



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**INSTITUTO DE CULTURA E ARTE**  
**CURSO DE DESIGN-MODA**

**RAIANA RIOS DE SOUSA**

**O DESENHO, A CRIATIVIDADE E O DESENHO CRIATIVO: UMA ANÁLISE  
SOB A PERSPECTIVA DOS ALUNOS DO CURSO DE DESIGN-MODA DA  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ.**

**FORTALEZA**  
**2019.1**

**RAIANA RIOS DE SOUSA**

**O DESENHO, A CRIATIVIDADE E O DESENHO CRIATIVO: UMA ANÁLISE  
SOB A PERSPECTIVA DOS ALUNOS DO CURSO DE DESIGN-MODA DA  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ.**

Monografia apresentada ao Programa de Graduação em Design-Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design-Moda.

Orientador: Prof. Júlio César Silva de Castro

**FORTALEZA**

**2019.1**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

S698d Sousa, Raiana Rios de.

O desenho, a criatividade e o desenho criativo: uma análise sob a perspectiva dos alunos do curso de design-moda da universidade federal do ceará / Raiana Rios de Sousa. – 2019.  
83 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2019.

Orientação: Prof. Júlio César Silva de Castro.

1. Moda. 2. Desenho. 3. Criatividade. 4. Comunicação. 5. Criação. I. Título.

CDD 391

---

**RAIANA RIOS DE SOUSA**

**O DESENHO, A CRIATIVIDADE E O DESENHO CRIATIVO: UMA ANÁLISE  
SOB A PERSPECTIVA DOS ALUNOS DO CURSO DE DESIGN-MODA DA  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ.**

Monografia apresentada ao Programa de Graduação em Design-Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design-Moda.

Aprovada em: \_\_/\_\_/\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Júlio César Silva de Castro (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof<sup>a</sup> Ma. Taciana Viana Feldborg  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Me. Hendrick Lezeck  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

A todos aqueles que um dia já  
consideraram estudar design, mas  
desistiram pois não sabiam desenhar.

## AGRADECIMENTOS

À minha banca, pelo tempo e orientações.

Aos entrevistados, pelo tempo disposto nas entrevistas e na importância de suas respostas.

Às minhas amigas, Sarah e Yasmim pois sem elas eu não teria conseguido finalizar este trabalho, assim como vários outros.

Ao meu melhor amigo e amor, Victor Hugo, que apesar de ter meio bilhão de outras coisas pra se preocupar nunca deixou de me ouvir e aconselhar nos meus anseios causados pela vida acadêmica.

À minha mãe Ana Grécia, que sempre acreditou em mim, quando eu mesma não acreditava. E ao meu pai Ramilson, que esteve presente nas minhas idas e vindas da biblioteca e das aulas.

À minha orientadora de projeto de pesquisa e pesquisa em moda, Francisca Mendes, que teve que me aguentar quando eu mandava mensagens eletrônicas dramáticas no meio da madrugada informando que eu havia mudado de tema, de novo.

E ao meu querido amigo e orientador, Júlio César, que aceitou me orientar neste trabalho mesmo quando ele não tinha tempo nem mesmo para dormir.

"Ao criar, a pessoa encontra seu eu,  
seu mundo, seu Deus." Erich Fromm

## RESUMO

Este trabalho busca compreender como se dá o processo de criação do aluno do curso Design-Moda da Universidade Federal do Ceará (UFC) através do uso do desenho, procurando entender se o fato do estudante saber ou não desenhar afeta o seu ato criativo. A metodologia inicial foi a pesquisa bibliográfica, assim, para definir as diferentes abordagens dos assuntos e entender de que forma o desenho e a criação estão ligados. Em acréscimo foi feita uma exposição dos componentes curriculares, assim como os planos e programas de ensino de disciplinas de caráter obrigatório, que tenham relação com o assunto em estudo, contidas no currículo acadêmico do curso. Além disso, para chegar-se aos resultados que comprovem o estudo realizado, fez-se necessária a reprodução de questionários com alguns alunos ativos e regularmente matriculados no curso sem delimitar o semestre para uma noção mais abrangente das respostas, e em seguida foi utilizada a pesquisa em campo que se deu por meio de entrevistas semiestruturadas e presenciais para os alunos de design-moda da UFC que já tinham cursado as disciplinas analisadas, onde se pôde compreender mais profundamente quais as significâncias da utilidade do desenho no processo criativo de cada criador.

**Palavras-chave:** Moda. Desenho. Criatividade. Comunicação. Criação.



## **ABSTRACT**

This work seeks to understand how the creative process of fashion design student is given through the use of the drawing, searching to figure it out whether the fact that the student knows or doesn't know how to draw affects his creative act. The initial methodology was the bibliographic research, to define the different approaches of the subjects and understand how design and creation are linked. In addition to that, an exhibition of the curricular componentes was made, as well as the plans and programs for teaching compulsory disciplines, related to the subject under study, included in the academic curriculum of the course. Besides that, to get to the results that prove the study carried out, it was necessary to reproduce questionnaires with active and regularly enrolled students in the course without delimit the semestre for a broader notion of the answers and then it was used the field research that was made through interviews for the fashion-design students of the UFC who had already carried out the analyzed disciplines, where it can be understood deeply what the meanings of the utility of drawing in the creativity process of each creator.

**Key-words:** Fashion. Drawing. Creativity. Communication. Creation.

## LISTA DE LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Desenhos de esboços para produtos de moda.....	27
Figura 2 - Exemplo de desenho técnico de vestuário.....	28
Figura 3 - Exemplo de ficha técnica.....	29
Figura 4 - Exemplo de desenho de moda.....	31
Figura 5 - Exemplo de desenho digital de moda.....	32

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Tempo acadêmico dos questionados.....	47
Gráfico 2 - Área que apresentavam mais afinidade.....	47
Gráfico 3 - Interesse apresentado pela área do desenho.....	48
Gráfico 4 - Se achavam que sabiam desenhar.....	48
Gráfico 5 - Se usavam outra forma de comunicação.....	49
Gráfico 6 - Que outra forma de comunicação usavam.....	49
Gráfico 7 - Escala em que consideravam ser criativos.....	50
Gráfico 8 - Implicância das técnicas de desenho no processo criativo.....	51

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

ICA Instituto de Cultura e Arte

UFC Universidade Federal do Ceará

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>15</b>
<b>2 METODOLOGIA .....</b>	<b>19</b>
2.1 Tipo de Pesquisa .....	19
2.2 Área de Abrangência .....	20
2.3 Plano de Coleta de Dados .....	21
2.4 Categorias Analíticas.....	22
2.5 Tratamento dos Dados .....	22
<b>3 O DESENHO COMO FORMA DE COMUNICAÇÃO.....</b>	<b>23</b>
<b>4 O DESENHO NO DESIGN DE MODA.....</b>	<b>25</b>
4.1 A ilustração e o desenho.....	26
4.2 Esboço.....	26
4.3 Desenho técnico de moda.....	28
4.4 Croqui.....	30
<b>5 CRIATIVIDADE.....</b>	<b>33</b>
5.1 Abordagens teóricas.....	33
5.2 Conceitos.....	35
5.3 O caráter personológico criativo.....	36
5.4 Fases da criatividade.....	38
<b>6 OS DESENHOS E AS METODOLOGIAS DE PROJETO NO CURSO DE DESIGN- MODA DA UFC.....</b>	<b>40</b>
6.1 O ensino do desenho.....	40
6.2 O ensino criativo.....	42
<b>7 COMPREENDENDO O DESENHO E A CRIATIVIDADE SOB O OLHAR DOS ALUNOS DE DESIGN-MODA.....</b>	<b>45</b>
<b>8 VISÕES DOS ALUNOS DE DESIGN-MODA SOBRE A RELAÇÃO DO DESENHO COM A CRIATIVIDADE.....</b>	<b>50</b>
<b>9 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>59</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>61</b>
<b>APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO APLICADO PELA PLATAFORMA DO GOOGLE.....</b>	<b>65</b>
<b>APÊNDICE B - GUIA DA ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA.....</b>	<b>66</b>

<b>ANEXO A - COMPONENTE CURRICULAR DO CURSO DE DESIGN-MODA/UFC VIGENTE DESDE 2011.1.....</b>	<b>67</b>
<b>ANEXO B - PROGRAMAS DE DISCIPLINAS.....</b>	<b>72</b>
<b>FUNDAMENTOS DO DESIGN.....</b>	<b>72</b>
<b>DESENHO DA FIGURA HUMANA.....</b>	<b>73</b>
<b>DESENHO TÉCNICO DE MODA.....</b>	<b>75</b>
<b>DESENHO DE MODA .....</b>	<b>78</b>
<b>COMUNICAÇÃO VISUAL APLICADA.....</b>	<b>79</b>
<b>DESENHO INFORMATIZADO.....</b>	<b>80</b>
<b>PROCESSOS CRIATIVOS .....</b>	<b>81</b>
<b>METODOLOGIA PROJETUAL.....</b>	<b>82</b>
<b>PROJETO DE PRODUTO I.....</b>	<b>83</b>
<b>PROJETO DE PRODUTO II .....</b>	<b>84</b>
<b>PROJETO DE PRODUTO III.....</b>	<b>85</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O designer de moda<sup>1</sup> pode trabalhar com projetos que podem servir para a confecção de produtos industrializados, ou para a concepção de algum produto com algum outro propósito, como o de algum desfile conceitual, por exemplo. Gragnato (2008) explica que cabe ao designer de moda conceber o produto de moda, vestuário ou acessórios, e estudar e propor sua viabilidade. Assim, muita pesquisa é necessária, na qual o designer busca materiais, formas, cores e efeitos para adequar o produto ao consumidor final.

