



**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA  
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN**

**TAMISSA JULIANA BARRETO BERTON**

**MODA AUTORAL: RECOMENDAÇÕES PEDAGÓGICAS PARA O  
PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO**

Bauru  
2024

TAMISSA JULIANA BARRETO BERTON

**MODA AUTORAL: RECOMENDAÇÕES PEDAGÓGICAS PARA O  
PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO**

Tese de Doutorado apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Campus Bauru, como requisito à obtenção do Título de Doutor em Design - Área de Concentração: Planejamento do Produto.

**Orientadora:** Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Paula da Cruz Landim

**Coorientadora:** Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Raquel Rabelo Andrade

Bauru  
2024

Berton, Tamissa Juliana Barreto.

Moda Autoral: recomendações pedagógicas para o processo de desenvolvimento de produto/ Tamissa Juliana Barreto Berton. - Bauru, 2024  
176 f.: il.

Orientadora: Paula da Cruz Landim

Coorientadora: Raquel Rabelo Andrade

Tese (Doutorado)-Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru, 2024

1. Design de Moda. 2. Moda Autoral. 3. Ensino. 4. Ensino em design. 5. Desenvolvimento de produto. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design. II. Título.

## **BANCA EXAMINADORA**

**Profa. Dra. Raquel Rabelo Andrade**

Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR  
Co-orientadora

**Profa. Dra. Marizilda dos Santos Menezes**

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP

**Profa. Dra. Joedy Luciana Barros Marins Bamonte**

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP

**Profa. Dra. Livia Marsari Pereira**

Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR

**Profa. Dra. Mariana Dias de Almeida**

Instituto Federal do Sul de Minas - IFSULDEMINAS

## ATA



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA

Câmpus de Bauru



**ATA DA DEFESA PÚBLICA DA TESE DE DOUTORADO DE TAMISSA JULIANA BARRETO BERTON, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN - CÂMPUS DE BAURU.**

Aos 23 dias do mês de agosto do ano de 2024, às 14:00 horas, no(a) <https://meet.google.com/rzr-bfsb-mfu>, realizou-se a defesa de TESE DE DOUTORADO de TAMISSA JULIANA BARRETO BERTON, intitulada **MODA AUTORAL: RECOMENDAÇÕES PEDAGÓGICAS PARA O PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO**. A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> RAQUEL RABELO ANDRADE (Co-orientador(a) - Participação Virtual) do(a) UTFPR, Professora Doutora MARIZILDA DOS SANTOS MENEZES (Participação Virtual) do(a) Programa de Pós-graduação em Design / Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Profa. Dra. JOEDY LUCIANA BARROS MARINS BAMONTE (Participação Virtual) do(a) Departamento de Artes e Representação Gráfica / Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação e Design, Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> LIVIA MARSARI PEREIRA (Participação Virtual) do(a) CODEM / Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Professora Doutora MARIANA DIAS DE ALMEIDA (Participação Virtual) do(a) Design de Moda / Instituto Federal do Sul de Minas. Após a exposição pela doutoranda e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, a discente recebeu o conceito final: **APROVADA**. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Prof.<sup>ª</sup> Dr.<sup>ª</sup> RAQUEL RABELO ANDRADE

*Para as minhas filhas.  
Júlia e Elisa, vocês me incentivam constantemente a evoluir.  
Amo vocês*

## **AGRADECIMENTOS**

À Deus, por ter me permitido realizar e concluir esta etapa de estudos.

Ao Bruno, meu companheiro de vida, que esteve ao meu lado me incentivando e apoiando em todos os momentos.

Às minhas filhas, Júlia e Elisa, que me amam incondicionalmente.

Aos meus pais, Lusía e Jomar, por me proporcionarem toda educação de uma vida, com amor, incentivo e muita sabedoria.

A minha rede de apoio, meu esposo Bruno, minha mãe Lusía, meus sogros Lourdes e Valdecir, que não mediram esforços para cuidarem da Júlia e da Elisa enquanto eu finalizava este trabalho. Por vezes achei que não fosse conseguir, mas eles me fortaleceram com todo o amor e compreensão.

À Tamires, Jomar Junior, Sharise e André, pelo apoio, companhia, preocupação e contribuição em muitos momentos da vida.

Aos professores do CODEM da UTFPR que estiveram ao meu lado, apoiando e contribuindo nesta jornada, especialmente ao professor Celso, que dividiu este percurso do doutoramento comigo, e as professora Naomi, Livia Matté e Patrícia Harger, que me apoiaram de diversas formas e em muitos momentos.

Aos alunos do curso de Design de Moda da UTFPR - Campus Apucarana que participaram desta pesquisa, especialmente aos que autorizaram a divulgação dos resultados de seus projetos autorais, sou muito grata a vocês.

À professora Dr<sup>a</sup> Raquel, minha coorientadora, minha gratidão pela disposição e conhecimento compartilhado.

E com um carinho imenso, à minha orientadora, professora Dr<sup>a</sup> Paula da Cruz Landim, que foi morar com Deus no finalzinho desse trabalho, mas que me conduziu sabiamente por todo processo, com paciência e compreensão. Toda a minha admiração para essa mulher incrível que tive o prazer de chamar de orientadora.

## RESUMO

Os métodos de concepção e elaboração de produtos de Design de Moda orientados pelas instituições de ensino são, em sua maioria, baseados no mercado consumidor. No entanto, há uma crescente busca por peças do vestuário com singularidades do autor, ricas em conceito e cultura, que agreguem valor e incentivem a durabilidade do produto. Dessa forma, o objetivo desta pesquisa é investigar a moda autoral e propor recomendações pedagógicas que auxiliem na concretização de um projeto com esta característica. A moda autoral deve ser rica em conteúdo e composta por propriedades íntimas do autor, evidenciando aspectos culturais, sensoriais, simbólicos e estéticos dos produtos, sem necessariamente seguir tendências. Para isto, a pesquisa se fundamenta em aspectos da moda autoral, suas vertentes e áreas correlatas que contribuem para seu desenvolvimento, além de investigar a relevância de uma identidade profissional na área de design de moda, do ensino de design e de métodos de criação. Aplica-se uma pesquisa de campo com discentes da UTFPR – Campus Apucarana, prestes a desenvolver projetos de moda autoral, a fim de verificar percursos que incentivem e auxiliem na prática.

**Palavras-chave:** Design de Moda. Moda autoral. Metodologia de ensino. Desenvolvimento de produto.

## **ABSTRACT**

*The methods of conception and developing Fashion Design products guided by educational institutions are, for the most part, based on the consumer market. However, there is a growing demand for clothing items with unique characteristics of the author, rich in concept and culture, which add value and encourage the durability of the product. Thus, the objective of this research is to investigate authorial fashion and propose pedagogical recommendations that help in the realization of a project with this characteristic. Authorial fashion should be rich in content and composed of intimate properties of the author, highlighting cultural, sensorial, symbolic and aesthetic aspects of the products, without necessarily following trends. To this end, the research is based on aspects of authorial fashion, its branches and related areas that contribute to its development, in addition to investigating the relevance of a professional identity in the area of fashion design, design education and creation methods. A field research is carried out with students from UTFPR – Apucarana Campus, who are about to develop original fashion projects, in order to verify paths that encourage and assist in practice.*

**Keywords:** *Fashion Design. Authorial fashion. Teaching methodology. Product development.*

## LISTA DE QUADROS

|  |     |
|--|-----|
| <b>Quadro 1:</b> Estratégias de ensino auxiliares para o desenvolvimento de um projeto.....  | 61  |
| <b>Quadro 2:</b> Classificação das metodologias ativas de acordo com os processos de aprendizagens colaborativas e cooperativas.....                       | 65  |
| <b>Quadro 3:</b> Etapas teóricas e práticas do desenvolvimento de projeto de design de moda ...  | 72  |
| <b>Quadro 4:</b> Estrutura da entrevista com discentes:.....   | 78  |
| <b>Quadro 5:</b> Pré-análise dos dados da entrevista - categoria Saberes.....  | 91  |
| <b>Quadro 6:</b> Pré-análise dos dados da entrevista – categoria Habilidades e Competências ....   | 92  |
| <b>Quadro 7:</b> Pré-análise dos dados da entrevista – categoria Autoria.....  | 96  |
| <b>Quadro 8:</b> Resultado do grupo focal - métodos de criatividade .....  | 101 |
| <b>Quadro 9:</b> Resultado do grupo focal – metodologia de projeto de Design de Moda.....  | 102 |
| <b>Quadro 10:</b> Propostas resultantes da roda de conversa pelo grupo focal.....  | 105 |
| <b>Quadro 11:</b> Maneiras que as vertentes autorais exploradas na pesquisa teórica possibilitam a construção de um projeto de design de moda autoral..... | 131 |
| <b>Quadro 12:</b> Recomendações pedagógicas para auxílio no desenvolvimento de moda autoral.....   | 132 |
| <b>Quadro 13:</b> Sugestões de abordagens de ensino-aprendizagem no desenvolvimento de moda autoral.....   | 133 |
| <b>Quadro 14:</b> Complementação das sugestões de abordagens de ensino-aprendizagem no desenvolvimento de moda autoral .....                               | 141 |

## LISTA DE FIGURAS

|   |     |
|---|-----|
| <b>Figura 1:</b> Delineamento da pesquisa de campo direcionada à moda autoral.....                                    | 24  |
| <b>Figura 2:</b> Facetas da Moda Autoral abordadas neste trabalho .....   | 34  |
| <b>Figura 3:</b> Exposição Espedito Seleiro: Da Sela a passarela .....  | 38  |
| <b>Figura 4:</b> Detalhes do trabalho do Mestre Espedito Seleiro.....   | 38  |
| <b>Figura 5:</b> Artesanato agregado a marcas de moda em looks da marca Depedro .....                                 | 42  |
| <b>Figura 6:</b> Looks da estilista Helen Hodel .....   | 43  |
| <b>Figura 7:</b> Coleção Flora de Flávia Aranha.....  | 46  |
| <b>Figura 8:</b> Parceria Renner com Augustina Comas.....   | 47  |
| <b>Figura 9:</b> Processo de produção do tecido ORICLA elástico.....  | 48  |
| <b>Figura 10:</b> Desfile da Rani com tecido Oricla elástico no Brasil Eco Fashion Week 2022.....                     | 48  |
| <b>Figura 11:</b> Exemplos de Metodologias Ativas.....  | 68  |
| <b>Figura 12:</b> Desenvolvimento de uma análise de entrevista segundo Bardin. ....                                   | 90  |
| <b>Figura 13:</b> Metodologia identificada pela entrevista com os discentes .....                                     | 95  |
| <b>Figura 14:</b> Roteiro da 1ª etapa do grupo focal: encontro com os discentes.....                                  | 99  |
| <b>Figura 15:</b> Organização para a participação de cada integrante do grupo focal na roda de conversa.....          | 104 |
| <b>Figura 16:</b> Mapa mental apresentado no início do projeto autoral.....   | 110 |
| <b>Figura 17:</b> Mapa mental aperfeiçoado e finalizado durante o processo de desenvolvimento do projeto autoral..... | 111 |
| <b>Figura 18:</b> Exemplo 1 – Painel de particularidades individuais.....   | 113 |
| <b>Figura 19:</b> Exemplo 1 – Painel de preferências estéticas .....  | 114 |
| <b>Figura 20:</b> Exemplo 2 – Painel de particularidades individuais.....   | 115 |
| <b>Figura 21:</b> Exemplo 2 – Painel de preferências estéticas .....  | 116 |
| <b>Figura 22:</b> Exemplo 3 – Painel de particularidades individuais.....   | 117 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Figura 23:</b> Exemplo 3 – Painel de preferências estéticas .....                                      | 117 |
| <b>Figura 24:</b> Exemplo 1 - Projeto Autoral: Desenvolvimento, idealizações e resultados.....            | 121 |
| <b>Figura 25:</b> Exemplo 2 - Projeto Autoral 2: Desenvolvimento, idealizações e resultados.....          | 122 |
| <b>Figura 26:</b> Exemplo 3 - Projeto Autoral: Desenvolvimento, idealizações e resultados.....            | 124 |
| <b>Figura 27:</b> Exemplo 4 - Projeto Autoral: Desenvolvimento, idealizações e resultados.....            | 126 |
| <b>Figura 28:</b> Exemplo 5 - Projeto Autoral: Desenvolvimento de Marca – Marketing de moda/serviço ..... | 128 |
| <b>Figura 29:</b> Exemplo 5 - Projeto Autoral: Desenvolvimento, idealizações e resultados.....            | 129 |

## LISTA DE GRÁFICOS

|  |     |
|--|-----|
| <b>Gráfico 1:</b> Relação das etapas mais utilizadas pelos alunos em projetos de desenvolvimento de produtos de moda. ....                                 | 80  |
| <b>Gráfico 2:</b> Dificuldades em compreender os métodos de criação utilizados pelos professores no decorrer do curso.....                                 | 81  |
| <b>Gráfico 3:</b> Percentual de respostas a respeito do hábito de transpor etapas das metodologias de desenvolvimento de produtos de moda.....             | 82  |
| <b>Gráfico 4:</b> Respostas sobre as etapas omitidas ou transpostas no processo de desenvolvimento de produto de moda. ....                                | 83  |
| <b>Gráfico 5:</b> Percentual de discentes que utilizam as técnicas de painéis visuais, descritivos ou ambos. ....  | 83  |
| <b>Gráfico 6:</b> Percentual das técnicas práticas utilizadas como método criativo no desenvolvimento de produtos de moda. ....                            | 84  |
| <b>Gráfico 7:</b> Respostas sobre o costume de inserir características pessoais na criação de produtos/coleções de moda.....                               | 84  |
| <b>Gráfico 8:</b> Respostas sobre o uso de elementos culturais, religiosos e simbólicos nos produtos de moda.....  | 85  |
| <b>Gráfico 9:</b> Respostas sobre quais elementos culturais, religiosos e simbólicos são utilizados no processo de desenvolvimento de produto de moda..... | 86  |
| <b>Gráfico 10:</b> Questão sobre utilização de técnica específica/artesanal .....  | 86  |
| <b>Gráfico 11:</b> Respostas sobre as técnicas artesanais utilizadas pelos discente nos projetos de produtos de moda.....                                  | 87  |
| <b>Gráfico 12:</b> Questão sobre o uso de conceitos sustentáveis no desenvolvimento do produto de moda.....  | 87  |
| <b>Gráfico 13:</b> Respostas sobre os conceitos sustentáveis considerados pelos discente nos projetos de produtos de moda.....                             | 88  |
| <b>Gráfico 14:</b> Métodos de ensino-aprendizagem abordados para o desenvolvimento do autoconhecimento pessoal/profissional do discente .....              | 138 |
| <b>Gráfico 15:</b> Métodos de ensino-aprendizagem abordados para o estímulo das perspectivas de projeto .....  | 139 |
| <b>Gráfico 16:</b> Métodos de ensino-aprendizagem abordados para a concretização/realização do projeto autoral .....                                       | 140 |

## LISTA DE TABELAS

- Tabela 1:** Avaliação das recomendações pedagógicas para moda autoral referente a etapa de autoconhecimento..... 136
- Tabela 2:** Avaliação das recomendações pedagógicas para moda autoral referente a etapa de ação..... 136
- Tabela 3:** Avaliação das recomendações pedagógicas para moda autoral referente a etapa de concretização..... 137

## SUMÁRIO

|   |    |
|---|----|
| <b>INTRODUÇÃO</b> .....                             | 17 |
| <b>1 PROPOSIÇÃO</b> .....                           | 19 |
| 1.1 QUESTÃO DE PESQUISA.....                        | 19 |
| 1.2 HIPÓTESE.....                                   | 19 |
| 1.3 OBJETIVOS.....                                  | 20 |
| PROCESSOS METODOLOGICOS.....                        | 22 |
| <b>2 ETAPAS METODOLÓGICAS</b> .....                 | 22 |
| 2.1 PESQUISA TEÓRICA.....                           | 22 |
| 2.2 PESQUISA DE CAMPO.....                          | 23 |
| 2.2.1 Entrevistas.....                              | 25 |
| 2.2.2 Grupo Focal.....                              | 25 |
| 2.2.3 Experimentos.....                             | 26 |
| 2.3 ANÁLISE DOS DADOS E PROPOSTA.....               | 27 |
| 2.3.1 Validação da Proposta.....                    | 28 |
| 2.4 MATERIAIS.....                                  | 29 |
| PESQUISA TEÓRICA.....                               | 30 |
| <b>3. MODA AUTORAL E SUAS FACETAS</b> .....         | 30 |
| 3.1 MODA AUTORAL: UMA EXPLANAÇÃO.....               | 30 |
| 3.2 DESIGN VERNACULAR.....                          | 34 |
| 3.2.1 Analogias: vernacular e autoral.....          | 39 |
| 3.3 ARTESANATO.....                                 | 40 |
| 3.4 DIY (DO IT YOURSELF) / MOVIMENTO MAKER.....     | 43 |
| 3.5 MODA SUSTENTÁVEL.....                           | 45 |
| 3.6. <i>SLOW FASHION</i> .....                      | 49 |
| <b>4. IDENTIDADE PROFISSIONAL NA MODA</b> .....     | 51 |
| <b>5. ENSINO DE DESIGN</b> .....                    | 55 |
| 5.1 A APRENDIZAGEM E OS PROCESSOS DE ENSINO.....    | 58 |
| 5.2 METODOLOGIAS ATIVAS DE ENSINO-APRENDIZAGEM..... | 64 |
| <b>6. PROJETO DE PRODUTO DE MODA</b> .....          | 69 |
| 6.1 MÉTODOS DE CRIAÇÃO DE DESIGN.....               | 73 |
| PESQUISA DE CAMPO.....                              | 77 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>7. ENTREVISTAS</b> .....  | 77  |
| 7.1. IDENTIFICAÇÃO DO AMBIENTE DA PESQUISA .....   | 77  |
| 7.2 ESTRUTURA DA ENTREVISTA .....  | 77  |
| 7.3 RESULTADO DAS ENTREVISTAS .....  | 78  |
| 7.4 ANÁLISE DE CONTEÚDO DE ENTREVISTAS COM OS DISCENTES DO CURSO SUPERIOR DE<br>TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA ..... | 88  |
| <b>8 GRUPO FOCAL</b> .....   | 98  |
| 8.1 ENCONTRO COM DISCENTES .....   | 99  |
| 8.1.1 Resultado do encontro .....  | 100 |
| 8.2 RODA DE CONVERSA .....   | 103 |
| 8.2.1 Resultado da roda de conversa .....  | 104 |
| 8.3 ANÁLISE DOS RESULTADOS DAS ETAPAS DO GRUPO FOCAL .....   | 106 |
| <b>9. EXPERIMENTOS</b> .....   | 108 |
| 9.1 MAPA MENTAL .....  | 108 |
| 9.2 PAINÉIS DE INSPIRAÇÃO .....  | 112 |
| <b>10. RESOLUÇÕES PRÁTICAS</b> .....   | 119 |
| 10. 1 DESDOBRAMENTOS E RESULTADOS .....  | 119 |
| PROPOSTA .....   | 131 |
| <b>11. RECOMENDAÇÕES PEDAGÓGICAS PARA A PRÁTICA DE MODA AUTORAL</b> .....  | 131 |
| <b>12. VALIDAÇÃO DA PROPOSTA</b> .....   | 134 |
| 12. 1 DELIMITAÇÃO DO CAMPO DE PESQUISA .....   | 134 |
| 12.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....   | 134 |
| 12. 3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS .....   | 135 |
| 12.3.1 Resultado da validação de docentes .....  | 135 |
| 12.3.2 Discussão dos resultados .....  | 140 |
| <b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....  | 142 |
| <b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....  | 144 |
| <b>APÊNDICES</b> .....   | 149 |
| APÊNDICE 1 .....   | 149 |
| APÊNDICE 2 .....   | 150 |
| APÊNDICE 3 .....   | 152 |
| <b>ANEXOS</b> .....  | 157 |
| ANEXO 1 – COMPROVANTE DE ENVIO DO PROJETO AO COMITÊ DE ÉTICA .....   | 157 |
| ANEXO 2 – ENTREVISTA COM DISCENTES .....   | 158 |

## INTRODUÇÃO

O acesso ágil à informação permite a disseminação rápida das tendências de moda, exigindo das empresas um ritmo acelerado e intenso de produção, para que os produtos cheguem rapidamente ao consumidor. Isso resulta em uma massificação de moda, uma vez que não há tempo suficiente para a elaboração cuidadosa dos produtos. Além disso, a produção em larga escala torna o produto mais acessível, devido ao baixo custo.

A moda carece de características singulares, originadas de manifestações genuínas de indivíduos não influenciados pelas negociações e pelo mercado, o que pode levar a descobertas revolucionárias. Segundo Strada (2008, p.125), “a moda precisa de novas energias que envolvam emoções e tragam inspiração de *insights* autênticos, os quais devem ser buscados fora do mundo superficial e frívolo da moda”.

Entendem-se como produtos autorais aqueles que, em seu processo, configuração e/ou estilo, carregam algo único do designer autor. Essas características, além de serem exclusivas do contexto social, cultural, estético e religioso do autor, refletem também suas preferências pessoais, tornando a criação do produto uma experiência satisfatória para o designer.

Os produtos de design de moda frequentemente são réplicas ou adaptações de tendências apresentadas em desfiles, editoriais de moda e plataformas de pesquisa, pois isso facilita e acelera o processo criativo em uma área cíclica e em constante transformação. Contudo, a busca por identificação com os produtos traz uma nova perspectiva em relação às reproduções de peças e ao consumo excessivo.

O ensino de design de moda tem sido pautado por metodologias de desenvolvimento de produto, nas quais são estabelecidas fases de planejamento, concepção da coleção, desenvolvimento e confecção, e, por fim, divulgação e comercialização. Embora essas etapas sejam coerentes e atuais, observa-se que esse sistema tem restringido os aprendizes, já que o educador molda, mas não explora as peculiaridades do designer que o destacariam como criador. Com isso, o designer muitas vezes não está sendo preparado para criar de acordo com seus interesses, mas sim para atender às demandas do público, da empresa ou do mercado em questão.

Verifica-se, portanto, uma lacuna na pesquisa voltada ao desenvolvimento de produto de moda autoral, com a intenção de auxiliar no desprendimento de metodologias preestabelecidas e promover a inserção dos conhecimentos inatos dos aprendizes em suas criações.

Diante disso, busca-se um aprofundamento em temas relacionados à moda autoral na pesquisa teórica, abordando, inicialmente, facetas que compõem, expressam ou se relacionam com o conceito de autoria no design de moda. Em seguida, examina-se a questão da identidade profissional na moda, que, além de reconhecer o trabalho do designer, permite a inserção de valores nos produtos. Também se realiza um levantamento sobre o ensino de design e moda, incluindo aspectos relacionados à aprendizagem, aos processos de ensino e às metodologias ativas. Por fim, investiga-se o desenvolvimento de projetos de produtos de moda e suas metodologias, bem como de métodos de criação voltados ao design de moda.

Após fundamentar o trabalho com tópicos relacionados à moda autoral e ao ensino, realiza-se uma pesquisa de campo na UTFPR – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Câmpus Apucarana, com alunos dos últimos períodos do curso superior de Tecnologia em Design de Moda, com o objetivo de idealizar estratégias de ensino que contribuam para o desenvolvimento da moda autoral.

## 1 PROPOSIÇÃO

O ensino do projeto de design de moda está fundamentado em metodologias de desenvolvimento de produto, que enfatizam a problemática do mercado/usuário. Embora essas técnicas sejam coesas e funcionais, por vezes elas limitam os profissionais, resultando em artefatos análogos. Ainda que, atualmente, algumas estratégias englobam uma ideia mais abrangente, seu entendimento pode se tornar desordenado sem a devida orientação.

A moda autoral explora a identidade do autor, expressando-a por meio de aspectos estéticos, simbólicos e sensoriais, destacando suas singularidades nos produtos de Design de Moda.

Diante do cenário de um ensino pautado em metodologias projetuais sequenciais e eficientes, promover uma moda que reflita as peculiaridades do designer de moda requer compreensão do tema e planejamento. Assim, surgiu a seguinte questão:

### 1.1 QUESTÃO DE PESQUISA

Como potencializar o desenvolvimento de moda autoral por meio de estratégias de ensino?

### 1.2 HIPÓTESE

A moda autoral permite identificar o profissional por meio das características pessoais inseridas nos produtos, valorizando tanto o trabalho do designer quanto o próprio produto. Ao elaborar recomendações pedagógicas voltadas ao desenvolvimento de moda autoral, serão oferecidas aos docentes da área de criatividade e concepção de peças de vestuário orientações para atividades e

procedimentos de ensino que evidenciem processos, produtos e serviços de design de moda originais e peculiares. Essas recomendações também auxiliarão os professores com metodologias adaptadas à área e à proposta. Além disso, sua aplicação proporcionará aos alunos a possibilidade de desenvolver uma identidade profissional, capacitando o futuro designer de moda a incorporar suas características pessoais ao trabalho.

### 1.3 OBJETIVOS

O objetivo geral desta pesquisa consiste em sugerir estratégias pedagógicas que auxiliem no aprimoramento do ensino de moda autoral.

Constituem-se como objetivos específicos do trabalho:

- Esclarecer a moda autoral, processos criativos e metodologias de desenvolvimento de produtos de design de moda;
- Identificar a realidade e dificuldades de discentes de cursos superiores de moda quanto às metodologias empregadas no desenvolvimento do produto;
- Adaptar as estratégias de ensino ao design de moda com viés autoral;
- Sugerir direcionamentos para a condução de discentes quanto ao desenvolvimento de moda autoral.

Este trabalho está estruturado em módulos. Inicialmente, apresenta-se o estudo e sua proposição. Em seguida, os Processos Metodológicos demonstram os procedimentos utilizados, as fases percorridas e os materiais empregados na investigação.

A pesquisa teórica aborda conteúdos relacionados ao design de moda autoral, identidade na moda, ensino-aprendizagem e metodologias de desenvolvimento de produto de design de moda, que serviram como fundamentos essenciais para a pesquisadora ao longo do projeto.

O módulo referente à pesquisa de campo inclui entrevistas com discentes, grupos focais, experimentos, resoluções práticas, bem como a análise desses

procedimentos. Com as informações e experiências obtidas na pesquisa de campo, apresentam-se as recomendações pedagógicas formuladas para o desenvolvimento de moda autoral.

Em seguida, discute-se a validação da proposta, com análise e discussão dos resultados. Por fim, as considerações finais encerram o trabalho, refletindo sobre os resultados e a eficácia dos recursos utilizados.

## PROCESSOS METODOLOGICOS

A finalidade da pesquisa é resolver problemas por meio de um conjunto de procedimentos sistemáticos, utilizando métodos científicos. Assim, devido ao perfil e aos objetivos deste estudo, foi realizada uma pesquisa que pode ser classificada como explicativa. De acordo com Andrade (2008, p. 6), a pesquisa explicativa é um tipo de investigação que “além de registrar, analisar, classificar e interpretar os fenômenos estudados, procura identificar seus fatores determinantes”.

Baseada em uma abordagem indutiva, com enfoque qualitativo, os procedimentos desta investigação foram realizados em quatro momentos: Pesquisa Teórica, Pesquisa de Campo, Análise de Dados e Proposta, sendo que o início de cada processo esteve vinculado a análise do anterior.

## 2 ETAPAS METODOLÓGICAS

### 2.1 PESQUISA TEÓRICA

A investigação teórica aborda questões relacionadas ao panorama da moda autoral, às áreas que se conectam com a condição “autoral” do produto de moda, à identidade profissional, ao ensino de design, às estratégias de ensino e aprendizagem, às metodologias ativas e às metodologias de criatividade em diferentes esferas do design. Ademais, são explorados os conhecimentos e os mecanismos essenciais para o desenvolvimento de produtos de design de moda. Nesse contexto, os fundamentos dos objetos de estudo são apresentados e analisados, complementando e auxiliando na construção de recomendações pedagógicas voltadas ao desenvolvimento de produtos de moda autoral.

## 2.2 PESQUISA DE CAMPO

Sampieri, Collado e Lucio (2013, p. 446) explicam que "na indagação qualitativa, os dados podem oferecer uma maior riqueza, amplitude e profundidade se estas vierem de diferentes atores do processo, de várias fontes e quando as formas de os coletar são as mais variadas." Dessa forma, foram definidas três formas de coleta: entrevista, grupo focal e experimentos. Por utilizar diferentes fontes e métodos de coleta, foi aplicada nesta pesquisa a triangulação de métodos de coleta de dados.

A pesquisa de campo foi realizada na Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Câmpus Apucarana, com dezesseis estudantes matriculados na disciplina de Projeto Autoral I, do 5º período do curso superior de Tecnologia em Design de Moda. A disciplina tem carga horária de trinta horas e foi inserida no Projeto Pedagógico do curso com o objetivo de desenvolver um projeto que integre os fundamentos adquiridos ao longo da graduação.

Sua ementa aborda temas como "características do projeto autoral; o designer como autor; análise de habilidades e competências pessoais em Design de Moda" (PPC do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, 2017, p. 49-50). A proposta da disciplina é que os discentes desenvolvam um projeto de conclusão de curso em que reconheçam suas habilidades pessoais e profissionais, refletindo sobre os âmbitos culturais, profissionais e pedagógicos, de modo a desenvolver sua identidade por meio de projetos de moda.

Dessa forma, o foco principal de um projeto autoral é desenvolver uma proposta que contenha, em sua essência, características vinculadas ao autor. Logo, a disciplina pretende elaborar o planejamento de um projeto autoral, delineando conceitos próprios, executando tarefas e explorando caminhos, com o objetivo final de alcançar a realização profissional e pessoal do discente.

Esta pesquisa ocorre em duas etapas. A primeira é direcionada a entrevistas, com o intuito de compreender os estudantes tanto em relação aos conhecimentos adquiridos e processos criativos, quanto ao desenvolvimento de produtos de design de moda. A segunda etapa envolve a constituição de um grupo focal, com um enfoque

mais prático, visando a avaliar as capacidades executivas dos alunos e a implementação de identidade nas tarefas.

Para o grupo focal, foram selecionados métodos de ensino voltados às áreas de criatividade com as quais os discentes já estão familiarizados, permitindo-lhes inserir particularidades e expressar suas personalidades. Inicialmente, realizou-se um encontro para discutir as metodologias adotadas. Em seguida, uma roda de conversa foi promovida para compartilhar informações e desbloquear ideias, incentivando a contribuição de todos. Ao final, foram aplicados experimentos práticos com o objetivo de explorar questões individuais que, por vezes, permanecem ocultas. A Figura 1 demonstra visualmente a estrutura da pesquisa de campo descrita neste trabalho.

**Figura 1: Delineamento da pesquisa de campo direcionada à moda autoral**



**Fonte:** Elaborado por Tamissa J. B. Berton

Todos os processos metodológicos descritos neste estudo foram submetidos à Plataforma Brasil e aprovados pelo Comitê de Ética em Pesquisa. Também foi adotado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) nas etapas que envolveram a participação de indivíduos.

### **2.2.1 Entrevistas**

A primeira fase da pesquisa de campo teve como objetivo compreender como os discentes do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do campus Apucarana da UTFPR estavam absorvendo e aplicando o conhecimento adquirido durante o curso no desenvolvimento de um projeto de moda. Para tal, foram realizadas entrevistas com os alunos do 5º período, a fim de coletar essas informações.

Os sujeitos da pesquisa foram dezesseis alunos matriculados na disciplina de Projeto Autoral I, no primeiro semestre de 2023, do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda da UTFPR – Campus Apucarana.

A entrevista foi estruturada com base nas categorias de saberes, habilidades, competências e autoria, com o objetivo de identificar o conhecimento prévio sobre projeto e desenvolvimento de produto, a aptidão para o processo e a inserção de personalização no objeto ou serviço.

O formulário das entrevistas (Apêndice 1) foi aplicado por meio de uma atividade via Google Formulários, respondido pelos alunos de forma virtual e sem interferência da pesquisadora.

### **2.2.2 Grupo Focal**

O grupo focal é um método de pesquisa que pode ser aplicado quando o pesquisador tem interesse em compreender a maneira como os indivíduos criam esquemas, reunindo-os em grupos para dinâmicas e/ou entrevistas (Sampieri, Collado e Lucio, 2013).

Na composição do grupo focal adotado para esta pesquisa, participaram os mesmos alunos que integraram a etapa anterior, e o grupo foi conduzido pela pesquisadora com base em um diagrama elaborado a partir da pesquisa teórica, que direcionou a investigação conforme um roteiro.

Para esta etapa, foram realizados dois encontros, em dias distintos ao longo do primeiro semestre de 2023, com duração aproximada de cem minutos ou duas horas-aula cada.

No primeiro encontro, iniciou-se com um breve esclarecimento sobre a temática autoral, a moda e suas vertentes, conforme abordado na pesquisa teórica deste trabalho, utilizando os mesmos fundamentos. Ainda nesse encontro, a abordagem seguinte tratou dos métodos de criatividade e, prontamente, iniciou-se o diálogo, explorando o conhecimento prévio e as habilidades dos discentes sobre essas temáticas. A mesma dinâmica foi adotada para discutir as metodologias de projeto em Design de Moda.

A segunda reunião foi dedicada à apresentação individual de cada discente, que criou um projeto autoral particular. A apresentação ocorreu em uma roda de conversa, onde todos os participantes puderam colaborar e compartilhar suas aptidões e interesses.

Essa roda de conversa do grupo focal foi conduzida de forma aberta, com o objetivo de cada participante expor a ideia inicial de seu projeto autoral, tendo a oportunidade de apresentar verbalmente as pesquisas realizadas até o momento e suas expectativas para o desenvolvimento do projeto.

### **2.2.3 Experimentos**

Na última fase da pesquisa de campo, foram realizados dois experimentos com os discentes participantes do grupo focal, com o objetivo de auxiliá-los a aflorar sua individualidade, tanto na prática do processo criativo quanto no objeto elaborado. Cada experimento teve um propósito específico:

**Experimento 1** – Auxiliar na identificação de capacidades individuais de criação.

**Experimento 2** – Colaborar na exploração de conteúdos autorais do discente como criador.

Os experimentos definidos para esta etapa da pesquisa utilizaram ferramentas que estimularam diferentes possibilidades, colaborando na exploração dos aspectos autorais do criador. Para essas práticas didáticas, foram inicialmente estipuladas a construção de um mapa mental, esquematizando conceitos diversos e gerando perspectivas próprias e diferenciadas, e a criação de painéis de inspiração, elaborados com base nos desfechos provenientes do mapa mental, a partir das descobertas e definições encontradas no primeiro experimento.

Essas atividades foram realizadas durante o primeiro semestre de 2023, com uma duração total de aproximadamente 300 minutos, ou 6 horas-aula, na disciplina Projeto Autoral I da UTFPR – Campus Apucarana, sob o acompanhamento da pesquisadora.

### 2.3 ANÁLISE DOS DADOS E PROPOSTA

Ao realizar a coleta de dados por meio de entrevistas, do grupo focal e dos experimentos, foram obtidas informações relevantes que auxiliaram no planejamento e execução das fases subsequentes. Os materiais coletados na pesquisa de campo, após serem analisados e sintetizados, contribuíram para o desenvolvimento de propostas de ensino voltadas ao design de moda autoral.

A análise dos resultados teve enfoque qualitativo, com o objetivo de decodificar componentes de um sistema por meio de diferentes métodos de coleta de dados. Para isso, foi utilizada a metodologia de análise de entrevistas sugerida por Bardin (2016), composta pelas etapas de pré-análise, exploração do material, tratamento dos resultados, inferências e interpretação.

Por fim, foram estruturadas recomendações pedagógicas e sugestões de abordagens de ensino-aprendizagem, com o intuito de auxiliar no desenvolvimento de projetos de moda autoral, baseadas nos dados e nas análises de todas as fases da investigação.

### 2.3.1 Validação da Proposta

Com as recomendações pedagógicas elaboradas, buscou-se validar a coerência das informações junto aos docentes do CST em Design de Moda da UTFPR – Campus Apucarana, onde esta pesquisa foi desenvolvida e aplicada. Esta etapa adotou uma abordagem quanti-qualitativa com objetivo exploratório. Portanto, foi organizado um formulário composto por questões relacionadas à proposta, com o intuito de verificar a relevância de cada sugestão apontada.

O questionário foi aplicado virtualmente, no final do primeiro semestre de 2024, com seis docentes do curso que ministram aulas na área de design.

Para esta etapa da pesquisa, foi elaborado um questionário (Apêndice 3) com informações correspondentes às sugestões que fundamentam a proposta de estímulo a projetos de design de moda autoral resultante deste estudo. Com base nas recomendações pedagógicas, o formulário foi estruturado com 9 questões, utilizando a escala Likert de 10 pontos, variando de 0 (nada importante) a 10 (muito importante). E depois, foram criadas 3 questões objetivas, com múltipla escolha, que abordam as etapas de autoconhecimento, ação e concretização de projeto. Essas alternativas foram baseadas nos métodos utilizados na aplicação pedagógica com foco em projetos autorais.

A pesquisadora apresentou aos docentes, no início de julho de 2024, o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e o formulário elaborado (Apêndice 3), contendo informações sobre o estudo, as sugestões pedagógicas e as abordagens de ensino-aprendizagem recomendadas. Não foram fornecidos maiores esclarecimentos, com o intuito de não influenciar a percepção de cada docente sobre sua prática pedagógica, considerando-se pertinente ou não ao que foi proposto, dando destaque ao conhecimento e à metodologia de cada entrevistado.

## 2.4 MATERIAIS

A pesquisa de campo foi realizada por meio da triangulação de métodos de coleta de dados, utilizando os seguintes materiais:

1. Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) (Apêndice 1);
2. Formulário (questionário) para entrevistas com discentes (Apêndice 2);
3. Formulário (questionário) para entrevista de validação com docentes (Apêndice 3);
4. Diagrama para guiar as reuniões do grupo focal, conforme o roteiro, contendo itens para discussão com o grupo de alunos (Apêndice 4);
5. Gravador de áudio e/ou vídeo para registro das reuniões dos grupos focais;
6. Câmera fotográfica para registro das atividades desenvolvidas;
7. Plataformas do Google, como Formulários e Classroom, para registro de informações e inserção de atividades;
8. Ferramenta online Canva para elaboração de materiais visuais.

## PESQUISA TEÓRICA

### 3. MODA AUTORAL E SUAS FACETAS

#### 3.1 MODA AUTORAL: UMA EXPLANAÇÃO

A moda é um objeto de transformação, sendo um setor altamente dinâmico e em constante evolução. Movida por tendências — padrões transitórios de comportamento ou estilo —, essas podem surgir de várias fontes, como passarelas, cultura popular e influenciadores. À medida que novas tendências emergem, as antigas caem em desuso, impulsionando a transformação contínua da moda.

Conforme Frings (2012), as razões para que a moda se modifique residem em sua capacidade de refletir as variações no estilo de vida, nos acontecimentos e nos costumes. Portanto, “a noção de *timing* (a capacidade de compreender a velocidade de aceitação e a mudança) é uma qualidade importante para qualquer pessoa envolvida no desenvolvimento de produtos” (FRINGS, 2012, p. 61). À vista disso, a moda é uma área cíclica, em constante transformação, e o profissional da área precisa estar atento ao comportamento e às demandas dos consumidores.

Conteúdos autorais vêm ganhando força no setor, pois o público busca referências que reflitam sua identidade e simbolismos particulares, comunicando seus desejos e convicções. A plataforma de pesquisa de tendências WGSN (2018) afirma que, em um contexto de estética onde muitos objetos se parecem, produtos orientados por propósitos específicos e práticas impulsionadas por um significado se destacarão. A WGSN também recomenda que as marcas reflitam sobre sustentabilidade, bem-estar e parcerias, pois esses aspectos serão valorizados pelos consumidores, que tendem a verificar a veracidade das informações transmitidas e o valor agregado a esses conceitos (WGSN, 2018). Nota-se, portanto, a necessidade de a moda considerar a autenticidade em seus produtos, uma vez que conceitos já estabelecidos, como a massificação e a produção em excesso, precisam ser atualizados.

