TÃO
IMPORTANTE PARA A CONSTRUÇÃO
DO DNA DA MARCA?**

- Atender necessidades do mercado
- Gerar valor
- Ter um diferencial estratégico
- Aumentar a competitividade

O QUE É A INOVAÇÃO?

Quando pensamos em inovação, é comum associarmos a ideias revolucionárias, que jamais tínhamos visto antes.
Mas nem sempre é assim.

- **EXPLORAR NOVAS IDÉIAS**

Que deverão ser lapidadas e transformadas em projeto.
É necessário desenvolver o produto e também o negócio.

- Produtos
- Serviços
- Tecnologias
- Canais de distribuição
- Processos organizacionais
- Modelos negócios

<https://troc.com.br/>

The screenshot shows the TROC website interface. At the top, there's a navigation bar with the TROC logo, tabs for 'MULHER' and 'KIDS', a search bar with the placeholder 'Buscar por ID, Nome, Marca, Logótipo', and buttons for 'QUERO VENDER' and 'LOGIN'. Below this is a horizontal menu with categories: 'NEW IN', 'LUXO', 'ROUPAS', 'BOLSAS', 'CALÇADOS', 'ACESSÓRIOS', 'MARCAS', 'LOJINHAS', 'BAZAR', 'INFLUENCERS', 'SALE', and 'LOJAS OFICIAIS'. A secondary banner area contains three promotional messages: 'PARCELE EM ATÉ 10X SEM JUROS' (with a credit card icon), 'PEÇAS COM GARANTIA DE AUTENTICIDADE' (with a magnifying glass icon), and 'DEVOLUÇÃO GRATUITA' (with a refresh icon). The main visual is a large pink banner for 'VALENTINES TROC'. It features a woman's face on the left and three columns of offers: '5% OFF em blusas' with coupon code 'FOLIABLUSAS', '5% OFF em vestidos' with 'FOLIAVESTIDOS', and '5% OFF em sapatos' with 'FOLIASAPATOS'. A red heart icon is placed between the first two columns. At the bottom of the banner is a red button that says 'COMPRAR AGORA COM DESCONTO EXTRA'.

TROC

MULHER KIDS

Buscar por ID, Nome, Marca, Logótipo

QUERO VENDER LOGIN

NEW IN LUXO ROUPAS BOLSAS CALÇADOS ACESSÓRIOS MARCAS LOJINHAS BAZAR INFLUENCERS SALE LOJAS OFICIAIS

PARCELE EM ATÉ 10X SEM JUROS
Parcela máxima de R\$ 120

PEÇAS COM GARANTIA DE AUTENTICIDADE

DEVOLUÇÃO GRATUITA
Em até 7 dias após o entrega

VALENTINES TROC

QUAL É O SEU MATCH PERFEITO?

5% OFF em blusas
COM O CUPOM: FOLIABLUSAS

5% OFF em vestidos
COM O CUPOM: FOLIAVESTIDOS

5% OFF em sapatos
COM O CUPOM: FOLIASAPATOS

COMPRAR AGORA COM DESCONTO EXTRA



REFLEXÕES PARA A CONSTRUÇÃO DO DNA DA SUA MARCA:

- O que mudou no meu comportamento no ultimo ano?
- O que tem valor de verdade para mim, na maneira de me vestir? Conforto, beleza, funcionalidade? Praticidade na hora da compra? Qualidade do serviço?
- O que eu quero vestir?
- A roupa precisa ser diferenciada ou, gosto do que tem no mercado atual?
- Qual o propósito eu quero defender?
- Que material eu quero consumir?
- Qual modelo de negocio me agrada? Pronta entrega? Produção sob demanda? Second Hand?

**COMO SE MANTER ATUAL E DESEJÁVEL,
SEM ABRIR MÃO DA ESSÊNCIA DA MARCA?**





Louis Vuitton lança nova coleção em parceria com a artista Yayoi Kusama - 2023

COMO INOVAR ATRAVÉS DO PRODUTO?

- Modelo
- Shapes/ Silhueta
- Material (Fibras/ Construção/ Aplicação)
- Estampa
- Beneficiamentos



MODELO



MODELAGEM/ SHAPE



MATERIAL



ESTAMPA



BENEFICIAMENTO/ LAVAGEM



CHRISTIAN DIOR



Fall 2008



Spring 2012



Fall 2020

CHANEL



Spring 2008

CHANEL



MONCLER



MONCLER ICONS

Presenting the core of our brand DNA, iconic down jackets present the fusion of research, innovation and luxury.



A CONSTRUÇÃO DO DNA É UM PROCESSO CONTÍNUO.