Tendo isso em vista, o desenho é uma das linguagens usadas pelo designer para realizar a comunicação visual de ideias que ainda não se concretizaram. Gragnato (2008) explica que o desenho na moda tem como finalidade demonstrar o efeito que o produto de moda terá antes de sua confecção. Os traços juntamente com a técnica de colorização utilizados pelo designer de moda devem reproduzir de maneira convincente, e, portanto bem próxima à realidade, os materiais e acabamentos do produto.

De acordo com Pipes (2010), o desenho é a manifestação visível dos seus processos de pensamento e os desenhos de designers são quase sempre uma arte oculta e privativa em que as marcas no papel são tratadas meramente como um meio para se chegar a um fim. Desta forma, pode-se afirmar que é fundamental que se haja uma ideia clara e original para o alcance do objetivo de conceber um produto novo.

Zeegen (2009) discorre que a técnica e habilidades são inestimáveis (para o ilustrador), assim como ter uma abordagem que poderia ser considerada única. Mas tão importante quanto isso é a capacidade de criar imagens fundamentadas em um pensamento criativo sólido, com soluções visuais construídas a partir de ideias coerentes.

Depois de vivências no dentro e fora do curso de Design-Moda, a autora deste estudo, constatou que o ato da criação é comumente confundido como um dom, algo divino que não se pode desenvolver; a pessoa é ou não criativa e ponto final. Porém, segundo Ostrower (2013) desde as primeiras culturas, o ser humano surge dotado de um dom singular: mais do que "*homo faber*", ser fazedor, o homem é um ser

---

<sup>1</sup> De acordo com Gragnato (2008) o designer de moda trabalha fundamentalmente com projetos que buscam soluções que agreguem valores ao produto como inovação, utilidade e novidade, características, inclusive da própria moda.

informador. Ele é capaz de estabelecer relacionamentos entre os múltiplos eventos que ocorrem ao redor e dentro dele. Relacionando os eventos, ele se configura em sua experiência de viver e lhes dá um significado.

Diniz (2009) aponta que a formação do profissional em moda enquanto bacharel exige uma aprendizagem e um desenvolvimento de habilidades e competências distintas: desenhar, modelar e montar peças do vestuário e acessórios; compreender o ser humano de maneira individual e o seu comportamento social; desenvolver habilidades de marketing e gerenciamento; aprender a fazer pesquisa acadêmica e pesquisas de tendências de estilo.

Esta formação demanda um aprendizado e a manipulação de linguagens múltiplas e expressões humanas diversas dentre às quais o desenho e a criatividade, os assuntos de estudo deste trabalho.

Depois da pesquisa bibliográfica foi possível compreender que o assunto da criatividade já foi estudado sob o olhar de diferentes perspectivas: Novaes (1980) e Lubbart (2007) partem suas análises a partir da psicologia, Ostrower (2013) com o referencial da arte, encara a criatividade como um potencial próprio de todos os humanos. Muitos também discorrem sobre os métodos criativos e como melhorar a criatividade dos indivíduos, como é o caso de Predebon (1998) e (2001) e Rollo (1982).

O desenho por outro lado, contém estudos que discorrem sobre a história do mesmo: Peixoto e Vidal (2013). Assim como os fundamentos da ilustração: Zeegen (2009) e Pipes (2010), que partem da premissa de que o desenho pode ser apreendido como uma técnica, e nega a existência do ato como um dom.

Já os entre os estudos encontrados que relacionam o desenho e a criatividade pode-se citar Mastelini e Almeida (2016), que a partir da análise do desenho como instrumento de comunicação de trabalho profissional, é discutido sua contribuição na linguagem da criação e aceleração do tempo despendido no processo criativo, para entender como estes diversos desenhos podem assumir o papel de elemento projetual principal de desenvolvimento do produto de moda.

Ademais, Vasconcelos e Elias (2005) abordam como o desenho pode considerar-se como espaço de execução da criatividade para a formação do designer. Contudo, não foi encontrado nenhum estudo que discuta como o conhecimento dos fundamentos técnicos do desenho se relacionam com a criatividade do indivíduo criador na moda.



Desse modo, este estudo pretende compreender e responder aos seguintes questionamentos: existe relevância dos aprendizados técnicos do desenho para os designers de moda como meio de comunicação de ideias? Quais fatores estão relacionados com a criatividade do aluno de moda? Quais são os processos de criação mais usados na moda? De que forma o desenho se relaciona com o processo criativo do designer de moda?

Este estudo tem como objetivo geral analisar a relevância dos conhecimentos de desenho para o processo criativo do aluno de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará (UFC). Tem como propósitos específicos compreender a importância do desenho como forma de comunicação de ideias para os alunos de moda; identificar como se dá o processo criativo do objeto; compreender como o ato de desenhar e suas técnicas se relacionam com a criatividade.

A ideia de trabalhar com esse assunto veio de um *insight*<sup>2</sup> que a autora do presente trabalho teve durante uma das aulas da disciplina de projeto de produto, em que o assunto da criatividade é discutido abundantemente e o desenho encontra-se inserido como forma de comunicação e prova de que a matéria foi absorvida. Além de sentir alegria de fazer marcas em um pedaço de papel em branco, ler e aprender sobre desenho é uma paixão que a acompanha desde a infância, quando pedia incansavelmente para a irmã mais velha desenhar algo para que eu pudesse imitar. E a criatividade não é uma área em que a autora do presente estudo tem privilégio de ter curiosidade sobre entre seus colegas, mas esse desejo de descoberta sobre esse assunto ficou inquieto durante o período de escolha do tema deste trabalho.

Esta pesquisa é justificada, pois de acordo com Lemos (2013) no design de moda, o desenho representa o início de um projeto. Assim, é de relevância acadêmica verificar eventuais falhas que comprometam o bom desempenho dos profissionais envolvidos. Dessa forma, o presente trabalho propõe verificar qual a relação dos saberes do desenho com a capacidade criativa do designer de moda.

Portanto, ao decorrer dos capítulos serão discutidos assuntos que englobam o mundo do desenho e o universo criativo. Assim, tem-se a introdução, apresentando um panorama do que vai ser retratado ao longo do trabalho. O segundo capítulo apresenta a metodologia utilizada para obtenção de resultados apresentados. O

---

<sup>2</sup> Quando alguém, depois de uma longa busca, depara finalmente com uma ideia nova, então teve um *insight*. (Tschimmel, 2010, p. 199)

terceiro capítulo, é um rebatimento sobre como o homem utilizou-se de desenhos para comunicar-se, e como os recursos visuais começaram a fazer parte do percurso humano.

O quarto capítulo demonstra os diferentes tipos e processos do desenho dentro do design de moda, conceituando cada um deles para que haja o entendimento de quais benefícios esses desenhos podem trazer ao desenvolvimento do produto e quais as características influenciam no ato criativo do designer de moda.

No quinto capítulo, são expostas as diferentes abordagens e conceitos do termo criatividade. Em seguida, é analisado através de um referencial teórico sobre o assunto quais são as características da personalidade criativa, e como é descrito o processo criativo. No capítulo de número seis foi realizada uma análise dos componentes curriculares, assim como os planos e programas de ensino de disciplinas de caráter obrigatório, que tenham relação com o assunto em estudo, contidas no currículo acadêmico do curso.

Já o capítulo sete é composto pelos resultados quantitativos do questionário realizado com os estudantes do curso de bacharelado em Design-Moda da Universidade Federal do Ceará (UFC) com a finalidade de entender de uma forma mais geral qual a opinião dos alunos sobre o assunto. Por fim, o oitavo capítulo contém também as visões de certo número de alunos, porém foram feitas entrevistas presenciais para compreender de forma mais aprofundada os questionamentos, analisando as opiniões pessoais dos indivíduos inseridos no universo de moda.