A indústria do vestuário está predominantemente inserida em uma cultura de réplicas e adaptações das referências apresentadas em desfiles e editoriais de moda. Muitas empresas trabalham com adaptações, reproduzindo características estilísticas de outros profissionais ou marcas. Essas empresas compram o produto, elaboram o molde com base na peça, adquirem grandes quantidades de um material semelhante e iniciam a confecção. Essa prática reduz os custos de desenvolvimento e produção, permitindo que as cópias cheguem ao mercado a preços consideravelmente inferiores aos dos produtos originais (FRINGS, 2012).

A moda, por sua vez, está incumbida de produzir artefatos para a sociedade, sendo frequentemente determinada pela lógica de mercado e pela busca por lucratividade. No entanto, a moda autoral se manifesta como uma ruptura dos padrões estabelecidos, conduzida por valores estéticos e simbólicos que se sobrepõem às questões meramente mercadológicas (CHRISTO; SABRÁ, 2014).

Garcia e Miranda (2010) afirmam que o designer de moda contemporâneo precisa compreender a responsabilidade comercial sem se desviar dos princípios artísticos dos grandes estilistas. É importante observar o mercado e interpretar suas necessidades, mas cabe ao designer aperfeiçoar o aspecto visual, sensorial e representativo do produto. Embora o designer precise conhecer o mercado e seus usuários, a busca deve ser por objetos que explorem simbolismos e transmitam algo além da estética.

A moda autoral é compreendida como a criação de produtos de vestuário que carregam informações que caracterizam o criador, com estilo e identidade próprios, diferenciando-se dos padrões produzidos em grande escala pelas indústrias. Para isso, o autoconhecimento do indivíduo que idealiza e confecciona o objeto é essencial, pois a consciência autoral estará inserida no contexto criativo, composta por estilo, cultura e vivência, evidenciados por meio de signos e símbolos.

Diante da variedade de segmentos apresentados pela moda, o autoral se destaca por propor visões específicas e espontâneas de designers que expressam suas preferências, habilidades, conhecimentos e experiências, assim como sensações e emoções, por meio de seus produtos. Para Strada (2008, p. 125), “a moda precisa de novas energias que envolvam a emoção e tragam inspiração de *insights* autênticos, que devem ser buscados fora do mundo superficial e frívolo da moda”.

Segundo Silva (2016, p. 15), existe uma necessidade de “redescoberta do indivíduo por si mesmo”, em que a singularidade do autor surge como ponto de partida na concepção de novos produtos de design. Em sua pesquisa sobre design autoral, a autora afirma que “a palavra autor induz a uma concepção de propriedade e estilo, algo restrito ao privado, particular” (SILVA, 2016, p. 15). Para ela, a autenticidade de algo consiste na essência transmitida desde a origem, abrangendo desde seu testemunho histórico até sua durabilidade material.

O design autoral, segundo Gonçalves (2014, p. 145), contempla os valores culturais do local e o contexto do criador, “dialogando com a cultura global de forma estratégica, sendo capaz de promover novos valores na sociedade através de seus artefatos investidos de carga simbólica, ou seja, capaz de propor inovações na cultura”. Assim, a influência de crenças, costumes e conceitos nos produtos de design de moda, além de agregar valor e refinar uma peça ou coleção, possibilita transformações de comportamento.

Felippe *et al.* (2020) definem o profissional que atua com design autoral como um mediador de valores inovadores, interrompendo a coesão dos artefatos disponíveis. Ao planejar suas criações, o designer autoral, focado em seus princípios, busca utilizar técnicas resgatadas, novos materiais, um processo criativo único ou mesmo atender a um público específico ainda não contemplado pelas grandes marcas.

A particularidade de um produto de design pode estar relacionada a qualquer etapa do processo de criação ou ao resultado. O design autoral abre possibilidades para que a individualidade do autor se manifeste no projeto ou produto, e, quando essas afinidades são integradas ao processo, a criação flui sem bloqueios, ampliando as perspectivas de originalidade.

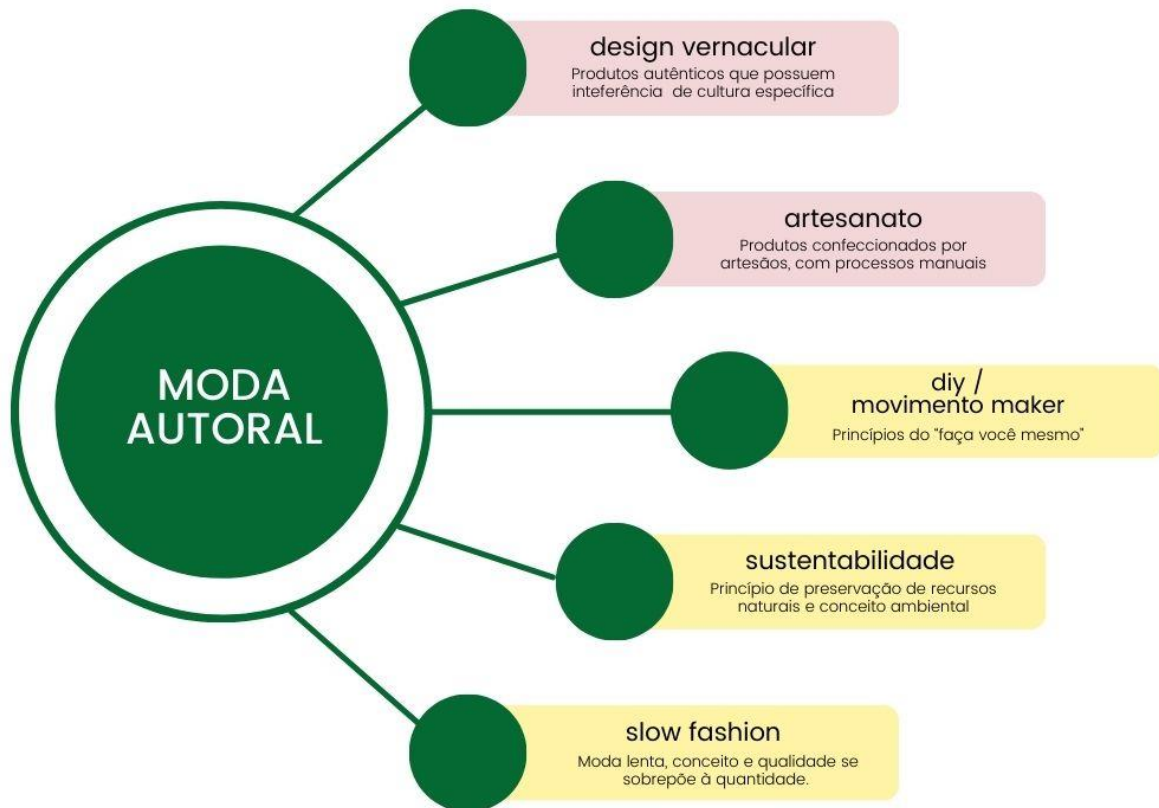
Ao design autoral é oferecida uma espécie de alforria para atuar em diferentes camadas do processo criativo, desconstruindo e utilizando deslocamentos para promover uma nova observação sobre o mesmo produto, a fim de provocar reações por meio de valores simbólicos, emocionais como disseminadores de novos sentidos. A autoria poderia fundamentar-se no “tripé conceitual”: artesanato, arte e design; áreas contíguas que atuam em conjunto. Pois a manualidade é uma presença constante nas obras de cunho autoral, pois é no “fazer com as mãos” na observação dos movimentos desta percepção que surgem formas e novos projetos (SILVA, 2016, p. 152).

A partir da citação mencionada, entende-se que a moda autoral valoriza a criação artística e a originalidade do produto, agregando elementos que elevam a qualidade dos artefatos, como materiais singulares, técnicas artesanais e conceitos sustentáveis. Trata-se de um movimento que busca, no objeto de moda, algo além do material, do vestir e da aparência.

Determinados conteúdos e técnicas de design e moda estão diretamente ligados à moda autoral, abordando questões individualizadas, mas que também se conectam à reflexão sobre o contexto em que o produto de moda está inserido. Isso inclui a valorização do produto e das pessoas, a qualidade, o meio ambiente, a exclusividade, a cultura como comportamento e hábitos, além do conhecimento e repertório agregado, entre outros aspectos que, indiretamente, se relacionam com o tema.

Assuntos como sustentabilidade, *slow fashion*, artesanato, design vernacular, DIY (*Do it yourself* ou “faça você mesmo”) e o movimento *maker* podem contribuir para a identificação do autor com sua criação e para a relação entre o objeto e seu usuário/consumidor. Aprofundar-se nesses temas possibilita ampliar a compreensão e a conexão com uma moda autêntica e reconhecida (Figura 2).

**Figura 2: Facetas da Moda Autoral abordadas neste trabalho**



**Fonte:** Elaborado por Tamissa J. B. Berton

### 3.2 DESIGN VERNACULAR

De acordo com Finizola (2010, p. 34), “a utilização do termo vernacular é empregada para definir aqueles artefatos autênticos da cultura de determinado local, geralmente produzidos à margem do design”.

Caccere e Fabris (2013, p. 79) afirmam que o design vernacular reflete o íntimo, compreendendo a conexão particular entre o autor e sua obra: “É perceber o multiculturalismo que afeta os indivíduos, a visualidade híbrida e a pluralidade que compõe as metrópoles”. Os autores também ressaltam a necessidade de abandonar o preconceito estético e estar atento ao desenvolvimento urbano.

Assim, o design vernacular consiste em um processo que revela as particularidades culturais de um povo, evidenciando materiais, técnicas, costumes e

representações. Esses elementos, que compõem um artefato, permitem a percepção das características conceituais e físicas de um lugar, grupo ou geração por meio do objeto.

O vernacular se constrói em um espaço simbólico, onde as novas tecnologias avançam e encontram formas primitivas, populares e particulares, de maneira a estabelecer um possível equilíbrio. Compartilha e se cruza com as novas tecnologias em um processo pluralístico, privilegiando uma abordagem inclusiva, onde ambas as posições (o erudito e o popular) são vistas como partes de uma mesma cultura (DONES, 2005, p. 80).

Bonfleur (2006) explica que, por meio da análise de um artefato, é possível perceber técnicas, propósitos, conceitos e valores. Nele, encontram-se indícios de um contexto relativo a um indivíduo específico, seus princípios e costumes, além de informações sobre a cultura material de um determinado período e lugar.

Fukushima (2009) define o termo vernacular como a expressão de uma cultura específica, abrangendo a comunicação de um povo por meio da criação de objetos. Para o autor, essa expressão no design pode representar tanto um produto peculiar de uma região, sem influências externas, quanto designar métodos que se apropriam dessas particularidades culturais para conceber um artigo.

A criação inspirada em culturas específicas é chamada de apropriação formal, na qual o designer incorpora as informações encontradas em um local e as transfere para o seu trabalho. Esse processo consiste em uma troca de experiências entre aqueles que compartilham dos mesmos princípios (CACCIERE & FABRIS, 2013).

Dones (2005) destaca que o ambiente em que acontecem as releituras é essencial no campo do design, ressaltando a importância de compreender o funcionamento desse processo. Então, o armazenamento das informações obtidas por meio da percepção visual, embasada no cenário explorado, deve ser decodificado de maneira a fornecer um padrão coerente de significados, para evitar interpretações equivocadas. Embora a autora estude o vernacular no design gráfico, sua afirmação pode ser aplicada a outras vertentes do design, incluindo produtos.

As inspirações nas peculiaridades de um povo ou região refletem “o interesse dos designers pela espontaneidade e autenticidade da cultura popular em suas expressões locais, através de cores e formas autênticas e, em particular, por aquelas que evocam a mão de artesãos ou autores anônimos” (DONES, 2005, p. 80).

Finizola (2010, p. 29) afirma que a influência da cultura popular nos profissionais de design está ligada ao resgate de princípios simbólicos que transcendem as identidades de comunidades ou regiões. Isso revela a percepção apurada do designer, capaz de apreciar o significado das expressões incógnitas das ruas e das autenticidades regionais, transferindo e interpretando esses valores estéticos para sua aplicação no design.

Atualmente, o reconhecimento dos princípios e da cultura local é inevitável, sendo essencial que designers e produtores possuam a habilidade de interpretar os costumes regionais, incorporando propriedades imateriais que tornam o artefato diferenciado e possibilitam inovações (MORAES, 2010).

O cenário conhecido como apropriação formal, no qual a cultura influencia a criação de novos produtos, é amplamente utilizado por designers, especialmente no design de moda. Nesse campo, é comum o desenvolvimento de novas coleções duas vezes ao ano, de acordo com a sazonalidade e as tendências estéticas, utilizando referências de inspiração que orientam a criação das coleções.

Sorger e Udale (2009) afirmam que a moda é mais ágil e acelerada em comparação com outras indústrias do design, refletindo a pressão constante para projetar novas tendências. Os profissionais da área precisam de novas fontes de inspiração para manter seu trabalho atualizado, inovador e contemporâneo. Os autores exemplificam como essas fontes de inspiração são utilizadas no processo criativo da moda.

Os temas podem ser pessoais, abstratos ou mais literais, Alexander McQueen, Vivienne Westwood e John Galliano desenharam coleções em que as fontes de inspiração são claras para qualquer um. A coleção de McQueen “It’s a jungle Out There” (É uma selva lá fora), de 1997-1998, misturou pinturas religiosas com a evocação de um antílope africano em extinção. Vivienne Westwood utilizou piratas, quadros de Fragonard e arte decorativas dos séculos XVII e XVIII da Wallace Collection como inspiração em coleções diferentes. Galliano foi influenciado pelo circo, pelo Egito antigo, pela cantora punk Siouxsie Sioux e pela Revolução Francesa (SORGER & UDALÉ, 2009, p. 16).

Embora alguns exemplos não tenham origem em culturas e regiões específicas, o objetivo é demonstrar como os conceitos que envolvem temas de coleções de moda podem ser explorados e, assim, ilustrar como essas apropriações são frequentemente aplicadas.

Para complementar o contexto do design vernacular como fonte de produção de objetos de moda, considerando o Brasil como inspiração, Moraes (2010, p. 159) afirma que o país nos “conduziu a uma estética multicultural, híbrida e mestiça. Foi aberta, através do pluralismo étnico e estético local, uma forte presença de signos múltiplos e de uma energia particularmente brasileira”. Para a moda, é estratégico explorar e decodificar as inúmeras referências da cultura e do ambiente brasileiros, aplicando-as no design e na indústria da moda.

É importante destacar que a apropriação cultural ocorre no campo da moda, e é fundamental entender quando a referência cultural é utilizada como expressão de identidade, como fonte de inspiração ou reinterpretada criativamente pelos designers (POZZO, 2020). No entanto, Pozzo (2020) ressalta que a questão da apropriação cultural é complexa. A propriedade intelectual nem sempre é a solução, pois os elementos culturais que se desenvolvem de forma natural e ancestral, transmitidos de geração em geração, ajudam a construir uma identidade importante. Ao mesmo tempo, garantem a possibilidade de adaptação às necessidades de sobrevivência daquela cultura, e esses aspectos devem ser protegidos.

Desse modo, a condição do design vernacular auxilia no uso responsável de referências culturais no desenvolvimento de coleções e produtos de moda, permitindo que o designer contemple seu contexto de maneira única, sem se apropriar de elementos que não fazem parte de sua história.

Um exemplo do vernacular no design de moda são os acessórios desenvolvidos pelo Mestre Espedito Seleiro, renomado artesão especializado no trabalho com couro. Ele já criou bolsas, sapatos e outros itens para marcas e designers de moda de relevância nacional. O Mestre Espedito Seleiro possui um estilo único, iniciado com a confecção de itens para vaqueiros, principalmente selas, uma tradição familiar passada de geração em geração, aprendida de seu pai, que também aprendeu com o pai dele (SIMONETTI, 2013).

**Figura 3: Exposição Espedito Seleiro: Da Sela a passarela**



Fonte: <https://www.acasa.org.br/espedito-seleiro>

**Figura 4: Detalhes do trabalho do Mestre Espedito Seleiro**



Fonte: [https://brasil.elpais.com/brasil/2014/05/10/cultura/1399735027\\_219605.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2014/05/10/cultura/1399735027_219605.html)

Mestre Espedito Seleiro contribui para a moda e outras áreas da arte com suas criações, que têm origem em uma cultura familiar e local. Suas obras carregam essas

características, que automaticamente remetem o público ao contexto histórico e cultural do cangaço nordestino.

### **3.2.1 Analogias: vernacular e autoral**

A moda autoral destaca elementos do vestuário com características que identificam o autor. Ela se constitui em uma marca, coleção ou artefato carregado de significado, contendo todos os requisitos fundamentais, como conforto e durabilidade, para garantir uma qualidade satisfatória. Além disso, revela elementos e informações que valorizam o significado incorporado pelo designer autor. Esse conceito pode estar ligado a processos artesanais e/ou culturas específicas, mas o que define um produto como autoral é a capacidade do designer de manifestar seus princípios ao elaborar o objeto, por meio de representações, materiais específicos, processos criativos, técnicas preservadas, valores e outros aspectos que compõem sua identidade e seu processo criativo.

O design vernacular baseia-se em elementos específicos de uma cultura — costumes, crenças, manifestações artísticas, conhecimentos, entre outros — que fundamentam a criação de produtos de design. No entanto, essas características devem ser intrínsecas ao designer, de acordo com seus princípios, hábitos e herança cultural, para evitar a apropriação cultural.

Quando o designer utiliza peculiaridades de um lugar, grupo, geração ou período que fazem parte de sua história e conhecimentos, ele se apropria desses saberes para desenvolver seu produto, incorporando suas habilidades e interesses. Dessa forma, com as características pessoais do autor refletidas na elaboração do produto, estabelece-se uma relação com o design autoral, que valoriza as particularidades do profissional.

Segundo Moares (2010, p. 160), os artefatos e a moda, como parte da cultura material brasileira, são resultado da riqueza multicultural, que pode expor “atributos intangíveis e imateriais, em que valores se misturam e dão origem a resultados híbridos que tendam a promover novos ornamentos tipológicos, conceitos estéticos

diversificados, valores de estima e uso diferenciados”. Contudo, ao conectar essas vertentes do design e da moda, observa-se que um conjunto de propriedades intrigantes e encantadoras pode induzir e materializar o artefato. Em alguns momentos, o design vernacular e o autoral se complementam e se interrelacionam, criando uma consonância entre ambos.

Uma questão relevante no desenvolvimento de produtos de moda é que, enquanto o processo normalmente é acelerado e em grande escala, quando apropriado de características vernaculares e autorais, ele tende a ser mais lento. Isso ocorre porque o foco está nos valores inseridos em todo o processo, o que torna as coleções mais duráveis em termos estéticos, desvinculando-as das tendências passageiras.

É importante ressaltar que, embora as particularidades individuais do autor e sua conjuntura sejam preservadas, ao transportar artigos regionais para outros contextos, as simbologias e informações contidas podem não ser totalmente mantidas. Portanto, a referência utilizada no design deve ser íntegra, para que se adapte adequadamente ao artefato idealizado.

É importante salientar que quando esses objetos regionais são transplantados do seu ambiente cultural de origem, há um processo de resignificação, tanto das comunidades locais quanto no novo contexto social no qual são inseridos. Não há como preservar nessas transposições a simbologia cultural desses produtos, a qual está em constante mutação devido às mudanças nas relações sociais e culturais de uma comunidade (CACCERE & FABRIS, 2013, p. 75)

Embora os significados e especificidades não possam ser totalmente transferidos com o produto, o valor agregado e os detalhes comunicados por meio dele — sejam estéticos, funcionais ou simbólicos — ampliam a relevância do objeto, proporcionando ao consumidor experiências exclusivas do autor.

### 3.3 ARTESANATO

Quando se pensa em artesanato, associa-se espontaneamente a uma atividade manual com raízes culturais, frequentemente presente no cotidiano.

Para Flecher e Grose (2011, p. 146), o artesanato está relacionado à maneira como os materiais são moldados para uso e/ou apresentação. Trata-se de fazer algo, em vez de apenas constatar que é feito para as pessoas. No contexto da moda, envolve a prática de “alinhar, tricotar, cortar, drapear, dobrar e juntar para transformar um tecido em uma peça de vestuário”.

Borges (2019) apresenta a definição de artesanato utilizada pela Unesco em 1997:

Produtos artesanais são aqueles confeccionados por artesãos, seja totalmente à mão, com o uso de ferramentas ou até mesmo por meios mecânicos, desde que a contribuição direta manual do artesão permaneça como o componente mais substancial do produto acabado. Essas peças são produzidas sem restrição em termos de quantidade e com o uso de matérias-primas de recursos sustentáveis. A natureza especial dos produtos artesanais deriva de suas características distintas, que podem ser utilitárias, estéticas, artísticas, criativas, de caráter cultural e simbólicas e significativas do ponto de vista social. (UNESCO, 1997 *apud* BORGES, 2019, p. 21)

Wanderley (2015, p. 26) considera o artesanato tanto um produto quanto um processo, destacando que sua natureza está ligada aos seguintes fatores: “fazer manual em predominância, identidade e/ou assinatura (participação ativa e direta dos artesãos por consequência a identificação da origem e/ou do autor) e valor sociocultural”.

Embora os objetos artesanais possam ter atributos semelhantes, cada peça é singular, uma vez que o processo individualiza os resultados, evitando a padronização. O trabalho do artesão sobre os materiais personaliza cada objeto, agregando habilidades motoras e intelectuais, além de simbolismos característicos da sua cultura (WANDERLEY, 2015).

O artesanato é uma prática comum na moda autoral. Primeiramente, observa-se a identidade do artesão/designer/criador, evidenciada no manuseio das matérias-primas, o que permite ao profissional inserir características únicas em seus produtos, agregando seus valores ao objeto. Em seguida, há a integração dos fatores culturais do autor ao artefato, que podem incluir elementos de sua região, costumes, religião e até mesmo do período em que vive.

As técnicas envolvidas no trabalho de moda artesanal também podem constituir uma moda autoral, uma vez que o modo como o artesão/designer concebe ou

desenvolve seu trabalho é geralmente único, e esse processo está vinculado às especificidades do autor.

Fletcher e Grose (2011) afirmam que o artesanato tem a experiência como aspecto essencial, com técnicas que se aprimoram ao longo do tempo. Nessa mesma lógica, o amadurecimento do trabalho está relacionado à forma como o artesão pensa e testa seus limites com a atividade, muitas vezes motivado por gratificações emocionais.

Assim, a atividade artesanal pode agregar grande valor à moda autoral, especialmente quando está alinhada com a aptidão do designer. Quando o autor incorpora elementos artesanais em suas criações, ele se conecta facilmente com indivíduos que buscam perspectivas emocionais, simbólicas e sensoriais em peças de moda.

Atualmente, muitas marcas de moda utilizam o artesanato em seus produtos, não apenas para adornar e agregar valor às peças, mas também para oferecer o diferencial que as artes manuais proporcionam. Um exemplo é a marca Depedro, que trabalha com bordadeiras, rendeiras e crocheteiras que empregam habilidades ancestrais na manufatura de seus produtos (STEALTHELOOK, 2022).

**Figura 5: Artesanato agregado a marcas de moda em looks da marca Depedro**



**Fonte:** <https://www.modadepedro.com.br/categorias/spfw-56?mpage=2>

A designer gaúcha Helen Hodel trabalha com peças artesanais atemporais, especialmente em crochê, utilizando fios de alta tecnologia e qualidade que se

adaptam ao corpo. Em sua página no Instagram (@helenhodel), ela descreve: 'Salvando o mundo, uma peça de roupa artesanal de cada vez.'

**Figura 6: Looks da estilista Helen Hodel**



Fonte: <https://www.helenrodel.com.br/>

### 3.4 DIY (DO IT YOURSELF) / MOVIMENTO MAKER

Algumas ideologias despontaram no final da década de 1990 e início dos anos 2000, incentivando as pessoas a aprenderem a realizar tarefas e a produzirem seus próprios bens, como o movimento DIY ou “Faça você mesmo”. Zylbersztajn (2015) explica que o *Do it Yourself* sugere a recuperação e reutilização de objetos, em vez de simplesmente descartá-los e comprar novos. Isso porque os avanços industriais e tecnológicos fizeram com que as pessoas perdessem a consciência sobre a origem do que consomem.

Entre os anos de 1990 e a primeira década de 2000, esse cenário altamente permeado pelas mídias digitais aliado ao movimento faça você mesmo (do it yourself = DIY) ou faça com os outros (do it with others = Diwo) deu origem ao que hoje é conhecido pelo nome de Movimento Maker, o qual consiste em uma das tendências de práticas que se originou exatamente da formação de grupos de pessoas com interesses similares, que focam no compartilhamento de ideias para melhoria e aprofundamento dos conhecimentos sobre um produto qualquer, no sentido de melhorá-lo e de facilitar sua produção em diversos mercados (GAVASSA, 2016, p. 2).

Tais filosofias de realizar aquilo que se deseja, ou mesmo conhecer e compreender as características de um objeto com o qual se identifica, possuem uma ligação íntima com a moda autoral. Quando o autor cria uma peça que reflete sua identidade e compartilha interesses com seu consumidor, isso pode ser uma maneira intrigante de trabalhar o autoral em produtos de moda.

De acordo com Maróstica (2023), o termo *maker* pode ser traduzido como “criador” ou “construtor”, e essa função é essencial para a completude do ser humano. Por intermédio do trabalho manual e intelectual, o indivíduo se expressa através de suas criações: “Os Makers se tornam aqueles que, de forma profissional ou amadora, atuam em diversas áreas associadas à ciência e à tecnologia e que se organizam com o intuito de suportar de maneira mútua o desenvolvimento dos projetos uns dos outros” (MARÓSTICA, 2023, p. 24).

Igualmente, Gavassa (2016) ressalta que o movimento *maker* possibilita a co-criação ou recriação, visto que o surgimento dos objetos é fruto das trocas entre diferentes inventores. Essa cultura promove a colaboração, na qual indivíduos compartilham suas experiências e conhecimentos, ajudando uns aos outros a criar e aperfeiçoar suas obras, resultando em produtos melhores e mais próximos do esperado.

Tanto o DIY quanto o Movimento *Maker* valorizam a individualidade e a inserção das peculiaridades pessoais nas criações. Esses movimentos reforçam a capacidade de fazer, elaborar e criar, oferecendo ao indivíduo autonomia em sua rotina e no processo de aprendizado.

Por fim, construir artefatos com base nesses princípios — que envolvem desde a produção do material até o desenvolvimento do produto final — qualifica o autor e incentiva a demonstração de sua identidade através de suas criações. Assim, entende-se que os conteúdos relacionados à moda autoral auxiliam o profissional a encontrar e estabelecer uma identidade, facilitando sua conexão com o público e, conseqüentemente, com o mercado.

### 3.5 MODA SUSTENTÁVEL

De acordo com Salcedo (2014, p. 14), a expressão “desenvolvimento sustentável” foi utilizada pela primeira vez “em 1987, no Relatório Brundtland, documento de caráter socioeconômico elaborado para a Organização das Nações Unidas (ONU) por uma comissão chefiada pela doutora Gro Harlem Brundtland”. O relatório, intitulado “Nosso Futuro Comum” (*Our Common Future*), definiu “desenvolvimento sustentável” como “o desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a satisfação das necessidades das gerações futuras”.

Diminuir os impactos negativos da indústria da moda na sociedade e no meio ambiente por meio de uma abordagem sustentável é inevitável. Segundo Almeida (2007), para sobrevivermos fisicamente, economicamente e como sociedade, é necessário reconhecer que os recursos naturais são finitos, pois se os ecossistemas colapsarem, os negócios não poderão se sustentar.

Sob a perspectiva sustentável, a indústria da moda tem uma reputação negativa, especialmente no que se refere à produção em massa, ao ciclo de vida curto dos produtos, ao uso inadequado e excessivo de recursos naturais, e ao descarte de roupas como lixo. Adicionalmente, questões como “mão de obra mal remunerada, trabalhadores em situações degradantes, comunidades prejudicadas pela precarização do comércio local” agravam a situação, afastando o setor do conceito de sustentabilidade ambiental e social (OLIVEIRA, 2022, p. 77).

De acordo com Carvalho (2022, p. 174), “estilistas, compradores, produtores e demais pessoas envolvidas na criação e produção precisam ter mais consciência sobre suas escolhas. Um produto começa a nascer das escolhas de quem o cria e materializa”. Essas decisões são determinantes para o tipo de produto, sua função, sua durabilidade, e para seu impacto ambiental e social.

A moda autoral se desvia dos fatores que contribuem negativamente para a sustentabilidade na moda. Vestimentas com cerne autoral possuem características de atemporalidade, qualidade e exclusividade. Conseqüentemente, esses produtos têm

um preço comercial mais elevado, um valor agregado e demandam mais tempo para serem produzidos.

As escolhas do autor durante o desenvolvimento do artefato de moda são decisivas em relação aos valores empregados. Cabe ao profissional escolher os materiais, os processos de produção, os acabamentos e todos os detalhes que compõem o produto. Esses caminhos são estabelecidos pela marca ou estilista como parte de uma essência consciente.

Salcedo (2014, p. 32) menciona diversas terminologias que definem uma moda mais sustentável, como “moda ecológica, moda verde, moda ética, *slow fashion*, etc”. Tais vertentes da moda envolvem práticas associadas à sustentabilidade, com conceitos que visam o consumo consciente, a minimização de desperdícios, o uso de matérias-primas naturais e a valorização da sociedade e do mercado local, entre outros. Um exemplo de moda sustentável é a estilista Flavia Aranha, uma das precursoras do movimento no Brasil, com sua marca homônima. O tingimento natural é o cerne da marca, que utiliza fibras naturais como seda, algodão e linho (CHAVES, 2021).

No site da marca (<https://www.flaviaaranha.com/p/tingimento>), explica-se que o processo de coloração utiliza cascas de árvores, folhas, raízes e frutos, conectando-se a questões de “biodiversidade, desenvolvimento sustentável e tecnológico”.

**Figura 7: Coleção Flora de Flávia Aranha**



**Fonte:** <https://www.flaviaaranha.com/m/campanha/638a204f8473c84d83617462/colecao-flora>

Simultaneamente à sustentabilidade, marcas como a Flavia Aranha também atuam com outras vertentes, como o DIY (*Do it Yourself*) e o *Slow Fashion*. A essência

da marca está no tingimento natural, técnica da qual é pioneira e que utiliza amplamente na confecção de seus produtos, incorporando assim princípios do DIY. Nesse sentido, suas peças não seguem a temporalidade imposta por tendências, sendo construídas e/ou acompanhadas gradualmente pela designer, o que caracteriza a moda lenta.

**Figura 8: Parceria Renner com Augustina Comas**

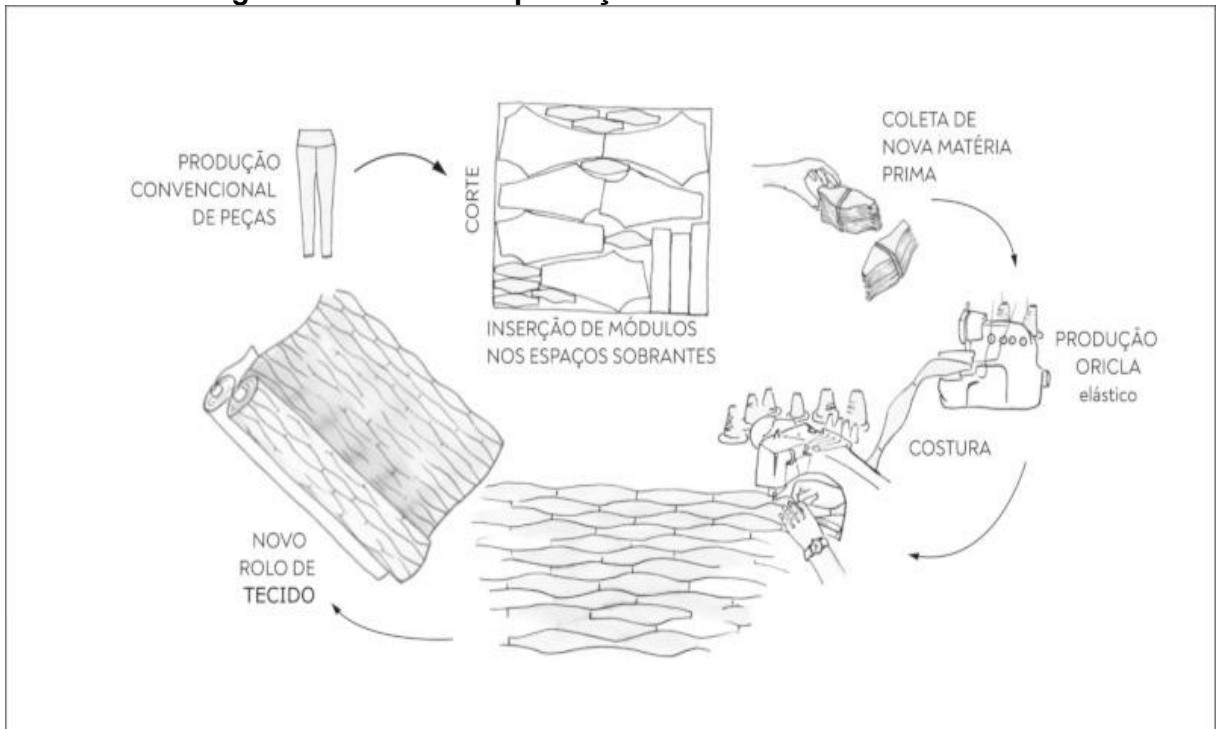


**Fonte:** <https://elle.com.br/moda/nova-colecao-re-jeans-renner>

Outra marca que incorpora propósitos sustentáveis, conectando-se ao *Slow Fashion* e ao *DIY*, é a Comas. A marca reaproveita peças descartadas no desenvolvimento de novas criações. Sua idealizadora, a estilista e designer industrial têxtil uruguaia Augustina Comas, que reside e atua no Brasil, desenvolveu um método de *upcycling* para estruturar a criação, o desenvolvimento e a produção de roupas (JUSTUM, 2021).

Um exemplo do método desenvolvido por Augustina Comas é o tecido ORICLA, criado em parceria com a Confecções T.Christina. Esse tecido é elaborado a partir de resíduos de corte de confecção, tanto de camisaria quanto de moda fitness. A Figura 9 ilustra como o tecido elástico ORICLA é produzido.

**Figura 9: Processo de produção do tecido ORICLA elástico**



Fonte: <https://www.tchristina.com.br/oricla-elastico/>

**Figura 10: Desfile da Rani com tecido Oricla elástico no Brasil Eco Fashion Week 2022**



Fonte: Foto Agência Fotosite no site <https://www.tchristina.com.br/oricla-elastico/>

O desfile da marca Rani (Figura 10) apresentou moda fitness utilizando o tecido ORICLA elástico como principal matéria-prima de seus produtos.

### 3.6. SLOW FASHION

Entende-se o *slow fashion* (moda lenta) como um caminho para uma moda mais sustentável, no qual o consumo descontrolado não tem espaço. O artefato apresenta funções que vão além de apenas vestir, seu conceito é íntegro e complexo, estando frequentemente associado às noções de moda autoral. Ademais, a qualidade tem mais importância do que a quantidade, com produtos atemporais, nos quais o consumidor prioriza peças que podem ser usadas por tempo indeterminado.

Para Salcedo (2014), o *slow fashion* não se baseia no tempo, mas na qualidade, o que claramente influencia o período dedicado à produção do produto. Esse conceito também reconhece o consumidor e seus hábitos como parte significativa do processo.

Uma das principais perspectivas do *slow fashion* é o ciclo de vida do objeto, que começa durante o processo de criação, percorre as etapas produtivas até sua concretização, passando então para o consumo e, finalmente, o descarte. Essa sequência deve ser cuidadosamente analisada quando se adota o conceito de *slow fashion* (FLETCHER E GROSE, 2011).

O *slow fashion* envolve todos os atores que formam o sistema da moda, sejam eles designers, varejistas, comerciantes e consumidores. A partir do momento em que os atores envolvidos passam a considerar a velocidade da natureza e dos recursos utilizados na produção têxtil, em comparação a velocidade com que estes bens materiais estão sendo descartados, passa-se a ter como resultado a maior conscientização em relação aos impactos da produção sobre o meio social e ambiental (FERRONATO, 2015, p. 112).

A moda lenta “requer uma infraestrutura modificada e uma produção reduzida de produtos” (FLETCHER E GROSE, 2011, p. 128). O objetivo é desacelerar o ritmo frenético da indústria da moda, sem a necessidade de produção em larga escala ou apressada, alterando todo o processo de criação e fabricação das peças.

Embora o tempo seja uma característica central do conceito de *slow fashion*, outros fatores também desempenham um papel importante na valorização do trabalho

do designer. Para Fletcher e Grose (2011), estimular o consumo regional, o “feito à mão”, a exclusividade e a diversidade de estilos compõem uma nova visão da moda lenta, destacando a importância dos criadores de moda.

Criadores que evidenciam características próprias, integram culturas específicas e infundem valores em seus produtos conectam automaticamente o conceito de *slow fashion* à moda autoral, oferecendo peças únicas, exclusivas e carregadas de referências. O *slow fashion* é um território capaz de contribuir significativamente para a criação autoral. No entanto, é importante reconhecer que nem todo produto de moda autoral será produzido de maneira lenta ou em pequena escala, nem sempre estará alinhado a práticas sustentáveis.

“Lento” não é mero descritor de velocidade. Representa uma visão de mundo diferente, que especifica um conjunto distinto de atividades de moda para promover o prazer da variedade, a multiplicidade e a importância cultural da moda dentro dos limites biofísicos. A moda lenta requer uma infraestrutura modificada e uma produção reduzida de produtos” (FLETCHER E GROSE, 2011, p. 128).

A moda lenta, de acordo com Fletcher e Grose (2011, p. 128), altera as relações de controle entre criadores de moda e consumidores, forjando novas relações de confiança, possíveis apenas em escalas menores.

Considerando a caracterização da produção de moda lenta e as possibilidades de desenvolvimento e confecção do produto de moda, observa-se que o *slow fashion* estimula a moda autoral, e seus conceitos frequentemente caminham juntos. No entanto, não é necessário que um produto de moda autoral esteja sempre vinculado ao conceito de *slow fashion*.

#### 4. IDENTIDADE PROFISSIONAL NA MODA

Para Jones (2005, p. 74), “no campo da moda às vezes é difícil determinar a origem de um modelo. Frequentemente, as novas modas surgem de versões aperfeiçoadas das modas precedentes”.

De acordo com Embacher (1999), a moda é fundamental, pois compõe a rede que une a estrutura cultural. Influenciada pela imitação, a moda pode ser vista como repressora, ao negligenciar a individualidade. No entanto, também pode ser considerada eficiente quando manifesta a singularidade do indivíduo.

Entretanto, essa expressão do individual também tem seu lado coercitivo. É, muitas vezes, apenas a reposição de uma identidade pressuposta, pré-determinada, um ser-feito-pelo-outro, uma mesmice, que nega a totalidade que o indivíduo acredita ter unificado (EMBACHER, 1999, p.16).

A adaptação de modelos já existentes no mercado, seja como releitura ou transformação de uma peça, é comum na área da moda, especialmente quando se consideram as tendências estéticas que frequentemente direcionam essas criações. Segundo Jones (2005, p. 74), apesar desse cenário, periodicamente surgem inovações no uso de matérias-primas ou no corte e nas estruturas, efetivamente criando algo novo, digno de proteção por “direitos autorais ou patentes”.

O cenário de reprodução de artefatos, além de limitar o consumidor em sua capacidade de se expressar como indivíduo, também impõe um estilo geralmente influenciado pelas tendências e costumes do ambiente em que a pessoa está inserida. Mesmo que não haja imitação direta, as tendências momentâneas restringem as peculiaridades que podem ser incorporadas a um produto. Por outro lado, as características da moda autoral liberam o designer da obrigação de seguir tendências pré-estabelecidas pela indústria do vestuário, permitindo que ele explore sua própria essência e se conecte de maneira mais autêntica com seus consumidores.