## **2 METODOLOGIA**

Toda pesquisa científica precisa de um caminho, uma maneira que a fará alcançar algum resultado. De acordo com Santos (2002, p.70), denomina-se metodologia as atividades práticas necessárias para a aquisição dos dados com os quais se desenvolverão os raciocínios que resultarão em cada parte do trabalho. Ou seja, planeja-se aqui, de forma concreta, a coleta de dados.

O capítulo metodológico funciona como um percurso para que os resultados obtidos sejam válidos e tenham relevância científica. De acordo com Minayo (2011), não apenas abrange a fase de pesquisa exploratória de campo, como também, tudo o que precede e sucede tal fase, como estabelecer a amostragem e os critérios de análise dos resultados obtidos. Por sua vez, pode ser dividida em diversas fases, de forma a ficar mais organizada, inteligível e tornar a sua aplicação plausível.

Para Severino (2007) a ciência se faz exatamente a partir do momento que o pesquisador aborda os fenômenos estudados aplicando recursos técnicos, seguindo um método e apoiando-se em fundamentos epistemológicos.

### **2.1 Tipo de pesquisa**

Para entender o tema proposto e solucionar os questionamentos levantados na problematização foi necessário realizar três tipos de pesquisa: a bibliográfica, a qualitativa e a quantitativa. A pesquisa bibliográfica, segundo Gonçalves (2005), trata-se do primeiro passo em qualquer tipo de pesquisa e tem como finalidade conhecer as diferentes contribuições científicas sobre o assunto que se pretende estudar. Gonçalves (2005) acrescenta que o objetivo é também revisar a literatura existente e não repetir o tema de estudo ou experimentação.

Lakatos e Marconi (2003) concordam que esse tipo de pesquisa não é uma mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas que propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras. É fundamental que se estude tanto autores que discorrem sobre o tema do desenho tanto como forma de comunicação e criação, quanto autores que abordam as concepções e conclusões sobre a criatividade e suas ramificações.

Além da pesquisa bibliográfica, será realizada a pesquisa quantitativa que conforme Gonçalves (2005) coletam-se e qualificam-se dados e opiniões mediante o emprego de recursos e técnicas estatísticas.

Em acréscimo às metodologias citadas também se fará o uso da abordagem qualitativa na qual Gil (1999) afirma proporcionar um aprofundamento entre as questões estudadas e o objeto, pois é valorizado um maior contato com a situação estudada, permitindo que sejam vistos pontos em comum, mas sem tirar a individualidade do discurso e os significados nele acometidos. Foram escolhidas estas metodologias porque segundo Minayo (1993):

[...] se a relação entre quantitativo e qualitativo, entre objetividade e subjetividade não se reduz a um *continuum*, ela não pode ser pensada como oposição contraditória. Pelo contrário, é de se desejar que as relações sociais possam ser analisadas em seus aspectos mais "ecológicos" e "concretos" e aprofundadas em seus significados mais essenciais. Assim, o estudo quantitativo pode gerar questões para serem aprofundadas qualitativamente, e vice-versa. (MINAYO, 1993, online)

Neste trabalho, foi usada a técnica de questionário via formulário Google para que, transcrevendo e analisando o relato dos estudantes, fosse entendido a relação dos alunos com o tema estudado para em seguida ser feito um recorte dos indagados de forma que estes possam ser investigados de forma mais detalhada em entrevistas semiestruturadas e presenciais.

## **2.2 Área de abrangência**

Como universo desta pesquisa foram escolhidos objetos que se encaixem no que foi definido na problemática: indivíduos que estejam familiarizados com o ato de criação. Tendo como foco estudantes de Design-Moda do Instituto de Cultura e Arte (ICA) da Universidade Federal do Ceará (UFC).

Poderia-se ter escolhido indivíduos de outro curso que também estudassem desenho e trabalhassem com a criatividade, mas os resultados não seriam tão aproximados com os criadores da moda como quanto os objetos que estão inseridos no curso de Design-Moda da (UFC). Não houveram critérios de faixa etária, classe econômica ou sexo. De acordo com Ruiz (1996), a entrevista consiste no diálogo com o objetivo de colher, de determinada fonte, de determinada pessoa ou informante, dados relevantes para a pesquisa em andamento.

O trabalho tem como proposta entender a significância de saber desenhar para a capacidade criativa do aluno de Design-Moda na Universidade Federal do Ceará (UFC), e por isso foi escolhida tanto abordagem quantitativa quanto qualitativa para que com questionários objetivos e específicos aplicados por meio de uma plataforma online fosse possível a coleta de dados de forma mais breve e eficiente, para em seguida ser feita uma entrevista presencial com um recorte em que houvesse um aprofundamento das questões indagadas, visto que a mesma proporciona maior liberdade e maior contato com o sujeito entrevistado.

### **2.3 Plano de coleta de dados**

As etapas de realização da pesquisa foram: A – Pesquisa bibliográfica - seleção e escolha das principais referências bibliográficas em livros, artigos, teses e dissertações sobre o desenho, a criatividade e como ambos se relacionam. Segundo Severino (2007) utiliza-se de dados ou de categorias teóricas já trabalhados por outros pesquisadores e devidamente registrados. Os textos tornam-se fontes dos temas a serem pesquisados. O pesquisador trabalha a partir das contribuições dos autores dos estudos analíticos constantes dos textos.

Em seguida foi feito: B – Levantamento de dados – realização de questionário via formulários google com aproximadamente trinta por cento estudantes da moda em Fortaleza que ocorreram no período de 13 de novembro de 2018 a dia 28 de novembro de 2018. Para que de 27 de maio a 6 de junho de 2019 fosse feito um recorte mais específico dos diferentes resultados obtidos no questionário em entrevistas semi estruturadas e presenciais. Severino (2007) discorre que as entrevistas semi estruturadas são aquelas em que as questões são direcionadas e previamente estabelecidas, com determinada articulação interna. Com questões bem diretas obtém, do universo de sujeitos, respostas que sejam mais facilmente categorizáveis, sendo assim muito útil para desenvolver levantamentos sociais.

Com o intuito de oferecer mais abertura para a fala dos objetos, a aplicação de entrevistas não diretas também se faz valer, em que o pesquisador mantém escuta ativa e faz poucas intervenções. Sendo todas as entrevistas gravadas pelo gravador de voz do aparelho celular do pesquisador.

E por último: C – Tratamento dos dados – interpretação dos dados obtidos. Transcrição e análise dos áudios gravados nas entrevistas, amparando as falas na bibliografia pesquisada e relacionando com a pesquisa documental.

## **2.4 Categorias analíticas**

De acordo com Gonçalves (2005) são as categorias utilizadas para classificar, compilando ideias e conceitos, tendo um apanhado de palavras-chave abrangentes em relação ao conteúdo que está sendo apresentado no trabalho. Após estudo com base na pesquisa bibliográfica e documental, puderam ser vistas algumas categorias a serem analisadas. Sendo elas: a criatividade e os seus métodos para o aluno criador; e o desenho como meio de comunicação e sua relação com a primeira categoria de análise.

## **2.5 Tratamento dos Dados**

Após a coleta dos dados, inicia-se a análise crítica e interpretação dos mesmos. Segundo Gonçalves (2005), a interpretação dos dados é redigida para o entendimento dos raciocínios. Cabe ao discernimento do leitor fazer os juízos a partir dos conceitos e análises apresentados. Neste caso, primeiramente foi realizada a interpretação dos resultados obtidos no questionário online, para que secundamente pudesse ser recortado representantes de cada resposta para no momento seguinte após a realização das entrevistas presenciais ser feita a transcrição dos áudios gravados nas entrevistas.

Em seguida, foi feita a interpretação dos mesmos e a discussão com o referencial teórico que embasou o presente projeto, utilizando o estudo bibliográfico como suporte para as falas dos objetos entrevistados. Dessa forma foi construído um diálogo com o pensamento dos autores sobre desenho e criatividade com o que será exposto pelos alunos de design-moda.

### 3 O DESENHO COMO FORMA DE COMUNICAÇÃO

Quando o assunto é desenho, existem várias vertentes em que esse pode ser conceituado, principalmente quando é enxergado como uma forma de arte. Diniz (2009) afirma que o desenho é a delimitação da representação de qualquer realidade, por meio de instrumentos apropriados sobre uma superfície, cujo um dos usos é servir de base para trabalhos visuais, além de funcionar como elemento fundamental de expansão do conhecimento e auxílio para uma consciência crítica.

Segundo Mastelini e Almeida (2016), desde os primeiros períodos da história, o homem utilizou-se de desenhos para comunicar-se. Explicam também que é importante ressaltar que a linguagem de expressão proporcionada pelos desenhos adequa-se ao seu tempo, acompanha a evolução do homem e chega atualmente à tecnologia, que está intrinsecamente incorporada à contemporaneidade humana.

Henriques (2012) acrescenta que se acredita que na Pré-História a imagem tinha um sentido ritualista e místico. Os desenhos feitos não se encontravam expostos, mas sim em cavernas, locais escuros e inclusos, não teriam uma finalidade estética e sim mágica. O ato da representação para o homem pré-histórico simbolizava a concretização de seus anseios: desenhar um animal, por exemplo, seria uma evocação do animal real, uma forma de possuí-lo.

Diniz (2009) diz que diante do ato de desenhar a educação do olhar e da coordenação motora do homem das sociedades primitivas parece desejar uma representação daquele mundo que lhe chega através do olhar: que se concretize a imagem pelo traço, a linha é a tentativa de movimentá-la. Há um desejo de representar o que se vive e enxerga. A linha tenta transpor aquele aspecto tridimensional para o plano bidimensional.

Com o tempo, as linguagens de expressão visual multiplicaram-se e diversificaram-se em formas e suportes. Além dos artesãos, escultores e pintores, outros “profissionais” passaram a criar e manipular imagens, como os designers. Muitos fatos foram relevantes para que tais transformações na cena das representações pudessem acontecer. Alguns deles encontram-se resumidos como mudanças técnicas na produção, e principalmente reprodução, das imagens. A evolução da técnica, porém, não só resolveu problemas práticos do artista como também lhe abriu novos caminhos e lhe ampliou a visão. Arte e técnica harmonizaram-se no fazer, conflitando apenas na teorização de alguns filósofos. Vale lembrar que estas evoluções técnicas, bem como a própria história da arte, foram fruto de mudanças sociais, econômicas e culturais. (HENRIQUES, 2012, p. 16).

O universo da imagem começa a fazer parte da aventura humana: representar o outro e representar a si mesmo. A representação visual em suas formas iniciais demonstra a clareza elementar da representação num traço comum a todos os povos primitivos, como aquelas pessoas que antes nunca haviam desenhado. Analisando de maneira sucinta, nesse primeiro momento percebe-se que o desenho e o ato de desenhar, ao longo da evolução humana, foram adquirindo e continuam a adquirir uma importância e relevância para a comunicação.



## 4 O DESENHO NO DESIGN-MODA

De acordo com Mastelini (2016), design é uma palavra inglesa que se apresenta com diferentes sentidos, como, por exemplo, projeto, esboço, desenho, entre outros. Sua raiz etimológica nos remete ao latim *designo*, indicativa da primeira pessoa do singular do verbo *designare*, que quer dizer designar, mostrar, traçar. Incorporada ao vocabulário da linguagem portuguesa, design é amplamente associado ao conceito de produto, ao projeto ou ao planejamento.

O uso da palavra design abrange diferentes características. Elas envolvem desde a criação de projetos até a busca de soluções criativas para idealizar o produto desejado. Como citado anteriormente na introdução, o desenho encontra-se inserido no processo do design desde a sua criação, e está intimamente ligado ao desenvolvimento de uma ideia inicial. E a finalização dessa ideia por meio do desenho é o que interessa ao processo, e assim a expressão desse desenho será transformada em um produto que esperadamente agrade ao consumidor final.

Mastelini (2016) diz que ao refletir sobre o design de moda, entende-se que o produto de moda passa pelas mesmas etapas de desenvolvimento do design e são duas atividades que possuem como alicerce um processo criativo idealizado pelo designer. Mastelini (2016) explica que nesse processo criativo é possível realizar um estudo de formas e volumes, de materiais e cores representadas graficamente por meio do desenho que se configuram como elementos de design de produto. Isso por que o desenho, antes da confecção do produto apresenta uma possibilidade uma primeira visualização de uma referência inicial. Essa primeira visualização conduzirá o criador a tomar novas decisões sobre o caminho que a ideia está tomando, seja em uma coleção, ou uma estampa.

Mastelini e Almeida (2016) explicam que o desenho é, portanto, uma atividade voltada à resolução de problemas, criação, atividades coordenadas e sistêmicas, por isso está tão próximo à gestão, que é orientada na mesma direção, estando presente, desde o início do processo de concepção do produto. Ele passa por todas as etapas necessárias, desde a determinação de seu mercado, necessidades e expectativas de seus futuros consumidores até atingir a reciclagem.

Desta forma, é por intermédio do desenho como aparata de diálogo entre as várias etapas de produção e comercialização, passando por diferentes mãos, tomando forma e tridimensionalidade que é idealizado o produto de moda. Sendo

assim, de acordo com Mastelini e Almeida (2016) o desenho em si pode ser considerado um mapa, uma forma de projetar, e também sua memória, apenas existindo até que seja recriado em uma outra coleção.

O universo da moda é constituído de diversos processos e práticas de desenho. Este trabalho apresenta alguns deles com o objetivo de analisá-los em seus diferentes momentos e aspectos, a partir da verificação da importância de cada um deles para o momento criativo do designer de moda.

#### **4.1 A ilustração e o desenho**

É importante salientar a diferença entre a ilustração de moda para o desenho de moda. De acordo com Duarte (2010), a ilustração é uma imagem ou um desenho que normalmente possui uma forma figurativa, ou seja, uma maneira de representar por meio de figuras, embora também possa ser apresentada de forma abstrata. Essa característica do desenho é muito utilizada para acompanhar, explicar, informar, sintetizar ou até mesmo sugerir um texto ou uma idéia. Já o desenho, como já se foi exposto aqui e de acordo com Duarte (2010) o desenho de moda busca a materialização, ou seja, tem a intenção da execução do referido desenho. O desenho de moda é elaborado por estilistas que podem ser chamados de designers, uma vez que ao materializar os desenhos que concebem, além de resolverem problemas de equilíbrio de volumes, de linhas, de cores, de ritmos.

Se por um lado, o desenho envolve diferentes facetas da roupa, por outro lado a ilustração de moda pode apresentar de maneira fiel a ideia original do produto final. Mas esses dois tipos não são os únicos que existem dentro do parâmetro da moda.

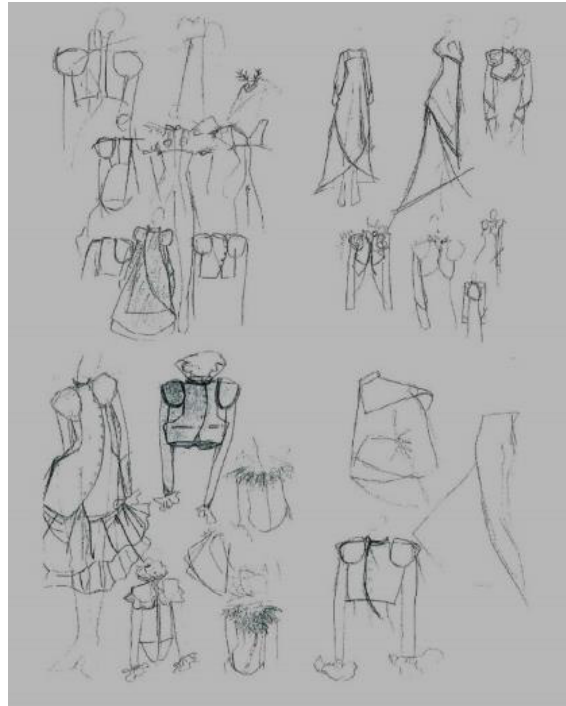
#### **4.2 Esboço**

Uma vez que o sistema da moda tem um ritmo acelerado para a criação de ideias, conceitos e modelos, Jones (2011) ressalta que o estilista de moda geralmente tem que desenhar rápido, rascunhar ideias fugazes para capturar movimentos passageiros e gerar um número suficiente de ideias para poder editá-las em um conjunto coerente.

Hatadani e Menezes (2011) explicam que o esboço caracteriza-se como um desenho apressado, que não precisa de materiais sofisticados e complicados. É por

meio dele que existe a possibilidade do criador reproduzir seus pensamentos sem barreiras de restrição, assim como num *brainstorming*.<sup>3</sup> Ocorre uma vasta mistura de ideias onde não é possível distinguir as boas das más, o que não pode ser visto como um problema, já que será possível que o haja modificações futuras.