Para Carvalhal (2022, p. 66), o estilista deve estar atento ao que faz, pois “deve ser capaz de compreender e chamar atenção para todos os detalhes mais ternos, inspiradores e enigmáticos da moda, independente da peça”. Essas minúcias são aspectos pessoais de estilo, intrínsecos ao designer, que o identificam em sua criação. “É preciso se preocupar com a essência, e não só com a tendência. É muito comum

ver ondas de produtos semelhantes — se não iguais — lançados no mercado ao mesmo tempo” (CARVALHAL, 2022, p. 69),

Dessa maneira, a originalidade de um objeto ou marca traz uma vantagem competitiva, baseada em características únicas que os identificam. Quando um diferencial é projetado no mercado, ele se destaca em meio ao comum, conectando-se de forma espontânea com o consumidor e oferecendo ao designer a possibilidade de garantir os direitos autorais sobre sua criação.

A relevância da identidade de um produto é tamanha que marcas dispõem de tempo e dinheiro para resguardar tais atributos que as retratam. Jones (2005) explica que, quando um artefato e seu comércio no mercado são bem definidos, a organização vai resguardar esse produto e conceder uma identidade singular e reconhecível. Logo, conceber um produto com propriedades únicas e identificáveis exige sabedoria, fundamento e treinamento, para que o designer desenvolva a capacidade de criar esses elementos.

No cotidiano e nas práticas sociais, alguns elementos da sociedade contemporânea contaminam a produção de sentidos e vazam para os usos que se faz dos artefatos. Por isso, é importante refletir sobre as experiências de vida presentes para compreender melhor o mundo da cultura material e do consumo no qual estamos mergulhados e perceber os processos de construção das identidades (QUELUZ, 2008, p. 16).

O repertório de vivências, o conhecimento adquirido e as influências sociais e culturais moldam o profissional, seus hábitos, gostos e estilo. Esse conjunto de fatores é capaz de agregar valores significativos que enaltecem o objeto, por meio de composições transformadoras e inovações para o setor do design e da moda. Dominar a própria identidade profissional e conseguir transferi-la para o produto de vestuário e moda torna-se cada vez mais relevante.

Embacher (1999) geralmente aborda a identidade na moda como estilo pessoal, não necessariamente do profissional de moda, mas do consumidor, diferente do enfoque deste capítulo. No entanto, ele questiona a possibilidade de “pensar um sujeito com um estilo próprio, cuja maneira de vestir acompanhe o movimento da identidade-metamorfose.” Alguém que, ao invés de buscar apenas a individualidade, com capacidade de análise e autodeterminação, “ao se livrar da reificação de papéis,

se transforme de "escravo da moda" em "escravo de si mesmo" - a mesmidade" (EMBACHER, 1999, p. 17).

Essa realidade da moda autoral, que não segue apenas as tendências estéticas e sociais, contribui positivamente tanto para o designer de moda quanto para o consumidor. O profissional oferece constantes atualizações e inovações em seus produtos e serviços no mercado, enquanto o consumidor, ao se identificar com essas características, não permanece estagnado em seu estilo pessoal.

A identidade do profissional de moda consiste naquilo que o distingue em seu ofício, permitindo que os indivíduos se reconheçam em sua moda, estilo e peculiaridades. Carvalho (2022) destaca a importância dos valores para determinar o nosso propósito, abordando valores econômicos, sociais, naturais e culturais. Para ele, pessoas, profissionais e marcas precisam reavaliar padrões, tanto no ser quanto no fazer. Nota-se, assim, a pertinência de tais princípios para a moda autoral e a exteriorização da identidade.

Resumidamente, esses valores buscam aprimorar o universo da moda, abordando questões que são falhas e precisam ser revisadas para torná-la menos prejudicial.

Os valores econômicos estão pautados na consciência de viver com o que é essencial, fazendo escolhas baseadas no que realmente importa. Já os valores sociais estão voltados para a comunidade, diante das dificuldades enfrentadas, como desemprego, falta de educação e saúde, além de desequilíbrios emocionais.

Os recursos naturais são de responsabilidade de todos, e valorizá-los é um compromisso com a sobrevivência, uma vez que se observa diversos desequilíbrios ambientais causados pelo ser humano.

Por fim, os valores culturais devem ser trabalhados para promover uma cultura mais humana, ética e cooperativa. Quando princípios econômicos, sociais e naturais são aplicados, a cultura se transforma, combatendo padrões nocivos como preconceitos, desigualdade e violência, gerando agentes de transformação que contribuem para uma evolução coletiva (CARVALHAL, 2022).

Diante disso, percebe-se que a moda tem a capacidade de incorporar adversidades e colaborar com diversos setores da sociedade. Ao alinhar-se com valores como os apresentados, o designer não apenas se expressa por meio de

símbolos, moldes, conceitos e imagens, mas também aborda questões individuais e sociais importantes. Queluz (2008, p. 24) afirma que “num mundo globalizado há um vasto repertório disponível, mas os encaixes, as combinações multiculturais trazem soluções muito além de meras adaptações e/ou tradições. Há muito de criação e invenção.”

Do mesmo modo, o autor ainda ressalta que “descobrir a identidade do design brasileiro implica destacar a relevância de nossa cultura, suas especificidades e seus códigos, sem deixar de lado as trocas e interações com outras culturas” (QUELUZ, 2008, p. 18).

Refletindo sobre as características individuais incorporadas ao produto de design e sua importância para a identidade do trabalho do profissional, percebe-se que a cultura brasileira, rica em informações e influências, agrega valor ao design. Por isso, é essencial instruir futuros profissionais a incorporarem seus gostos, estilos, formas, costumes, comportamentos, práticas e descendências — em resumo, sua autoria e personalidade — nos produtos de moda.

## 5. ENSINO DE DESIGN

Os primeiros cursos profissionalizantes voltados ao ensino de concepção de moda no Brasil surgiram na década de 1980, em resposta à necessidade de formar pessoas qualificadas para liderar o complexo sistema da moda. Até então, a atividade era desempenhada por autodidatas com “certo talento artístico” ou por profissionais de outras áreas que se identificavam com a moda e aprendiam na prática. Com o propósito de formar um “profissional bem-informado e de sólida formação, pronto a qualificar a produção brasileira de moda e abrir espaço para novas ideias”, foi criado em 1988 o primeiro curso superior de moda no Brasil (PIRES, 2002, p. 02).

Com o crescimento das indústrias de confecção e têxteis no país, e com a moda tornando-se gradativamente uma área de negócio, a formação em moda se fortaleceu e expandiu significativamente ao longo dos anos. Recentemente, assim como na década de 1980, a moda possui “um espelho de acontecimentos que também explica sua atual inserção mais representativa no contexto acadêmico” (BORGES, 2017, p. 113).

Segundo Pires (2002, p. 07), em 1997, um fórum de cursos de design discutiu a modificação do termo “desenho industrial” para “design”, com a finalidade de permitir “um currículo flexível de modo a permitir a inclusão de novas habilitações.” A autora afirma que, em 2000, os cursos de moda foram recomendados e autorizados pelo MEC a acrescentar o termo “design” ao título do curso.

A reforma curricular propõe um ensino que mantenha um núcleo básico comum de conteúdos de design por área de conhecimento seguido das habilitações de projeto de produto e gráfico, comunicação visual e programação visual; interface; moda e vestuário; interiores; paisagismo e outras que venham a surgir, bem como ênfases em função das vocações regionais e institucionais. A decisão sinaliza uma abertura dos cursos acadêmicos de design para os produtos do vestuário. Algumas iniciativas de incentivo ao design ou da própria comunidade industrial evidenciam o reconhecimento da necessidade de designers habilitados a atuar na indústria de confecção (PIRES, 2002, p. 7).

Embora o conceito de design tenha sido sugerido para enriquecer os cursos superiores de moda, Fornasier *et al.* (2008, p. 127) lembram que algumas formações

em moda não priorizam “o design, mas sim o estilo, que não tem compromisso com a pesquisa e as necessidades humanas”.

Quando se trata dos conceitos de design incorporados à elaboração e desenvolvimento do vestuário, é importante mencionar os requisitos projetuais no ensino. O pensamento teórico e prático, em um sistema abrangente, colabora para a compreensão total do processo. “O desenvolvimento de projetos é um conjunto de atividades teóricas e práticas que tem como objetivo a criação de produtos ou serviços para suprir necessidades humanas, ou seja, um projeto de design” (FORNASIER *et al.*, 2008, p. 129). Para os autores, o método de desenvolvimento do artigo de design de moda é um complexo sistema de gestão do conhecimento.

Diante disso, é relevante refletir sobre os princípios da Bauhaus, considerada uma referência na constituição do ensino de design no mundo. Os ensinamentos voltados ao design na Bauhaus aliavam arte e métodos de produção, atingindo, em determinado momento, um nível elevado de funcionalidade. As abordagens pedagógicas dessa época ampliaram significativamente as possibilidades de novas formas estéticas e de aplicações práticas (BÜRDEK, 2006).

A ideia fundadora da Bauhaus era unir arte e técnica, transformando-as em uma unidade moderna e original. A frase-emblema, segundo Bürdek (2006, p. 28), afirmava que “a técnica não necessita da arte, mas a arte necessita muito da técnica”. O curso básico, essencial no ensino da Bauhaus, incentivava a “autoexperimentação e a auto averiguação, bem como aprovar a própria capacidade dos alunos como objetivo e perseguia por outro a intercomunicação de conhecimentos básicos de configuração no sentido de um aprendizado efetivo da matéria.”

As metas do curso incluíam “inventar construindo e reparar descobrindo”, incentivando os alunos a “procurar, provar e experimentar.” Os laboratórios/oficinas eram os principais componentes pedagógicos, com intuito de estimular e desenvolver as habilidades artísticas e manuais de maneira harmônica (BÜRDEK, 2006, p. 29).

O design é uma ferramenta abundante no ensino da moda, e sua prática contribui para a formação cognitiva dos alunos. Dessa forma, observa-se constantemente a aplicação de projetos de moda baseados em métodos de design em instituições de ensino. No entanto, Borges (2017) aponta que as transformações no ensino superior de moda não devem se limitar às competências técnicas.

A formação superior nessa área vem passando por muitas transformações que buscam solidificar a moda como um campo de conhecimento. Contudo, a visão de formar um profissional para atuar no mercado de trabalho deixa a impressão de que essa formação deve, em especial, desenvolver habilidades técnicas para o fazer, o que pode acabar enfraquecendo a necessidade da formação superior, uma vez que habilidades técnicas podem ser adquiridas em cursos técnicos, cursos livres ou em outros cursos de nível intermediário. No contexto universitário, mesmo a formação tecnológica, preferida na área da moda, deveria também buscar fornecer aos alunos embasamento teórico, técnico-científico, artístico e cultural, com foco no empreendedorismo e no desenvolvimento sustentável. Dessa forma, seria capaz de formar profissionais aptos a participar, de forma estratégica, criativa e operacional das atividades relacionadas à área da moda em geral, valorizando a formação humana mais ampla (BORGES, 2017, p. 113).

Embora o conhecimento técnico e prático seja essencial no campo da moda, os cursos de nível superior demandam fundamentos que vão além da execução do trabalho. É necessário ampliar o intelecto e desenvolver aptidões que envolvem diversas esferas do desenvolvimento humano, incluindo questões sociais, culturais, ambientais e econômicas.

A área pedagógica do ensino superior, responsável por elaborar currículos que formem profissionais com esse perfil e em conformidade com o mercado, cria programas integrados com propósitos didáticos criativos e dinâmicos (BORGES, 2017). Para demonstrar a abrangência do design de moda e os desafios enfrentados no ensino, que busca respeitar o contexto abrangente necessário ao campo de atuação do designer de moda, apresenta-se o perfil do profissional tecnólogo na área, conforme o Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia.

Cria e desenvolve produtos para a indústria da moda. Analisa e aplica fatores estéticos, simbólicos, ergonômicos, socioculturais e produtivos. Realiza pesquisa de moda. Planeja, gerencia e articula coleções de moda com processos de fabricação, matérias-primas e viabilidade técnica e sustentável. Elabora protótipos, modelos, croquis, fichas técnicas e portfólios com uso de técnicas diferenciadas de expressão gráfica. Avalia e emite parecer técnico em sua área de formação". (CATÁLOGO NACIONAL DE CURSOS SUPERIORES DE TECNOLOGIA, 2016, p.103).

O perfil do designer de moda é bastante amplo, e os conteúdos abordados podem incorporar novas áreas, dado o vasto campo de atuação. Nesse sentido, a multidisciplinaridade e a compreensão de todo o processo são essenciais. Todavia,

compreender o ensino, a aprendizagem, seus métodos e estratégias pode contribuir significativamente para um direcionamento eficaz na criação de moda autoral.

## 5.1 A APRENDIZAGEM E OS PROCESSOS DE ENSINO

A aprendizagem envolve a aquisição de “novos conhecimentos (ou a modificação dos já existentes), comportamentos, habilidades, atitudes ou valores.” Quando se busca uma aprendizagem significativa, entende-se que ela vai além do domínio cognitivo, introduzindo dimensões mais profundas e específicas, sendo interativa e relacional (BARKLEY & MAJOR, 2020, p. 38). A essência da aprendizagem significativa consiste em associar o objeto de estudo aos princípios e fundamentos já presentes no sistema cognitivo do aluno (SANCHES, 2017).

Segundo Pires (2022), a maneira mais eficaz de atrair o aprendiz é apresentar novas informações de modo que se conectem ao que ele já domina. Isso porque estamos frequentemente mais capacitados a aprender quando o conteúdo é percebido como algo relevante e valioso.

Para os cognitivistas o processo de construção de conhecimento se origina na formação de conceitos, que está relacionada à capacidade do sujeito em significar o estímulo, bem como em relacionar tais conceitos com as experiências e conteúdos aprendidos anteriormente (SANCHES, 2017, p.121).

O contexto do design está intimamente relacionado ao conceito de aprendizagem significativa, uma vez que o desenvolvimento de um projeto permite facilmente conciliar pré-conceitos e fundamentos já estabelecidos pelo indivíduo, promovendo uma aprendizagem mais expressiva e direcionada ao alcance do objetivo. Considera-se que a experiência no processo de desenvolvimento de produtos, seja por meio de uma ação sistematizada ou pela sagacidade criativa, manifesta-se a partir do conhecimento prévio do indivíduo.

Ao abordar a aprendizagem, Masetto (2003, p. 2-3) explica que ela se refere ao desenvolvimento de várias características da personalidade de um estudante universitário, incluindo:

- Desenvolvimento de suas capacidades intelectuais, de pensar, de raciocinar, de refletir, de buscar informações, de analisar, de criticar, de argumentar, de dar significado pessoal às novas informações adquiridas, de relacioná-las, de pesquisar e de produzir conhecimento;
- Desenvolvimento de habilidades humanas e profissionais que se esperam de um profissional atualizado: trabalhar em equipe, buscar novas informações, conhecer fontes e pesquisas, dialogar com profissionais de outras especialidades dentro de sua área e com profissionais de outras áreas que se complementam para realização de projetos ou atividades em conjunto, comunicar-se em pequenos e grandes grupos, apresentar trabalhos. Quanto às habilidades próprias de cada profissão, embora saiba que elas são conhecidas dos professores de cada curso e os currículos, em geral, com elas se preocupem, queria lembrar que é importante também fazer uma investigação para se verificar se, de fato, os currículos permitem que todas as habilidades profissionais possuam espaço para aprendizagem, ou se grande parte delas é preterida em função dos conteúdos teóricos;
- Desenvolvimento de atitudes e valores integrantes à vida profissional: a importância da formação continuada, a busca de soluções técnicas que, juntamente com o aspecto tecnológico, contemplem o contexto da população, do meio ambiente, as necessidades da comunidade que será atingida diretamente pela solução técnica ou suas consequências, as 3 condições culturais, políticas e econômicas da sociedade, os princípios éticos na condução de sua atividade profissional e que estão presentes em toda decisão técnica que se toma. Pretendemos formar um profissional não apenas competente, mas comprometido com a sociedade em que vive, buscando meios de colaborar com a melhoria da qualidade de vida de seus membros, formar o profissional competente e cidadão.

Considerar que a aprendizagem no ensino superior vai além do aprendiz é reconhecer que o desenvolvimento profissional impactará inevitavelmente a evolução da sociedade, o progresso humano e as consequências futuras. As capacidades intelectuais e críticas, que formam indivíduos questionadores, as habilidades humanas e profissionais, que preparam o sujeito para socializar, compartilhar e agregar competências ao mercado, e o desenvolvimento de comportamentos e valores profissionais, no qual se busca examinar aspectos culturais, políticos, econômicos e ambientais com uma conduta ética e empática, devem formar profissionais e cidadãos que realmente contribuam para a evolução humana.

Anastasiou (2014) aponta aspectos relacionados aos termos “estratégias, técnicas e dinâmicas” como ferramentas que o professor utiliza em sala de aula. Para a autora, estratégia é a habilidade de examinar os recursos e circunstâncias favoráveis para alcançar objetivos específicos. As técnicas referem-se ao conjunto de

procedimentos ou habilidades específicos de uma arte ou meio para realizar algo. E a dinâmica, por sua vez, é a parte do sistema que analisa os movimentos ou o sistema em atividade, exigindo de quem a utiliza vivência, criatividade e perspicácia, além da habilidade de executar uma ideia com competência no domínio do artigo trabalhado.

As estratégias de ensino para que a conexão entre docente e aprendiz resulte em uma aprendizagem eficaz são variadas. Entre elas estão: aula expositiva-dialogada, estudo de texto, portfólio, tempestade cerebral, mapa conceitual, estudo dirigido, solução de problemas, lista de discussão por meios informatizados, Phillips 66, dramatização, grupo de verbalização e de observação (GV/GO), seminário, estudo de caso, júri simulado, simpósio, painel, fórum, oficina (laboratório ou workshop), estudo do meio e ensino com pesquisa (ANASTASIOU, 2014). Masetto (2003) também aborda estratégias como projetos, excursões e técnicas que envolvem mídias eletrônicas, consideradas envolventes e completas.

Apesar de ser um procedimento questionado atualmente, ainda é comum que a aula expositiva seja um dos métodos mais utilizados pelos professores. De acordo com Masetto (2003), no momento de sua pesquisa seria adequado quando necessário expor um assunto ou exibir um panorama geral a ser estudado, usando o tempo de 20 a 30 minutos da aula.

Essa técnica, comumente utilizada em diversos contextos de aprendizagem, é eficaz quando o professor compreende sua funcionalidade e a necessidade de seu uso. Em muitos momentos, é essencial expor conceitos e informações aos estudantes, e a aula expositiva ou expositiva-dialogada pode ser a mais apropriada, inclusive em projetos.

Masetto (2003, p. 13) afirma que um projeto está sempre associado a um contexto profissional e real, permitindo que o aluno ou o grupo

[...] poderá identificar uma situação problemática, descrevê-la, levantar perguntas, fazer diagnóstico do problema, levantar aspectos teóricos que sirvam de fundamentação para se compreender adequadamente aquela situação, indicação dos procedimentos a serem realizados, implementá-los buscar solução para as questões, enfim resolver o projeto proposto.

Desse modo, foram selecionadas determinadas estratégias que se alinham com o contexto do ensino no desenvolvimento de produtos de moda, com o intuito de aprofundar o entendimento e a aplicabilidade de cada uma delas. Entende-se que a

principal dinâmica está relacionada ao projeto e, ao longo do planejamento, as demais estratégias, como portfólio, tempestade cerebral, mapa conceitual, solução de problemas, fórum, estudo do meio e ensino com pesquisa, podem contribuir para o objetivo final.

Anastasiou (2014) analisa essas estratégias de ensino e as conceitua, explicando os métodos, esclarecendo as operações de pensamento e detalhando as formas de avaliação de cada atividade, conforme ilustrado no Quadro 1.

Entre as estratégias abordadas por Anastasiou, compreende-se que cada uma pode colaborar, em etapas específicas, para o desenvolvimento de habilidades e inovações.

**Quadro 1: Estratégias de ensino auxiliares para o desenvolvimento de um projeto**

| MÉTODO                     | CONSISTE   | OPERAÇÕES DE PENSAMENTO  | AValiação   |
|----------------------------|--|--|---|
| <b>Portfólio</b>           | Identificação e construção de registro, análise, seleção reflexão das produções mais significativas.   | *Identificação<br>*Obtenção e organização de dados<br>*Interpretação<br>*Crítica<br>*Análise<br>*Reelaboração<br>*Resumo | Definir conjuntamente critérios de avaliação do ensino e da aprendizagem:<br>*Organização e cientificidade da ação de professor e de estudante.<br>*Clareza de ideias na produção escrita;<br>*Construção e reconstrução da escrita;<br>*Objetividade na apresentação dos conceitos básicos;<br>*Envolvimento e compromisso com a aprendizagem. |
| <b>Tempestade Cerebral</b> | Numa possibilidade de estimular a geração de novas ideias de forma espontânea e natural, deixando funcionar a imaginação. Não há certo ou errado. Tudo o que for levantado será considerado, solicitando-se, se necessário, uma explicação posterior do estudante. | *Imaginação e criatividade<br>*Busca de suposições<br>*Classificação   | Observação das habilidades dos estudantes na apresentação das ideias quanto a capacidade criativa, concisão, logicidade, aplicabilidade e pertinência, bem como seu desempenho na descoberta de soluções apropriadas ao problema apresentado.   |

| MÉTODO                      | CONSISTE  | OPERAÇÕES DE PENSAMENTO   | AVALIAÇÃO   |
|-----------------------------|---|---|---|
| <b>Mapa conceitual</b>      | Na construção de um diagrama que indica a relação de conceitos em uma perspectiva bidimensional, procurando mostrar as relações hierárquicas entre os conceitos pertinentes a estrutura do conteúdo.  | *Interpretação<br>*Classificação<br>*Crítica<br>*Organização de dados<br>Resumo   | Acompanhamento da construção do mapa conceitual a partir da definição coletiva dos critérios de avaliação: Conceitos claros, Relação justificadas, Riqueza de ideias, Criatividade na organização e representatividade do conteúdo trabalhado                                 |
| <b>Solução de problemas</b> | No enfrentamento de uma situação nova exigindo pensamento reflexivo, crítico e criativo a partir dos dados expressos na descrição do problema; exige a aplicação de princípios, leis que podem ou não ser expressos em fórmulas matemáticas.  | *Identificação<br>*Obtenção e organização de dados<br>*Planejamento<br>*Imaginação<br>*Elaboração de Hipóteses<br>*Interpretação<br>*Decisão. | Observação das habilidades dos estudantes na apresentação das ideias quanto a sua concisão, logicidade, aplicabilidade e pertinência, bem como seu desempenho na descoberta de soluções apropriadas ao problema apresentado.  |
| <b>Fórum</b>                | Num espaço, do tipo “Reunião” na qual todos os membros do grupo têm a oportunidade de participar do debate de um tema ou problema. Pode ser utilizado após a apresentação teatral, palestra, projeção de um filme, para discutir um livro que tenha sido lido pelo grupo, um problema ou fato histórico, um artigo de jornal, uma visita ou uma excursão. | * Busca de suposições<br>*Hipóteses<br>*Obtenção e organização de dados<br>*Interpretação<br>*Crítica<br>*Resumo.                             | A avaliação, estabelecida previamente, levará em conta a participação dos estudantes como debatedores e ou como público;<br>-Habilidade de atenção e concentração;<br>-Síntese das ideias apresentadas;<br>-Apresentação de argumentos consistentes<br>- Produção da síntese. |

| MÉTODO                     | CONSISTE  | OPERAÇÕES DE PENSAMENTO   | AVALIAÇÃO  |
|----------------------------|---|---|--|
| <b>Estudo do meio</b>      | Num estudo direto do contexto natural e social no qual o estudante se insere, visando uma determinada problemática de forma interdisciplinar. Cria condições para o contato com a realidade, propicia a aquisição de conhecimentos de forma direta, por meio da experiência vivida.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Observação</li> <li>*Obtenção e organização de dados</li> <li>*Interpretação</li> <li>*Classificação</li> <li>*Busca de suposições.</li> <li>*Análise</li> <li>*Levantamento de Hipóteses.</li> <li>*Crítica.</li> <li>*Aplicação de fatos a novas situações.</li> <li>*Planejamento de projetos e pesquisas.</li> </ul>  | O planejamento e acompanhamento do processo deve ser contínuo. Normalmente os objetivos estão em referência direta com os elementos estabelecidos no roteiro de observação e coleta de dados, organizado no plano. As etapas de organização, análise e síntese devem ser acompanhadas, com as correções necessárias. O relatório final pode contemplar as etapas da construção ou se referir a elementos de extrapolação, dependendo dos objetivos traçados.               |
| <b>Ensino com pesquisa</b> | Na utilização dos princípios do ensino associado aos da pesquisa: Concepção de conhecimento e ciência onde a dúvida e a crítica sejam elementos fundamentais; assumir o estudo como situação construtiva e significativa, com concentração e autonomia crescente; fazer a passagem da simples reprodução para um equilíbrio entre reprodução e análise. | <ul style="list-style-type: none"> <li>*Observação</li> <li>*Interpretação</li> <li>*Classificação</li> <li>*Crítica</li> <li>*Resumo</li> <li>*Análise</li> <li>*Hipóteses e busca de suposições</li> <li>*Decisão, comparação e imaginação.</li> <li>*Planejamento, obtenção e organização de dados.</li> <li>*Aplicação de fatos a novas situações.</li> </ul> | O acompanhamento do processo deve ser contínuo, com retroalimentação das fases já vivenciadas, assim como com as devidas correções em tempo. As hipóteses incompletas, dados não significativos, devem ser substituídas pelos mais adequados. Um cronograma de fases e ações auxilia no autocontrole, pelo estudante, ou grupo. Os critérios de valorização devem ser estabelecidos antecipadamente, e como são critérios construídos, podem ser reformulados no processo. |

**Fonte:** Adaptado de Anastasiou (2014)

O pensamento visual também é um processo relevante para o ensino-aprendizagem. Sanches (2017) confirma que, em padrões de cognição, a assimilação por meio de imagens é característica do sistema nervoso humano, sendo responsável por viabilizar o raciocínio e constituindo a substância primordial do pensamento.

“A expressão visual é essencial para o designer, visto que a clarificação de uma ideia fica mais próxima na medida que ela se torna concreta, ou seja, a visualização

das abstrações poderá desencadear a associação de ideias” (SANCHES, 2017, p. 124). A autora explica que, embora o uso de imagens seja comum no ensino de projetos, as imagens utilizadas para caracterizar elementos simbólicos não são as únicas formas de se beneficiar desse meio de expressão e organização cognitiva.

Além disso, o pensamento visual envolve ferramentas que possibilitam olhar e apreciar informações, visualizar e selecionar a reunião das referências, imaginar novas conexões e, finalmente, expressar e analisar as relações praticadas (ROAM, 2010, *apud* SANCHES, 2017).

Dessa forma, existem diversos meios para o ensino-aprendizagem que podem ser integrados ao projeto de produto de moda. A atividade de criar, desenvolver e elaborar um projeto exige habilidades, condutas e técnicas que permitam ao aluno compreensão, eficiência e êxito. Também há um crescente interesse e respeito pelas metodologias ativas, que agregam consideravelmente ao ensino de design de moda, integrando métodos apresentados aqui com experiências concretas.

## 5.2 METODOLOGIAS ATIVAS DE ENSINO-APRENDIZAGEM

O conceito de “construção do conhecimento”, presente nas teorias de autores como Lev Vygotsky, Jean Piaget, John Dewey e Paulo Freire, influenciou significativamente a busca por alternativas pedagógicas inovadoras (ANTUNES, 2020). Nesse contexto, surge o termo “metodologias ativas”, que vem se expandindo à medida que educadores procuram maneiras mais eficazes de envolver os alunos e promover uma aprendizagem mais significativa

“As metodologias ativas são pontos de partida para avançar para processos mais avançados de reflexão, de integração cognitiva, de generalização, de reelaboração de novas práticas” (MORAN, 2015, p. 18).

As metodologias ativas, que colocam o aluno no centro do processo de aprendizagem, têm como objetivo estimular a participação e a autonomia dos estudantes. “Se nossa prática de ensino favorecer no aluno as atividades de ouvir, ver,

perguntar, discutir, fazer e ensinar, estamos no caminho da aprendizagem ativa” (BARBOSA & MOURA, 2013, P. 55).

A eficácia dessas metodologias reside em sua capacidade de desenvolver outras habilidades importantes nos alunos, como as sociais, emocionais e cognitivas, capacitando-os para a vida pessoal e profissional. Lovato *et al.* (2018) categorizam as metodologias ativas em aprendizagens colaborativas e cooperativas. A aprendizagem colaborativa inclui instruções baseadas em problemas, projetos, times, instrução por pares e sala de aula invertida, enquanto a aprendizagem cooperativa envolve métodos de jogos e a divisão dos alunos em equipes (Quadro 2).

**Quadro 2: Classificação das metodologias ativas de acordo com os processos de aprendizagens colaborativas e cooperativas**

| Classificação das metodologias ativas |   |
|---------------------------------------|---|
| Aprendizagem Colaborativa             | <p>Aprendizagem Baseada em Problemas (<i>Problem-Based Learning – PBL</i>)</p> <p>Problematização</p> <p>Aprendizagem Baseada em Projetos (<i>Project-Based Learning</i>)</p> <p>Aprendizagem Baseada em Times (<i>Team-Based Learning – TBL</i>)</p> <p>Instrução por Pares (<i>Peer-Instruction</i>)</p> <p>Sala de Aula Invertida (<i>Flipped Classroom</i>)</p> |
| Aprendizagem Cooperativa              | <p>Jigsaw</p> <p>Divisão dos Alunos em Equipes para o Sucesso (<i>Student-Teams-Achievement Divisions – STAD</i>)</p> <p>Torneios de Jogos em Equipes (<i>Teams-Games-Tournament – TGT</i>)</p>   |

Fonte: LOVATO *et al.* 2018, p. 160.

Paiva *et al.* (2016, p. 147) afirmam que há múltiplas possibilidades para potencializar as metodologias ativas, “a exemplo da estratégia da problematização, do Arco de Marguerez, da aprendizagem baseada em problemas (*problem-based learning – PBL*), da aprendizagem baseada em equipe (*team-based learning – TBL*) e do círculo de cultura”. Eles também destacam que métodos como seminários, trabalhos em pequenos grupos, oficinas, portfólios, dramatizações, entre outros, constituem metodologias ativas de ensino-aprendizagem.

Morán (2015) sugere que as metodologias devem estar alinhadas com os objetivos propostos, pois se a intenção é que os alunos sejam proativos, é necessário envolvê-los em tarefas mais complexas, que exijam tomada de decisões e avaliação

de resultados. No entanto, se o foco for a criatividade, é importante proporcionar incontáveis oportunidades para que os alunos explorem possibilidades originais, demonstrando sua capacidade e iniciativa.

Desafios e atividades podem ser dosados, planejados e acompanhados e avaliados com apoio de tecnologias. Os desafios bem planejados contribuem para mobilizar as competências desejadas, intelectuais, emocionais, pessoais e comunicacionais. Exigem pesquisar, avaliar situações, pontos de vista diferentes, fazer escolhas, assumir alguns riscos, aprender pela descoberta, caminhar do simples para o complexo. Nas etapas de formação, os alunos precisam de acompanhamento de profissionais mais experientes para ajudá-los a tornar conscientes alguns processos, a estabelecer conexões não percebidas, a superar etapas mais rapidamente, a confrontá-los com novas possibilidades (MORÁN, 2015, p. 18).

No entanto, é necessário que haja um planejamento adequado para que as atividades sejam programadas e equilibradas, contando com o suporte de tecnologias. Isso garantirá que sejam eficazes na construção do conhecimento e das experiências, estabelecendo novas oportunidades de ensino-aprendizagem.

Para que as metodologias ativas sejam empregadas no ensino, Barbosa e Moura (2013) destacam várias estratégias para promover uma aprendizagem dinâmica, entre elas:

- Discussão de temas e tópicos de interesse para a formação profissional.
- Trabalho em equipe com tarefas que exigem colaboração de todos.
- Estudo de casos relacionados com áreas de formação profissional específica.
- Debates sobre temas da atualidade.
- Geração de ideias (brainstorming) para buscar a solução de um problema.
- Produção de mapas conceituais para esclarecer e aprofundar conceitos e ideias.
- Modelagem e simulação de processos e sistemas típicos da área de formação.
- Criação de sites ou redes sociais visando aprendizagem cooperativa.
- Elaboração de questões de pesquisa na área científica e tecnológica. (BARBOSA & MOURA, 2013, p. 57).

Os autores enfatizam métodos de ensino e técnicas de criação/criatividade utilizadas na área de design, como *brainstorming* e mapas conceituais, que serão abordados nos próximos capítulos deste trabalho. Essas técnicas favorecem o desempenho dos alunos diante dos objetivos das metodologias ativas, promovendo uma aprendizagem significativa e integrada.

A combinação de ensino formal, em que o aluno aprende parcialmente ou integralmente por meio de um ensino online, com a condução do estudante em relação ao local, modo de estudo, ou em parte em um ambiente físico supervisionado, é denominada ensino híbrido (CHRISTENSEN, HORN & STAKER, 2013, p. 7). Essa modalidade flexibiliza o aprendizado, respeitando as individualidades de cada estudante.

Morán (2015) aborda modelos que associam o ambiente virtual, como a sala de aula invertida, que consiste em disponibilizar as informações básicas em um ambiente virtual, permitindo que os alunos acessem o conteúdo previamente, enquanto as atividades em sala de aula se tornam mais dinâmicas e criativas. O autor afirma que o professor assume o papel de orientador e curador, selecionando o conteúdo pertinente e auxiliando os alunos na interpretação e busca de materiais e atividades propostas.

O conceito de inserir o conteúdo fundamental em ambientes virtuais e guiar as aulas de forma que os alunos tenham acesso prévio aos materiais básicos, realizando as atividades mais relevantes em sala de aula com os professores, amplia a ideia de sala de aula. Assim, o aluno pode avançar de forma autônoma, por meio de leituras, vídeos e atividades, e, posteriormente, praticar e compartilhar o conhecimento adquirido em sala de aula (MORÁN, 2015).

Com base nas pesquisas sobre metodologias ativas, foram selecionadas as abordagens mais frequentemente encontradas nas teorias discutidas acima. Elas estão apresentadas na Figura 11, de modo a facilitar a compreensão de seu emprego na construção do conhecimento.

**Figura 11: Exemplos de Metodologias Ativas**



**Fonte:** Elaborado por Tamissa J. B. Berton.

Entende-se que as metodologias ativas utilizam métodos de aprendizagem e ensino que permitem aos alunos vivenciarem a prática e aprender a lidar com as circunstâncias que surgem durante o processo. Por essa razão, algumas estratégias são baseadas em problemas, projetos e jogos, combinadas com outros componentes que incentivam o compartilhamento e a colaboração na resolução das atividades propostas. Além disso, observam-se metodologias apoiadas em tecnologias, como a sala de aula invertida e o ensino híbrido, que não apenas orientam e auxiliam o aluno, mas também contribuem para o desenvolvimento de sua autonomia e a busca ativa por conhecimento.

## 6. PROJETO DE PRODUTO DE MODA

Nas palavras de Pazmino (2009, p. 12),

O desenvolvimento de produto consiste em um conjunto de ações por meio das quais se busca, a partir de um problema ou necessidade, criar um produto adequado que atenda os diversos fatores: tecnológicos, ergonômicos, funcionais etc. e que satisfaça o cliente, usuário, processo de manufatura etc.

Um projeto de produto pode ser categorizado por diversos parâmetros, sendo um deles a complexidade. As características “funcionais, semânticas, usabilidade, fabricação, tecnologia, entre outras” são as que definem o nível de complexidade adequado. Um objeto de baixa complexidade, por exemplo, pode ser fabricado artesanalmente ou industrialmente, composto por poucas partes e produzido em pequenas quantidades. Um produto de média complexidade envolve mais partes, componentes e unidades, exigindo maior tempo de desenvolvimento e, muitas vezes, a colaboração de uma equipe. Já um produto de alta complexidade conta com um número ainda maior de colaboradores, mais componentes e é geralmente produzido em larga escala por meios industriais (PAZMINO, 2009, p. 12).

Independentemente do nível de complexidade do artefato a ser desenvolvido, é indispensável conhecer e compreender os métodos para tal fim, possibilitando adaptar os fundamentos às necessidades específicas de cada projeto, seja de moda ou outra área. Isso torna o processo mais claro e aumenta as chances de alcançar o objetivo final com sucesso.

Sanches (2017, p. 90) afirma que projetar ou planejar algo não completamente habitual envolve fatores como incerteza e diversidade de possibilidades. “É improvável que o caminho transitado entre o problema (pergunta) e a solução (resposta) de projeto seja previamente decretado.” A autora explica que as decisões tomadas se interconectam, formando uma rede dinâmica que absorve informações e se transforma até que a solução viável seja atingida.

Para Sanches (2017, p. 92), “percebe-se que é impraticável determinar uma trajetória padrão para o processo de design, bem como estabelecer, antecipadamente, uma sequência clara de passos a seguir.”

O processo de planejar, elaborar e consolidar um produto é extenso e demanda uma compreensão clara dos objetivos e do caminho necessário para alcançá-los. Diversas intercorrências podem surgir, alguns previstas e outras não, e o profissional deve solucioná-las da maneira mais adequada, concretizando o projeto de acordo com as premissas estabelecidas. Entretanto, as metodologias de desenvolvimento de produtos de design de moda ofereçam orientação ao designer, o percurso nem sempre será totalmente claro. A experiência e a habilidade do profissional serão determinantes para o êxito do projeto

Determinar um caminho a percorrer para a realização de um projeto é bastante limitado, pois o planejamento pessoal e profissional no desenvolvimento de produto se altera, incluindo e excluindo elementos e etapas de acordo com a solução ou artefato esperado. Conhecer e adaptar-se com estudos sobre metodologias que auxiliam no processo de design de moda possibilita direcionar de modo mais coerente e eficiente as necessidades do projeto.

Visando apresentar alguns processos projetuais mais recentes e presentes na literatura, utilizados no ensino de design de moda e que sejam mais genéricos, adaptáveis ao conceito autoral, aborda-se autores que sistematizam o processo de desenvolvimento de produto de moda e criação, como Fornasier *et al.* (2008), Sorger e Udale (2009) e Sanches (2017).

Para Fornasier *et al.* (2008, p. 128), “o processo de desenvolvimento de produto em design de moda é um sistema de gestão de conhecimento”, realizado por meio da “inter-relação dos processos cognitivo, criativo e projetual”. Nesse sentido, o desenvolvimento de projeto consiste em um conjunto de tarefas teóricas e práticas cujo propósito é criar serviços ou produtos para atender as pessoas. As etapas de uma metodologia projetual adotada pelas autoras incluem: identificação de oportunidade, projeto conceitual, geração de ideias, idealização, pesquisa e triagem, e modelos (protótipos).

A identificação de oportunidade define o problema e analisa os objetivos que serão abordados no processo. O projeto conceitual tem como finalidade buscar princípios para um produto inovador, que seja capaz de atender ao consumidor e se distinguir dos outros no mercado. Deve-se gerar muitos conceitos e selecionar os melhores. A fase de geração de ideias utiliza técnicas de criatividade para gerar ideias

gerais, sem críticas, permitindo liberdade para fantasiar e inventar sem limitações. A idealização consiste na organização da concepção do projeto, selecionando estratégias adequadas ao mercado e às necessidades sustentáveis e econômicas. Na etapa de pesquisa e triagem, devem-se apresentar dados de mercado, estudando distinções e reduzindo as possibilidades. Por fim, os modelos são as construções dos protótipos mais próximos ao ideal (FORNASIER *et al.*, 2008).

Para Sorger e Udale (2009), o desenvolvimento de produto de moda é dividido em duas etapas: o desenvolvimento de coleção e a pesquisa e design. O desenvolvimento de coleção inicia-se com a definição de qual público se deseja atender e qual o tipo de roupa será produzido. A pesquisa e design abrange as ações de pesquisa e delimitação do conceito. Esse momento de pesquisa e design envolve a busca por materiais, como tecidos, aviamentos, novas tecnologias aplicadas ao produto, e a procura de um conceito que inspire a concepção de novos elementos. Neste estágio, também se inicia a criação daquilo que o designer deseja conceber.