Figura 1- Desenhos de esboços para produtos de moda



Fonte: Fávero (2009)

De acordo com Diniz (2009), o esboço é feito na parte inicial do processo de criação, e pode ser entendido como um estudo preparatório para o desenho definitivo, ou ainda estudo de um objeto em vários ângulos, para obter maior compreensão gráfica do mesmo. O tal rabisco não precisa ser medido, tampouco precisa ter perfeição nos traços ou ser feito no capricho, mas sim representar as ideias de maneira rápida, já que é utilizado geralmente no início do processo criativo do designer.

Tendo essas ideias em vista, é nesse momento em que a criatividade e o desenho se cruzam de forma mais significativa, fazendo deste o ponto crucial para que as técnicas e habilidades do designer em relação ao desenho intervenham

---

<sup>3</sup> De acordo com Lubart (2007), o *brainstorming* constitui um método que visa encorajar as pessoas a utilizar o pensamento divergente - o que produz muitas ideias ou alternativas a partir de um único ponto de partida - e a assumir os riscos na investigação de ideias inovadoras.

naquele processo de criação, e por esse motivo o esboço é fundamental para este estudo.

### 4.3 Desenho Técnico de moda

Gragnato (2008) explica que o desenho técnico de moda é normalmente entendido como a representação planificada e bidimensional de peças de vestuário, mas também abrange a representação de acessórios como joias, sapatos, bolsas e bijuterias.

De acordo com Gragnato (2008), o traçado do desenho técnico de moda é preciso e obedece a códigos que traduzem características e técnicas próprias para a representação de produtos têxteis e é, portanto, um tipo específico de registro gráfico. Como exemplo pode-se citar a representação de costura, que deve ser desenhada com uma linha tracejada, como também, a reprodução de um recorte deve ser representada com uma linha contínua. Jones (2011) acrescenta que nesse aspecto, é importante não haver exagero de proporções e que cada pesponto, construção e detalhe de acabamento seja indicado em um diagrama sem ser sombreados, para evitar erros na produção.

Figura 2: Exemplo de desenho técnico de vestuário



Fonte: Biavatti (2011)

Como observado na figura acima, o objetivo do desenho técnico é, portanto, demonstrar o produto de moda de forma clara e precisa, visando sua reprodução em escala industrial. Porém, é preciso manter em mente que muitas vezes a confecção do produto passa por diferentes mãos e empresas e por isso é preciso que este

desenho seja preciso e acompanhado de legendas contendo informações escritas, contextualizadas em fichas técnicas<sup>4</sup>.

Figura 3 - Exemplo de ficha técnica

FICHA TÉCNICA		NOME/CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTO	FABRICANTE	FORNECEDOR	LAGURA/M	PREÇO
NOME DA EMPRESA		MATÉRIA PRIMA SECUNDÁRIA (FORRO, AVIAMENTOS...)							
COLÉGIO		NOME/CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTO	FABRICANTE	FORNECEDOR	LAGURA/M	PREÇO
MODELO									
ANO									
REF.									
DESCRIÇÃO DA PEÇA:		FRENTE:				DETALHE:			
ETIQUETAS		LATERAL:				COSTAS:			
BENEFICIAMENTO									

Fonte: apostila de desenho técnico de Kauling (Documento sem data de publicação).

Hopkins (2011) defende que o desenho planificado, que faz parte da ficha técnica, exige uma abordagem mais formal que os desenhos técnicos pois estes estão inseridos em um contexto industrial, intimamente ligado às especificações de fabricação contendo informações visuais necessárias para a confecção de uma peça em relação aos custos unitários como acabamentos e detalhes de design.

No mercado de trabalho e também nas escolas de moda este tipo de desenho podem ser realizados de duas formas: manualmente e digitalmente. Gragnato (2008) afirma que nos cursos de moda o desenho técnico é ensinado a partir do traçado manual, onde o aluno manuseia canetas e régua sobre o papel mas que acompanhando os avanços tecnológicos o desenho técnico também pode ser realizado a partir da utilização de programas de computador que permitem a elaboração de linhas e planos bidimensionais.

De acordo com o que se foi descrito, o desenho técnico objetiva a comunicação de idéias para posterior materialização de um objeto, artefato ou construção e por isso uma etapa da criação que só pode ser concluído depois do esboço, quando o designer chegou a conclusão sobre como a peça deverá ser feita, com a possibilidade que

<sup>4</sup> Segundo Gragnato (2008) Ficha técnica é um documento que registra o produto de moda tanto de forma gráfica, através de desenhos, como de forma textual, através de descrição, por meio de palavras, números e anotações. De maneira geral, a ficha técnica deve conter o máximo de informações sobre o produto para que haja correto entendimento sobre cada detalhe do e cada etapa de sua confecção.

ainda hajam alterações depois ou até antes da pilotagem, mas que não representa uma parte significativa do processo criativo inicial e apesar de ser de extrema importância para a produção de um produto, não será o foco principal deste estudo.

#### **4.4 Croqui**

Gagnato (2008) discorre que o designer de moda trabalha essencialmente com planos que buscam soluções que agreguem valores ao produto, dos quais podem ser citados a novidade, a utilidade e a inovação, aspectos que são intrínsecos da própria moda. Dessa forma, é possível afirmar que para conceber o produto de moda é papel do designer estudar e propor a sua viabilidade, tanto para a reprodução quanto para a comercialização do mesmo. Após a pesquisa para a adequação do produto para o consumidor final para definição de cores, materiais e formas, desenho é a linguagem usada pelo designer de moda para realizar a comunicação visual dessas ideias que ainda não se concretizaram.

De acordo com Hatadani e Menezes (2011), o desenho de estilo - ou croqui - se assemelha em muitos aspectos ao desenho de esboço, com exceção de algumas características.

Assim como o esboço, o desenho de estilo está diretamente associado à representação de uma ideia a partir do ato de desenhar. São também representações rápidas, mais frequentemente realizadas com técnicas manuais, cuja função é possibilitar a junção do fazer e do pensar o produto em termos projetuais. Por meio dele, o designer registra ideias, estuda a coerência e a viabilidade do produto. Mas, diferentemente do esboço, é por meio do desenho de estilo que o designer comunica sua intenção a terceiros, apresentando suas ideias às pessoas com poder de decisão sobre a fabricação dos produtos. (HATADANI E MENEZES, 2011, P.73)

Em muitos aspectos, a criação de um croqui pode ser considerada um processo de solução de problemas que combina os elementos visuais de articulação de uma ideia em sua forma mais pura. Hopkins (2011) defende que a criação de croquis não envolve apenas o ato de desenhar uma ideia inicial, mas também o processo de considerar e desenvolver a ideia ao longo das páginas de um caderno de esboços.

Figura 4: exemplo de desenho de moda



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/297237644158001154/>. Acesso em: 8 de maio de 2019.

De acordo com Lemos (2013), na criação dos croquis, o estilista preocupa-se com a coleção como um todo, suas cores, materiais, caimento, formas, entre outros. Nesse processo, o croqui, assim como o desenho técnico, também objetiva a materialização da ideia. Hopkins (2011) acrescenta que no croqui as proporções são estilizadas. Apesar de que objetivo central seja mostrar a roupa, nesse tipo de desenho o corpo costuma ganhar uma silhueta mais esguia, caricatural, abstrata e pode até às vezes parecer inacabada, mas o fato é que os croquis desempenham diferentes funções dependendo de um propósito.

Segundo Gagnato (2008), o croqui de moda do século XXI passa a ter, de sete cabeças e meia, como era representado "O Homem Vitruviano" de Da Vinci, para nove cabeças, e às vezes até dez, resultando numa silhueta alongada e longilínea tanto para o croqui feminino quanto para o masculino. Contudo, Jones (2011) explica que essas proporções são usadas de forma diferente entre os sexos. Para o croqui feminino, as regiões do pescoço e, principalmente, das pernas são mais alongadas enquanto que no masculino, alonga-se mais o tórax. Para Hopkins (2011), os desenhos de moda infantis são divididos por faixa etária, construídos com diferentes proporções para cada dois anos, a figura é mais baixa e apresenta mais curvas, o que deixa a silhueta mais robusta. Lemos (2013) reitera que o croqui, normalmente,

recebe gestos e movimentos expressivos e dramáticos dando mais vida e valor ao produto ao mesmo tempo em que contribui para sua aprovação.

Gagnato (2008) explica que no desenho de estilo, o corpo humano, além de servir como base do produto de moda no sentido funcional, pode também traduzir características de personalidade do público-alvo e do “espírito” da coleção, tanto por meio da estilização da figura como pelas técnicas de representação utilizadas.

Figura 5: Exemplo de desenho digital de moda.



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/468867011198068826/> Acesso em: 9 de maio de 2019.

Mastelini e Almeida (2016) discorrem que o desenho de moda também pode ser assistido pelo uso de computadores. Seu processo pode ser iniciado à mão livre e ter sua finalização realizada em programas vetoriais, como o *CorelDraw* ou em *bitmaps*, como o *Adobe Photoshop* ou *Illustrator*, todos para fins de apresentação comercial da coleção. Esta prática proporciona rapidez no trabalho do designer, que pode criar um banco de arquivos de desenhos e imagens a serem utilizadas conforme a suas necessidades.



## 5 CRIATIVIDADE

De acordo com Mastelini e Almeida (2016) há um diálogo constante entre os profissionais da área de moda que a criatividade é indispensável no desenvolvimento de projetos. Assim, para uma maior compreensão dessa importância é necessária um maior entendimento do que vem a ser a criatividade, da personalidade criativa e do processo criativo propriamente dito.

### 5.1 Abordagens teóricas

Segundo Ostrower (2013) no decorrer do percurso da raça humana, a geração de ideias originais sempre foi uma parte do dia a dia do ser humano. Historicamente, o potencial criador do homem começou a ter importância na época do Renascimento, onde nascia o individualismo e, num sentido de valor, a individualidade procurava sobrepor-se ao social. Devido à existência de diferentes correntes e diversas linhas de pensamento, o estudo da criatividade recebe uma série de análises diferenciadas pelos estudiosos do assunto. Andrade (2006) defende que existem diversos enfoques acerca de criatividade, provavelmente porque ela pode ser inserida em diversos contextos, tais como meio artístico, meio científico ou organizacional. Estudiosos da temática defendem que essas diferentes conceituações não são excludentes, mas complementares.

Andrade (2006) prossegue explicando as diferentes abordagens que a criatividade contém: as filosóficas tradicionais, as filosóficas modernas, as psicológicas e sociológicas.

Quadro 1 – Abordagens sobre criatividade

Abordagens	Principais ideias
Filosóficas tradicionais	- Inspiração ou dádiva divina. As raízes dessa noção são atribuídas a Platão; - Loucura - a criatividade é fruto de um acesso de loucura. Essa concepção remonta à Antiguidade.
Filosóficas modernas	- Criatividade como gênio intuitivo - não pode ser alcançada pela educação, pois é imprevisível, não racional e limitada a algumas poucas pessoas. Essa visão nasceu no fim do Renascimento e estendeu-se ao século XVIII. Kant, em particular, foi um dos pensadores que associou criatividade e genialidade;

	<p>- Criatividade como força inerente à vida - é uma manifestação do processo organizador presente em toda vida. O expoente dessa idéia foi o biólogo Edmund Sinnott;</p> <p>- Criatividade como força cósmica – é uma manifestação de uma criatividade universal que resiste a tudo que existe. Essa idéia foi desenvolvida por Whitehead.</p>
Psicológicas	<p>- Associacionismo - novas idéias surgem a partir de idéias antigas por meio de um processo de tentativa e erro. A origem do associacionismo remonta ao filósofo John Locke;</p> <p>- <i>Gestalt</i> – o processo criativo busca, por meio de dados concretos ou imaginados, obter uma <i>gestalt</i> ou forma completa. O sujeito criativo estaria sempre procurando soluções para falhas na informação, o fechamento de uma forma incompleta, ou novas formas de organização. Os teóricos fundadores dessa abordagem foram Wertheimer, Koftka e Köhler na Alemanha;</p> <p>- Psicanálise - é considerada a mais importante das abordagens sobre a criatividade. Ela tem origem na psicanálise freudiana e apresenta a criatividade como uma forma inconsciente de solução de conflitos que surge da mesma fonte que a neurose;</p> <p>- Humanistas - a criatividade é vista como uma tendência do ser humano à auto-realização, sendo necessárias certas condições para o potencial criativo vir à tona. Pode-se citar entre os fundadores dessa visão, Maslow, Rollo May e Rogers;</p> <p>- Análise fatorial -a mente humana pode fazer as operações de cognição, memória, produção convergente, produção divergente e avaliação. O pensamento criador está relacionado ao pensamento divergente, pois este busca todas as soluções possíveis para um problema e é menos atrelado a normas fixas e mais à originalidade da resposta. O autor dessa idéia foi Guilford.</p> <p>- Educacional – a criatividade se dá naturalmente em ambientes facilitadores e, quando impedida, pode ser ensinada e desenvolvida. Torrance é o expoente dessa visão.</p> <p>- Psicofisiológicas – enfatizam a relação entre a criatividade e os hemisférios cerebrais. É importante destacar que o pensamento criativo se dá por meio do envolvimento dos dois hemisférios. Torrance é um dos principais pesquisadores dessa idéia.</p>
Sociológicas	<p>- Enfocam o papel do ambiente no desenvolvimento da criatividade. Defendem que os valores e pressupostos de uma sociedade impõem uma série de limitações e restrições ao diferente e original, impedindo o desenvolvimento do potencial criativo. Amabile é a expoente dessa visão.</p>

Fonte: Adaptado de Andrade (2006)

Após a revisão do conteúdo exposto por Andrade (2006), é possível chegar à constatação de que a maioria das abordagens encontram-se na área da psicologia. Sakamoto (2000) e Wechsler (1998) concordam e salientam a necessidade fundamental da construção de uma base teórica mais integradora sobre o fenômeno criativo, que nos permita um aproveitamento maior de toda a gama de informações existentes no assunto.

## 5.2 Conceitos

Diversos são os enfoques que podem ser tomados no estudo da criatividade, considerando cada um dos aspectos mencionados, e por esse motivo torna-se difícil uma conceituação que abranja o número de ramificações que esse assunto possui. A respeito de uma definição para o termo criatividade, Sakamoto (2000) afirma que existe uma ausência de discussões acerca da própria definição de criatividade e uma ausência de estudos que procuram tomar o fenômeno criativo dentro de uma visão mais integral, que nos ofereça uma noção de conjunto dos vários aspectos de manifestação num mesmo todo. Predebon (1998) também considera impossível haver uma única definição que satisfaça todas as pessoas.

Contudo, Panizza (2004) afirma que existem diversas definições que em relacionam a criatividade ao elemento de novidade: seria considerado criativo aquilo que gera novas ligações entre informações, objetos, situações, entre outros que supostamente não possuíam ligações. Panizza (2004) acrescenta que seria criativo observar um problema sob um ponto de vista inteiramente novo, e até propor uma solução, se não inovadora, ao menos curiosa e inusitada. Kneller (1973) concorda que toda definição de criatividade inclui o elemento novidade. “Criamos quando descobrimos e exprimimos uma ideia, um artefato ou uma forma de comportamento que seja nova para nós” (KNELLER, 1973, p.15)

Sakamoto (2000) oferece uma definição acerca que é mais abrangente do que os conceitos usuais dados ao fenômeno. Em suas palavras, “criatividade é a expressão de um potencial humano de realização, que se manifesta através das atividades humanas e gera produtos na ocorrência de seu processo.” (SAKAMOTO, 2000, p.52)

Já Kneller (1973) afirma que existem quatro categorias em que a criatividade pode ser definida, sendo elas: 1. do ponto de vista da pessoa que cria, em termos fisiológicos e temperamentais, inclusive de atitudes pessoais, hábitos e valores; 2. Dos processos mentais - motivação, percepção, aprendizado, pensamento e comunicação que o ato de criar mobiliza; 3. a partir de influências ambientais e culturais; 4. em função de seus produtos, como teorias, invenções, pinturas, esculturas e poemas.

Lubart (2007) declara que a definição da criatividade é um assunto de investigação em si, e existem diversos debates científicos atuais sobre. Porém, que

há uma definição consensual admitida pela maior parte dos autores do assunto: “A criatividade é a capacidade de realizar uma produção que seja ao mesmo tempo nova e adaptada ao contexto na qual ela se manifesta.” (LUBART, 2007, p.16).

De acordo com Wechsler (1998), a criatividade pode ser analisada sob as seguintes vertentes: a) habilidades cognitivas; b) características de personalidade; c) elementos ambientais; d) processo criativo. Estas questões podem ser estudadas tanto individualmente quanto uma combinação de duas ou mais. Nesta pesquisa, considerando o foco da mesma, foram abordadas as dimensões da personalidade criativa, e do processo criativo.