Sanches (2017) destaca quatro mecanismos utilizados no desenvolvimento do design de moda no contexto acadêmico: aprender-abranger, que envolve a contextualização e síntese dos critérios projetuais; inovar-depurar, em que se geram e experimentam possibilidades de fusão dos parâmetros, idealizando soluções; depurar-sedimentar, que avalia e aperfeiçoa a eficiência das alternativas; e, por fim, a etapa de sedimentar, que estabelece a efetividade das propostas.

A autora reforça que “embora essa organização dos procedimentos possa sugerir uma lógica sequencial de etapas, tais conjuntos não formam uma cadeia linear, intercorrendo habitualmente em percepções sincrônicas e sucessivos ciclos de interação ou realimentação” (SANCHES, 2017, p. 103). Portanto, essas etapas não traçam um modelo fixo a seguir, mas organizam as ações primordiais para compor cada projeto.

Para Sanches (2017), quando o contexto sociocultural é considerado no início do planejamento e se faz uma analogia com ações transformadoras, encontram-se os seguintes focos projetuais: delimitar, gerar e avaliar/consolidar. Sendo que delimitar envolve a fase de pesquisa, análise e exploração de referências; gerar é o momento de experimentar e multiplicar perspectivas; e avaliar/consolidar se refere à viabilidade das possibilidades".

As propostas projetuais apresentadas não enfatizam que tais procedimentos seguem uma sequência exata. Entende-se que, durante o processo, há variações nas etapas, que podem retroceder, sobrepor-se, fundir-se ou avançar. Cada projeto se molda de acordo com o designer e o artefato a ser desenvolvido. Sob a perspectiva da moda autoral, metodologias projetuais aplicadas à moda, que levam em conta as conjunturas do processo e as singularidades do objeto, permitem que estas se desconstruam e se reconstruam. Isso está em sintonia com as peculiaridades de uma moda singular, na qual a ênfase está no autor.

Foi elaborado um quadro que permite comparar as metodologias abordadas e analisar as etapas propostas por cada autor, uma vez que, apesar das diferentes denominações de cada estágio, o processo em si é muito semelhante.

**Quadro 3: Etapas teóricas e práticas do desenvolvimento de projeto de design de moda**

|  | <b>FORNASIER ET. AL. (2008)</b> | <b>SORGER E UDALE (2009)</b> |                                | <b>SANCHES (2017)</b> |                    |
|--|---------------------------------|------------------------------|--------------------------------|-----------------------|--------------------|
| <b>Pesquisa e análise de informações</b> | Identificação de oportunidade   | Desenvolvimento de coleção   | Público                        | Delimitar             | Aprender-abranger  |
|  | Projeto conceitual              |                              | Produto                        |                       |                    |
|  |                                 |                              | Materiais                      |                       |                    |
| <b>Criação e elaboração</b>              | Geração de ideias               | Pesquisa e design            | Conceitos                      | Gerar                 | Inovar-depurar     |
|  | Idealização                     |                              | Componentes físicos de criação |                       |                    |
| <b>Concretização e Avaliação</b>         | Pesquisa e triagem              | Protótipos                   | Protótipos                     | Avaliar/ Consolidar   | Depurar-sedimentar |
| <b>Protótipos e/ou peça piloto</b>       | Modelos                         |                              |                                | Sedimentar            |                    |

Fonte: Adaptação de Fornasier *et al.* (2008), Sorger e Udale (2009) e Sanches (2017)

O Quadro 3 apresenta as propostas metodológicas sintetizadas, de modo que seja possível compreendê-las claramente e uniformizá-las no processo. O momento de planejamento de coleção, em que se buscam informações, pesquisam-se materiais, público, concorrência, tendências e outras definições, está na cor mais clara e identificado na legenda como pesquisas e análise de informações. Em marrom, determinado como criação e elaboração, está a fase de gerar ideias, formas e texturas. Entende-se que este momento pode ser realizado por meio de representações bidimensionais, testes tridimensionais e outros recursos para a criação do objeto.

A fase de concretização e avaliação, em verde, envolve testes reais que permitem avaliar a viabilidade do artefato e possibilitar correções para o produto finalizado. Por fim, em tom avermelhado, está a etapa de protótipos e/ou peça piloto, que corresponde à peça finalizada, com a documentação necessária para seguir para a produção.

Percebe-se que o percurso do desenvolvimento de produtos de moda é bastante semelhante em todas as abordagens projetuais. Embora cada autor use termos diferentes, as ações associadas a cada etapa são coerentes entre si. No entanto, a conduta do designer, determinada por seu discernimento e experiência, será o fator que resultará em projetos, artefatos e inovações relevantes para a moda.

## 6.1 MÉTODOS DE CRIAÇÃO DE DESIGN

Pazmino (2015, p.19) explica que "a fase de criatividade é considerada a fase central do processo de projeto, onde todas as tarefas de pesquisa, análise e síntese, e cada um dos elementos envolvidos no projeto, devem mostrar sua aplicação". Ela abrange a habilidade de mentalizar imagens, esquemas e arranjos de objetos incomuns para conceber algo singular e original. Nessa fase, formulam-se "soluções de alternativas para o problema de projeto e, para isso, o designer ou equipe de design precisa ser criativo, ou usar métodos ou procedimentos que permitam, de uma forma rápida, obter um conjunto de soluções".

Assim, foram selecionados alguns métodos que são eventualmente utilizados no design de moda e que podem ser eficazes para o desenvolvimento do produto, como *briefing*, mapa mental e painéis visuais. Esses mecanismos são altamente convenientes para o designer de moda atingir suas metas, mesmo ao trabalhar com moda autoral.

Segundo Seivewright (2009, p.12), o *briefing* é o ponto de partida de um projeto criativo, utilizado para inspirar e orientar as proposições determinadas. "Ele irá identificar qualquer restrição, condição ou problema que precise de resolução, assim

como fornecerá informações sobre quais tarefas ou resultados finais devem ser alcançados".

O *briefing* mais usual no âmbito acadêmico é pré-estabelecido pelo professor, que solicita sua posição como indivíduo. As metas consistem no que se deseja que o aluno aprenda, e os objetivos referem-se ao trabalho realizado. Já o *briefing* comercial é embasado no cliente, e suas metas e objetivos são particulares, considerando aspectos como mercado, custo, material, estação, ocasião, gêneros e outros (SEIVEWRIGHT, 2009).

Para Pazmino (2015), o *briefing* de design é considerado um registro completo que aborda as necessidades e limitações do projeto, com dados sobre o produto, público-alvo, concorrência, custo e outras especificidades, como estética e tecnologia. Esse documento serve como um guia estratégico para o profissional de design e sua equipe.

Embora o *briefing* não possua uma configuração específica, ele pode ser descritivo ou organizado por itens, desde que contenha as informações essenciais para o início do projeto (PAZMINO, 2015).

Um *briefing* bem elaborado, íntegro em informações sobre o projeto, direciona o designer de modo coerente, sustentando durante o processo os princípios pré-estabelecidos. No design de moda, o *briefing* é altamente relevante, especialmente quando se trabalha com inovações de conceitos ou produtos, ou ao atender uma nova empresa ou cliente.

O mapa mental consiste em uma técnica de ordenação de ideias por meio de palavras-chave, imagens, símbolos, cores, em uma "estrutura que se irradia a partir de uma ideia, um conceito, um conteúdo". O propósito é utilizar recursos inconscientes que as pessoas geralmente não acessam, estimulando a criatividade através de cores, imagens e emoções, que naturalmente percorrem ramificações e fomentam o visual (PAZMINO, 2015, p.188).

O autor afirma que "o mapa mental serve tanto para planejar um novo projeto como para resolver um problema. Portanto, deve ser utilizado na fase de planejamento do projeto, assim como na fase de síntese, com a formulação dos requisitos" (PAZMINO, 2015, p. 189).

Para Seivewright (2009), a técnica do *brainstorming* ou mapas mentais é adequada para os primeiros momentos de um projeto, auxiliando na elaboração de ideias que o estilista pode aprofundar ainda mais no conceito, na ideia e no desenvolvimento do projeto. Um método que possibilita sair do contexto, imaginar elementos aleatórios e conseguir novas essências e combinações no design.

A possibilidade de encontrar novas propostas para o projeto de produto por meio de mapas mentais é significativa, pois viabiliza ao designer se deslocar para outros contextos, semelhantes ou distintos, e potencializar a criatividade, superando limites sociais, culturais e econômicos, e se reestabelecendo nas etapas seguintes, já que esses fatores compõem o processo e o produto.

Sanches (2017, p.126) afirma que os mapas mentais podem ser apontados como "reflexos gráficos do pensamento irradiante e criativo", colaborando na canalização da criatividade, pois coordenam a capacidade de imaginação, combinação de ideias e versatilidade.

Outra técnica relevante para o design de moda são os painéis de inspiração. De acordo com Sorger e Udale (2009), esses painéis são um fragmento da investigação, uma alternativa para a identificação visual da pesquisa. Trata-se de colagens ou organização de imagens em um espaço que permita a comunicação de temas, cores, conceitos e materiais utilizados para o desenvolvimento da coleção.

Seivewright (2009) explica que, em um painel, é importante explorar diversos componentes com força e qualidades próprias, mas que, ao serem combinados, revelem novas perspectivas. Ao trabalhar com imagens, deve-se buscar novas formas de visualização, sejam elas geométricas ou orgânicas, com o objetivo de criar colagens criativas. É possível desconstruir e reconstruir de modo distinto, separar informações e inserir novos contextos, recriar sobre partes da imagem. Existem, portanto, inúmeras maneiras de elaborar um painel de inspiração.

O painel de inspiração não é útil apenas para o desenvolvimento de um produto ou coleção. Ele pode ser aplicado em diversas áreas e etapas da criação, sem se limitar aos elementos que o compõem. Contudo, as características visuais inseridas, como cores, formas e texturas, são fundamentais para estimular a imaginação e auxiliar na elaboração do projeto proposto.

“Este painel, também conhecido como *concept board*, ajuda na definição e visualização do significado do produto para facilitar na geração de alternativas a criação do estilo do produto, definição dos aspectos semânticos e simbólicos, etc”. (PAZMINO, 2015, p.162).

Os métodos abordados podem ser descritivos, descritivos-imagéticos ou apenas imagéticos, e todos têm o propósito de fundamentar e colaborar com o designer nas definições de suas pesquisas. Percebe-se que, para direcionar um projeto com questões prefixadas ou já definidas anteriormente, as técnicas que incluem detalhamentos escritos são bastante eficazes, orientando o processo sem desviar o foco. Já os dispositivos que utilizam recursos visuais contribuem mais para a criatividade, permitindo ao designer descobrir novas formas e inovações na aparência e até na funcionalidade do produto.

O emprego do pensamento visual por meio de composições gráficas propicia a assimilação de conexões simultâneas, resultando em maior eficiência na compreensão das associações do sistema projetual e na cognição de informações (SANCHES, 2017).

Todavia, no contexto da moda autoral, o objetivo de analisar esses métodos é, além de apoiar o processo criativo do artefato, também auxiliar no autoconhecimento, ajudando o designer a se descobrir e redescobrir como indivíduo e profissional ao longo de várias fases da vida. Esses meios podem ser utilizados de forma constante para criar uma moda sempre em sintonia com o designer criador.

## PESQUISA DE CAMPO

### 7. ENTREVISTAS

#### 7.1. IDENTIFICAÇÃO DO AMBIENTE DA PESQUISA

As entrevistas foram realizadas com dezesseis discentes do 5º período do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda da UTFPR – Campus Apucarana, todos matriculados na disciplina Projeto Autoral I.

#### 7.2 ESTRUTURA DA ENTREVISTA

O sistema da moda possui inúmeras vertentes, e o profissional dessa área pode atuar em diversos segmentos. Durante o ensino de desenvolvimento de um projeto de design de moda, isso pode gerar certo conflito sobre quais direções seguir. Outro ponto importante é a adoção de um caminho que esteja alinhado aos conhecimentos e habilidades do aluno. Com esse objetivo, foi formulada uma entrevista para compreender os saberes adquiridos, as capacidades e técnicas de cada participante.

A entrevista está estruturada em três categorias:

- **Saberes:** com a finalidade de identificar o conhecimento prévio sobre projeto e desenvolvimento de produto;
- **Habilidades e competências:** voltadas para a identificação e aptidão com o processo;
- **Autoria:** com o objetivo de analisar a inserção da personalização no objeto ou serviço (o resultado esperado).

O Quadro 4 apresenta cada categoria, sua finalidade em relação ao entendimento do entrevistado e os argumentos inseridos em cada área proposta para

investigação. Dessa forma, a entrevista foi aplicada individualmente a cada discente participante, por meio de um formulário *online* na plataforma Google Forms.

**Quadro 4: Estrutura da entrevista com discentes:**

| ENTREVISTA                 |  |  |
|----------------------------|--|--|
| Categoria                  | Finalidade   | Questões   |
| Saberes                    | Conhecimento adquirido sobre o processo de projeto               | Identificação com alguma metodologia de pesquisa e criação e/ou desenvolvimento de produto aprendida no curso de Design de Moda. |
|                            |  | Dificuldade em compreender os métodos de criação utilizados pelos professores na universidade.                                   |
| Habilidades e competências | Identificação com o conhecimento                                 | Transposição de etapas das metodologias apresentadas pelo professor para chegar ao resultado.                                    |
|                            |  | Utilização de painéis imagéticos ou documentos descritivos para criação.   |
|                            |  | Emprego de outras técnicas para criação.   |
|                            |  | Êxtase em etapas ou resultados do processo de criação  |
|                            |  | Processos utilizados em projetos com êxito.  |
|                            |  | Aplicação de conceitos ou técnicas artesanais e de sustentabilidade  |
| Autoria                    | Personalização no desenvolvimento do projeto e no objetivo final | Inserção de características pessoais na criação dos produtos/coleções ou serviços.   |
|                            |  | Identificação de individualidades artísticas quando inseridas nos projetos de produtos de moda.                                  |
|                            |  | Inclusão de elementos culturais, religiosos, entre outros simbolismos.   |
|                            |  | Inovação a partir de características autorais.   |

**Fonte:** elaborado por Tamissa J. B. Berton.

### 7.3 RESULTADO DAS ENTREVISTAS

Os discentes dos anos finais dos cursos de Moda e Design estão prestes a desenvolver um "Projeto Autoral". Como esse projeto é estabelecido como parte final do curso, os alunos possuem experiência e conhecimentos adquiridos ao longo do período cursado, além de vivências pessoais e profissionais, estágios e outras noções que compõem o interesse individual de cada um. Porém, essas competências, por

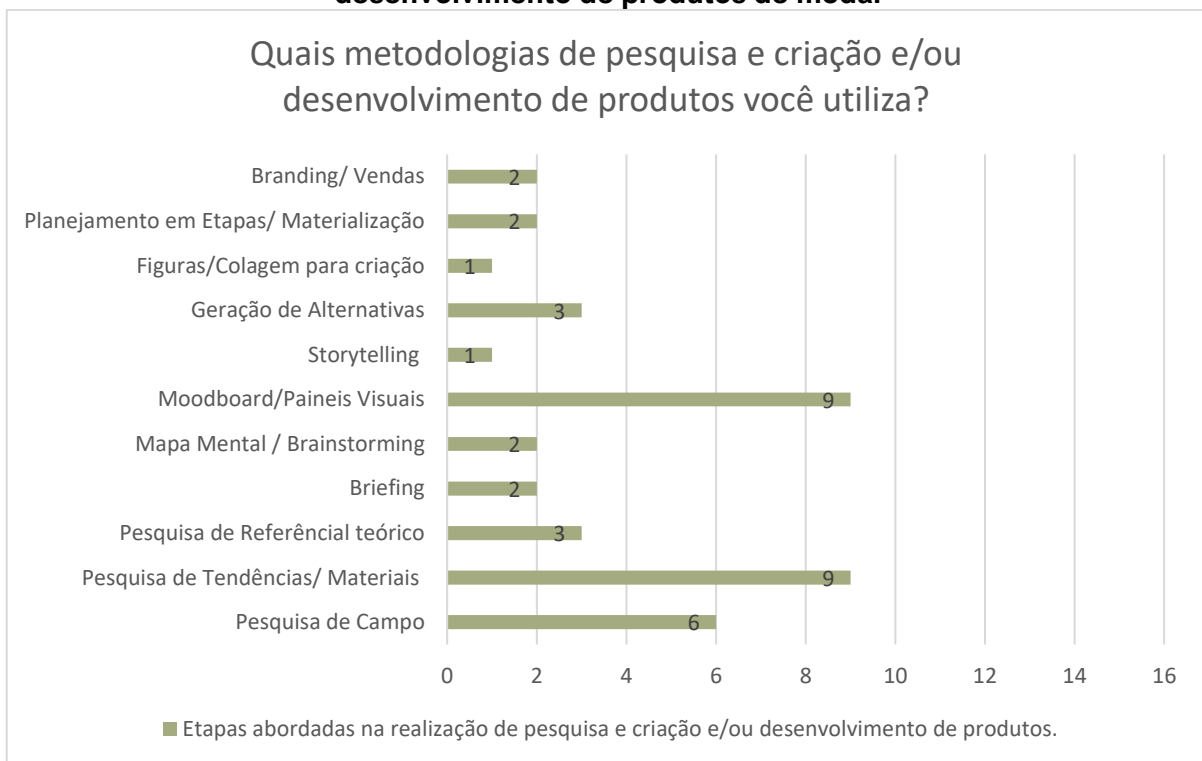
vezes, permanecem inertes, sendo aplicadas apenas nas áreas em que o discente já possui prática.

Para tanto, as questões formuladas na entrevista pretendem, primeiramente, compreender os conhecimentos de cada participante, suas aptidões para a construção de produtos e/ou serviços na área, bem como a inserção de gostos individuais, habilidades específicas ou transformações que cada um pode oferecer em seu trabalho.

A entrevista começa com uma pergunta sobre a identificação pessoal dos discentes com alguma metodologia de pesquisa, criação e desenvolvimento de produto apresentada durante o curso. Todos os alunos afirmaram ter afinidade com algum método transmitido pelos professores ao longo do aprendizado.

Por meio de questões abertas, indagou-se quais metodologias os discentes costumam utilizar para a realização de projetos de desenvolvimento de produtos de moda. Os métodos mais mencionados incluem pesquisas de materiais e tendências, assim como a elaboração de painéis visuais, como *moodboards*, painéis semânticos e painéis de público, seguidos por pesquisas de campo e geração de alternativas (Gráfico 1). As respostas focaram em métodos e etapas que os alunos utilizam, e não necessariamente em metodologias específicas de desenvolvimento de produto de moda.

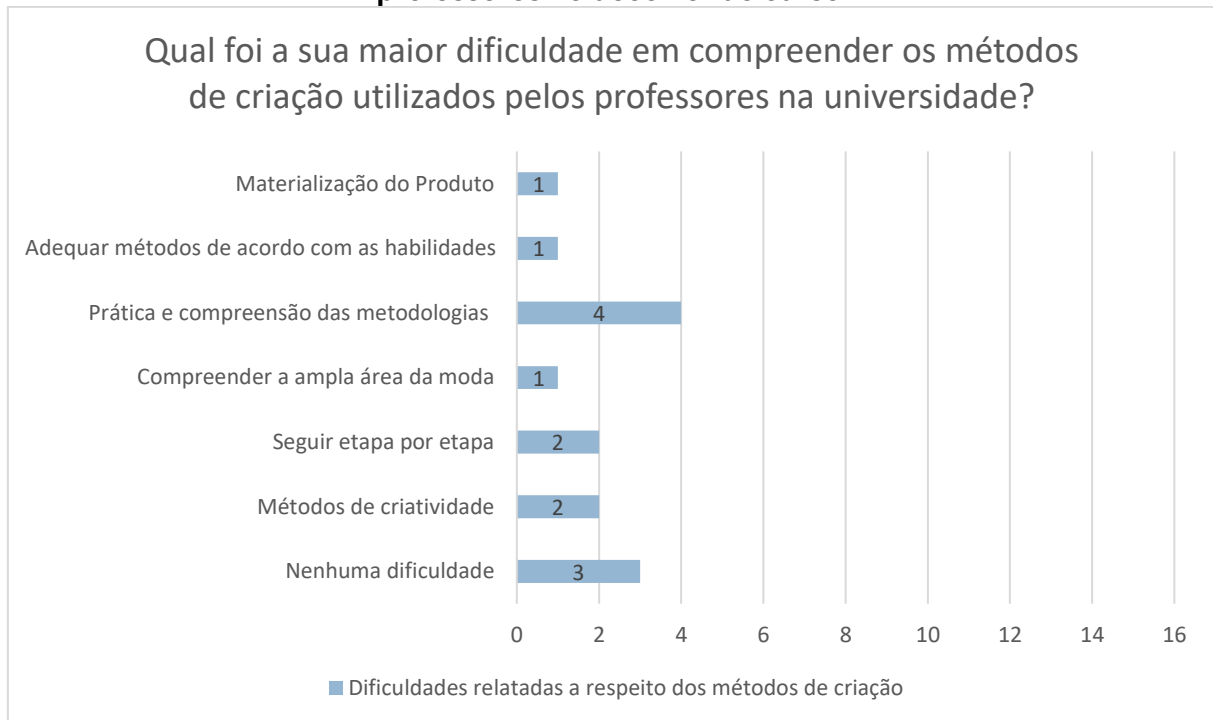
**Gráfico 1: Relação das etapas mais utilizadas pelos alunos em projetos de desenvolvimento de produtos de moda.**



**Fonte:** elaborado por Tamissa J. B. Berton.

A pergunta seguinte aborda a dificuldade em compreender os métodos de criação apresentados pelos professores nas disciplinas que exigem maior desempenho criativo. Poucos alunos relataram ter prática e compreensão adequadas das metodologias, bem como na aplicação das etapas de forma ordenada e sequencial (Gráfico 2).

**Gráfico 2: Dificuldades em compreender os métodos de criação utilizados pelos professores no decorrer do curso.**

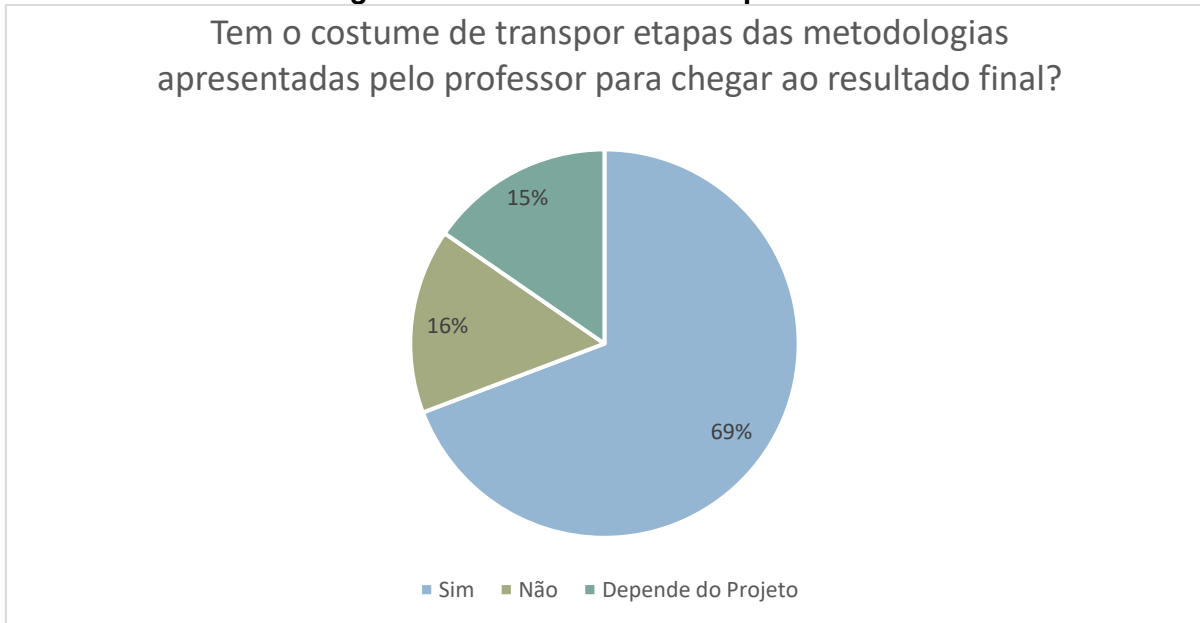


**Fonte:** elaborado por Tamissa J. B. Berton

Observou-se, nesta questão, que os alunos, por vezes, confundem métodos de criação com metodologias de projeto. A indagação sobre o processo metodológico foi interpretada como técnicas de criação e métodos projetuais, uma vez que os discentes se referiram às etapas práticas inseridas nas metodologias.

Em seguida, questionou-se sobre a transposição das etapas das metodologias de desenvolvimento de produto de moda aprendidas para a obtenção do resultado final. A maioria dos alunos relatou ter o hábito de transcender fases, correspondendo a 69% das respostas. No entanto, 16% dos alunos afirmaram seguir a metodologia estabelecida sem alterações, conforme demonstra o Gráfico 3.

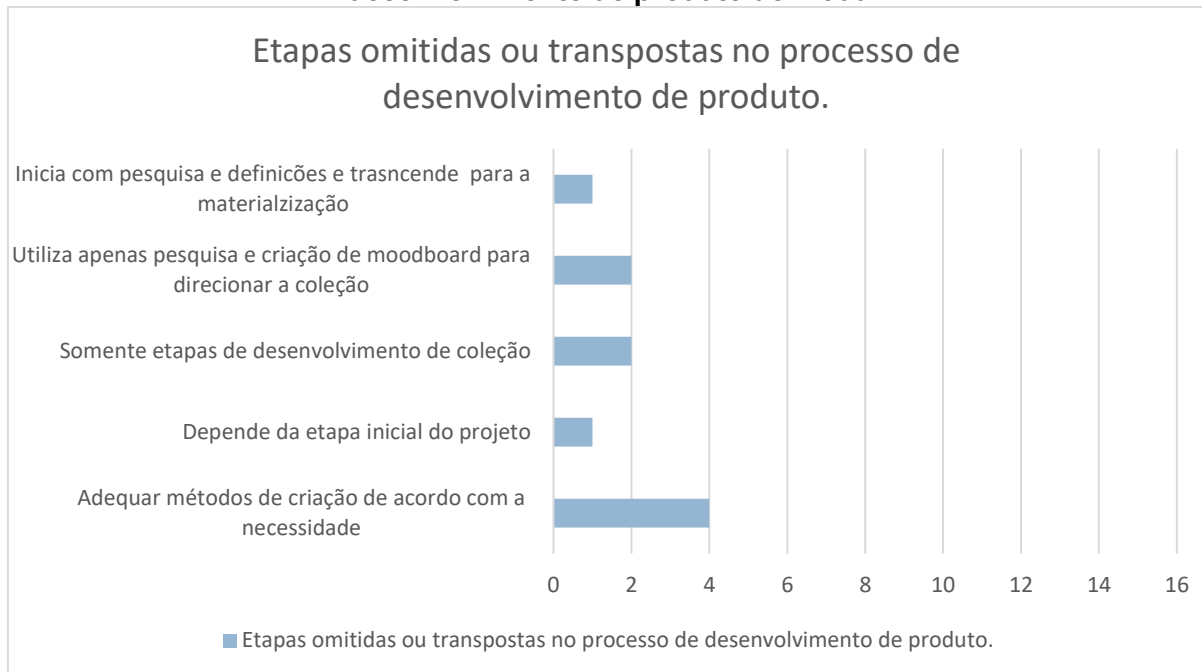
**Gráfico 3: Percentual de respostas a respeito do hábito de transpor etapas das metodologias de desenvolvimento de produtos de moda.**



**Fonte:** elaborado por Tamissa J. B. Berton

O Gráfico 4 apresenta as respostas que complementam a questão anterior, indicando quais etapas do processo de desenvolvimento de produto de moda os discentes não costumam utilizar. A maioria afirmou que isso varia de acordo com a necessidade final do projeto, mas, em geral, tendem a negligenciar a fase de geração de alternativas. Muitos iniciam o projeto com pesquisa e utilizam métodos de criatividade, como painéis visuais, passando diretamente para a materialização do produto. Em alguns casos, utilizam apenas as etapas que consideram mais adequadas para o desenvolvimento de uma coleção de moda.

**Gráfico 4: Respostas sobre as etapas omitidas ou transpostas no processo de desenvolvimento de produto de moda.**



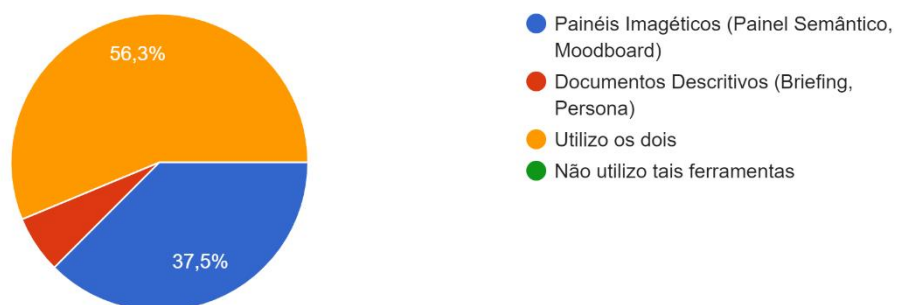
**Fonte:** elaborado por Tamissa J. B. Berton

A questão seguinte aborda a utilização de painéis imagéticos e/ou descritivos para criação. A maioria, 56,3%, afirmou utilizar ambas as técnicas, enquanto 37,5% empregam apenas os painéis imagéticos, conforme demonstrado no Gráfico 5.

**Gráfico 5: Percentual de discentes que utilizam as técnicas de painéis visuais, descritivos ou ambos.**

Para criação, você utiliza painéis imagéticos e/ou documentos descritivos?

16 respostas



Google Forms, 2023.

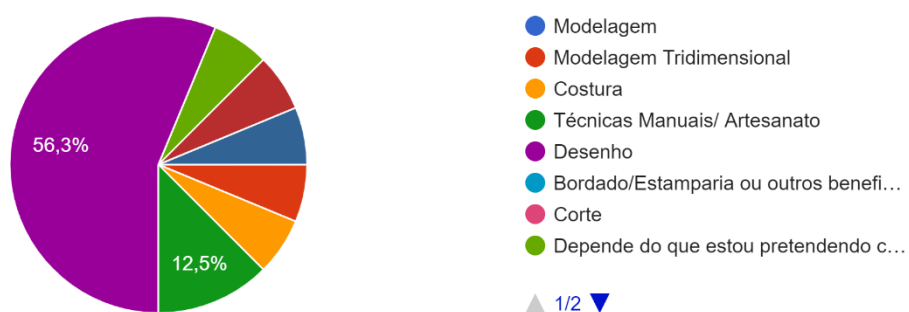
Em seguida, a pergunta tratou do uso de técnicas práticas diversas para fins criativos. Dos entrevistados, 56,3% mencionaram o desenho como método principal para criatividade e concepção do produto; 12,5% relataram **Fonte:** utilizar técnicas

manuais/artesanato na geração dos artefatos. Além disso, 6,3% indicaram o uso da modelagem tridimensional e outros 6,3% mencionaram a costura (Gráfico 6).

### Gráfico 6: Percentual das técnicas práticas utilizadas como método criativo no desenvolvimento de produtos de moda.

Você utiliza de alguma técnica prática de desenvolvimento de produto, como modelagem, moulage, costura ou outro, como método criativo?

16 respostas



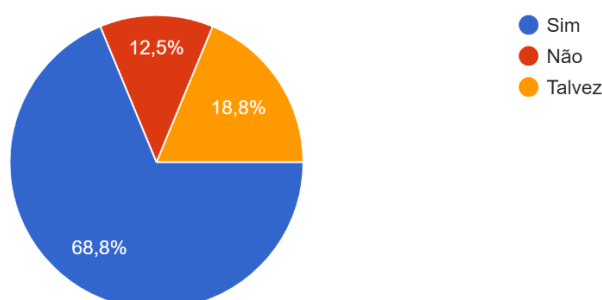
Fonte: Google Forms, 2023.

A perspectiva autoral requer a inserção de peculiaridades do profissional no processo de desenvolvimento e/ou no produto. Por isso, questionou-se o hábito de incluir características pessoais na criação de produtos e coleções de moda. O Gráfico 7 mostra que 68% dos entrevistados afirmaram incorporar especificidades em suas criações, 18,8% declararam que raramente conduzem o produto com seus princípios e identificações, e 12,5% não costumam caracterizar os produtos que desenvolvem.

### Gráfico 7: Respostas sobre o costume de inserir características pessoais na criação de produtos/coleções de moda.

Tem o costume de inserir características pessoais na criação dos produtos/coleções?

16 respostas



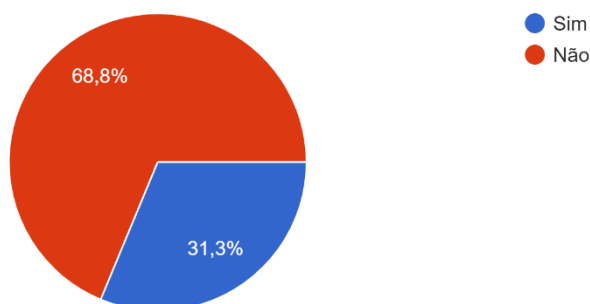
Fonte: Google Forms, 2023.

Após abordar a temática autoral, foi questionada a utilização de elementos culturais, religiosos e simbólicos nos produtos de moda. Conforme apresentado no Gráfico 8, 68,8% dos discentes afirmaram utilizar esses recursos em suas criações.

**Gráfico 8: Respostas sobre o uso de elementos culturais, religiosos e simbólicos nos produtos de moda.**

Você busca utilizar nas suas criações elementos culturais, religiosos, simbólicos ou outros que te representem de alguma forma?

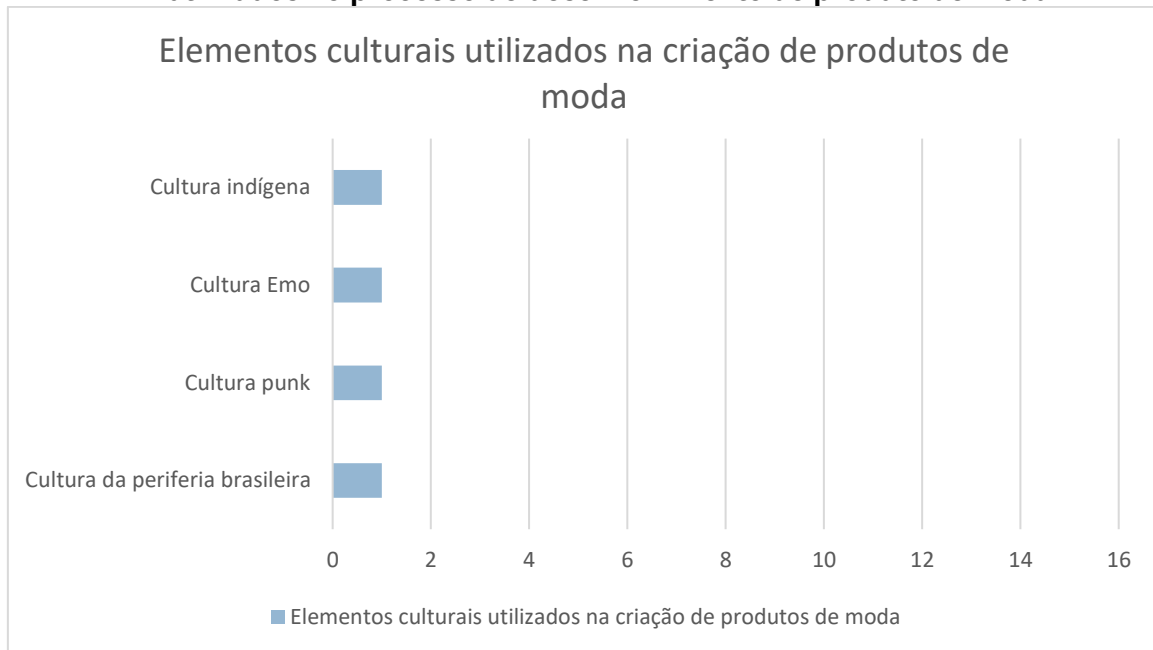
16 respostas



**Fonte:** Google Forms, 2023.

Uma fração dos discentes, 31,3% afirmaram utilizar elementos culturais, religiosos ou simbólicos na criação de objetos do vestuário. Ainda assim, quando questionados sobre quais desses elementos eram empregados, apenas aspectos culturais foram mencionados (Gráfico 9).

**Gráfico 9: Respostas sobre quais elementos culturais, religiosos e simbólicos são utilizados no processo de desenvolvimento de produto de moda.**



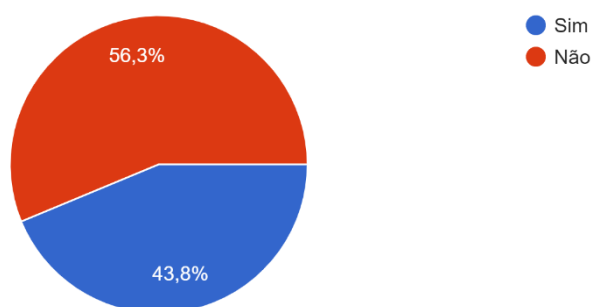
Fonte: elaborado por Tamissa J. B. Berton.

Também foi investigado o uso de técnicas artesanais ou específicas do autor nos produtos. A maioria, 56%, afirmou não empregar essas técnicas em suas criações, em contraposição a 43,8% que relataram utilizá-las (Gráfico 10).

**Gráfico 10: Questão sobre utilização de técnica específica/artesanal**

Você utiliza alguma técnica específica/artesanal na elaboração das suas criações?

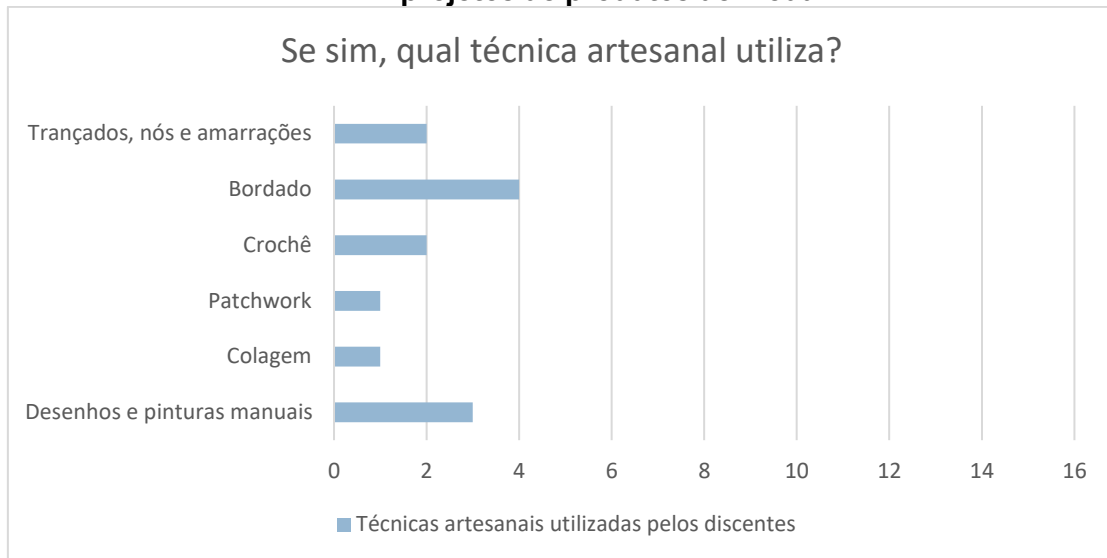
16 respostas



Fonte: Google Forms, 2023.