### **5.3 O caráter personológico criativo**

Panizza (2004) afirma que é costumeiro que associem a imagem de um indivíduo criativo à seres envolvidos com a arte, aquele que questiona tudo, ao gênio, ou talvez ao louco. Contudo, não se deve associar o fator criativo somente a excentricidade, ou quem sabe a divindade, e nem mesmo a loucura. Predebon (1998) afirma que diferente dos outros seres vivos, o homem tem a capacidade de realizar um raciocínio associativo de experiências anteriores e ir além, construindo hipóteses, sonhando e conjecturando. Essa capacidade produz o que pode ser chamado de criatividade. Por isso a afirmação de que todos somos criativos, o que só pode ser contestado em termos de grau.

Após essas reflexões, propõe-se responder tais perguntas: quais fatores influenciam na capacidade criativa de um indivíduo? O que torna essas pessoas diferentes, mais criativas? Pode-se levar em consideração diversos fatores. Vários autores realizaram estudos acerca do assunto. Kneller (1973) considera traços como: Inteligência superior à média; consciência (mais sensível do que o comum ao seu meio); fluência (capacidade de produzir mais ideias do que a pessoa comum); originalidade (capacidade de ter ideias e encontrar soluções fora do comum); flexibilidade (levando o indivíduo a uma série de abordagens); capacidade de elaboração (não apenas cria novas ideias, mas segue-as); ceticismo (menos suspicaz a novas ideias); persistência e dedicação (explora as ideias pelo prazer); humor (capacidade de reagir espontaneamente à discordância de sentido ou implicação); inconformismo (desejo de algo novo); autoconfiança.

Torrance (1976) compila uma lista de 84 características encontradas em um ou mais estudos para diferenciar pessoas altamente criativas daquelas menos criativas. Da qual pode-se citar: aceita desordem; atraída pelo misterioso; corajosa; determinação; emocional; curiosa; individualista; persistente; sensível a estímulos externos; autoconfiante; senso de humor; meticulosa; disposta a assumir riscos e um tanto retraída e quieta.

De acordo com Lubart (2007), existem seis traços que no plano teórico apresentam uma importante particularidade para a criatividade: a perseverança, a tolerância à ambiguidade, a abertura para novas experiências, o individualismo, a disponibilidade de correr riscos e o psicotismo. O autor discorre que a perseverança é característico do indivíduo criativo, já que para pôr alguma ideia em prática, haverá obstáculos que precisarão serem superados para que a ideia seja realizada. A tolerância à ambiguidade, pode ser entendida como a flexibilidade do indivíduo a enxergar novas possibilidades dentro de uma situação que é incerta. O ser criativo também é aberto a novas experiências, visto que, o traço de abertura interage com os processos de pensamento para tornar a produção criativa possível. Já o individualismo, é entendido como a capacidade do indivíduo de apresentar uma segurança em suas ideias. A personalidade criadora também apresenta uma tendência a correr riscos, visto que em geral às ideias criativas destacam-se das ideias habituais do grupo que se pertença. Outra característica que pode-se apresentar é o psicoticismo refere-se às relações de um indivíduo com a realidade.

É possível observar, a partir da visão dos autores discorridos anteriormente que uma pessoa curiosa, que mantém-se aberta a novas informações, opiniões e experiências diferentes é mais propensa a se tornar criativa. Em contrapartida, existem fatores que acabam, muitas vezes arruinando esses esforços criativos. Novaes (1980) explica que há possibilidades de haver sérios bloqueios ao desenvolvimento da criatividade devidos à falta de conhecimentos e informações, hábitos pessoais negativos, atitudes de pessimismo e de conformismo, falta de esforço pessoal e procura de critérios de julgamento estereotipados.

Sendo assim, a pessoa criativa é aquela que ao longo da vida coleciona diferentes experiências e vivências, mas que tem a capacidade emocional de dosar suas características negativas que causam um déficit criativo. Portanto, uma vida emocional empobrecida causa danos irreparáveis na eficiência criativa.

## 5.4 Fases da criatividade

Durante o ato criativo é possível observar que acontecem diversas etapas, das quais muitas vezes apresentam similaridades entre diferentes ciclos e pessoas. Dito isso, é possível afirmar que existe um padrão no processo criativo. Lubart (2007) defende que a noção de processo criativo remete a sucessão de pensamentos e ações que desembocam nas criações originais e adaptadas.

Lubart (2007) discorre que o processo criativo clássico foi criado por Wallas em 1926 e é dividido em quatro etapas: Preparação - necessita de uma análise preliminar a fim de definir e de colocar o problema. Esta etapa requer um trabalho consciente e demanda educação, capacidade analítica e conhecimentos sobre o problema; Incubação - vem logo em seguida, no seu decorrer não há trabalho consciente. O indivíduo pode se concentrar em outros aspectos de sua vivência, ou simplesmente descansar, caso mantenha-se distante do “problema”; Iluminação - aparece quando uma ideia interessante se torna consciente. Esta fase pode se definir por um momento “eureka”, uma ideia emergente. É facilmente perturbada por momentos externos, sendo assim uma fase delicada; Verificação - o trabalho torna-se consciente novamente. Esta fase é a parte onde a pessoa necessita avaliar, definir e desenvolver a ideia, podendo voltar para às fases anteriores.

Ostrower (2013) não fragmenta o processo de criação em partes ou períodos. O processo criativo é um processo existencial, assim como viver. Ostrower (2013) afirma que o ser humano não pode ser considerado em partes, só pode ser considerado como um todo integrando às suas partes e que o ato criador adquire seu significado pleno só quando entendido globalmente.

Deve-se acrescentar, que apesar disso Ostrower (2013) não deixa de reconhecer que existem momentos no processo que merecem definição. O *insight* é um processo dinâmico e ativo que constitui um “sair-de-si” e captar uma busca de conteúdos significativos. Às memórias de situações anteriores já vividas servem como referencial aos dados novos, e assim em novas integrações, por sua vez se transformam em conteúdos referenciais.

A elaboração, em segunda instância, é um momento de reflexão, onde o indivíduo irá se perguntar em todo momento: sim ou não, falta algo, sigo, paro. Assim, ao criar, ao receber sugestões da matéria que está sendo alterada em suas mãos, o indivíduo se vê diante de encruzilhadas, não tendo um momento certo para parar. O

terceiro momento, a inspiração talvez seja o momento final do ato. Dependerá do trabalho, caso ele já tenha se esgotado por si só, ou pelo indivíduo apresentar uma necessidade de desfecho.

Para Kneller (1973), as quatro fases conhecidas como modelo clássico ainda se aplicam, mas o mesmo modifica num ponto a sequência convencional, considerando a primeira fase da preparação como fase distinta, que será chamada de primeira apreensão: de uma ideia ser realizada ou de um problema resolvido. Até então, não houve inspiração, mas apenas a noção de algo a fazer.

Para o Kneller (1973) a segunda fase, denominada preparação constitui uma rigorosa investigação das potencialidades da ideia germinal. É o momento em que o indivíduo propõe diversas soluções e pondera suas forças e fraquezas. A incubação, segundo Kneller (1973) é um tempo de atividade não consciente na qual às ideias do criador “são enterradas” e então o inconsciente faz inesperadas conexões que constituem a essência da criação. O momento da Iluminação é o clímax do processo de criação. É a repentina percepção de uma solução de seu problema. A verificação é a fase final do processo e consiste na investigação do que é válido ou não para o criador, pois é possível que a iluminação tenha falhado.

## **6 OS DESENHOS E AS METODOLOGIAS DE PROJETO NO CURSO DE DESIGN-MODA DA UFC**

Para entender quais aspectos estão em jogo no conhecimento dos objetos investigados, percebeu-se necessário estudar e expor quais são os conteúdos que os mesmos estão expostos durante o curso, já que a execução destas disciplinas afetam diretamente às questões indagadas. Vale salientar que este estudo não se concentra nas questões de ensino, pois não tem como objetivo questionar o currículo do curso, e sim entender como se dão os processos de criação dos alunos para um acréscimo teórico do assunto.

### **6.1 O ensino do desenho**

De acordo com o componente curricular do curso de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará (UFC) vigente desde 2011.1 (anexo A), pode-se observar que durante todo o curso são ofertadas trinta e quatro disciplinas - duas mil duzentas e vinte quatro horas - de caráter obrigatório que o discente necessita fazer para obter a graduação. Dentre às quais seis abordam o assunto desenho: fundamento do design no primeiro semestre, desenho da figura humana no segundo, desenho técnico de moda no terceiro, desenho de moda e comunicação visual no quarto e desenho informatizado no quinto.

Com base nos plano de ensino e programas de disciplina (anexo B), documento que traz todas as informações acerca de cada disciplina proposta, desde o objetivo da disciplina, seu conteúdo e referências bibliográficas que serão utilizadas até a forma de avaliação, é possível identificar sobre o que se trata mais especificamente cada uma delas.