Com a finalidade de concretizar o conceito das técnicas artesanais, foi questionado quais métodos os alunos utilizam em suas criações de produtos de moda. O bordado foi o mais mencionado, seguido por desenhos/pinturas manuais, crochê, trançados, nós e amarrações, além de técnicas como *patchwork* e colagem (Gráfico 11).

**Gráfico 11: Respostas sobre as técnicas artesanais utilizadas pelos discente nos projetos de produtos de moda.**



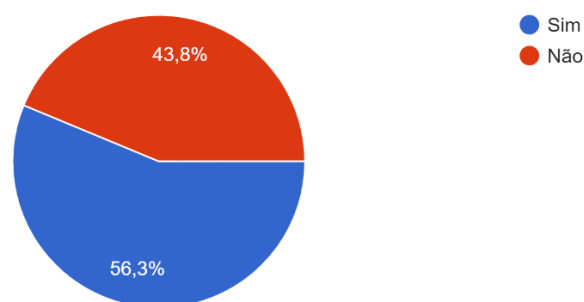
Fonte: elaborado por Tamissa J. B. Berton.

O Gráfico 12 apresenta a questão sobre o uso de conceitos sustentáveis no desenvolvimento de produtos de moda. A maioria dos discentes, correspondente a 56,3%, afirmou considerar esses conceitos em suas criações.

**Gráfico 12: Questão sobre o uso de conceitos sustentáveis no desenvolvimento do produto de moda.**

Você costuma utilizar conceitos sustentáveis?

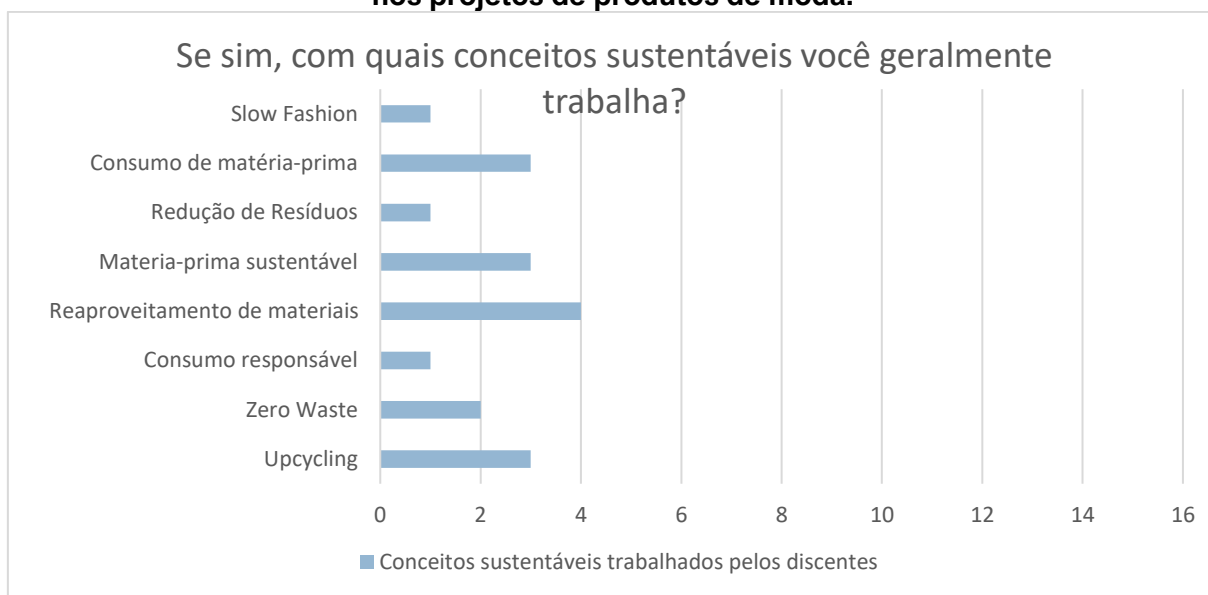
16 respostas



Fonte: Google Forms, 2023.

Por fim, questionou-se quais conceitos sustentáveis os discentes que habitualmente os utilizam consideram em seus projetos. Dentre os aspectos relatados, destacam-se o reaproveitamento de materiais, seguido pelo consumo consciente de matéria-prima, uso de materiais sustentáveis e *upcycling*. Outros tópicos também foram mencionados, como o método *zero waste*, a redução de resíduos e o consumo consciente, conforme apresentado no Gráfico 13.

**Gráfico 13: Respostas sobre os conceitos sustentáveis considerados pelos discentes nos projetos de produtos de moda.**



**Fonte:** elaborado por Tamissa J. B. Berton.

As questões da entrevista foram, em sua maioria, abertas, permitindo que os alunos incluíssem qualquer informação relevante que lhes ocorresse durante as respostas sobre os assuntos abordados. Apesar dos dados apresentados neste trabalho estarem evidenciados graficamente, é necessária uma análise mais otimizada do conteúdo dessa entrevista.

#### 7.4 ANÁLISE DE CONTEÚDO DE ENTREVISTAS COM OS DISCENTES DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

Para analisar as respostas das entrevistas com os discentes do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda da UTFPR, buscou-se referências de respaldo e direcionamento para a análise do conteúdo. Embora muitos autores pesquisados se baseiem em Laurence Bardin, cuja metodologia é relativamente antiga, ela continua a ser considerada efetiva. Por isso, os métodos de análise de Bardin foram adotados neste trabalho para interpretar os dados qualitativos obtidos nas entrevistas.

A metodologia de interpretação, segundo Bardin (2016), consiste em três etapas que auxiliam no esclarecimento das informações descritivas, garantindo a

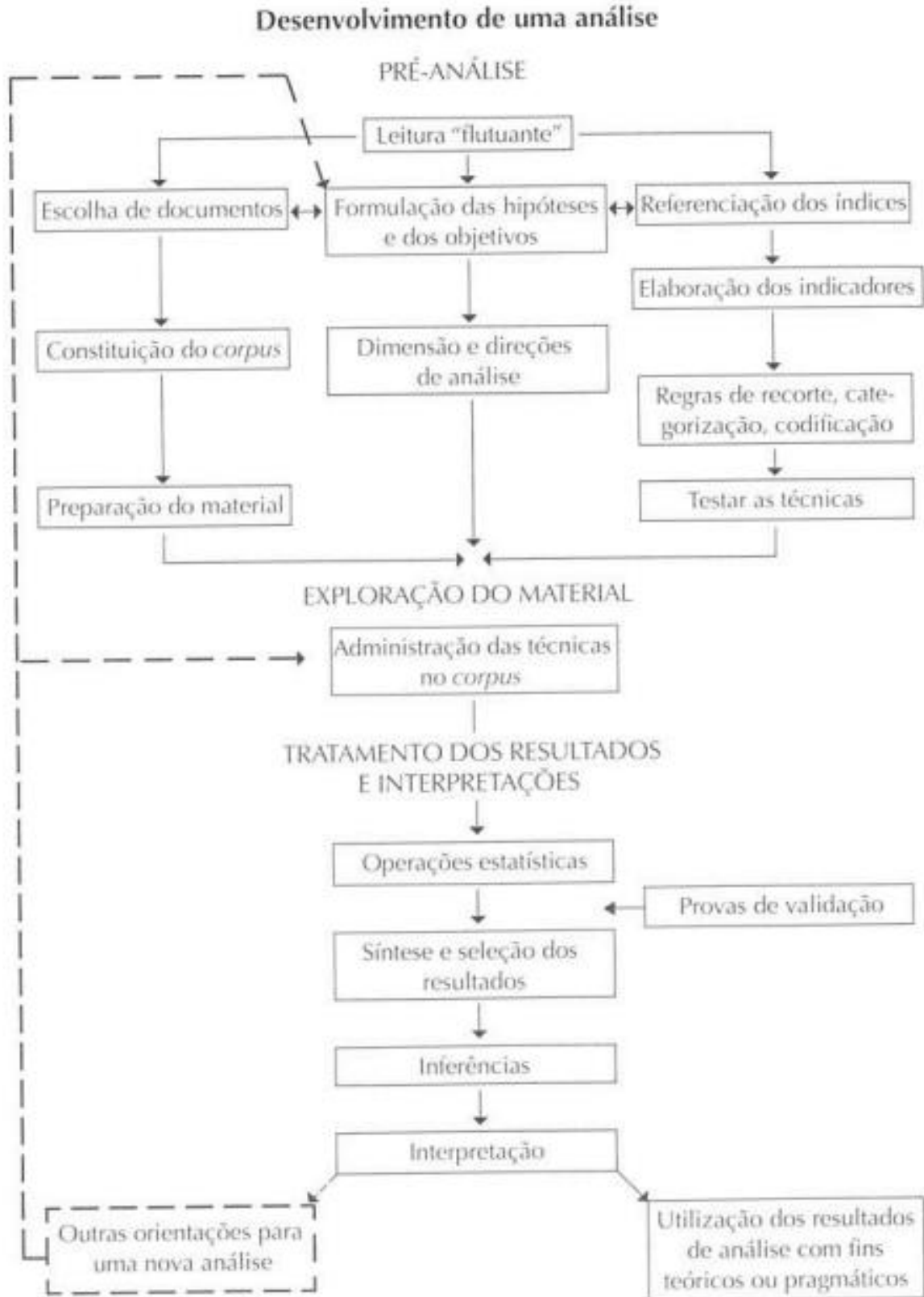
precisão e a consistência dos dados: pré-análise, exploração do material e, por fim, tratamento dos resultados, interferência e interpretação.

A fase de pré-análise envolve a seleção do material a ser analisado, a formulação de hipóteses e objetivos, e o estabelecimento de critérios que apoiem a compreensão final. Para isso, Bardin propõe práticas não estruturadas para explorar os documentos, como leitura flutuante, escolha de documentos e formulação de hipóteses e objetivos (BARDIN, 2016).

Na etapa de exploração do material, Bardin descreve os procedimentos como "codificação, decomposição e enumeração", com base nas estratégias de pré-análise previamente concluídas e bem estruturadas (BARDIN, 2016, p. 131).

Por fim, a fase de tratamento dos resultados e interpretação decorre das etapas anteriores, possibilitando a construção de quadros, diagramas, modelos e figuras com as informações obtidas. A partir dos dados significativos e autênticos, é possível interferir e examinar os objetivos propostos. A Figura 12 ilustra a metodologia sugerida por Bardin (2016).

Figura 12: Desenvolvimento de uma análise de entrevista segundo Bardin.



Fonte: Bardin, 2016, p.132.

Com a intenção de direcionar e concluir a observação sobre as questões da entrevista, e influenciado pela metodologia acima exposta, dividiu-se a entrevista nas

categorias previamente estabelecidas no momento da elaboração do formulário (Quadro 3), sendo elas: saberes, habilidades e competências, e autoria.

Na fase de pré-análise, buscou-se informações a respeito dos itens da entrevista e elaboraram-se os objetivos para que, com os dados das respostas, fosse possível interpretar os resultados de maneira concreta e precisa. O Quadro 5 demonstra a análise preliminar da categoria "saberes".

**Quadro 5: Pré-análise dos dados da entrevista - categoria Saberes**

| Categoria | Questões   | Objetivos   |
|-----------|--|---|
| Saberes   | Identificação com alguma metodologia de pesquisa e criação e/ou desenvolvimento de produto aprendida no curso de Design de Moda. | Compreender as metodologias utilizadas pelos discentes;               |
|           |  | Examinar o processo utilizado no desenvolvimento de produtos de moda; |
|           | Dificuldade em compreender os métodos de criação utilizados pelos professores na universidade.                                   | Entender como utilizam e quais os métodos de criatividade;            |

**Fonte:** elaborado por Tamissa J. B. Berton.

Na exploração do material, utilizam-se os gráficos e figuras apresentados nos resultados das entrevistas, cruzando as informações obtidas com os objetivos decorrentes da pré-análise de cada categoria, gerando assim as interpretações da análise proveniente dessa entrevista. As principais questões averiguadas para interligar os relatos foram relacionadas à identificação com metodologias de pesquisa, criação e/ou desenvolvimento de produto, assim como as dificuldades quanto à compreensão dos métodos de criação.

Conforme resultado da análise, conclui-se que a totalidade dos discentes afirmou ter afinidade com alguma metodologia de desenvolvimento de produto de design de moda explorada no decorrer do CST em Design de Moda. Entretanto, ao caracterizar o processo, houve equívoco entre metodologias de desenvolvimento de produtos de moda/coleção de moda e métodos de criação. Estes últimos se inserem nas metodologias, mas constam como etapas, como por exemplo: pesquisa de campo, materiais e tendências, além de métodos de criação como *mood boards*, mapas mentais e *brainstorming*, entre outros.

Desse modo, foi possível identificar as etapas mais utilizadas, mas não o processo como um todo, o que se compreende pela falta de experiência desses discentes, já que, na maioria dos casos, eles utilizam essas ferramentas apenas no ambiente universitário e em trabalhos do curso. Eles ainda não possuem um processo próprio de desenvolvimento de projeto de produto de moda. As etapas são aplicadas conforme a demanda de cada projeto. Nessa conjuntura, compreendeu-se que há entendimento sobre as etapas e métodos inseridos nas metodologias, embora não haja domínio completo.

Quando questionados sobre os métodos de criatividade, os discentes também confundiram essas práticas com etapas do projeto. Afirmaram ter dificuldades em seguir as etapas e compreender as metodologias, mas, em geral, relataram que, ao colocar em prática, o entendimento e as dificuldades ficavam mais claros.

A categoria de "saberes" demonstrou que, apesar de conhecerem as metodologias, não há clareza para os discentes nas designações das etapas de projeto, métodos de criação e metodologia de projeto. A maioria sabe utilizar os métodos, mas não há naturalidade nem na compreensão plena, tampouco na execução.

O Quadro 6 apresenta a pré-análise dos dados da entrevista na categoria "Habilidades e Competências", buscando identificar os conhecimentos e qualificações desses estudantes.

**Quadro 6: Pré-análise dos dados da entrevista – categoria Habilidades e Competências**

| Categoria                  | Questões   | Objetivos   |
|----------------------------|--|---|
| Habilidades e competências | Transposição de etapas das metodologias apresentadas pelo professor para chegar ao resultado | Conhecer o processo individual de desenvolvimento de produto de moda/ coleção de moda                   |
|                            | Utilização de painéis imagéticos ou documentos descritivos para criação.                     | Identificar os métodos de criação empregados  |
|                            | Emprego de outras técnicas (práticas) para criação   | Verificar a existência de técnicas diferenciadas ou adaptadas pelos discentes para o projeto individual |
|                            | Êxtase em etapas ou resultados do processo de criação  | Averiguar quais etapas possuem maior resultado assertivos   |
|                            | Processos utilizados em projetos com êxito.  | Analisar os processos de desenvolvimento de produto de moda mais precisos                               |
|                            | Aplicação de conceitos ou técnicas artesanais e de sustentabilidade                          | Compreender a aplicabilidade de técnicas com vertentes autorais estabelecidas nos projetos              |

**Fonte:** elaborado por Tamissa J. B. Berton.

As respostas das indagações sobre pular etapas das metodologias de desenvolvimento de produtos, o uso de painéis imagéticos ou descritivos e outras técnicas de criação, bem como as experiências decorrentes desses processos, foram aplicadas na interseção com os objetivos da pré-análise da categoria de habilidades e competências, visando à exploração do material.

Assim, analisa-se que os discentes, ao serem questionados sobre as metodologias e se existe o hábito de transpor etapas para a obtenção do resultado, em sua maioria, afirmaram omitir passos que julgam desnecessários, dependendo do projeto e dos objetivos finais. Constatou-se que etapas essenciais de pesquisa e criação são, por vezes, deixadas de lado, constituindo painéis visuais relacionados à pesquisa e passando diretamente à materialização do produto, ignorando, da mesma forma, a fase de geração de alternativas.

A fim de identificar os estilos de documentos que os entrevistados costumam utilizar na concepção de produtos, entre os imagéticos e descritivos, ficou nítido que os painéis imagéticos são prioritariamente empregados, constando principalmente os painéis de referência visual e *mood boards*. Os documentos descritivos também auxiliam com um determinado prestígio, mas são usados em alguns objetivos específicos, dependendo do projeto de desenvolvimento de produto de moda.

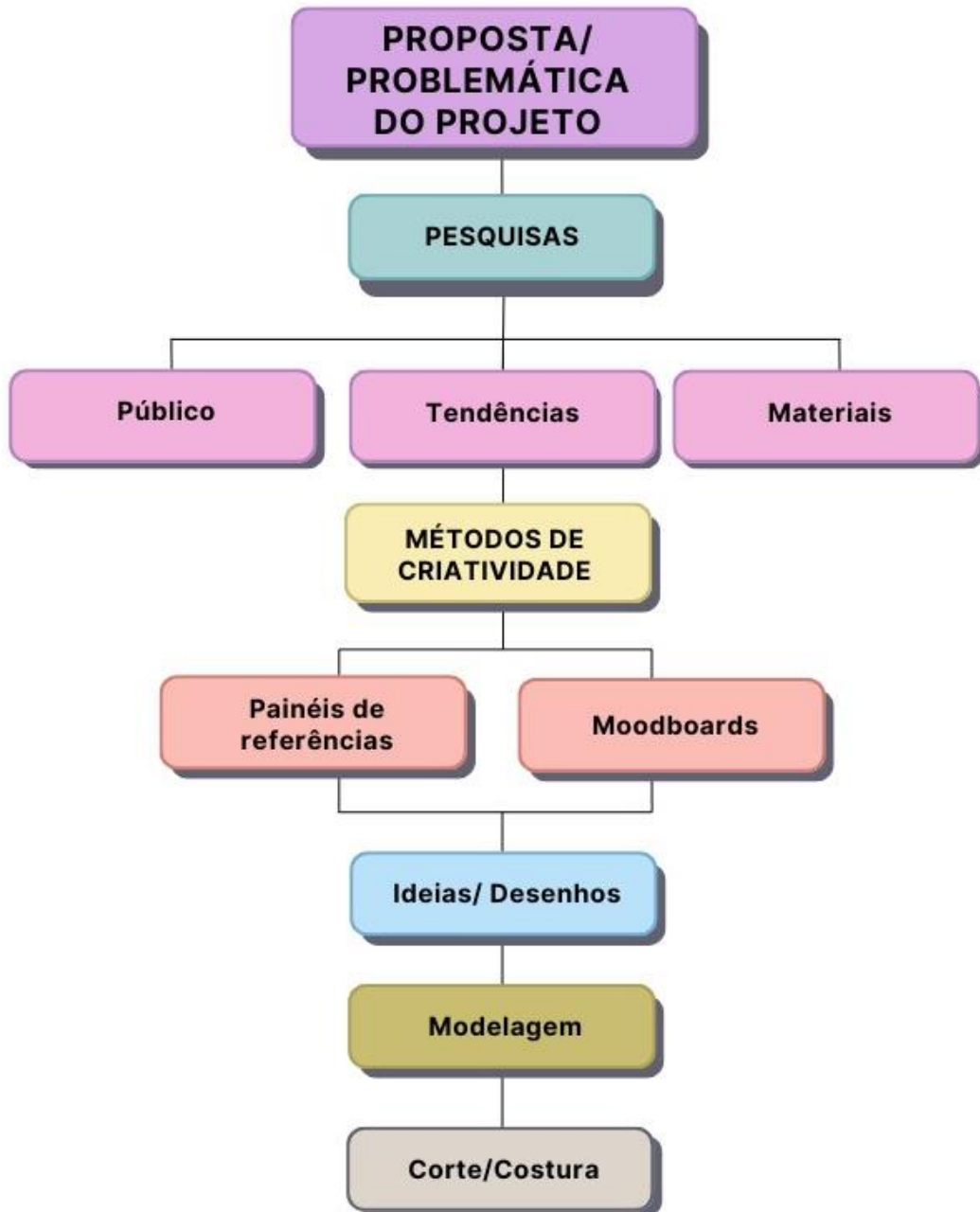
Dentre os processos de desenvolvimento e técnicas práticas que auxiliam na concepção de produtos, a maior parte dos alunos abordou o desenho como o principal alicerce de criação, uma vez que é o mais comum no momento de representação de ideias e geração de alternativas. Também foram mencionadas técnicas manuais e de artesanato, modelagem tridimensional e costura. Apesar dessas técnicas terem sido lembradas, ainda são pouco exploradas no processo. Não foi relatado nenhum método pessoal ou específico para a criação de novos produtos de moda.

Tendo em vista que as técnicas manuais e o artesanato foram a segunda opção mais mencionada — características frequentemente associadas à moda autoral —, infere-se que há potencial para um maior estímulo no uso dessas técnicas nas fases de criação e criatividade dentro das metodologias.

Desse modo, constatou-se que, dentre as etapas do desenvolvimento de produto de moda para os discentes do curso, a mais assertiva está relacionada à construção dos painéis imagéticos (como painéis de referência e *mood boards*), que partem de pesquisas preestabelecidas. Após isso, as ideias são transpostas para o papel por meio de desenhos, e, ocasionalmente, alguma técnica é aplicada para compor o conceito, seja antes ou depois da construção da imagem.

Esse processo segue para a fase de construção da peça de vestuário, incluindo modelagem, corte e costura. Ao verificar as etapas delineadas por meio da entrevista, depara-se com uma metodologia adotada pela maioria dos discentes, evidenciada na Figura 13.

Figura 13: Metodologia identificada pela entrevista com os discentes



Fonte: elaborado por Tamissa J. B. Berton

A respeito da aplicação de conceitos artesanais, as técnicas de *patchwork*, crochê, tricô, bordado, macramê, e pinturas manuais foram mencionadas nas entrevistas. Além dessas, existem inúmeros outros recursos artesanais que permitem ao designer identificar-se com sua peça.

A sustentabilidade também ganha visibilidade no desenvolvimento de produtos de moda. Entre os conceitos abordados, destacam-se o *upcycling*, o método *zero waste*, o *slow fashion*, bem como os princípios de reaproveitamento de materiais,

consumo consciente, uso de materiais com procedência sustentável e redução de resíduos.

Atualmente, a sustentabilidade é um tema frequentemente tratado ao longo do curso, devido ao seu impacto e relevância dentro de uma indústria que gera amplas consequências ambientais.

O Quadro 7 apresenta a pré-análise da categoria que aborda a autoria dos discentes no desenvolvimento dos objetos de moda.

**Quadro 7.: Pré-análise dos dados da entrevista – categoria Autoria**

| <b>Categoria</b> | <b>Questões</b>   | <b>Objetivos</b>  |
|------------------|---|---|
| <b>Autoria</b>   | Inserção de características pessoais na criação dos produtos/coleções ou serviços.              | Verificar como os discentes praticam sua identidade profissional.                           |
|                  | Identificação de individualidades artísticas quando inseridas nos projetos de produtos de moda. | Certificar quais aspectos autorais estão sendo aplicados nos projetos.                      |
|                  | Inclusão de elementos culturais, religiosos, entre outros simbolismos.                          | Explorar a inserção de funções básicas do design que englobam perspectivas autorais         |
|                  | Inovação a partir de características autorais.  | Averiguar de que modo o conceito autoral auxilia na concepção de inovações na área da moda. |

**Fonte:** elaborado por Tamissa J. B. Berton.

Como exploração do material, utilizam-se as respostas sobre a inserção de características pessoais na criação de produtos, coleções ou serviços, focando na inclusão de elementos que identifiquem o autor, além das inovações decorrentes das propriedades autorais, cruzando essas informações com os objetivos da pré-análise da categoria autoria, para interpretar os resultados.

Analisa-se, então, que inserir aspectos pessoais na concepção de novos produtos de moda pode ser desafiador para muitos designers, especialmente devido à influência predominante das pesquisas de tendências estéticas no âmbito da moda. No entanto, verifica-se que alguns elementos de preferências individuais são destacados durante o processo e no resultado final, mas esses não trazem características que identifiquem completamente o indivíduo como autor do projeto ou da coleção.

Essas particularidades individuais foram questionadas para tornar a análise mais evidente. Contudo, as respostas obtidas não foram totalmente coerentes com a indagação; muitos não souberam indicar se aplicavam ou não aspectos autorais que identificassem a coleção ou o produto com seu criador.

Já quando questionados sobre o uso de elementos com simbolismos culturais, religiosos ou outros, uma parte dos que afirmaram utilizá-los mencionaram alguma cultura específica, como brasileira, indígena ou punk. No entanto, a maioria dos discentes não considera aspectos com uma função simbólica que representem, de forma contundente, o conceito autoral no design.

A partir das entrevistas realizadas, não foi possível validar plenamente a inovação dos produtos de design de moda baseada nas propriedades da moda autoral. Acredita-se que, como as entrevistas foram conduzidas no início do semestre, os discentes ainda precisariam de mais tempo para desenvolver maior afinidade com o conceito e as vertentes autorais.

## 8 GRUPO FOCAL

“O objetivo central do grupo focal é identificar percepções, sentimentos, atitudes e ideias dos participantes a respeito de um determinado assunto, produto ou atividade” (DIAS, 2000, p. 3). Neste trabalho, o grupo focal se propõe a entender a conduta dos discentes perante o processo de desenvolvimento de produtos de moda e a proposta inicial para um projeto autoral. De acordo com Ressel *et al.* (2008), os integrantes se comunicam sobre uma temática específica ao adquirir estímulos propícios para a conversa.

O campo da pesquisa qualitativa se constitui de diversas possibilidades metodológicas, as quais permitem um processo dinâmico de aderência a novas formas de coleta e de análise de dados. Dentre essas possibilidades, o grupo focal representa uma técnica de coleta de dados que, a partir da interação grupal, promove uma ampla problematização sobre um tema ou foco específico” (BACKES, 2011, p. 438).

Dias (2000) afirma que os objetivos específicos do grupo focal variam conforme a abordagem da pesquisa, sendo que, em pesquisas exploratórias, o propósito é provocar ideias ou novas hipóteses, estimulando o raciocínio do pesquisador. Nesse contexto, busca-se apresentar conceitos característicos de moda autoral e compreender a percepção dos discentes a respeito das metodologias de desenvolvimento de produtos, esclarecendo que cada processo pode ser único e individual do designer, gerando para o pesquisador insights sobre o tema.

Com o intuito de dar continuidade à pesquisa de campo, envolvendo os discentes participantes da entrevista, a prática do grupo focal foi dividida em uma sequência de atividades: um encontro inicial e uma roda de conversa.

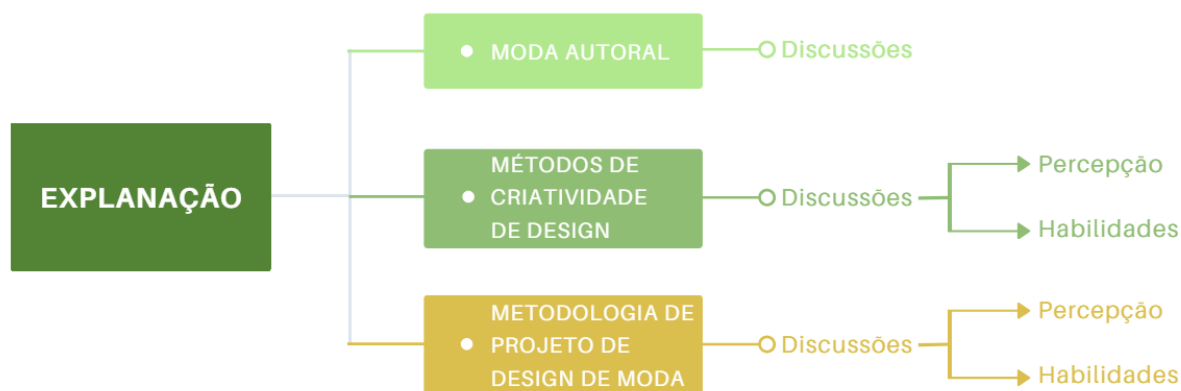
Esses dois momentos ocorreram em dias distintos, com duração de aproximadamente 50 minutos cada. No primeiro encontro, foram discutidas informações básicas sobre os conteúdos programados e questões relativas ao desenvolvimento de produtos autorais. No segundo, foi realizada uma roda de conversa, onde os participantes puderam compartilhar suas possíveis propostas para um projeto autoral.

## 8.1 ENCONTRO COM DISCENTES

O encontro com os discentes do CST em Design de Moda da UTFPR – Campus Apucarana foi realizado durante o período noturno, dentro do horário regular de aula, possibilitando a participação de todos os alunos matriculados na disciplina de Projeto Autoral I. Com o objetivo de manter o foco na temática central da pesquisa e garantir que os assuntos relevantes fossem devidamente abordados, foi elaborado um diagrama que serviu como roteiro para guiar a reunião.

Esse roteiro incluiu conteúdos teóricos apresentados ao longo deste trabalho, referentes à moda autoral, métodos de ensino, metodologias de projeto de design de moda e técnicas de criação, além de abordar habilidades relacionadas a esses tópicos. A estrutura seguiu conforme delineado na Figura 14.

**Figura 14: Roteiro da 1ª etapa do grupo focal: encontro com os discentes.**



**Fonte:** elaborado por Tamissa J. B. Berton

O diagrama elaborado iniciou com uma breve explicação sobre os principais conteúdos relacionados à moda autoral, aos métodos de criatividade em design e à metodologia de projeto de design de moda. Após cada definição e esclarecimento, a intenção foi abrir espaço para discussão, promovendo um diálogo entre os participantes sobre os temas apresentados.

Ademais, abordaram-se novamente os tópicos que, supostamente, os discentes já deveriam ter maior familiaridade, como os métodos de criatividade e as metodologias de projeto de design de moda. A discussão visou não apenas revisar esses conceitos, mas também explorar a percepção prévia dos alunos e identificar as

habilidades que eles já aplicam em suas práticas de criação e desenvolvimento de produto.

### **8.1.1 Resultado do encontro**

O encontro do grupo focal começou com uma breve explanação sobre a temática autoral, abrangendo a moda e suas vertentes, conforme levantado na pesquisa teórica deste trabalho. Foram abordados temas como design vernacular, artesanato, DIY (*Do It Yourself*)/movimento maker, *slow fashion* e moda sustentável. As explanações foram mantidas concisas, uma vez que o objetivo principal era fomentar uma discussão entre os participantes.

Durante a discussão sobre moda autoral, houve um diálogo breve em que os participantes trouxeram exemplos de marcas conhecidas que atuam nesses segmentos, além de compartilharem afinidades e aptidões com alguns desses conceitos. Esse momento reforçou a compreensão do conceito de "autoral" e preparou o terreno para a continuidade da pesquisa.

Em seguida, houve uma abordagem sobre métodos de criatividade, o que rapidamente deu início ao diálogo entre os participantes. As percepções reveladas durante a discussão foram utilizadas para elaborar um quadro, com o objetivo de demonstrar comportamentos pertinentes às percepções prévias dos discentes, assim como as habilidades observadas (Quadro 8).

**Quadro 8: resultado do grupo focal - métodos de criatividade**

| Métodos de criatividade  |  |
|--|--|
| Cognição   | Habilidade   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Compreenderam a definição de métodos de criatividade;</li><li>• Conhecem teoricamente várias técnicas de criatividade;</li><li>• Capacidade de detalhar como desenvolver cada método de criatividade abordado;</li><li>• As informações sobre <i>mood boards</i> e painéis semânticos por vezes são superficiais e parcialmente coerentes;</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Aptidão em construção de painéis imagéticos, principalmente painéis de referências, como público-alvo, tendências;</li><li>• <i>Mood boards</i> e painéis semânticos são constantemente relatados e efetuados;</li><li>• Persona e descrição de público-alvo são técnicas pouco adotadas.</li><li>• Dificuldade com técnicas criativas que demandam conceitos imaginários, como o mapa mental.</li><li>• Habilidades superficiais perante as técnicas de criatividade em geral, evidenciando uma deficiência de experimentos quanto a prática.</li></ul> |

**Fonte:** elaborado por Tamissa J. B. Berton

Em relação à assimilação adquirida pelos discentes ao longo do curso sobre os métodos de criatividade, constatou-se que há um conhecimento teórico abrangente de diversas técnicas, e eles conseguem caracterizar cada uma delas. No entanto, observou-se que a compreensão concreta da distinção entre métodos de criatividade e metodologia projetual só ocorreu de maneira clara durante o encontro.

No que tange aos painéis de referência visual, identificou-se uma certa confusão entre *mood boards* e painéis semânticos, com definições que, em alguns casos, foram associadas de maneira equivocada ou contraditória.

Embora não fosse possível avaliar completamente as habilidades práticas dos discentes em relação às estratégias de criação durante o encontro, buscou-se que eles pudessem compartilhar seus domínios e dificuldades na execução desses métodos. Foi evidente que os painéis imagéticos são os preferidos para criar produtos e coleções de moda, sendo os mais mencionados: painéis de referência de tendências estéticas, painéis semânticos, *mood boards* e painéis de público-alvo.

Técnicas como o mapa mental foram menos exploradas, com muitos discentes relatando dificuldades em se desvencilhar da essência do mapa, que visa irradiar ideias por meio de palavras ou símbolos, permitindo a fluidez de conceitos aleatórios para estimular a criatividade.

De modo geral, as técnicas de criatividade adotadas na área de design de moda ainda exigem prática por parte dos discentes, que demonstraram inexperiência e uma insuficiência de conteúdo em relação à construção desses recursos criativos.

Dando continuidade ao roteiro preestabelecido, a metodologia de projeto de design de moda foi abordada, o que permitiu intervenções imediatas dos discentes em relação às etapas de um projeto, explorando a percepção prévia sobre o tema.

O Quadro 9 foi elaborado para esclarecer os tópicos observados em relação à cognição e habilidades dos discentes a respeito das metodologias de projeto de design de moda, semelhante ao que foi realizado no tópico anterior.

**Quadro 9: resultado do grupo focal – metodologia de projeto de Design de Moda**

| Metodologia de Projeto de Design de Moda  |   |
|---|---|
| Cognição  | Habilidade  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• As etapas projetuais não são evidentes e contínuas;</li> <li>• Determinadas fases são constantemente omitidas, principalmente as de pesquisas, alguns métodos de criatividade e a de concepção de ideias;</li> <li>• Nenhum integrante expôs alguma metodologia de projeto integralmente;</li> <li>• Com direcionamentos da condutora do grupo focal foram construídas e demonstradas metodologias usadas para o desenvolvimento do produto;</li> <li>• A metodologia de projeto de produto de moda concretizada pelo grupo se funde com as pesquisadas neste trabalho.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizam o projeto de design de moda perante a definição do professor da disciplina que aplica o projeto.</li> <li>• Caso não exista a imposição de realizar determinada etapa de projeto, esta fase é comumente ocultada.</li> <li>• Não se identificou aptidão para uma metodologia de projeto design de moda específica;</li> <li>• Conseguem consumir todas as etapas do projeto moderadamente;</li> </ul> |

**Fonte:** elaborado por Tamissa J. B. Berton

Quanto aos resultados da observação do grupo diante da percepção das metodologias projetuais de design de moda, percebeu-se que, embora o processo de desenvolvimento de produtos de moda pareça evidente, os discentes tendem a confundir etapas e sequências quando questionados. Apesar de não ser necessário seguir uma forma contínua, o modo como as metodologias são compreendidas e aplicadas pelos alunos ainda não é claro.

Apesar dessa desordem metodológica apresentada pelos discentes, à medida que foram orientados, conseguiram estruturar um projeto de desenvolvimento de produto de moda que mescla as metodologias contempladas na pesquisa teórica deste

trabalho, incluindo as de Fornasier *et al.* (2008), Sanches (2017) e Sorger e Udale (2009).

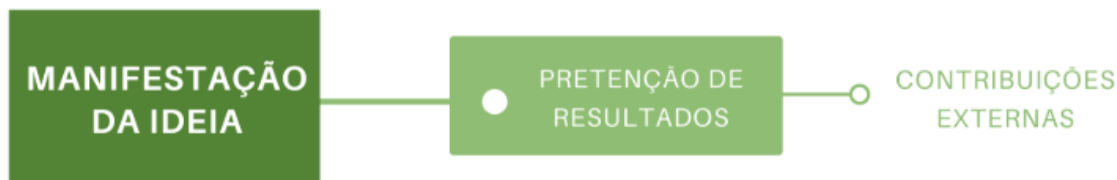
Em relação às habilidades na aplicação das metodologias de projeto de produtos de moda, os discentes demonstraram compreensão teórica e sabem realizar as etapas, embora necessitem de mais prática para que essas capacidades se desenvolvam plenamente. Não se observou uma organização de projeto individualizada, sendo comum que os discentes sigam apenas as etapas ordenadas pelos professores nos projetos inseridos nas disciplinas.

Algumas fases que compõem as metodologias de produto de moda são optativas, estando relacionadas com as aptidões e domínios de cada aluno no processo. A transposição dessas etapas pode, em certos casos, agilizar o desenvolvimento. No entanto, observou-se que as etapas que os discentes afirmaram omitir, como algumas técnicas de criatividade e geração de alternativas, poderiam, de fato, aperfeiçoar os resultados se fossem aplicadas adequadamente.

## 8.2 RODA DE CONVERSA

A roda de conversa do grupo focal ocorreu de maneira aberta e participativa, com o propósito de cada integrante expor sua ideia inicial para o projeto autoral. Cada participante teve a oportunidade de apresentar verbalmente as pesquisas que já haviam realizado até aquele momento e compartilhar as expectativas de conclusão para o projeto. A Figura 15 apresenta a organização que estruturou a participação de cada discente, incentivando o compartilhamento e a contribuição mútua durante a discussão.

**Figura 15: Organização para a participação de cada integrante do grupo focal na roda de conversa**



**Fonte:** elaborado por Tamissa J. B. Berton

Desse modo, inicialmente, cada aluno apresenta a ideia que pretende desenvolver como projeto autoral e o que almeja como resultado final. Em seguida, os demais participantes são incentivados a contribuir com seus conhecimentos e sugestões. O objetivo desse procedimento é proporcionar aos discentes a oportunidade de dar início às pesquisas, concretizar suas ideias e compartilhar informações e experiências.

### **8.2.1 Resultado da roda de conversa**

As informações apresentadas pelos integrantes do grupo focal nesta etapa não tinham o caráter de ser definitivas, mas sim de propor uma base que pudesse, eventualmente, ser alterada e aperfeiçoada conforme o desenvolvimento do projeto. Para registrar as ideias resultantes desse ensaio, o Quadro 10 foi gerado, contendo as propostas iniciais de projetos autorais e as contribuições feitas pelos demais participantes em cada uma delas.

Cada discente apresentou uma sugestão para seu projeto autoral. Mesmo aqueles que não estavam seguros de suas ideias encontraram nesse momento de troca de informações um auxílio valioso, com direcionamentos que se mostraram úteis. Observou-se que a maioria dos discentes pretendia desenvolver uma coleção de moda, abrangendo diferentes segmentos e princípios, guiados por preferências pessoais, necessidades e habilidades específicas. Dentre as propostas que não incluíam a criação de coleções, foram mencionados projetos como a produção de

moda e editoriais, a concepção de um artefato singular e a prestação de um serviço específico.

**Quadro 10: Propostas resultantes da roda de conversa pelo grupo focal**

|    | Proposta de Projeto   | Resultados pretendidos             | Contribuições externas  |
|----|---|------------------------------------|---|
| 1  | Coleção feminina inspirada em culturas de países/ cidades   | Minicoleção e confecção de 4 looks | Não houve.  |
| 2  | Desenvolvimento de coleção para público feminino, atemporal com peças estruturadas e confortáveis | Coleção e confecção de 5 looks     | Troca de informações sobre marcas concorrentes.   |
| 3  | Desenvolver coleção de moda feminina (sem maiores definições)                                     | Confeccionar no mínimo 3 looks     | Não houve.  |
| 4  | Sem ideia até o momento, mas não quer desenvolver coleção   | Não possui                         | Sugestões de produtos e serviços na área do design de moda para desenvolver.  |
| 5  | Desenvolver produtos de moda festa ou <i>fitness</i> feminino                                     | Confeccionar 2 ou 3 looks          | Discussões sobre a área mais carente de produtos de design.   |
| 6  | Coleção de Moda <i>plus size</i> feminino   | Confecção de 2 looks               | Conversa sobre a necessidade de desenvolver produtos para o público em questão.   |
| 7  | Editorial de moda com peças de brechó   | Editorial de Moda                  | Não houve.  |
| 8  | Desenvolver uma coleção de <i>lingerie</i>  | Não definido                       | Troca de informações sobre acabamentos de marcas concorrentes.  |
| 9  | Desenvolver coleção de moda (sem maiores definições)  | Não definido                       | Não houve.  |
| 10 | Não encontrou a habilidade na área da moda que quer desenvolver no projeto                        | Não possui                         | Questionamentos sobre as áreas com maiores afinidades para auxílio no desenvolvimento do projeto;<br>Sugestões de produtos de serviços na área de design de moda. |
| 11 | Desenvolvimento de uma marca de moda que projeta produtos criativos e ergonômicos para artistas   | Criar e confeccionar 4 peças       | Não houve   |
| 12 | Elaborar produtos de moda com crochê  | Confeccionar 5 looks               | Troca de informações sobre marcas similares.  |
| 13 | Vestido de noiva/ Serviço diferenciado  | Não definido                       | Contribuições no conceito de serviço idealizado para noivas.  |
| 14 | Produção de Moda  | Não possui                         | Não houve   |
| 15 | Desenvolvimento de Material Sustentável com desenvolvimento de coleção                            | Minicoleção e Confeccionar 4 looks | Troca de conhecimento a respeito de materiais sustentáveis e projetos na área;  |
| 16 | Utilizar trabalhos/ obras /quadros no desenvolvimento do projeto                                  | Não definido                       | Não houve   |

Fonte: elaborado por Tamissa J. B. Berton.

Quanto aos resultados pretendidos, que se constitui do material a ser apresentado ao final do projeto autoral, foi repetidamente mencionada a quantidade de peças do vestuário ou *looks* como o produto físico a ser construído, assim como o material que expressa o processo de desenvolvimento até as soluções encontradas.

Diversas foram as participações colaborativas, com sugestões de empresas que atuam de forma semelhante a algumas propostas, ideias para auxiliar no desenvolvimento e apoio para aqueles que não tinham uma orientação definida para o projeto. Aqueles que já estavam bem direcionados e com a concepção fundamentada receberam menos contribuições dos demais participantes.

### 8.3 ANÁLISE DOS RESULTADOS DAS ETAPAS DO GRUPO FOCAL

Com a intenção de analisar os resultados apresentados pela dinâmica de grupo focal, considerou-se as observações de Dias (2000, p. 5), que ressalta que o objetivo dessa técnica de pesquisa é captar as opiniões autênticas e naturais dos indivíduos, sendo a análise a etapa mais complexa. Para estruturar as informações, “o objetivo da pesquisa e o guia de entrevista podem ser utilizados”.

Dessa forma, as repercussões das fases do grupo focal foram pontuadas e organizadas na sequência dos eventos. As informações levantadas foram utilizadas para averiguar os acontecimentos.

O encontro demonstrou que os discentes têm conhecimento, ainda que por vezes não totalmente organizado em sua consciência. O conceito de moda autoral foi o que demandou maiores esclarecimentos, e essas informações contribuíram para uma perspectiva mais específica para o projeto, esclarecendo o conceito de autoria e evidenciando preferências, habilidades e competências.

Métodos de criatividade e a metodologia de desenvolvimento de produto de moda precisavam ser esclarecidos e devidamente identificados para que houvesse maior coerência nos debates, possibilitando, assim, uma compreensão mais clara dos termos pelos discentes. Esse processo também ajudou a pesquisadora a perceber a

cognição dos discentes em relação ao tema e a reconhecer suas habilidades no uso das técnicas, métodos e estruturas metodológicas de desenvolvimento.

Dentre as técnicas de criatividade nas quais os discentes possuem afinidade estão os painéis visuais, que são os mais utilizados no processo de concepção de produtos de moda. Outros métodos também são aplicados, porém com menos frequência e alguns impasses. Para tanto, constatou-se a necessidade de exercitar outras maneiras de criação além dos painéis imagéticos, partindo da suposição de que outras técnicas podem trazer singularidades aos objetos que um cenário de imagens talvez não consiga proporcionar.

As metodologias de desenvolvimento de produtos de moda são variadas e viabilizam alterações em sua aplicação, ainda assim, alcançando o mesmo objetivo. Observou-se, entretanto, que ocasionalmente os discentes simplificam as metodologias, seja por questão de tempo ou por facilidade, o que pode comprometer o resultado.

A realização do encontro previamente à roda de conversa permitiu esclarecimentos que ampliaram as reflexões dos participantes sobre o projeto autoral, possibilitando uma segunda etapa mais consistente e alinhada aos objetivos da pesquisa.

A troca de informações proveniente da roda de conversa despertou nos discentes a consciência sobre a importância da colaboração, demonstrando que o conhecimento das experiências alheias contribui significativamente para a construção do próprio projeto. O ato de compartilhar vivências, mesmo que sejam propostas distintas, incentivou e ofereceu suporte para os próximos passos no desenvolvimento de seus projetos.

Dentre as inúmeras possibilidades de produtos e serviços que a moda abrange, a maioria das sugestões para o desenvolvimento de um projeto autoral envolveu a criação de uma coleção de moda, que é a prática mais comum. Não obstante, alguns participantes demonstraram pouca afinidade com essa atividade e direcionaram-se para áreas como produção de moda, editoriais fotográficos ou apresentaram idealizações ainda indefinidas.

A recomendação de desenvolver um projeto autoral é justamente permitir ao futuro designer de moda a liberdade para realizar aquilo que está mais alinhado com

suas aptidões pessoais, inserindo suas individualidades, preferências e conhecimentos nos processos, serviços e produtos. Por isso, é recomendável desvinculá-los das imposições normalmente impostas pelas disciplinas do curso e das exigências do mercado de trabalho.

## 9. EXPERIMENTOS

Os experimentos definidos nesta etapa da pesquisa de campo contaram com ferramentas que incentivam a exploração de possibilidades e colaboram para revelar conteúdos autorais do criador como autor. Para essas práticas didáticas, foram selecionados instrumentos como o mapa mental e os painéis imagéticos de inspiração.

De acordo com Sanches (2017, p. 163), “o uso de síntese imagéticas, como painel semântico e *mood board*”, são recursos amplamente reconhecidos no ambiente educacional. Igualmente, “diagramas gráficos, principalmente os mapas mentais, se mostram cada vez mais frequentes entre as ferramentas escolhidas por estudantes de design” (SANCHES, 2017, p. 163).

Para estimular a criatividade voltada ao projeto de moda autoral, propôs-se inicialmente a construção do mapa mental, esquematizando conceitos diversos e gerando perspectivas próprias e diferenciadas. Os painéis de inspiração foram desenvolvidos a partir das descobertas e definições encontradas no primeiro experimento, sendo baseados nos desfechos do mapa mental.

### 9.1 MAPA MENTAL

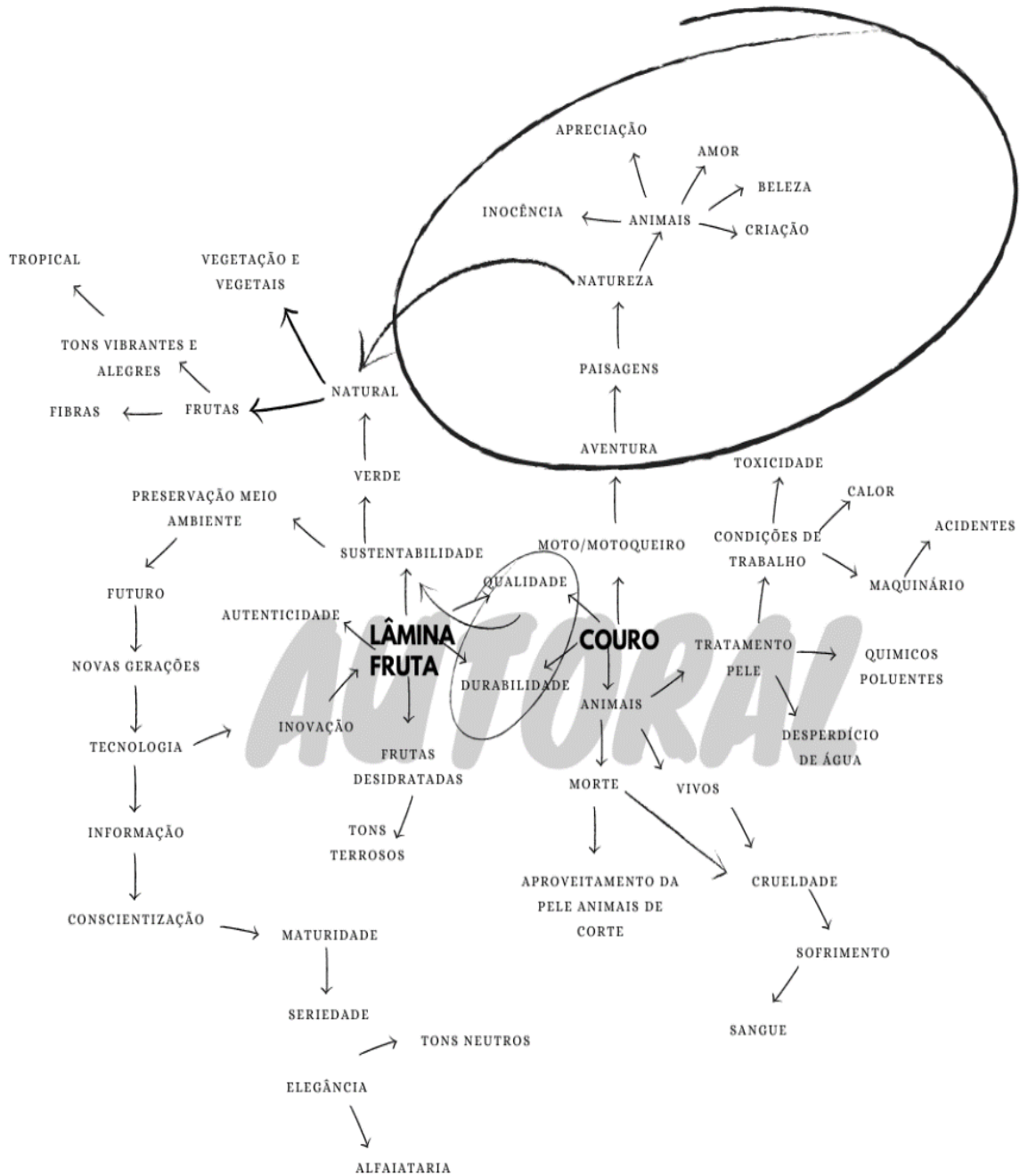
O exercício de desconstrução oriundo de métodos de criatividade, como o mapa mental, permite ao designer explorar caminhos e soluções singulares. Ao utilizar essa técnica no desenvolvimento de um projeto autoral, busca-se encontrar pontos que envolvam o discente, proporcionando a expansão de perspectivas originais por meio de fundamentos individualizados.

O público aplicado ao experimento permaneceu o mesmo grupo de discentes analisados anteriormente, dando continuidade ao processo proposto na pesquisa de campo. Com o foco na perspectiva autoral, foi recomendado que o cerne do mapa mental fosse a proposta inicial do projeto, e para aqueles que ainda não tivessem um contexto projetual definido, sugeriu-se que iniciassem com o indivíduo criador no eixo central, permitindo que elementos para novas ideias fossem encontrados.

No decorrer da pesquisa de campo, verificou-se adversidades quanto à realização de mapas mentais, o que, neste momento da investigação, ficou evidente na resistência dos discentes em se desvencilhar do óbvio para o desenvolvimento da atividade e o avanço da criatividade.

A Figura 16 apresenta um exemplo de diagrama de uma discente participante da pesquisa para o desenvolvimento do seu projeto autoral. Inicialmente, o esquema foi composto com termos associados, concisos, e concebendo novos rumos. Ela utilizou os termos centrais “lâmina fruta” e “couro”, pois a proposta inicial do projeto era produzir um couro ecológico a partir de material orgânico.

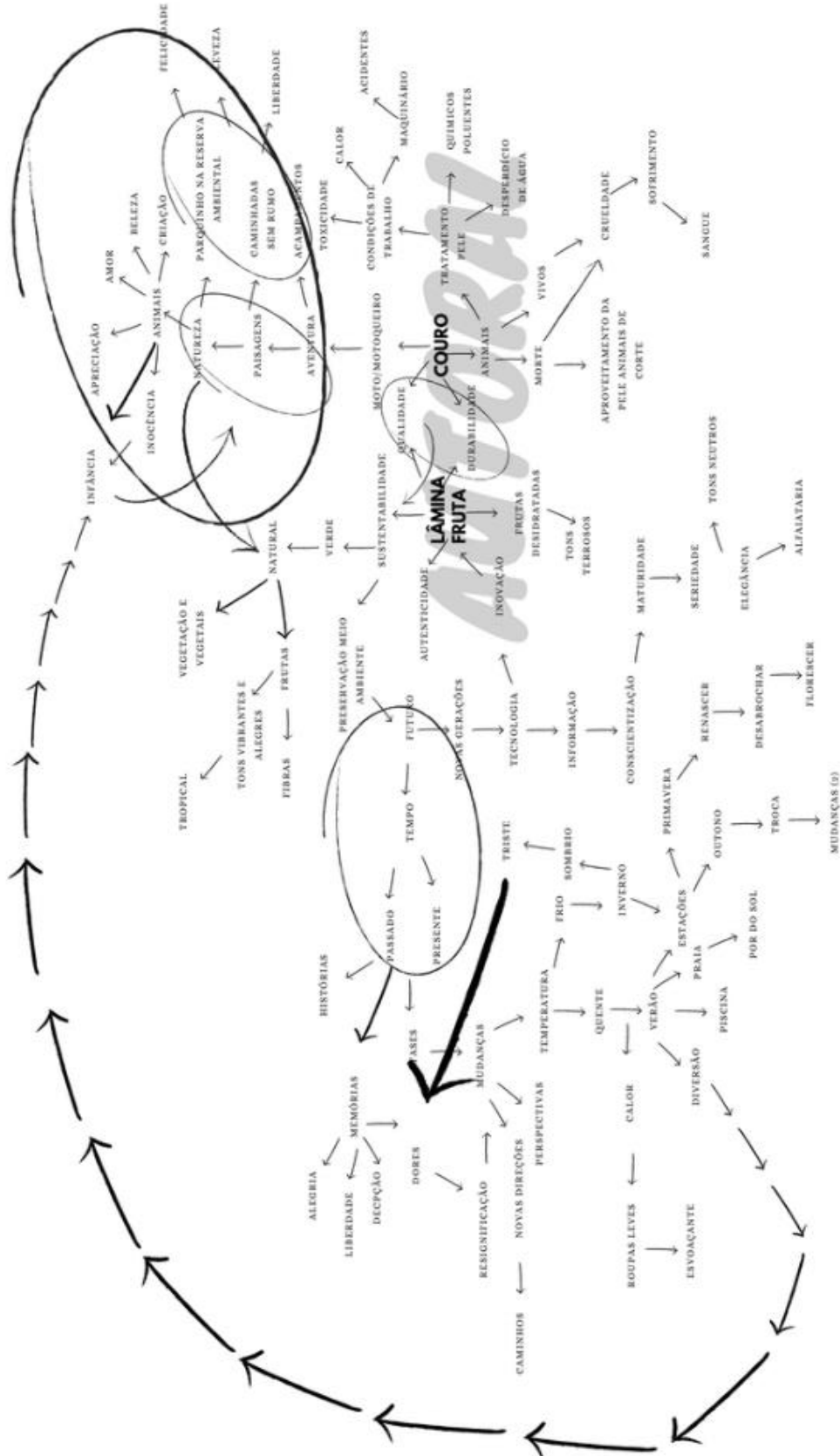
**Figura 16: Mapa mental apresentado no início do projeto autoral**



**Fonte:** acervo da autora (2023). Projeto Autoral de Vanessa Guarnieri.

Com o progresso do projeto, o mapa mental encaminhou-se de acordo com as necessidades que foram se revelando, ampliando e auxiliando na elaboração de novos contextos, como demonstra a Figura 17, com o mapa mental em sua integralidade.

Figura 17: Mapa mental aperfeiçoado e finalizado durante o processo de desenvolvimento do projeto autoral



Fonte: acervo da autora (2023). Projeto Autoral de Vanessa Guarnieri.

Nota-se que este método de criatividade possui uma versatilidade que permite ser utilizado em diversas etapas do desenvolvimento de projeto, de modo que o registro já concebido auxilia na retomada da proposta inicial e favorece a continuidade de um processo que exige um percurso intenso até o seu desfecho.

Apesar de resultados como o exemplo apresentado, observou-se que a maior parte dos mapas realizados serviu principalmente para definir e esquematizar conteúdos relacionados ao projeto, delineando uma possível trajetória até a conclusão. Dessa forma, ocultou-se o real objetivo da técnica criativa, evidenciando a dificuldade dos discentes em conectar temáticas distintas aos seus ideais preconcebidos.

## 9.2 PAINÉIS DE INSPIRAÇÃO

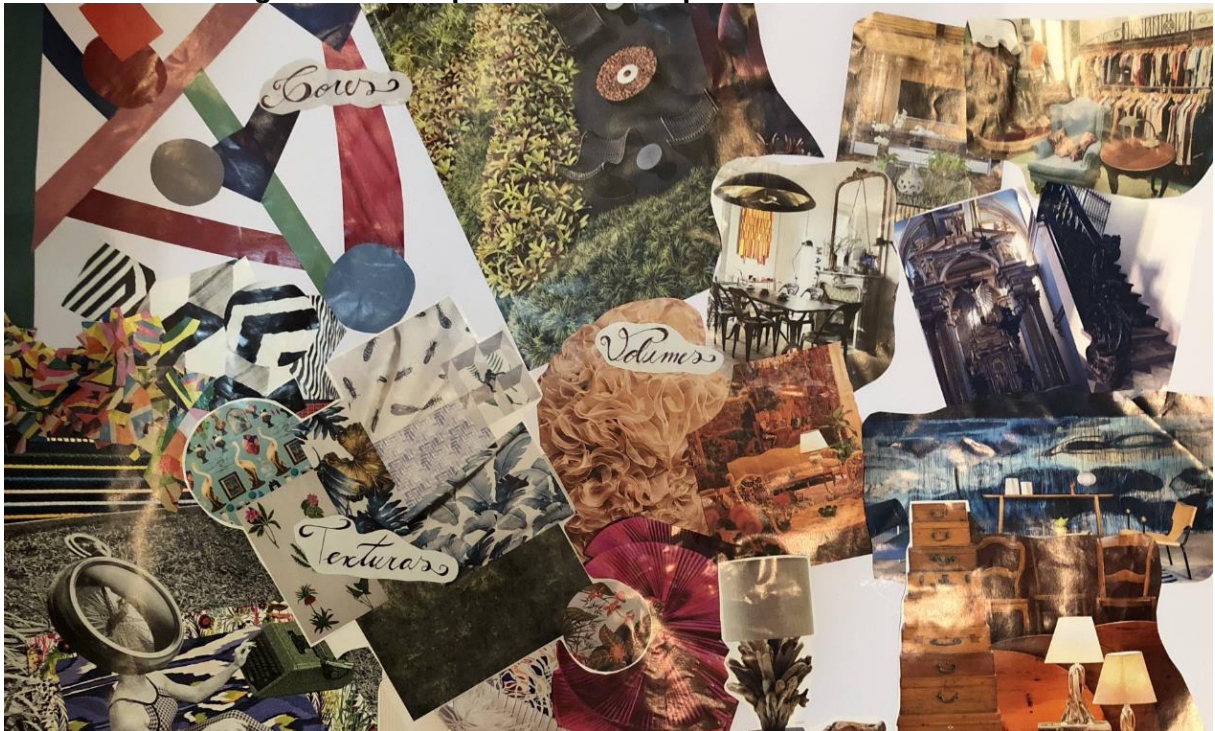
O método de construção de painéis visuais é constantemente utilizado na área de design de moda, comumente criado para definir características a serem aplicadas na coleção. Eles podem ser voltados para o público-alvo, referências estéticas, ou reunir informações diversas para o desenvolvimento da coleção, como painéis semânticos ou *mood boards*.

A sugestão da pesquisadora para a preparação desta etapa da pesquisa de campo com os discentes foi a concepção de dois painéis distintos. O primeiro apresentando uma visão a respeito do indivíduo, expondo coisas, lugares, sabores, crenças, valores, cultura. Enfim, tudo o que pudesse caracterizar o participante da pesquisa e o auxiliar na identificação de particularidades que conseguissem integrar ao seu projeto. Já o segundo, a recomendação foi que exteriorizassem suas preferências estéticas, como cores, formas, texturas, estilos, podendo ter referência ao projeto ou não.

Os desfechos da prática de construção de painéis de referência visual tiveram uma percepção formidável, atendendo às expectativas quanto a sua eficiência no desenvolvimento de propostas autorais. Optou-se por expor neste trabalho alguns desses resultados, o mesmo autor realizou o painel de particularidades individuais e



**Figura 19: Exemplo 1 – Painel de preferências estéticas**



**Fonte:** acervo da autora (2023). Projeto Autoral de Vanessa Guarnieri.

A proposta do desenvolvimento dos dois painéis não exigiu uniformidade entre eles, resultando em imagens com aspectos díspares em alguns casos. No entanto, alguns painéis apresentaram unidade, pois, além de estarem habituados a elaborar atividades dessa forma, alguns dos participantes já possuíam especificidades pré-definidas que nortearam suas escolhas visuais.

Figura 20: Exemplo 2 – Painel de particularidades individuais



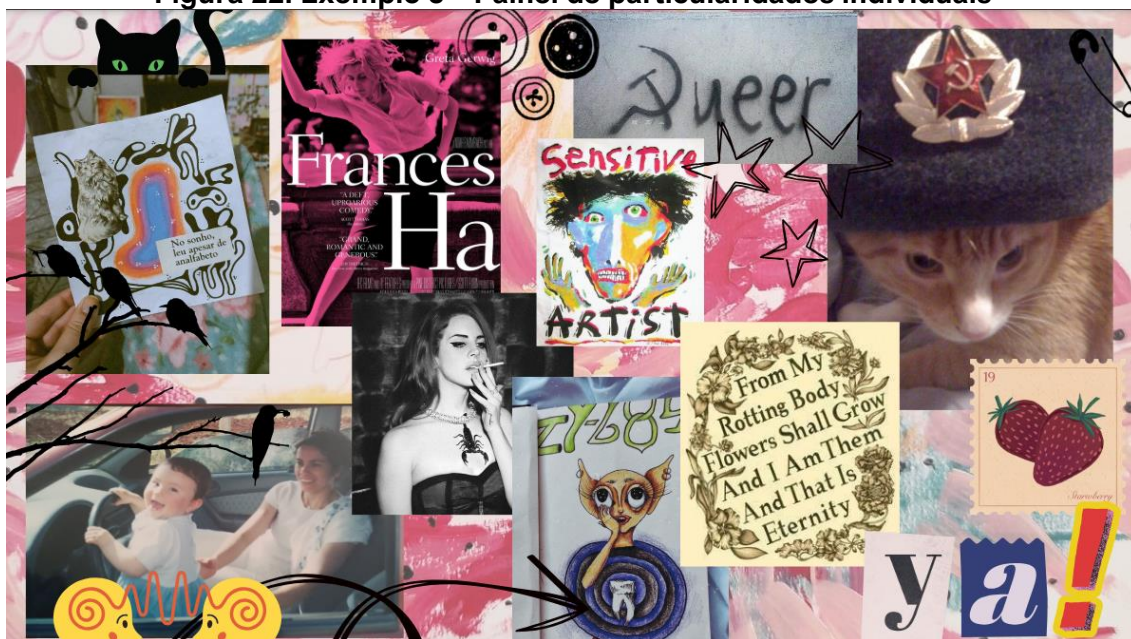
Fonte: acervo da autora (2023). Projeto Autoral de Nathalia Jardim Senhor.

**Figura 21: Exemplo 2 – Painel de preferências estéticas**



**Fonte:** acervo da autora (2023). Projeto Autoral de Nathalia Jardim Senhor.

Figura 22: Exemplo 3 – Painel de particularidades individuais



Fonte: acervo da autora (2023). Projeto Autoral de Yasmin Bendito.

Figura 23: Exemplo 3 – Painel de preferências estéticas



Fonte: acervo da autora (2023). Projeto Autoral de Yasmin Bendito.

De modo geral, os painéis de referência visual obtiveram um êxito maior em relação ao objetivo da atividade, superando a prática de elaboração de mapas mentais. Observou-se que os exercícios foram bem examinados e construídos, considerando as particularidades sugeridas pela pesquisadora.

Assim como o mapa mental foi apontado, em certos momentos da pesquisa, como uma técnica na qual os discentes não possuíam habilidades plenas para sua execução, os painéis visuais mostraram-se preferidos, com maior facilidade de

desenvolvimento. Isso se evidenciou nos resultados, constatando-se não apenas a habilidade dos discentes em elaborar painéis eficazes, mas também uma satisfação pessoal em construí-los.

Dessa forma, conclui-se a etapa de pesquisa de campo, compreendendo diversas habilidades e competências dos discentes analisados, e demonstrando alguns dos resultados práticos obtidos ao longo desse processo.

## 10. RESOLUÇÕES PRÁTICAS

Considerando que a resolução prática na educação consiste em aplicar métodos de ensino e aprendizagem fundamentados em teorias pedagógicas para melhorar o desempenho acadêmico dos alunos, o processo de pesquisa relatado neste trabalho resultou em projetos autorais. Esses projetos, além de seguirem as etapas descritas pela pesquisa de campo, envolveram, quando proposto o desenvolvimento de peças de vestuário, a concepção dos produtos, definições, modelagem, prototipagem e finalização das coleções de moda. Mesmo quando o objetivo não era a confecção de roupas, o processo também apresentou avanços na busca por soluções específicas.

Todos os estágios foram acompanhados pela pesquisadora. Entretanto, o objetivo principal desta pesquisa foi compreender e direcionar o trabalho ao contexto da moda autoral, assegurando que o resultado do projeto refletisse as especificidades do autor, identificando-o com o produto ou serviço desenvolvido.

Assim, ao apresentar alguns resultados obtidos nesse procedimento experimental, reforça-se a consolidação da conduta adotada para um projeto de moda autoral, bem como das estratégias pedagógicas visadas por esta pesquisa.

### 10.1 DESDOBRAMENTOS E RESULTADOS

Os projetos garantiram suas características autorais, seja no serviço, nas predileções, no contexto criativo, no segmento trabalhado, nas habilidades concebidas ou na inovação.

Para tanto, este capítulo se reserva ao esclarecimento e à visualização de resultados atingidos por alguns dos discentes participantes da pesquisa de campo, por vezes já apresentados como exemplos nos experimentos descritos.

O projeto evidenciado por meio da Figura 24 possui uma investigação aprofundada no desenvolvimento de uma lâmina de origem vegetal com

características de couro animal que viabilizasse tal propriedade em uma peça do vestuário. Além da produção do material sustentável, a discente utilizou essa lâmina na incorporação de detalhes de uma coleção de moda com intuito de representar a natureza através da inspiração em estações do ano, aplicadas como expressão de memórias pessoais da aluna de design de moda.

O processo constituído para a realização dos projetos também foi conduzido por seus idealizadores, de modo que cada um determinou o seu percurso individualmente, sem interferências, apenas com orientações quando solicitadas.

Figura 24: Exemplo 1 - Projeto Autoral: Desenvolvimento, idealizações e resultados



### Projeto Inicial

Lamina amarela de coco, sendo essa feita a partir de fruta

O projeto baseia-se no desenvolvimento de uma lâmina a partir de frutas como um possível substituto ao couro, e a partir dessa, criar uma coleção de moda.

Após as pesquisas e as primeiras tentativas, conclui-se que realizar um look utilizando duas lâminas era viável por conta do valor tendo que aderir a projeto.

### O Projeto

Quatro looks explorando as possibilidades de uma lâmina e as estações de verão, outono e primavera, sendo feitos utilizando a lâmina produzida.

**DESENVOLVIMENTO DA LÂMINA**

NA INDÚSTRIA DA MODA, ONDE A ESTÉTICA MUITAS VEZES SUPRIMIU AS NECESSIDADES FUNCIONAIS, É NA CRIAÇÃO DA LÂMINA A QUE SE DÁ O MOMENTO DE REVOLUÇÃO DO SÉCULO.

CONSIDERANDO ESTILO E SUSTENTABILIDADE, COM TECNOLOGIA COM GANTANAS DE COURO NO DESENVOLVIMENTO DA LÂMINA, O PROJETO É O CAMINHO DO PROJETO TENDO UMA SOLUÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO DE UMA LÂMINA COM CARACTERÍSTICAS DE UM MATERIAL.


A LÂMINA DE FRUTA É UM MATERIAL SUSTENTÁVEL E RENOVÁVEL QUE PODE SUBSTITUIR O COURO ANIMAL. COM ESSA A PRODUÇÃO, ALÉM DA PRÁTICA, É POSSÍVEL APROVEITAR O COURO, COMO ALGUMAS EMPRESAS FAZEM, COMO O CASO DA PRONIA, TENDO UMA SOLUÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO DE UMA LÂMINA COM CARACTERÍSTICAS DE UM MATERIAL.

ALÉM DE SER UM MATERIAL RENOVÁVEL E SUSTENTÁVEL, A LÂMINA DE FRUTA É UM MATERIAL QUE PODE SER UTILIZADO EM DIVERSAS ÁREAS, COMO A CRIAÇÃO DE DIVERSOS TIPOS DE TENDAS, BOLSAS, SACOS, E OUTROS ACESSÓRIOS DE MODA. ALÉM DE ISSO, A LÂMINA DE FRUTA É UM MATERIAL QUE PODE SER UTILIZADO EM DIVERSAS ÁREAS, COMO A CRIAÇÃO DE DIVERSOS TIPOS DE TENDAS, BOLSAS, SACOS, E OUTROS ACESSÓRIOS DE MODA.

ALÉM DE SER UM MATERIAL RENOVÁVEL E SUSTENTÁVEL, A LÂMINA DE FRUTA É UM MATERIAL QUE PODE SER UTILIZADO EM DIVERSAS ÁREAS, COMO A CRIAÇÃO DE DIVERSOS TIPOS DE TENDAS, BOLSAS, SACOS, E OUTROS ACESSÓRIOS DE MODA.

ALÉM DE SER UM MATERIAL RENOVÁVEL E SUSTENTÁVEL, A LÂMINA DE FRUTA É UM MATERIAL QUE PODE SER UTILIZADO EM DIVERSAS ÁREAS, COMO A CRIAÇÃO DE DIVERSOS TIPOS DE TENDAS, BOLSAS, SACOS, E OUTROS ACESSÓRIOS DE MODA.





Verão aliado  
Sobretudo de linho



Outono  
se costurou de linho



Inverno da Tumbeta



Primavera  
Vestido de linho, poquinhos

**RESULTADOS**



Este projeto envolveu uma experiência com a criação de roupas utilizando a lâmina de frutas. O resultado foi uma coleção de moda sustentável e renovável, com peças que podem ser utilizadas em diversas ocasiões. A lâmina de frutas é um material que pode ser utilizado em diversas áreas, como a criação de diversas peças de moda, como vestidos, blusas, e outros acessórios.



Na medida em que se trata de uma coleção de moda sustentável, é importante que se tenha em mente que a produção de roupas utilizando a lâmina de frutas é um processo que pode ser realizado em casa, com o uso de ferramentas simples, como uma máquina de costura e uma tesoura. Além disso, a lâmina de frutas é um material que pode ser utilizado em diversas áreas, como a criação de diversas peças de moda, como vestidos, blusas, e outros acessórios.

**SINFONIA SAZONAL**

Um relato do meu eu mais autêntico em quatro estações





Fonte: acervo da autora (2023). Projeto Autoral de Vanessa Guarnieri.

121



A Figura 25 demonstra um outro projeto autoral com vertentes integralmente artesanais, em que a discente aliou suas habilidades com a técnica do crochê na produção de seu projeto, influenciado por preciosidades extraídas do mar. Durante a construção da malha em crochê, a aluna esculpiu diretamente as formas intencionadas para os moldes.

Além da confecção das peças em crochê, a discente também se dedicou à produção de moda, incluindo a realização de fotografias e a elaboração de um editorial, com o contexto relacionado ao feminino e análogo às preciosidades marinhas que constituem as referências de sua coleção.

O próximo projeto autoral, apresentado pela Figura 26, embasou-se na elaboração de composições de moda *upcycling*, utilizando técnicas artesanais como crochê e *patchwork*. A aluna criou um tríptico, composto por telas preparadas por ela, para designar a essência de cada criação, resultando em um tríptico de *looks*.

Considera-se que o método de concepção do artigo de moda foi individualizado, com a discente propondo-se inicialmente a elaborar os quadros, prática que ela considera prazerosa, permitindo expressar sensações e sentimentos. A intenção era que a atividade utilizasse painéis de inspiração para orientar a construção de cada produto. Após a criação das telas, que possuem tanto unidade quanto individualidade, foram geradas alternativas, pesquisados materiais para o método *upcycling*, adaptados ao resultado pretendido e, por fim, confeccionaram-se peças e acessórios.

Figura 26: Exemplo 3 - Projeto Autoral: Desenvolvimento, idealizações e resultados



Fonte: acervo da autora (2023). Projeto Autoral de Yasmin Bendito.

A Figura 27 apresenta um projeto autoral com diversas peculiaridades individuais, no qual a estudante une vários aspectos de sua personalidade, integrando desde suas habilidades profissionais até simbolismos que representam sua história. Assim, foi desenvolvida uma marca de produtos de moda que envolve arte e identidade, com peças pintadas à mão que narram as histórias da própria autora.

Figura 27: Exemplo 4 - Projeto Autoral: Desenvolvimento, idealizações e resultados

**AUTORAL II**  
UTFPR AP - 2023/2



# Art Kid

Por Natália Nogueira.

## MISSÃO

Nossa missão é criar um guarda-roupa que seja mais do que apenas moda; **é uma extensão da sua arte e identidade.**

Comprometemo-nos a projetar peças ergonômicas, autênticas, confortáveis e de alta qualidade que não só impressionam, mas também inspiram. Estamos determinados a garantir que nossos clientes se sintam **confiantes, únicos e verdadeiramente confortáveis** em cada peça que vestem.

## PRIMEIRA COLEÇÃO

O nascimento da marca 'Art Kid' representou mais do que uma jornada de moda; foi a expressão do meu crescimento pessoal e criativo. A ideia amadureceu com o tempo, ganhando vida através das minhas experiências e paixão pela arte.

**A primeira coleção é uma parte da minha alma, carregando minhas memórias e minha personalidade.** Cada peça é um pedaço do meu coração e elas foram usadas como telas em branco para que eu expresse minha criatividade.

'Art Kid' é a minha jornada artística compartilhada, e eu agradeço por vocês **vestirem essa história comigo.**



Fonte: acervo da autora (2023). Projeto Autoral de Natália Nogueira da Silva.

O próximo exemplo relata o resultado de uma discente que, no início da pesquisa de campo, não tinha um propósito definido, exceto a convicção de que não desejava desenvolver uma coleção de peças de vestuário. Ao longo da disciplina e dos

experimentos, a discente foi descobrindo vertentes e habilidades a serem exploradas, considerando as diversas áreas de atuação da moda, e decidiu focar na oferta de um serviço no campo do design de moda.




Desse modo, concebeu-se uma marca de marketing de moda virtual, a Griô, com potencial para desenvolver a identidade visual de uma marca de moda contando histórias, realizando igualmente marketing de influência digital, planejamento e desenvolvimento de conteúdo e alguns outros serviços (Figura 28). Dessa forma, concebeu a marca Griô, uma marca de marketing de moda virtual, com foco no desenvolvimento de identidade visual para marcas de moda, contando histórias, realizando marketing de influência digital, planejamento, desenvolvimento de conteúdo e outros serviços (Figura 28).

Para demonstrar o trabalho de seu projeto, a discente criou uma marca fictícia de moda, denominada Nox (Figura 29), para que a Griô estruturasse sua imagem e mercadologia. Foi produzida uma pequena coleção da Nox, possibilitando o planejamento e a produção de conteúdo pela agência de marketing de moda.


Figura 28: Exemplo 5 - Projeto Autoral: Desenvolvimento de Marca – Marketing de moda/serviço

# GRIO

FASHIONS MARKETING

|   |  |
|---|--|
| <p style="text-align: center;"><b>MISSÃO</b></p> <p>Ajudar empreendedores/designers a contarem as <b>histórias</b> das suas criações e marcas. Criando assim, conexões com o público alvo.</p>  | <p style="text-align: center;"><b>COMO?</b></p> <p>A Grió leva as criações dos designers para a frente do público ideal de cada uma e os influenciam a realizar a compra, utilizando de diversos serviços baseados no marketing.</p>   |
| <p style="text-align: center;"><b>BRANDING</b></p> <p>Desenvolvimento da identidade visual alinhada com posicionamento, propósito e valores da marca. "Cara e voz" da empresa.</p>  | <p style="text-align: center;"><b>MARKETING DE INFLUÊNCIA</b></p> <p>A Grió seleciona os melhores influenciadores digitais para cada estilo de marca e faz todo o acompanhamento da parceria.</p>  |
| <p style="text-align: center;"><b>PLANEJAMENTO DE CONTEÚDO</b></p> <p>Criação do roteiro de postagens para a empresa.</p>    | <p style="text-align: center;"><b>PRODUÇÃO DE CONTEÚDO</b></p>  <p style="text-align: center; font-size: 0.8em;">Direção e produção da parte visual dos conteúdos</p>                              |

**SERVIÇOS SECUNDÁRIOS**



Fonte: acervo da autora (2023). Projeto Autoral de Millena Palma Nogueira.

Figura 29: Exemplo 5 - Projeto Autoral: Desenvolvimento, idealizações e resultados



Fonte: acervo da autora (2023). Projeto Autoral de Millena Palma Nogueira.

Buscou-se demonstrar alguns desdobramentos e resultados de forma objetiva, pois não é possível descrever toda a pesquisa, evolução e significado que cada projeto possui, ressaltando completamente as características incorporadas. Os trabalhos apresentados neste capítulo aproveitaram amplamente o requisito autoral em serviços e produtos, inserindo conhecimento, habilidades, experiências, interesses e preferências pessoais tanto no processo quanto em sua conclusão.

Ao expor parte do que foi alcançado ao longo da disciplina, reforça-se a importância de explorar o conceito autoral e incentivar futuros profissionais a investirem em temáticas compatíveis com suas capacidades e personalidade. Dessa forma, atinge-se o objetivo deste trabalho, que consiste em direcionar a pesquisa para a elaboração de sugestões pedagógicas voltadas para uma moda autoral.

## PROPOSTA

### 11. RECOMENDAÇÕES PEDAGÓGICAS PARA A PRÁTICA DE MODA AUTORAL

A fim de formular orientações que auxiliem no desenvolvimento de moda autoral, parte-se da influência da pesquisa teórica, na qual se investigaram os aspectos relacionados a produtos de design de moda autoral, com princípios e conceitos estabelecidos como facetas que contribuem para a autenticidade desses produtos. Dessa forma, foi elaborado o Quadro 11, que demonstra como as especificidades de cada faceta se aplicam ao contexto autoral, quando trabalhadas no desenvolvimento de produtos de design de moda.

**Quadro 11: Maneiras que as vertentes autorais exploradas na pesquisa teórica possibilitam a construção de um projeto de design de moda autoral**

| Aplicação das vertentes pesquisadas para o desenvolvimento de Moda Autoral |   |
|--|---|
| Design Vernacular  | Características culturais de determinado local, autênticas do indivíduo, inseridas em produtos de moda  |
| Artesanato   | Habilidades manuais próprias do sujeito compondo o objeto de moda   |
| Sustentabilidade   | Conceitos e ações peculiares que contribuem com impactos ambientais nos quais o designer pratica e se identifica aplicados ao processo ou no artefato de moda |
| DIY / Movimento <i>Maker</i>   | A ideologia do designer construir a peça ou parte dela por sua capacidade e experiência individual  |
| <i>Slow Fashion</i>  | Produtos de construção lenta, com qualidade e baixa possibilidade de descarte rápido possuem valores agregados que correspondem a moda autoral.               |

**Fonte:** elaborado por Tamissa J. B. Berton.

A partir do fundamento sobre as vertentes que possibilitam inserir individualidades no produto de moda, fortalecendo tanto a identidade profissional do designer quanto a caracterização do autoral nos objetos, considera-se esses conceitos como elementos essenciais para desencadear o processo de desenvolvimento dos projetos discentes.

A investigação realizada para encontrar meios pedagógicos que favoreçam o desenvolvimento de moda autoral demonstrou algumas direções que corroboram com o objetivo deste trabalho. O Quadro 12 apresenta sugestões a serem consideradas

quando o intuito é estimular o desenvolvimento de projetos únicos, com identidade específica e essências pessoais.

**Quadro 12: Recomendações pedagógicas para auxílio no desenvolvimento de moda autoral**

| Moda Autoral – recomendações pedagógicas |  |
|--|--|
| Autoconhecimento                         | Auxiliar na exploração das capacidades e preferências individuais;                                 |
|  | Assessorar na manifestação das habilidades específicas;  |
|  | Impulsionar o conhecimento a respeito de peculiaridades culturais;                                 |
| Ação                                     | Estimular o compartilhamento de informações;   |
|  | Estruturar métodos de criatividade com fins introspectivos e individualizados;                     |
|  | Despontar aptidões adquiridas por meio de vivência;  |
| Concretização                            | Aplicar o autoconhecimento, as inspirações e a motivação em ideias para projetos autorais de moda; |
|  | Definir e direcionar as idealizações;  |
|  | Desenvolver um projeto de moda autoral;  |

**Fonte:** elaborado por Tamissa J. B. Berton.

As recomendações são direcionadas a um anteprojeto, momento em que as ideias estão se formando e encaminhando para uma proposta. Para tanto, compôs-se três etapas até o período de planejamento e elaboração, de modo que o percurso para encontrar o rumo a se seguir em um projeto autoral demanda ações que estimulem a pretensão de uma atividade própria.

Desse modo, institui-se previamente a fase de autoconhecimento, em que se busca identificar predileções, demonstrando gostos pessoais, assim como descobrir habilidades artísticas e manuais, entre as mais diversas que possam se manifestar. O quesito cultural também constitui a fase de se conhecer e reconhecer, expressando características estéticas e simbólicas.

Após caracterizar referências a respeito da individualidade, sugere-se movimentações que exteriorizem e efetivem tais especificidades pessoais do autor, por meio da troca de conhecimentos entre pares, da realização de métodos de criatividade que possibilitem novas descobertas, entre outras ações que possam revelar e substancializar competências. Cabe ressaltar que, no estágio de ação, os autores possam utilizar procedimentos aos quais se familiarizem e possuam afinidades, e cabe ao docente conduzir e não induzir.

Concretização consiste na ocasião de definir as habilidades, particularidades e preferências que se pretende agregar em seu projeto pessoal, direcionando assim a um serviço, processo ou produto com conceito autoral.

A fim de reforçar o objetivo deste trabalho e auxiliar a aplicação das sugestões apresentadas no âmbito educacional, elaborou-se outra categoria que se incorpora aos direcionamentos divulgados, abordando métodos de ensino-aprendizagem e metodologias ativas compatíveis com cada uma das etapas propostas (Quadro 13).

**Quadro 13: Sugestões de abordagens de ensino-aprendizagem no desenvolvimento de moda autoral**

| Abordagens de ensino-aprendizagem para aplicação de moda autoral |   |   |
|--|---|---|
|  | Estratégias de Ensino                                       | Metodologias ativas   |
| Autoconhecimento   | Estudo do meio;<br>Mapa conceitual;                         | Sala de aula invertida;<br>Ensino Híbrido                               |
| Ação   | Fórum;<br>Tempestade Cerebral;                              | Aprendizagem colaborativa;  |
| Concretização  | Ensino com pesquisa;<br>Solução de problemas;<br>Portfólio. | Aprendizagem baseada em problemas;<br>Aprendizagem baseada em projetos; |

Fonte: elaborado por Tamissa J. B. Berton.

Propõe-se métodos de ensino-aprendizagem e de metodologias ativas analisados ao longo da pesquisa teórica deste trabalho e considerados mais adequados para cada etapa de anteprojeto/projeto de moda autoral, de modo que o professor que pretende direcionar um projeto com essa característica disponha de suporte para fundamentar e dar sequência ao ensino. Cada método foi estabelecido considerando as aplicabilidades e funcionalidade de cada recurso, ponderando a finalidade da etapa em questão.

Em alguns casos, uma técnica pode ser mais eficaz em uma fase diferente da sugerida, dependendo do perfil do docente que aplicará os direcionamentos. Além disso, é importante refletir que certos métodos considerados convencionais também integram as metodologias ativas de ensino, exigindo do educador a habilidade de utilizá-los com eficácia e destreza.

Apesar das recomendações intencionadas pelo projeto, é fundamental conduzir o discente sem interferir diretamente no processo criativo, apenas sinalizando e

oferecendo possibilidades, valorizando o conhecimento e a experiência de cada futuro profissional de design de moda.

## 12. VALIDAÇÃO DA PROPOSTA

### 12.1 DELIMITAÇÃO DO CAMPO DE PESQUISA

A fim de legitimar as recomendações pedagógicas para um projeto de moda autoral no curso de Tecnologia em Design de Moda da UTFPR - Campus Apucarana, a proposta foi submetida à avaliação de seis professores do curso. Esses docentes, que possuem formação na área de moda, fazem parte do grupo que ministra aulas voltadas ao design.

### 12.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para esta etapa da pesquisa, elaborou-se um questionário com informações equivalentes às sugestões que embasam a proposta gerada para estimular projetos de design de moda autoral provenientes deste estudo. Baseado nas recomendações pedagógicas e nas etapas de autoconhecimento, ação e concretização, estruturou-se um formulário com 9 questões utilizando a escala Likert de 10 pontos, variando de 0 (nada importante) a 10 (muito importante).

As abordagens de ensino-aprendizagem para a aplicação de moda autoral geraram 3 questões objetivas, com múltipla escolha, envolvendo também as etapas de autoconhecimento, ação e concretização de projeto. Neste momento, as alternativas das questões são baseadas nos métodos utilizados na aplicação pedagógica com fins autorais.

O questionário foi elaborado com a finalidade de verificar a relevância de cada tópico proposto para a concretização de projetos autorais no CST de Design de Moda

da UTFPR, buscando entender como os docentes consideram as recomendações e de que maneira aplicariam os métodos sugeridos. Optou-se por adotar uma pesquisa de natureza quanti-qualitativa com um objetivo exploratório.

No início de julho de 2024, a pesquisadora apresentou aos docentes o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e o formulário elaborado (Apêndice 3), contendo informações sobre o estudo, as sugestões pedagógicas e as abordagens de ensino-aprendizagem recomendadas. Não houve abertura para esclarecimentos, pois o objetivo era obter respostas sem influenciar as opiniões dos docentes sobre suas práticas pedagógicas, permitindo que cada um expressasse sua visão de acordo com seu próprio conhecimento e metodologia.

## 12. 3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

### **12.3.1 Resultado da validação de docentes**

O primeiro estágio da avaliação focou na etapa relacionada ao autoconhecimento do discente, considerando as recomendações pedagógicas propostas neste estudo. A questão 1 (Q-1) tratou de como auxiliar o aluno na exploração de suas capacidades e preferências individuais. A questão 2 (Q-2) abordou o apoio à manifestação das habilidades particulares, enquanto a questão 3 (Q-3) se referiu ao estímulo ao conhecimento das peculiaridades culturais do aluno.

A Tabela 1 apresenta o grau de importância atribuído por cada docente (D-1 a D-6), variando de 0 (nada importante) a 10 (muito importante), em relação às práticas sugeridas com o objetivo de promover o autoconhecimento dos discentes.

**Tabela 1: Avaliação das recomendações pedagógicas para moda autoral referente a etapa de autoconhecimento**

| Valores atribuídos a cada questão –<br>Etapa de Autoconhecimento |             |             |            |
|--|-------------|-------------|------------|
|  | Q-1         | Q-2         | Q-3        |
| D1   | 9           | 9           | 9          |
| D2   | 10          | 10          | 10         |
| D3   | 10          | 9           | 8          |
| D4   | 10          | 10          | 10         |
| D5   | 10          | 10          | 10         |
| D6   | 10          | 10          | 10         |
| <b>MÉDIA</b>   | <b>9,83</b> | <b>9,66</b> | <b>9,5</b> |

Fonte: elaborado por Tamissa J. B. Berton.

Observa-se que as sugestões foram consideradas muito importantes, especialmente no que se refere ao auxílio nas capacidades e preferências individuais dos discentes, que obteve a maior média em comparação com as demais questões, apesar de todas alcançarem um grau elevado de importância.

Na fase de ação, que visa o início do projeto, recomendou-se estimular o compartilhamento de informações (Q-4), estruturar métodos de criatividade introspectivos e individualizados (Q-5), e explorar as aptidões adquiridas pelas vivências dos alunos (Q-6).

A Tabela 2 mostra que as ações indicadas também possuem grande relevância, embora a média seja um pouco inferior à fase de autoconhecimento. Mesmo assim, todas as questões apresentaram valor final superior ao nível de importância, sendo classificadas como muito importantes.

**Tabela 2: Avaliação das recomendações pedagógicas para moda autoral referente a etapa de ação**

| Valores atribuídos a cada questão –<br>Etapa de Ação |             |             |             |
|--|-------------|-------------|-------------|
|  | Q-4         | Q-5         | Q-6         |
| D1   | 9           | 9           | 9           |
| D2   | 10          | 10          | 10          |
| D3   | 9,5         | 8           | 7,5         |
| D4   | 5           | 7,5         | 10          |
| D5   | 10          | 7,5         | 10          |
| D6   | 8           | 10          | 10          |
| <b>MÉDIA</b>   | <b>8,58</b> | <b>8,66</b> | <b>9,41</b> |

Fonte: elaborado por Tamissa J. B. Berton.

No período de concretização do projeto autoral, a questão 7 (Q-7) propôs a aplicação do autoconhecimento, das inspirações e da motivação na formulação de ideias para projetos autorais de moda. A questão 8 (Q-8) abordou as definições e direcionamentos das idealizações do planejamento, enquanto a questão 9 (Q-9) tratou do desenvolvimento prático.

Os docentes atribuíram um grau de importância elevado a todas as etapas da concretização do projeto autoral, classificando-as como muito importantes. Essa fase obteve o maior nível de consentimento, conforme demonstrado na Tabela 3.

**Tabela 3: Avaliação das recomendações pedagógicas para moda autoral referente a etapa de concretização**

| Valores atribuídos a cada questão –<br>Etapa de Concretização |           |             |           |
|---|-----------|-------------|-----------|
|   | Q-7       | Q-8         | Q-9       |
| D1  | 10        | 10          | 10        |
| D2  | 10        | 10          | 10        |
| D3  | 10        | 9,5         | 10        |
| D4  | 10        | 10          | 10        |
| D5  | 10        | 10          | 10        |
| D6  | 10        | 10          | 10        |
| <b>MÉDIA</b>  | <b>10</b> | <b>9,91</b> | <b>10</b> |

Fonte: elaborado por Tamissa J. B. Berton.

Desse modo, as recomendações pedagógicas para o processo de desenvolvimento de produto de moda autoral foram consideradas adequadas, com base nas médias obtidas na escala, sendo classificadas como muito importantes. Isso reforça a pertinência de aplicar tais sugestões ao público-alvo, integrando a personalidade e a autoria do designer ao projeto.

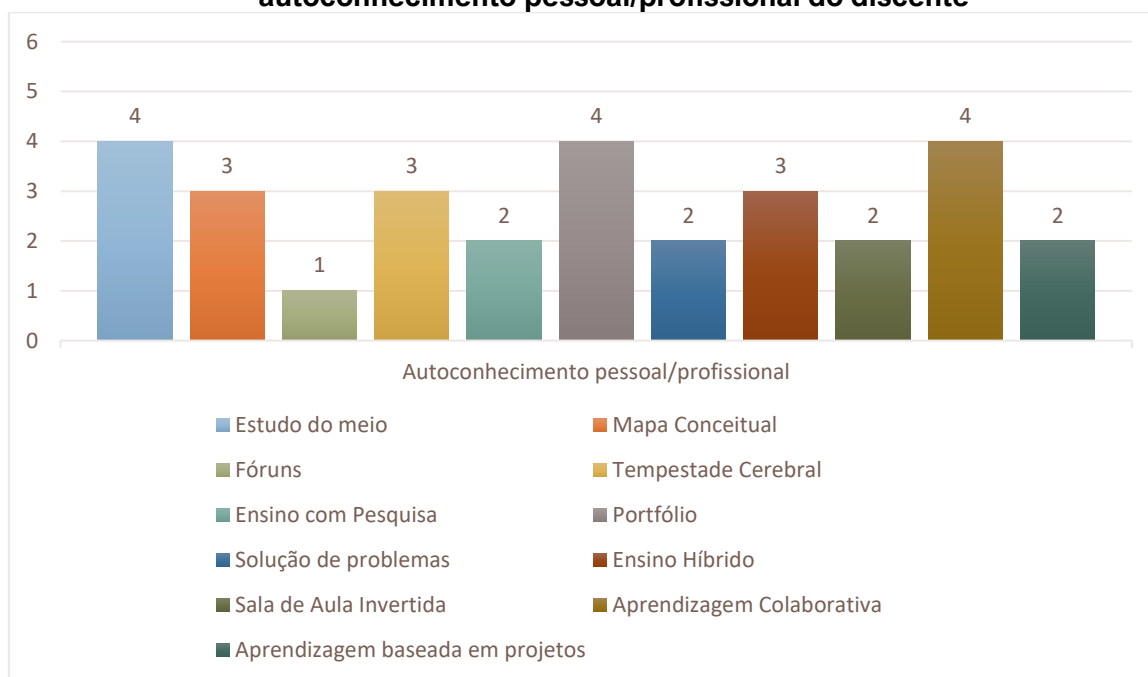
As perguntas subsequentes incluíram opções objetivas com diferentes métodos de ensino-aprendizagem, como estudo de meio, mapa conceitual, fóruns, tempestade cerebral, ensino com pesquisa, portfólio, solução de problemas, sala de aula invertida, ensino híbrido, aprendizagem colaborativa e aprendizagem baseada em projetos. Também foi oferecida uma alternativa aberta para outros procedimentos de ensino.

O Gráfico 14 expõe as estratégias de ensino e as metodologias ativas que os docentes consideraram adequadas para a fase de autoconhecimento no desenvolvimento de projetos autorais. Entre os métodos mais mencionados estão o

estudo do meio, portfólio e aprendizagem colaborativa, seguidos pelo mapa conceitual, tempestade cerebral e ensino híbrido.

De acordo com as abordagens mais sugeridas neste trabalho, como o estudo de meio, mapa conceitual, sala de aula invertida e ensino híbrido, estão em alinhamento com os procedimentos mais utilizados, embora a sala de aula invertida não tenha sido uma das opções mais escolhidas.

**Gráfico 14: Métodos de ensino-aprendizagem abordados para o desenvolvimento do autoconhecimento pessoal/profissional do discente**



**Fonte:** elaborado por Tamissa J. B. Berton.

Quanto aos mecanismos pedagógicos aplicáveis para estimular as ideias de projeto, como apresentado no Gráfico 15, os métodos mais apontados pelos docentes foram a solução de problemas e tempestade cerebral, seguidos por ensino com pesquisa, mapa conceitual, fóruns e aprendizagem colaborativa, nessa ordem.

Dentre as opções sugeridas nas recomendações, estão fórum, tempestade cerebral e aprendizagem colaborativa, considerando assim inserir o método de solução de problemas a fim de complementar o quadro da etapa de ações.

**Gráfico 15: Métodos de ensino-aprendizagem abordados para o estímulo das perspectivas de projeto**

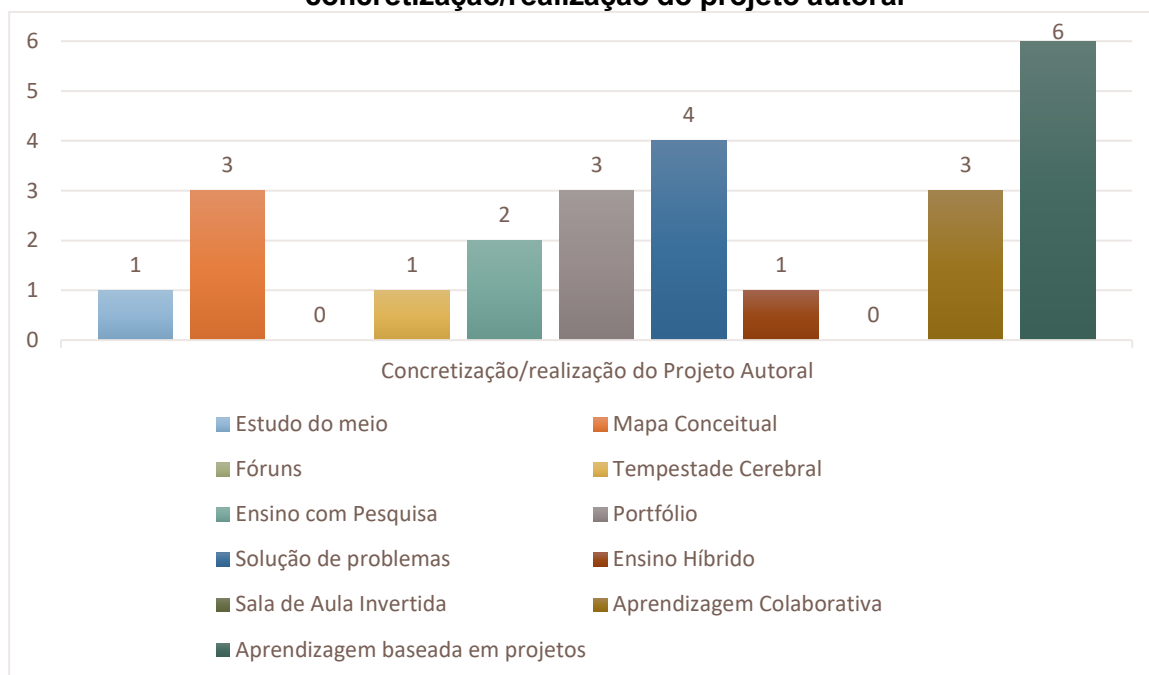


**Fonte:** elaborado por Tamissa J. B. Berton

O Gráfico 16 demonstra os prováveis métodos de ensino-aprendizagem que os docentes utilizariam durante a realização e concretização do projeto autoral do discente. A aprendizagem baseada em projetos foi a mais mencionada, seguida por solução de problemas, mapa conceitual, portfólio, aprendizagem colaborativa e ensino com pesquisa. Esses procedimentos pedagógicos são compatíveis com os sugeridos no quadro de recomendações de abordagens de ensino.

Observa-se que as questões objetivas não limitavam a quantidade de métodos que poderiam ser indicados pelos docentes na entrevista, o que resultou em alguns momentos em múltiplas indicações, sem uma classificação de prioridade.

**Gráfico 16: Métodos de ensino-aprendizagem abordados para a concretização/realização do projeto autoral**



**Fonte:** elaborado por Tamissa J. B. Berton.

Cabe ressaltar que nenhuma outra metodologia de ensino foi mencionada pelos docentes nos formulários de entrevista, o que reforça que a pesquisa se resumiu aos métodos considerados apropriados por este trabalho para o desenvolvimento de moda autoral.

### 12.3.2 Discussão dos resultados

A primeira parte da entrevista com os docentes foi categorizada para verificar o quanto as recomendações pedagógicas apresentadas, direcionadas à elaboração de um projeto com autoria e características pessoais, eram consideradas significativas. Com base nas médias obtidas, a maioria dos tópicos foi avaliada como tendo um grau superior a "importante", legitimando, portanto, as sugestões pelo grupo de professores.

No que se refere às abordagens de ensino-aprendizagem sugeridas para as etapas de autoconhecimento, ação e concretização, as estratégias estiveram majoritariamente alinhadas com as práticas prováveis dos docentes. Porém, em

determinados momentos, métodos como solução de problemas foram apontados com relevância tanto na fase de ação quanto na de concretização.

Outro ponto relevante foi a abordagem do portfólio no período de autoconhecimento, que não havia sido mencionada no primeiro quadro proposto, mas foi considerada compatível com esse estágio. Da mesma forma, o momento de concretização foi marcado pela significativa utilização da aprendizagem colaborativa. Esses resultados indicam que essas técnicas contribuem e fortalecem o processo, permitindo complementar o quadro proposto (Quadro 14).

**Quadro 14: Complementação das sugestões de abordagens de ensino-aprendizagem no desenvolvimento de moda autoral**

| Abordagens de ensino-aprendizagem para aplicação de moda autoral |   |   |
|--|---|---|
|  | Estratégias de Ensino   | Metodologias ativas   |
| Autoconhecimento   | Estudo do meio;<br>Mapa conceitual;<br>Portfólio;                               | Sala de aula invertida;<br>Ensino Híbrido;  |
| Ação   | Ensino com pesquisa;<br>Fórum;<br>Tempestade Cerebral;<br>Solução de Problemas; | Aprendizagem colaborativa;  |
| Concretização  | Ensino com pesquisa;<br>Solução de problemas;<br>Portfólio.                     | Aprendizagem colaborativa;<br>Aprendizagem baseada em problemas;<br>Aprendizagem baseada em projetos; |

Fonte: elaborado por Tamissa J. B. Berton.

Considera-se que, nas questões objetivas, os docentes indicaram todos os métodos que poderiam ser aplicados ao desenvolvimento de uma atividade relacionada ao produto de moda autoral, sem dar preferência clara ao mais adequado. No entanto, é relevante avaliar essas perspectivas de ensino com o intuito de aperfeiçoar as propostas pedagógicas e torná-las ainda mais eficazes para o processo de criação e autoria no design de moda.

## CONCLUSÃO

A moda autoral é um conceito relativamente recente no contexto educacional. Por mais que designers de moda frequentemente trabalhem com elementos autorais em suas marcas e produtos, o ensino de moda tradicionalmente priorizava o foco no mercado e no consumidor, desconsiderando muitas vezes as habilidades e competências individuais do designer. Contudo, a crescente demanda por renovação e a urgência de abordar os impactos ambientais causados pela indústria da moda têm colocado em evidência a importância de valorizar produtos com identidade, qualidade e durabilidade, reforçando a relevância da moda autoral.

Verificou-se uma escassez de embasamento teórico aprofundado sobre o conceito de autoria no design e na moda. Embora não seja um conceito inteiramente novo, ele ainda é subexplorado, o que dificulta uma investigação acadêmica robusta, especialmente em nível de doutorado. Portanto, é crucial expandir a pesquisa nesse campo para fortalecer e desenvolver o conteúdo relacionado ao autoral, reconhecendo sua importância cultural e social.

As facetas da moda autoral apresentadas neste trabalho demonstram o quanto essas particularidades estão sendo buscadas e reconhecidas pelo consumidor. Além de estarem ligadas ao desenvolvimento sustentável, o qual a indústria da moda ainda tem dificuldade de se inserir. Observou-se também o quanto a identidade do designer é relevante para o prestígio de seu trabalho.

Em relação aos métodos pedagógicos, entende-se que são esferas que se adaptam e evoluem com as novas tecnologias, as capacidades e os conhecimentos de professores e alunos. Assim, cada um utiliza de acordo com suas aptidões e necessidades, sendo responsável por transmitir as informações e direcionar de maneira qualificada para que os objetivos pretendidos sejam atingidos.

A pesquisa de campo deste trabalho revelou que alguns métodos de criatividade podem não ser eficazes para certos alunos, talvez devido à falta de repertório que os ajude a se libertar de preconceitos e explorar trajetórias diferenciadas, levando a resultados originais, especialmente no contexto de um projeto autoral. Ela também possibilitou compreender o caminho que antecede um projeto de moda autoral, considerando as expectativas, oportunidades e adversidades que surgem ao trabalhar com a individualidade de cada aluno.

Por vezes, os resultados das etapas da pesquisa de campo, como as entrevistas, o grupo focal e os experimentos, apresentaram retornos semelhantes, que se reproduziam, mas também reforçavam essas informações. Alguns pontos foram redundantes, o que, acredita-se, contribuiu para a experiência científica da pesquisadora.

Os resultados dos projetos foram, em sua totalidade, satisfatórios, cada um com sua singularidade. Os projetos demonstrados neste trabalho foram aqueles que obtiveram maior destaque quanto ao aspecto autoral, identificados pela pesquisadora como personalizados por meio da criatividade, de serviços prestados na área de design de moda ou com características profissionais e artesanais.

Além dos discentes abordados e dos projetos realizados em 2023, a pesquisa acompanhou informalmente alunos que concluíram seus projetos autorais em 2022 e no primeiro semestre de 2024, desde o anteprojeto até a sua finalização. Dessa forma, a quantidade de projetos autorais analisados para desenvolver as sugestões pedagógicas de moda autoral foi maior do que o número relatado nesta pesquisa científica.

Acredita-se que existem alternativas para progredir no campo do design de moda autoral e no ensino, considerando que atualmente temos um panorama específico de tecnologia, metodologia de ensino e um perfil de discentes que se transformam continuamente, assim como o mercado consumidor. Observa-se, portanto, uma mudança constante e inevitável.

Diante das adversidades relacionadas ao repertório dos estudantes do ensino superior e da facilidade de acesso à informação através de diversos meios, outro ponto a ser considerado são orientações e estímulos educacionais que incentivem os alunos a buscarem conhecimento de forma ampla, promovendo o desenvolvimento cultural.

Sugere-se que o conceito de moda autoral continue sendo investigado e aperfeiçoado, explorando áreas do design e da moda que vão além do ensino. Este trabalho apresentou diversos aspectos que podem ser aprofundados e interligados, possibilitando ao pesquisador escolher a temática que mais se identifica e aprecia.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fernando. **Os desafios da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

ANASTASIOU, L. G. C.; ALVES, L. P. Estratégias de ensinagem. In: ANASTASIOU, L. G. C.; ALVES, L. P. (Org.). **Processos de ensinagem na universidade: pressupostos para as estratégias de trabalho em aula**. 3. ed. Joinville: Univille, 2004. p. 67-100.

ANDRADE, M. M. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

ANTUNES, Maria Helena. **Educação ambiental e metodologias ativas: caminhos e perspectivas**. 2020. Tese (Doutorado) - Universidade de São Paulo.

BACKES, Dirce Stein *et al.* Grupo focal como técnica de coleta e análise de dados em pesquisas qualitativas. **O mundo da saúde**, v. 35, n. 4, p. 438-442, 2011.

BARBOSA, E. F.; MOURA, D. G. Metodologias ativas de aprendizagem na Educação Profissional e Tecnológica. **Boletim Técnico do Senac**, Rio de Janeiro, v. 39, n.2, p.48-67, maio/ago. 2013. Disponível em: <https://senacbts.emnuvens.com.br/bts/article/view/349>. Acesso em: 02 abr. 2024.

BARKLEY, Elizabeth F.; MAJOR, Claire H. **Técnicas para avaliação da aprendizagem: um manual para os professores universitários**. Trad. Juliana Vermelho Martins. Curitiba: PUCPRESS, 2020.

BORGES, Adélia. **Design + Artesanato: o caminho brasileiro**. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2019.

BOUFLEUR, Rodrigo Naumann. **A questão da gambiarra: formas alternativas de desenvolver artefatos e suas relações com o design de produtos**. 2006. 153 p. Dissertação (Mestrado em Design) – FAU-USP, São Paulo, 2006.

CACCERE, João P. A.; FABRIS, Yasmin. **Design Vernacular: experiências urbanas e modos de interação entre pessoas e artefatos**. 2013. 101 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Bacharelado em Design. Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2013.

CARVALHAL, A. **Moda com propósito: manifesto pela grande virada**. 2ª ed. ver. e atual. São Paulo: Paralela, 2022.

CHAVES, M. Flávia Aranha: impacto positivo, sustentável e de sucesso. **Revista Elle online**, 2021. Disponível em: <https://elle.com.br/moda/flavia-aranha-impacto-positivo-sustentavel-e-de-sucesso>. Acesso em: 25 mai 2024.

CHRISTO; D. C.; SABRÁ, F. G. C. As escolhas estéticos-formais do designer de moda e sua relação com a estrutura social. *In*: 10° Colóquio de Moda, 2014, Caxias do Sul. **Anais**: Caxias do Sul, 2014. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202014/ARTIGOS-DE-GT/GT05-DESIGN-DE-MODA-teoria-e-critica/GT-5-AS-ESCOLHAS-ESTETICO-FORMAIS-DO-DESIGNER-DE-MODA.pdf>. Acesso em: 09/2018.

CHRISTENSEN, Clayton M.; HORN, Michael B.; STAKER, Heather. Ensino híbrido: uma inovação disruptiva. **Uma introdução à teoria dos híbridos**, v. 21, 2013.

DIAS, Cláudia Augusto. Grupo focal: técnica de coleta de dados em pesquisas qualitativas. **Informação & Sociedade**, v. 10, n. 2, 2000.

DONES, Vera L. As apropriações do vernacular pela comunicação gráfica. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 2, n. 1, 2005. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/1067/1503>. Acesso em: jan. 2021.

FELIPPE, A. M. *et al.* Fashion lab como fator de inovação no design autoral de moda. **ModaPalavra**, Florianópolis, v. 13, n. 30, p. 9–39, out./dez. 2020. Disponível em: <https://200.19.105.203/index.php/modapalavra/article/view/18768>. Acesso em: dez. 2020.

FERRONATO, Priscilla B.; FRANZATO, Carlo. Open Design e Slow Fashion para a Sustentabilidade do Sistema Moda. **ModaPalavra E-periódico**, Ano 9, Edição Especial, p. 103-115, out. 2015.

FINIZOLA, Maria de Fátima Waechter. **Panorama tipográfico dos letreiramentos populares**: um estudo de caso na cidade do Recife. 2010. 145 p. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2010.

FRINGS, G. S. **Moda**: do conceito ao consumidor. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012. 472 p.

FONSECA, Annelise Nani da. **Ensino da moda**: um ensaio sobre processo criativo. *ModaPalavra E-Periódico*, Florianópolis, ano 6, n.11, pp. 6–17, jan./jun. 2013.

FORNASIER, C. B. R. *et al.* O ensino da disciplina de desenvolvimento de projetos como sistema de gestão de conhecimento. *In*: PIRES, Dorotéia Baduy (org). **Design de Moda**: olhares diversos. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008. p.127-152.

FUKUSHIMA, Naotake. **Dimensão Social do Design Sustentável**: contribuições do Design Vernacular da população de baixa renda. 2009. 159 p. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2009.

GAVASSA, R. C. F. B. *et al.* Cultura Maker, Aprendizagem Investigativa por Desafios e Resolução de Problemas na SME - SP (Brasil). **FLBrazil**, v. 01, n. 01, 2016.

GARCIA, Carol; MIRANDA, Ana Paula. **Moda é comunicação**: experiências, memórias, vínculos. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2007.

GONÇALVES, A. S. Q. **Criação autoral na perspectiva do design estratégico**: uma análise de projetos acadêmicos de moda. 170 p. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Vale do Rio do Sinos – UNISINOS, Porto Alegre, 2014.

JUSTUM, S. Upcycling raiz: conheça a Comas, marca que reaproveita peças descartadas para criar novas roupas. **Vogue Brasil online**. 24 mar. 2021. Disponível em: <https://vogue.globo.com/premio-muda/noticia/2021/02/upcycling-raiz-conheca-comas-marca-que-reaproveita-pecas-descartadas-para-criar-novas-roupas.html>. Acesso em: 25 mai. 2024.

LOVATO, F. L. *et al.* Metodologias ativas de aprendizagem: uma breve revisão. **Acta Scientiae**, v.20, n.2, mar./abr. 2018. Disponível em: <http://www.periodicos.ulbra.br/index.php/acta/article/view/3690>. Acesso em: abr. 2024.

MARÓSTICA, Luciana. **Cultura Maker, através das metodologias ativas e outros ambientes de aprendizagem, para o compartilhamento de saberes na educação do século XXI**. 2023. Trabalho de Conclusão de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design - FAAC, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP.

MASETTO, Marcos T. Docência universitária: repensando a aula. **Ensinar e aprender no ensino superior**: por uma epistemologia da curiosidade na formação universitária, v. 2, p. 79-108, 2003.

MORAES, Dijon De. Moda, design e complexidade. *In*: PIRES, Dorotéia Baduy (org.). **Design de Moda**: olhares diversos. Barueri: Estação das Letras e Cores Editora, 2008. p. 155-162.

MORÁN, J. Mudando a educação com metodologias ativas. *In*: SOUZA, Carlos Alberto de; MORALES, Ofelia Elisa Torres (orgs.). Coleção Mídias Contemporâneas. **Convergências Midiáticas, Educação e Cidadania**: aproximações jovens. Vol. II. PROEX/UEPG, 2015. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/60519221/mudando-a-educacao-com-metodologias-ativas>. Acesso em: abr 2024.

OLIVEIRA, Gabriela Andrade de. **O discurso da moda sustentável**: uma prática discursiva ativista? Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos) - Programa de Pós-graduação em Estudos Linguísticos, do Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP, 2022.

PAZMINO, Ana Veronica. **Como se cria**: 40 métodos para design de produtos. São Paulo: Blucher, 2015.

PIRES, Gisely Andressa. **Ensino Híbrido na Era Digital**: a sala de aula invertida no processo de ensino-aprendizagem de modelagem do vestuário. Tese (Doutorado em Design) - Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - UNESP, 2022.

POZZO, B. Fashion between inspiration and appropriation. **Laws**, v. 9, n. 1, p. 5, 2020. Disponível em: <https://doaj.org/article/63a25cb27f0b4217b49c2575554cb377>. Acesso em: mar 2024.

QUELUZ, Marilda L. P. Questões pontuais sobre Design e Identidade. *In*: QUELUZ, Marilda L. P. **Design & Identidade**. Curitiba: Editora Peregrina, 2008. p. 13-34.

RESSEL, Lúcia Beatriz et al. O uso do grupo focal em pesquisa qualitativa. **Texto & Contexto-Enfermagem**, v. 17, p. 779-786, 2008.

SALCEDO, E. **Moda ética para um futuro sustentável**. Trad. Denis Fracalossi. Barcelona: Editora Gustavo Gili, 2014.

SANCHES, Maria Celeste de F. **Moda e projeto**: estratégias metodológicas em design. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. P. B. **Metodologia de pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SIMONETTI, J. Mestre Espedito Seleiro: do Cariri às passarelas da moda. **Jornal Cruzeiro do Sul**, 2013. Disponível em: <https://www2.jornalcruzeiro.com.br/materia/464688/mestre-espedito-seleiro-do-cariri-as-passelelas-da-moda>. Acesso em: mar 2024.

SILVA, P. G. F. **Design Estratégico e Design Autoral**: uma assinatura plural. Dissertação (Mestrado em Design Estratégico) – Programa de Pós-graduação em Design Estratégico da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS, 2016.

STRADA, N. Relatos de uma designer de moda. *In*: PIRES, Dorotéia Baduy (org). **Design de Moda**: olhares diversos. Estação das Letras e Cores: São Paulo, 2010.

SEIVEWRIGHT, Simon. **Fundamentos de design de moda**: pesquisa e design. Trad. Edson Furmankiewicz. Porto Alegre: Bookman, 2009.

SORGER, R.; UDALÉ, J. **Fundamentos de Design de Moda**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

SOUZA, M. V. de. (Org.). **Educação fora da caixa**: tendências para a educação no século XXI. 1. ed. Florianópolis: Bookess, 2015.

WGSN (ed.). **Futuras Inovações 2021**: macroprevisões. 29 nov 2018. Disponível em: <https://www.wgsn.com/pt/>. Acesso em: abr 2020.

WANDERLEY, Renata Garcia. **Gestão do conhecimento aplicada a comunidades produtivas artesanais**. Tese (Doutorado em Design) - Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - UNESP, 2015.

ZYLBERSZTAJN, M. Muito além do Maker: esforços contemporâneos de produção de novos e efetivos espaços educativos. *In*: TEIXEIRA, Clarissa S.; EHLERS, Ana C. S. T.; SOUZA, Márcio V. de (Orgs.). **Educação fora da caixa**: tendências para a educação no século XXI. 1. ed. Florianópolis: Bookess, 2015. p. 189-208.

# APÊNDICES

## APÊNDICE 1



### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Gostaríamos de convidar você a participar como voluntário (a) da pesquisa **"Moda Autoral: uma estratégia de ensino no processo de desenvolvimento de produto"**. O motivo que nos leva a realizar esta pesquisa é amparar docentes da área de criatividade e concepção de peças do vestuário com o propósito de auxiliar o autoconhecimento do discente no seu processo criativo e consequentemente resultar em produtos autorais com inovações na área da Moda. Nesta pesquisa pretendemos potencializar o desenvolvimento de Moda Autoral por meio de técnicas de ensino.

Caso você concorde em participar, você poderá participar de entrevistas com conteúdos referentes ao desenvolvimento de produto, pesquisa e criação; e/ou atividades práticas com o propósito de auxiliar as capacidades individuais de criação. Esta pesquisa tem alguns riscos, como ocorrer desapontamentos com as atividades propostas, não ser capaz de realizar a atividade por motivos individuais, não conseguir demonstrar todo conhecimento e aplicar autoria esperada durante o experimento. Mas, para diminuir a chance desses riscos acontecerem, os pesquisadores estarão preparados para auxiliar durante as atividades e direcionar para que sejam realizadas da melhor maneira possível. A pesquisa pode ajudar a potencializar o desenvolvimento de produtos de moda autorais no mercado, auxiliando profissionais de moda a encontrarem a sua personalidade profissional, facilitando o processo criativo e incentivando a exposição do autor.

Para participar deste estudo você não vai ter nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Apesar disso, se você tiver algum dano por causadas atividades que fizermos com você nesta pesquisa, você tem direito a indenização. Você terá todas as informações que quiser sobre esta pesquisa e estará livre para participar ou recusar-se a participar. Mesmo que você queira participar agora, você pode voltar atrás ou parar de participar a qualquer momento. A sua participação é voluntária e o fato de não querer participar não vai trazer qualquer penalidade ou mudança na forma em que você é atendido (a). O pesquisador não vai divulgar seu nome. Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. Seu nome ou o material que indique sua participação não será liberado sem a sua permissão. Você não será identificado (a) em nenhuma publicação que possa resultar.

Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias originais, sendo que uma será arquivada pelo pesquisador responsável e a outra será fornecida a você. Os dados coletados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 5 (cinco) anos. Decorrido este tempo, o pesquisador avaliará os documentos para a sua destinação final, de acordo com a legislação vigente. Os pesquisadores tratarão a sua identidade com padrões profissionais de sigilo, atendendo a legislação brasileira (Resolução Nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde), utilizando as informações somente para os fins acadêmicos e científicos.

Eu, \_\_\_\_\_  
RG \_\_\_\_\_-SSP/\_\_\_\_\_, declaro que concordo em participar da pesquisa e que me foi dada à oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

Bauri, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20 \_\_\_\_.

Assinatura do participante

Tamissa Juliana Barreto Berton  
RG 8.390.971-4

**Pesquisadora Responsável:** Tamissa Juliana Barreto Berton  
**Instituição:** Unesp - Pós-Graduação em Design  
**Contato:** (43) 99911.7067 - tamissa.bereton@unesp.br

**Orientadora:** Profª. Drª. Paula da Cruz Landim  
**Instituição:** Unesp - Pós-Graduação em Design  
**Contato:** (14) 3103.6057  
paula.cruz-landim@unesp.br

**Em caso de dúvidas, com respeito aos aspectos éticos desta pesquisa, você poderá consultar:**  
CEP - Comitê de Ética em Pesquisa da FAAC – UNESP Bauri  
Fone: (14) 3103-4825/ E-mail: sta.faac@unesp.br



Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"  
Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design  
Pós-Graduação em Design

**Título:** Moda Autoral: uma estratégia de ensino no processo de desenvolvimento de produto.

#### ENTREVISTA COM DISCENTE – PARTICIPANTES DO GRUPO FOCAL

1. Você se identifica com alguma metodologia de pesquisa e criação e/ou desenvolvimento de produto aprendida no curso de Design de Moda?

1.1. Se sim, qual?

1.2. Se não, descreva o método que você utiliza?

2. Qual foi a sua maior dificuldade em compreender os métodos de criação utilizados pelos professores na universidade?

3. Tem o costume de transpor etapas das metodologias apresentadas pelo professor para chegar ao resultado final? Discorra sobre sua resposta.

4. Para você, é mais fácil utilizar para criação, painéis imagéticos ou documentos descritivos? Por quê?

5. Você utiliza de alguma técnica prática de desenvolvimento de produto, como modelagem, moulage, costura ou outro, como método criativo? Qual?

6. Tem o costume de inserir características pessoais na criação dos produtos/coleções? Por quê?

---

---

---

6.1. Se sim, quais seriam as suas características?

---

---

---

7. Você já conseguiu identificar suas individualidades artísticas quando inseridas nos projetos de produtos de moda?

---

7.1. Se sim, qual seriam?

---

---

---

8. Existe algo que te entusiasma no processo de criação? Discorra sobre sua resposta.

---

---

---

9. Você acredita que elaborar novos produtos que possuam um gosto pessoal pode proporcionar resultados mais interessantes?

---

---

---

10. Na sua concepção, quais foram os produtos/coleções que você elaborou que obtiveram maior êxito?

---

---

---

10.1. Descreva o processo criativo utilizado.

---

---

---

---

---

---

## APÊNDICE 3



**Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"**  
**Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design**

*Pós-Graduação em Design*

**Título:** Moda Autoral: recomendações pedagógicas para o processo de desenvolvimento de produto

Essa pesquisa se baseia em recomendações pedagógicas para a prática de moda autoral.

A fim de desenvolver projetos de moda com conceito autoral na UTFPR, elaborou-se recomendações pedagógicas para auxílio dos docentes no direcionamento de projetos com uma identidade profissional e com essências pessoais.

As recomendações são direcionadas a um anteprojetado, momento em que as ideias estão se formando e encaminhando para uma proposta. Para tanto, compôs-se três etapas até o período de planejamento e elaboração, de modo que o percurso afim de encontrar o rumo a se seguir em um projeto autoral demanda ações que estimulem a pretensão de uma atividade própria.

| <b>Moda Autoral – recomendações pedagógicas</b> |  |
|---|--|
| <b>Autoconhecimento</b>                         | Auxiliar na exploração das capacidades e preferências individuais;                                 |
|   | Assessorar na manifestação das habilidades específicas;  |
|   | Impulsionar o conhecimento a respeito de peculiaridades culturais;                                 |
| <b>Ação</b>                                     | Estimular o compartilhamento de informações;   |
|   | Estruturar métodos de criatividade com fins introspectivos e individualizados;                     |
|   | Despontar aptidões adquiridas por meio de vivência;  |
| <b>Concretização</b>                            | Aplicar o autoconhecimento, as inspirações e a motivação em ideias para projetos autorais de moda; |
|   | Definir e direcionar as idealizações;  |
|   | Desenvolver um projeto de moda autoral;  |

Para reforçar o objetivo do trabalho e auxiliar a aplicação das sugestões apresentadas no âmbito educacional, elaborou-se outra categoria que se incorpora aos direcionamentos divulgados, abordando métodos de ensino-aprendizagem e metodologias ativas compatíveis com cada uma das etapas propostas.

| <b>Abordagens de ensino-aprendizagem para aplicação de moda autoral</b> |   |   |
|---|---|---|
|   | <b>Estratégias de Ensino</b>                                | <b>Metodologias ativas</b>  |
| <b>Autoconhecimento</b>   | Estudo do meio;<br>Mapa conceitual;                         | Sala de aula invertida;<br>Ensino Híbrido                               |
| <b>Ação</b>   | Fórum;<br>Tempestade Cerebral;                              | Aprendizagem colaborativa;  |
| <b>Concretização</b>  | Ensino com pesquisa;<br>Solução de problemas;<br>Portfólio. | Aprendizagem baseada em problemas;<br>Aprendizagem baseada em projetos; |

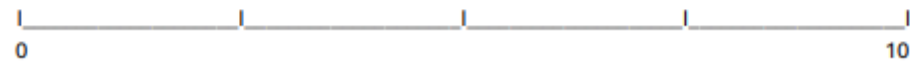


Após conhecer a proposta, este formulário possui a intenção de validação e aperfeiçoamento da proposta, classifique o grau de importância para instrução pedagógica na escala Likert, sendo 0 nada importante e 10 muito importante. De acordo com o exemplo a seguir:

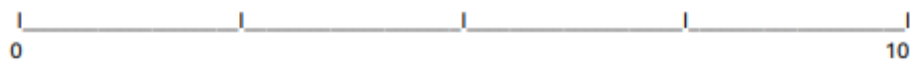


**A respeito do Autoconhecimento pessoal:**

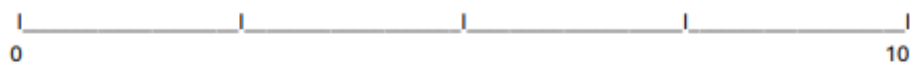
1. Auxiliar na exploração das capacidades e preferências individuais;



2. Assessorar na manifestação das habilidades específicas;

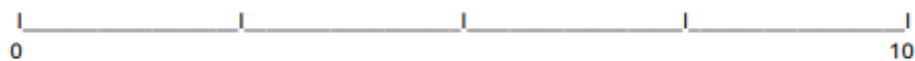


3. Impulsionar o conhecimento a respeito de peculiaridades culturais;

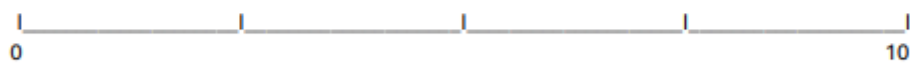


**Ações para estimular perspectivas de projeto:**

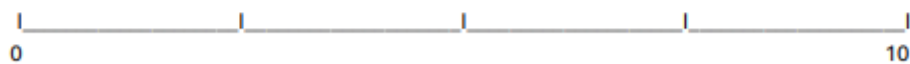
4. Estimular o compartilhamento de informações;



5. Estruturar métodos de criatividade com fins introspectivos e individualizados;



6. Despontar aptidões adquiridas por meio de vivência;





Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"  
Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design  
Pós-Graduação em Design

**Título:** Moda Autoral: recomendações pedagógicas para o processo de desenvolvimento de produto

**Concretização das perspectivas de projeto:**

7. Aplicar o autoconhecimento, as inspirações e a motivação em ideias para projetos autorais de moda;

|\_\_\_\_\_||\_\_\_\_\_||\_\_\_\_\_||\_\_\_\_\_||  
0 10

8. Definir e direcionar as idealizações;

|\_\_\_\_\_||\_\_\_\_\_||\_\_\_\_\_||\_\_\_\_\_||  
0 10

9. Desenvolver um projeto de moda autoral;

|\_\_\_\_\_||\_\_\_\_\_||\_\_\_\_\_||\_\_\_\_\_||  
0 10

**ETAPA 2**

Nesta etapa da pesquisa, classifique quais métodos de ensino-aprendizagem e/ou metodologias ativas você utilizaria na aplicação de cada etapa a ser aplicada com os discentes de Design de Moda para fins de Projeto Autoral.

**A) Desenvolvimento de Autoconhecimento Pessoal/ Profissional**

- ( ) Estudo do Meio                      ( ) Mapa Conceitual                      ( ) Fóruns  
( ) Tempestade Cerebral              ( ) Ensino com Pesquisa                  ( ) Portfólio  
( ) Solução de problemas              ( ) Sala de Aula invertida                  ( ) Ensino Híbrido  
( ) Aprendizagem colaborativa              ( ) Aprendizagem baseada em Projetos

Outro: \_\_\_\_\_

**B) Ações para estimular perspectivas de projeto:**

- ( ) Estudo do Meio                      ( ) Mapa Conceitual                      ( ) Fóruns  
( ) Tempestade Cerebral              ( ) Ensino com Pesquisa                  ( ) Portfólio  
( ) Solução de problemas              ( ) Sala de Aula invertida                  ( ) Ensino Híbrido  
( ) Aprendizagem colaborativa              ( ) Aprendizagem baseada em Projetos

Outro: \_\_\_\_\_



**Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"**  
**Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design**  
*Pós-Graduação em Design*

**Título:** Moda Autoral: recomendações pedagógicas para o processo de desenvolvimento de produto

**C) Concretização/ realização do projeto autoral:**

- |  |   |   |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Estudo do Meio            | <input type="checkbox"/> Mapa Conceitual                  | <input type="checkbox"/> Fóruns         |
| <input type="checkbox"/> Tempestade Cerebral       | <input type="checkbox"/> Ensino com Pesquisa              | <input type="checkbox"/> Portfólio      |
| <input type="checkbox"/> Solução de problemas      | <input type="checkbox"/> Sala de Aula invertida           | <input type="checkbox"/> Ensino Híbrido |
| <input type="checkbox"/> Aprendizagem colaborativa | <input type="checkbox"/> Aprendizagem baseada em Projetos |   |

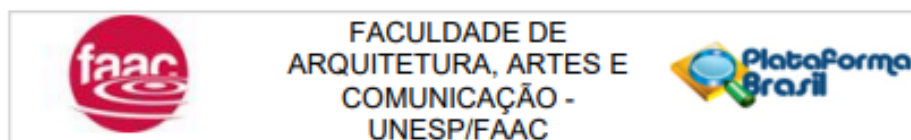
Outro: \_\_\_\_\_

Obrigada!



## ANEXOS

### ANEXO 1 – COMPROVANTE DE ENVIO DO PROJETO AO COMITÊ DE ÉTICA



#### COMPROVANTE DE ENVIO DO PROJETO

##### DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

**Título da Pesquisa:** MODA AUTORAL: UMA ESTRATÉGIA DE ENSINO NO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO

**Pesquisador:** Tamissa Juliana Barreto Berton

**Versão:** 1

**CAAE:** 47171121.7.0000.5663

**Instituição Proponente:** UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA JULIO DE MESQUITA FILHO

##### DADOS DO COMPROVANTE

**Número do Comprovante:** 054106/2021

**Patrocinador Principal:** Financiamento Próprio

Informamos que o projeto MODA AUTORAL: UMA ESTRATÉGIA DE ENSINO NO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO que tem como pesquisador responsável Tamissa Juliana Barreto Berton, foi recebido para análise ética no CEP Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação - UNESP/FAAC em 24/05/2021 às 11:09.

**Endereço:** Avenida Engenheiro Luiz Edmundo Carrijo Coube nº 14-01  
**Bairro:** VARGEM LIMPA **CEP:** 17.033-360  
**UF:** SP **Município:** BAURU  
**Telefone:** (14)3103-4825 **E-mail:** [sta.faac@unesp.br](mailto:sta.faac@unesp.br)

## ANEXO 2 – RESULTADO DA ENTREVISTA COM DISCENTES

05/05/2024, 17:19

Moda Autoral - Entrevista

### Moda Autoral - Entrevista

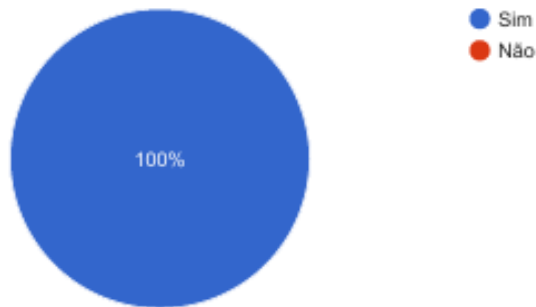
16 respostas

[Publicar análise](#)

Você se identifica com alguma metodologia de pesquisa e criação e/ou desenvolvimento de produto aprendida no curso de Design de Moda?

 Copiar

16 respostas



[https://docs.google.com/forms/d/1hhprLka6ntbP11bQBPMevkiNsjq1QQ\\_LINt\\_KIY0WI/viewanalytics](https://docs.google.com/forms/d/1hhprLka6ntbP11bQBPMevkiNsjq1QQ_LINt_KIY0WI/viewanalytics)

1/29

Se sim, qual/quais?

16 respostas

Costumo utilizar de moodboards, brainstorming, storytelling, mapas mentais, geração de alternativas, pesquisa de tendências e também busco utilizar artigos acadêmicos como base teórica para minhas criações.

Pesquisa por referências e tendências, com criação de moodboard para organização das ideias

Pesquisa baseada em juntar referências para criação de moodboard.

Sim e não, me identifico com a didática de alguns professores e a maneira como conseguem passar para o aluno. Sinto que como tive a maioria do curso ead as primeiras matérias que iriam realmente forçar minha criatividade e aprendizado acabaram passando de uma forma diferente do que eu poderia ver.

durante o curso, aprendi muitas coisas sobre criação e metodologias, a pesquisa de campo foi a que mais me chama atenção, pois a mesma me proporciona a estar presente no ambiente e as entrevistas as pessoas podem responder com sinceridade, fazendo com que eu aprenda ainda mais sobre e saiba quais campos explorar.

Os moodboards.

Brainstorming e Moodboard

A metodologia de pesquisa, moodboards e painéis de referência.

Pesquisas

Faço várias pesquisas de diferentes lugares e monto um moodboard para organizar as ideias, depois disso faço um novo moodboard com as coisas que realmente vou usar. Quando vou fazer algo para alguma pessoa em específico, utilizo o briefing com perguntas.

Moodboards, planejamento de etapas, briefing, etc

Branding

Painéis de referência e afins. Ajudam a organizar as ideias e visualizar tudo.

a utilização de figuras e colagens das mesmas em bases de corpo desenhadas, para criação de shapes e modelagens na hora da criação de alternativas

pesquisa > escolha de tema > pesquisa sobre o tema > geração de alternativas > escolha > planejamento da execução > execução



me identifico com a parte do desenvolvimento de coleção. Gosto de criar, buscar referências, fornecedores de tecidos e mão de obra. além disso, gosto da aréa de pesquisa de tendências para vendas no varejo.

Se não, descreva o método que você utiliza.

1 resposta

Leitura e pesquisas

Qual foi a sua maior dificuldade em compreender os métodos de criação utilizados pelos professores na universidade?

16 respostas

Acho que as professoras foram muito bem sucedidas em nos explicar que nenhum método era "obrigatório" pra se criar algo, cada pessoa vai se identificar com um método diferente, por isso, acho que não tive muitas dificuldades em desenvolver os métodos propostos

Por ter iniciado em época de pandemia, acredito que ficamos muito presos a imitar o que os professores passavam nas aulas, tendo a parte criativa pouco desenvolvida.

Focar em desenvolver etapa por etapa.

Minha maior dificuldade foram as matérias durante a pandemia e suas didáticas, a faculdade de moda é muito ampla e quando você não está fisicamente em certas matérias seu olhar crítico pode demorar para se desenvolver.

logo no inicio do curso, senti mais dificuldade pois era algo novo para eu, mas com o tempo, fui me adaptando e compreendendo melhor as metodologias

Acho que a maior dificuldade no começo é deixar a criatividade fluir e pensar em coisas mais diferentes. Os professores nos encorajavam muito a pensar em ideias mesmo que fossem impossíveis de confeccionar para que nós exercitássemos a criatividade e depois nós refináramos e conseguiríamos encaixar em uma peça que realmente possa ser criada.

As vezes o método não era eficaz para mim, e eu não compreendia que as pessoas tem jeitos diferentes de conseguir fazer uma criação, sendo assim, cada um vai ter mais facilidade e habilidade em algum método que se encaixe melhor.

Me sinto um pouco presa ao modo de criação citado, embora entenda que é um norte para os iniciantes entenderem por onde começar. Gostaria de desenvolver outros métodos, mas sinto que ainda não estou "pronta" para isso, não sei como aplicá-los.

Não houve dificuldades, pois os professores estavam sempre disposto a ajudar no que fosse necessário.

Em saber para qual eu tinha maior aptidão.

Minha maior dificuldade foi e ainda é enxergar meu diferencial nos projetos.

Minha maior dificuldade estava relacionada à falta de contato anterior com essas metodologias

Nenhum. Algumas eu já utilizava, só aprimorei.

acredito que por não estarmos habituados a esses métodos, e por eles terem muitos passo a passos além disso nas empresas não são muito utilizados por conta de ser mais trabalhoso

entender que algumas etapas não podem ser "puladas"

minha maior dificuldade foi na parte pratica, costura, modelagem, desenho...

Tem o costume de transpor etapas das metodologias apresentadas pelo professor para chegar ao resultado final? Discorra sobre sua resposta.

13 respostas

Sim, vou adequando os métodos de criação propostos de acordo com a minha necessidade, se estou com mais facilidade no momento pra desenvolver uma outra parte do projeto/produto, foco no que está fluindo melhor, buscando sempre lembrar do que ainda não foi feito e como isso afeta no que estou criando no momento

Sim.

Sim, depende muito de como a ideia chega para mim ou é vista por mim, mas não acredito que pular etapas seja uma opção muito viável, a etapa de pesquisa e formulação são muito importantes para um resultado final com personalidade e identidade única.

Sim, utilizo muito as etapas de desenvolvimento de coleção, mas adaptando ao que aprendi fora da faculdade em cursos também.

sim, pois até mesmo as pesquisas antes de iniciar a criação os professores durante o curso nos passam também e até mesmo apresenta qual melhor caminho a percorrer a partir dessas pesquisas iniciais e apresentação de ideias

Depende do projeto, geralmente eu sigo os passos ensinados pelos professores para facilitar a visualização e criação de um conceito e público que seja desejado. Fazendo mapas mentais, moodboards, as vezes uma persona, porém utilizo mais os documentos imagéticos.

bom, o meu método preferido é o de criar um moodboard e salvar muitas referencias. Acho que me mantenho usando as metodologias sem transpor as etapas.

Gostaria de fazê-lo mas, mesmo que as vezes não veja razão para tal etapa, realizo para compreender a metodologia.

Bastante anotações.

Tenho sim. Cada um tem um método diferente pra chegar nun objetivo. Eu parto da visualização das ideias muitas vezes pra materialização, tentativas em materializar aprendo mais que na teoria.

algumas vezes sim, por conta de não entendermos bem ou achar desnecessário

sempre que possível

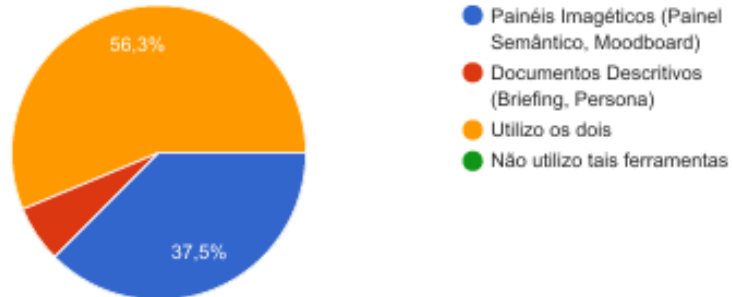
não, sigo as etapas que aprendi na matéria de desenvolvimento de coleção.





Para criação, você utiliza painéis imagéticos e/ou documentos descritivos?

16 respostas



**Explique a sua resposta anterior.**

16 respostas

Dependendo do projeto que estou trabalhando acho mais fácil começar pelas imagens do que com palavras e vice-versa, mas sempre acabo utilizando de ambas as técnicas, o que muda é a ordem da abordagem mesmo.

Acredito que para a organização de ideias é preciso organizar aquilo que se pretende criar, e o moodboard é a materialização visual dessas ideias, onde é possível ver se a criação é visualmente agradável e compatível com o que se deseja

Acredito que a junção dos dois me ajuda a visualizar melhor a minha ideia, entender melhor qual meu tipo de publico e de produto.

Começo minha criação por meio de pesquisar em instagram vintage, Pinterest, revistas e editoriais tudo que possa ajudar minha criatividade e me fazer criar de forma rápida.

pois gosto de visualizar antes de começar a criar, então nos painéis consigo ver uma coisa e outra.

Me ajuda muito quando vou criar algo pensar em qual a vibe ou a sensação que eu quero transmitir com o projeto e nesse sentido os moodboards e os painéis semânticos ajudam muito na visualização da ideia inicial.

Quando vou criar quero que minhas peças sejam a cara da marca mas também a cara da persona. Isso é essencial já que preciso agradar o meu publico alvo.

Sou insegura para criar os meus próprios métodos. Ainda sigo o que aprendi nos primeiros semestres porque sei que darão certo, mas não necessariamente gosto de usá-lo. Pesquiso muitas referências e tenho muitas ideias, mas as vezes deixo de usá-las porque não foram resultadas de uma metodologia propriamente dita.

Através da leitura e imagens, consigo melhor minhas criações.

Utilizo painéis imagéticos quando tenho maior liberdade de criação. Uso documentos descritivos quando estou atendendo alguma pessoa específica e quero entender o que ela está buscando.

Para um projeto de criação, gosto de um briefing com detalhes das etapas a serem seguidas. Depois de todo o planejamento, faço um moodboard, isso me ajuda a encontrar um estética e criar um mundo novo para a criação.

A criação de painéis imagéticos com documentos descritivos me permitem chegar onde eu quero de maneira mais precisa e assertiva. Ao longo do processo, eu consigo selecionar e/ou descartar as ideias que eu tinha e novas que surgiram durante.

Como falei anteriormente, quando visualizo uma ideia, é mais fácil de juntar e torná-la coesa, tendo todas as referências unidas, assim bofe organiza seus pensamentos, ideias e



resultados.

gosto mais de ferramentas de imagem para criar, acredito que consigo absorver mais as informações

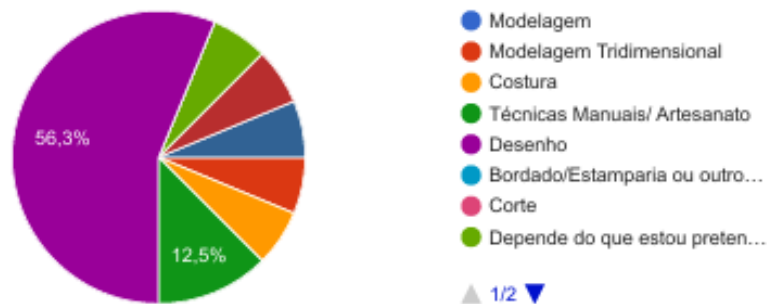
tenho preferência pelos painéis que contam apenas com imagens/ilustrações porque acredito que refletem melhor minhas ideias, as deixam mais claras e frescas na memória, mas sempre faço o uso de frases soltas nesses painéis

Para criar eu costumo utilizar da criação de moodboards. O painel semântico me ajuda a expor através de imagens já existentes o que quero que apareça nas peças, seja por texturas, cores, figuras, tecidos, modelagens, recortes... a minha coleção sairá um mix de tudo que escolhi ali.



Você utiliza de alguma técnica prática de desenvolvimento de produto, como modelagem, moulage, costura ou outro, como método criativo?

16 respostas



▲ 1/2 ▼

Se outro, qual?

2 respostas

Penso que para a criação há a necessidade de identificar o método que melhor se adaptará ao produto, ou até mesmo o seu humor no momento.

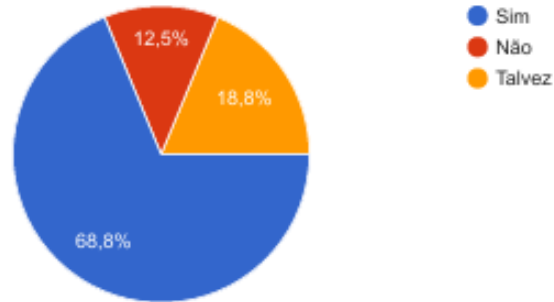
Acho complicado escolher apenas um, sou uma pessoa muito prática, então desenhar, estampar e algumas outras técnicas manuais sempre estão muito presentes no meu processo de desenvolvimento.





Tem o costume de inserir características pessoais na criação dos produtos/coleções?

16 respostas



## Justifique

15 respostas

Minhas criações costumam ser bem pessoais, se baseando muito em assuntos e estéticas que me interessam, mesmo quando utilizo de técnicas já bem populares, busco formas de deixar o produto final com traços autorais.

Quando desenvolvemos algo com o que nos identificamos, fica mais fácil colocar nossa marca naquilo.

Acredito que características pessoais são detalhes muito importantes no processo de criação de uma identidade visual, mesmo quando você está criando para outra pessoa, sua visão é o que faz de você diferente, seu toque, seu olhar, podem ser algo que diferencie a sua marca/produto, de outras que já existem.

Sim, sempre fica algo meu nessa peça que criei, algum mínimo detalhe mas que represente meu gosto pessoal, simples, atemporal.

pois depende da criação, se for algo muito específico, fica de certa forma complicado colocar alguma característica minha, quando é algo mais livre é mais fácil colocar essas características

Geralmente nas coleções que nós fizemos até agora eu coloco características que eu gosto mas não necessariamente incluo características pessoais marcantes, seria mais referente as cores e recortes.

Eu gosto muito de recortes, volume, transparência e interferências. Sempre coloco algumas dessas coisas na criação.

Sempre adiciono elementos do meu estilo romântico.

Não tenho uma característica para as criações.

Sempre tento mesclar meu estilo com a proposta da coleção, sem deixar nenhum sobressair, trazendo um equilíbrio

Na maioria das criações, costumo inserir alguma característica pessoal. Gosto de transmitir um sentimento do momento ou uma estética que me identifico.

Inserindo características pessoais nos produtos que crio, acredito que se torna mais verdadeiro e faço com mais certeza

Tudo que eu faço tem eu. Parte da minha identidade ta nas criações, produções e afins. Eu não sou do tipo reprodutora, sou criadora. Mesmo com referências externas, ainda assim trago essas referências pra meu mundo, pra minha forma de comunicar. A arte é identidade.

sempre o gosto pessoal prevalece na criação, nossas criações são uma extensão de nos, ate



mesmo em fabricas que já tem algo pre estabelecido tentamos deixar algo do nosso gosto

acho que não posso definir como inserir minhas características pessoais, mas sim meus gostos pessoais, como cores, formatos, materiais e etc

Se sim, quais características que você se identifica e já utiliza com frequência?

13 respostas

Algo muito presente nas minhas criações é a colagem/patchwork e o uso de mixed media, também sempre gosto de incluir elementos textuais (letras, palavras ou até frases completas) e um assunto predominante no meu trabalho é a cultura, arte e moda alternativa e de contracultura.

Gosto de um estilo mais atemporal, ou que possa ser usado em mais que uma ocasião, então sempre que penso em algum produto, tento focar nesse segmento.

Pinturas e desenhos.

Cores neutras, peças chaves como uma jaqueta de couro até uma camisa social. Meu foco é criar o básico que pode não ser básico conforme sua composição de look.

O que mais uso são o recorte e a transparência, sempre estão presentes.

Minha característica são elementos retrô/vintage. Desde cintura marcada, corpetes, mangas e saias volumosas...

Gosto de detalhes fluidos.

Menos é mais. Busco fazer criações limpas.

Ao longo da graduação, pude exercitar minha criatividade e realizar projetos que me deixaram felizes. Valorizo características pessoais como filmes, estética, sentimentos, acabamentos.

Me utilizo sempre que posso do meu gosto por artesanato para inserir trabalhos manuais nos meus trabalhos.

Texturas, formas orgânicas, natureza. Tenho um Q dadaísmo, porque gosto de ver outras potencialidades num mesmo objeto, tenho facilidade pra releituras ou outras interpretações de um objeto, tema ou referência. E sempre que faço produções, algum objeto de arte ou mesmo uma imagem, trago pra minha identidade (é instintivo, Pq só sei ser eu kkk) e gosto e fico satisfeita quando me vejo em algo que construí tbm.

as cores e shapes, brilho, moda festa

geralmente utilizo de tecidos com base de algodão (seja plano ou malha) pelo conforto.



Você já conseguiu identificar suas individualidades artísticas quando inseridas nos projetos de produtos de moda? Explique.

16 respostas

Acho que ainda não completamente, acho que ainda estou construindo minha identidade como designer de moda e me falta um pouco de experiência ainda pra saber como desenvolver a estética que eu gosto em produtos de moda.

Ainda fico muito em dúvida, mas vejo que na maioria das vezes me direciono para cores mais neutras, formas mais tradicionais, acabamentos mais artesanais ou de alfaiate.

Eu acredito que sim, pelo menos nesse momento consigo identificar coisas pelas quais tenho preferência, mas estou em um período de amadurecimento e com isso, meu estilo e preferências também estão em mudança.

Sim, minhas cores são neutras, minhas modelagens nunca ajustadas ao corpo, focando no conforto, mas nunca deixei de prezar pela qualidade e marcar as partes principais da silhueta.

Já percebi em meus crock's, os rostos geralmente sempre tem algo em comum, assim como no formato de corpo e as vezes as posições, muitas vezes crio coisas complexas principalmente na modelagem tridimensional, mas sempre busco por formas mais orgânicas

Ainda não. Eu gosto no geral de cores neutras, texturas de tecidos naturais como o linho e gosto de recortes ou sobreposições que deem dimensão as peças.

Acredito que sim. Dentre eles os recortes diferentes que amo, a transparência, o uso de aviamentos e o volume, criado por modelagens ou babados e pregas.

Cintura marcada, corpetes, mangas e saias volumosas, acabamentos sempre de alfaiataria.

Eu sempre reparo no acabamento, e gosto de trabalhar com a parte de transparência e recortes.

Não consegui identificar as individualidades físicas, como cores, tecidos e etc. Mas uma individualidade das minhas criações é fazer artes mais limpas, sem muitas informações.

Com os moodboards puder perceber uma estética bem semelhante entre um e outro. Apesar disso, me encontro em total desespero em não conseguir enxergar alguma individualidade em meus trabalhos.

Cores, texturas, artesanato, formas orgânicas

Como falei na pergunta anterior, texturas formas e cores. Eu sou muito cinestesica, mais do que apenas na impressão visual, me atrai muito mais a sensação do tato, da harmonia de cores, toques e afins trazem outras experiência. Por isso amo me inspirar na natureza, as formas, cores e texturas são fontes infinitas e das mais variadas sensações. Um reino que me

encanta por exemplo e o dos fungos. A riqueza de todos esses itens (cores texturas e formas) blow my mind.

sim, como citado na resposta a cima, tenho uma escolha de palhetas especificas, além de brilho e roupas mais na pegada moda festa

cores geralmente neutras, texturas diversas em uma mesma composição, acabamentos com viés e pesponto

sim, gosto da construções de roupas monocromáticas, acabamentos em viés, pregas nas barras, peças forradas.

Existe algo que te entusiasma no processo de criação? Discorra sobre sua resposta

15 respostas

Gosto muito de pesquisar tendências vigentes, de criar moodboards, de reunir as referências visuais e teóricas pra significar o projeto/produto e, por último, gosto de experimentar com os materiais do projeto para o desenvolvimento de alternativas

O teste final. A construção da peça.

Gosto muito daquele momento em que as ideias começam a se juntar umas nas outras, quando você está tão animado com a criação de algo que consegue já visualizar o produto.

Sim, o processo de criação é mágico e dentro dele você tem inúmeras possibilidades.

Eu gosto muito de desenvolver os moodboards e com base neles desenhar modelos. Acho muito entusiasmante ver o reflexo daquele moodboard na peça e ver como eu consigo traduzir aqueles sentimentos em um produto.

Com certeza, o produto final. Obviamente pensar na possibilidade de coisas que posso fazer e peças criativas e lindas que posso criar me deixa muito entusiasmada. Acredito que a parte de pesquisa de tendências me anime muito.

Criar os croquis é sempre um momento incrível de brainstorm, onde eu pego ideias que já tinha e mudo para que se encaixem no conceito dos painéis imagéticos e do projeto em si. Gosto muito da moulage e as vezes me aventuro testando algo.

A parte de produzir(costurar), a parte de tornar real aquilo que está só em desenho.

A parte de pesquisa de moda em sites de tendências.

Sim. Acho que em si toda a parte de criação. Buscar referencias, pesquisar artigos, entrar no universo da criação. Isso me deixa animada.

O processo é o que me traz entusiasmo. Durante o processo, novas ideias surgem, outras se perdem e não cabem mais. Aprendo e crio novas possibilidades e soluções para as dificuldades que vão surgindo. Assim, aprendo muito.

A materialização. Eu sou muito do manual, e quando tô com a mão na massa é o ápice. Mais até do que o boom da ideia, ou que a conclusão dela. O processo e a parte mais viva pra mim. Claro que a sensação de satisfação no final e boa tbm.

gosto muito da parte do desenho, ver uma ideia se concretizando no papel e depois ver ela finalizada

o desenvolvimento dos protótipos, a satisfação em ver algo que foi idealizado por tanto tempo finalmente sair do papel e ser melhorado a cada peça



05/05/2024, 17:19

Moda Autoral - Entrevista

sim, o que me gera entusiasmo é a paixão por vendas, sou apaixonada na área comercial, e pra mim, poder vender algo que eu criei faz muito sentido.

05/05/2024, 17:19

Moda Autoral - Entrevista

**Você acredita que elaborar novos produtos que possuam um gosto pessoal pode proporcionar resultados mais interessantes?**

16 respostas

Sim, acho que o que diferencia os produtos no mercado é, justamente, o toque pessoal do desenvolvedor; o que ele pode trazer de único e autoral pra cada projeto desenvolvido

Sim, porque é uma maneira de colocar a sua cara no produto, fazer com que te reconheçam por aquilo.

Sim, com toda certeza.

Sim

isso dependera muito de qual publico quero atingir, se for um publico com os gostos parecidos com o meu com certeza isso proporcionaria resultados incríveis

Sim, porque quando você faz algo que você já gosta as ideias fluem mais facilmente, as vezes gera mais entusiasmo na criação e há menos

Sim! cada pessoa é diferente e isso nos traz muitos trabalhos que sejam únicos e bonitos a sua maneira.

Com certeza. Tenho muitas ideias para uma linha Basics, mas que eu agregaria elementos da minha estética que tornariam mais a minha cara.

Nos dias de hoje tudo é uma fase de adaptação, mas a tecnologia sempre esta melhorando os resultados dos produtos

Sim, acredito que quando se tem maior liberdade para a criação o resultado é mais satisfatório e o processo mais prazeroso. Apesar de sempre tentar trazer meus traços para os designs, quando se trabalha para clientes com briefings específicos, como criação de uma logo para alguém, a liberdade de criação é menor.

Sim. Quando você conhece e explora um determinado assunto, fica muito mais fácil em elaborar novos projetos e obter grandes resultados.

Sim, pois inserindo gostos pessoais, podemos trabalhar com mais vontade e trazer mais veracidade ao resultado.

Com certeza. A arte é identidade.

acredito que sim

gosto muito da ideia de criar algo que reforce quem sou, mas também acredito que tudo

[https://docs.google.com/forms/d/1hhprLka6ntbP11bQBPMevkiNsjq1QQ\\_LINI\\_KIY0Wl/viewanalytics](https://docs.google.com/forms/d/1hhprLka6ntbP11bQBPMevkiNsjq1QQ_LINI_KIY0Wl/viewanalytics)

17/29

05/05/2024, 17:19

Moda Autoral - Entrevista

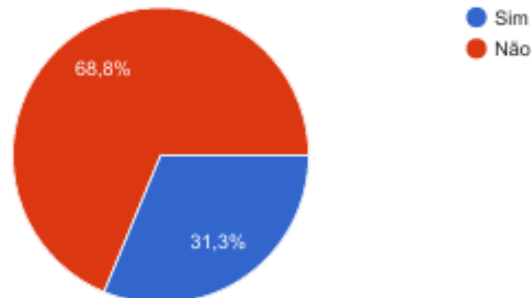
depende de qual será meu público alvo

sim, pois transmite mais coerência a peça, principalmente se a marca for própria.

Você busca utilizar nas suas criações elementos culturais, religiosos, simbólicos ou outros que te representem de alguma forma?

 Copiar

16 respostas



Se sim, quais?

5 respostas

Me interessa muito pela cultura desenvolvida pela periferia brasileira, como o funk e o Hip Hop/rap, desejo utilizar de elementos da estética desses movimentos.

A cultura punk e emo.

Criações que apresentam formas, e que demonstrem delicadeza

Busco trazer a sustentabilidade como pilar

Tenho descendência indígena, gosto de trazer referências estéticas nas criações. Tbm o trabalho manual tá muito presente. Ambos englobam o cultural.

Existe algo particular que você possa inserir em um processo criativo ou em um produto de moda?

 Copiar

16 respostas



### Se sim, o quê?

5 respostas

Sempre que possível, busco sair do mainstream e desenvolver uma estética mais alternativa, além de buscar sempre uma base teórica sólida pro desenvolvimento do projeto.

Acredito que algo da minha religião, embora já agregue a questão da modéstia.

Acredito que fazer criações limpas é uma característica que tento trazer para os meus designers, porém, não vejo isso sendo uma "marca registrada" dos meus layouts. Ainda estou em busca de achar meu estilo.

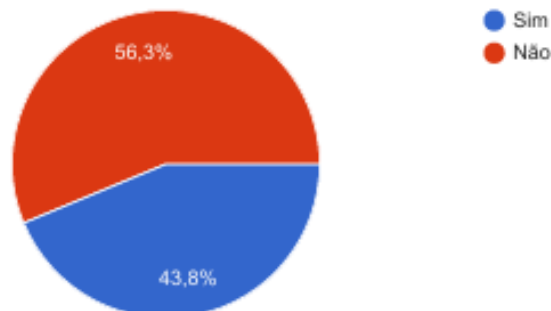
Meus gostos em geral

No momento não me vem algo específico a mente, tem mts coisas particulares.

### Você utiliza alguma técnica específica/artesanal na elaboração das suas criações?

 Copiar

16 respostas



### Se sim, qual?

7 respostas

Pintura, colagem, patchwork, crochet, bordado e uso de mixed media

Gosto muito de trançados, nós e amarrações

Anotações, esboços

Costumo alinhavar tudo antes de costurar.

Croche, miçangas, bordados

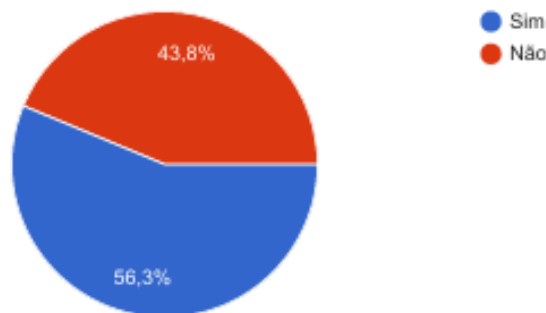
Várias. Macrame, tranças, moldes e esculturas, bordados com miçangas, etc.

desenhos, pintura e bordado

### Você costuma utilizar conceitos sustentáveis?

 Copiar

16 respostas



Se sim, com quais conceitos sustentáveis você geralmente trabalha?

9 respostas

Upcycling

Upcycling, patchwork, zero wast (conceitos práticos)  
Consumo responsável (conceito teórico)

Geralmente com a ideia de utilizar retalhos, ou gastar o mínimo possível de matéria prima, ou tentar de algum forma reduzir os resíduos das peças.

geralmente tento usar o Zero Waste e o reaproveitamento de materiais. No futuro pretendo fazer as criações com materiais que sejam mais sustentáveis.

Não trabalho com empresas que não respeitam os direitos dos funcionários. Faço todo o processo de criação de forma digital, sem papel. Trabalho com uma estamperia sustentável para o meio ambiente...

Moda lenta e exclusiva que necessita de um trabalho minucioso e por isso não pode ser produzida de maneira exponencial

Gosto de usar tecidos naturais, em sua coloração natural, expressa mais a identidade que aprecio. Aviamentos naturais tbm como sementes e afins. Upcycling, quando faço intervenções ou releituras de peças em Cuba de outras, seja de bazar ou brechó, gosto de dar uma nova identidade a isso, prolongando a vida útil de uma peça.

bom aproveitamento de material, reutilização de retalhos