A disciplina de fundamentos do design contém noventa e seis horas de carga horária, - seis créditos - sendo a disciplina com maior carga horária do curso, é ofertada anualmente para alunos que estão cursando o primeiro semestre, e não apresenta pré-requisitos, o que significa que o aluno não necessita de nenhum conhecimento prévio de alguma outra cadeira para cursá-la.

Trata-se de uma disciplina que aborda diversos assuntos, sendo um deles a história do design para que haja uma compreensão do mesmo sobre como a moda



está inserida neste meio, assim como o conhecimento da *Gestalt*<sup>5</sup>, da forma nos objetos e nas superfícies, da teoria da cor, e das proporções para que seja possível realizar uma leitura abrangente das manifestações visuais. É nesta disciplina que o discente tem um primeiro contato com o desenho, conhecendo os métodos de representação das formas livres e das formas da natureza, onde a prática de desenhar vem somar ao conhecimento a forma de expressão necessária ao estudante para transmitir e comunicar suas ideias e criações.

A disciplina ministrada no segundo semestre, denominada desenho da figura humana, oferece uma carga total de sessenta e quatro horas, sendo dezesseis dessas teóricas, e às quarenta e oito restantes práticas. A cadeira apresenta como pré-requisito a disciplina de fundamentos do design, ou seja, o aluno já deve ter conhecimento prévio alguns tipos de representações gráficas.

A aulas desta matéria possibilitam que o discente aprenda a desenhar proporcionalmente o corpo humano baseado em técnicas de desenho (traços básicos, esboços, emprego de luz e sombra) estabelecendo as bases do conhecimento a respeito da estrutura, forma, proporções e volumes do corpo humano visando proporcionar o seu estudo consistente, de modo a facilitar que o discente a compreenda e, por conseguinte, represente-a graficamente em sua configuração natural. Durante o percurso desta, é ensinado principalmente a técnica de dimensionamento através do grafite.

Já o conteúdo da terceira disciplina, desenho técnico de moda, contém também uma carga total de sessenta e quatro horas, sendo ofertada anualmente, e discorre sobre a possibilidade de diferentes representações planas de uma peça do vestuário. Esta matéria traz todas as informações necessárias para a confecção de um produto e vem a somar ao conhecimento do profissional como uma ferramenta que tem por finalidade a representação da indumentária por meio gráfico. Associada à ficha técnica, o desenho técnico, assim como a representação de seus detalhes faz-se necessário nas indústrias de confecção no registro das peças de suas coleções.

Enquanto o plano de ensino da quarta disciplina, desenho de moda, explica que é uma ferramenta indispensável para a comunicação gráfica de serviços e produtos direcionados ao design de moda. Assim, é fundamental conhecer a estrutura

---

<sup>5</sup> Às leis da *Gestalt* descrevem segundo que regularidades e com que efeitos cognitivos determinados elementos ópticos são percebidos. (TSCHIMMEL, 2010, p.116)

e proporções do corpo humano a fim de dominá-las e adequá-las ao um estilo pessoal de expressão. De posse deste conhecimento, procede-se ao estudo do vestuário básico representado sobre o corpo humano com as devidas noções de caimento e coerência entre pose, produto e ambiência. Assim sendo, o desenho de moda torna-se meio de expressão primordial de uma ideia que será materializada em produto.

A disciplina de comunicação visual aplicada apresenta uma carga horária de sessenta e quatro horas, sendo ofertada anualmente. É uma matéria essencial para a formação do designer de moda, pois possibilita a expressão das ideias e concepções do projeto de design através de ferramentas e mídias diversificadas. O intuito da aplicação da comunicação visual aos projetos de moda se concentra em ampliar o repertório expressivo do aluno, tornando-o capaz de transmitir suas ideias e conceitos de design com eficácia e objetividade.

Sendo assim, com a realização desta matéria é possível que o aluno compreenda a importância das imagens e seu impacto na comunicação entre os agentes do mercado de moda, aplique os elementos da comunicação visual em projetos de moda e desenvolva sistemas de identidade visual voltados para o mercado.

A disciplina de desenho informatizado proporciona o conhecimento essencial para a manipulação de ferramentas digitais para a execução dos diferentes tipos de projetos necessários. O aluno estará apto a conjugar estas ferramentas na busca da excelência e precisão exigida do desenho técnico, sendo capaz de transmitir suas ideias em fichas técnicas de modo claro, e objetivo. Além disso, também é transmitido um conteúdo que auxilia na construção de portfólios.

## **6.2 O ensino criativo**

Citando o componente curricular novamente, é possível afirmar que as disciplinas obrigatórias de cunho criativo ofertadas no decorrer do curso totalizam cinco: processos criativos no segundo semestre, metodologia projetual no terceiro, projeto de produto I no quarto, projeto de produto II no quinto e projeto de produto III no sexto. Todas estas disciplinas apresentam carga horária de sessenta e quatro horas, sendo ofertadas anualmente.

A disciplina de processos criativos ensina técnicas que permitem que o designer de moda possa exercer o processo criativo de maneira profissional,

permitindo que esta atividade possa ser exercida em qualquer momento de suas atividades. Na qual são trabalhados diferentes métodos que auxiliam a atividade criadora, e ajudam o indivíduo em a conceber uma ideia de uma forma mais espontânea.

A disciplina de metodologia projetual torna o aluno ciente dos aspectos subjetivos envolvidos durante o processo de criação e a forma adequada para tomar decisões, bem como apresentar toda a metodologia de desenvolvimento de produto de forma teórica, tornando-o apto a experimentar a prática. O programa da disciplina explica que esta metodologia é complexa e envolve mais que um passo a passo a ser seguido. Durante a disciplina também é exposto o ciclo de vida do produto de moda, princípios fundamentais à criação e desenvolvimento de produto, estudos de inovação, planejamento de produto com aspectos semânticos e análise de oportunidades de mercado, fatores que o aluno necessita entender para a concepção de um produto.

Projeto de produto I auxilia na concretização do projeto de produto de moda em meio acadêmico, a disciplina possibilita um ensaio da metodologia aplicada no mercado no decorrer do semestre. Assim, o aluno torna-se mais apto para a desenvolver projetos futuros tanto acadêmicos quanto para sua vida profissional. Durante o percurso desta matéria são vistos diversos assuntos como: o desenvolvimento de *briefing*<sup>6</sup>; pesquisa de mercado, tendência, tecnológica, comportamento e de vocação regional; e um auxílio do processo criativo.

Projeto de produto II traz um acréscimo para a preparação do estudante de moda para atuar como designer de produto passa pela escolha do método, sua adaptação à realidade da indústria em questão e sua execução. Faz-se necessário possibilitar ao estudante uma aproximação da realidade de mercado, buscando simular os desafios profissionais e ressaltando a importância de um trabalho sistêmico.

Projeto de produto III é uma disciplina de criação de produtos com um cunho menos comercial. Nela, o estudante de moda torna-se apto a atuar em diversos âmbitos do sistema de moda, e por isso faz-se necessário que ele obtenha os conhecimentos relacionados a criatividade aplicadas às técnicas de construção do

---

<sup>6</sup>O briefing é o esqueleto do projeto; Em uma reunião de briefing, recebe-se às informações-chaves e os objetivos mercadológicos do projeto. (PANIZZA, 2004, p.143)

vestuário e vivências práticas de ateliê a fim de proporcionar ao aluno a capacidade de desenvolver projetos de alta complexidade, além da capacidade de abstração para o processo criativo e adaptação das capacidades criativas necessárias no mercado de trabalho.

## **7 COMPREENDENDO O DESENHO E A CRIATIVIDADE SOB O OLHAR DOS ALUNOS DE DESIGN-MODA**

Tendo em vista que este estudo tem como objetivo entender quais as relações entre a criatividade e o desenho no âmbito acadêmico dos alunos que cursam Design-Moda no Instituto de Cultura e Arte (ICA) da Universidade Federal do Ceará (UFC), foi necessário fazer uma pesquisa que medisse tais dados para uma análise.

A coleta de dados da pesquisa se deu através da realização de um questionário que foi divulgado em um fórum informal do curso e pela plataforma de mensagens *WHATSAPP* durante o período de 13 de a 28 de novembro de 2018 para que alunos de diversos semestres pudessem responder. Em seguida foi feito um recorte dos questionados, para uma análise mais profunda em entrevistas semi estruturadas e presenciais.

No questionário - apêndice A-, feito pela plataforma do google, que permite a visualização tanto das respostas dadas individualmente, quanto em conjunto, de modo que é possível observar as porcentagens de cada resposta, foram expostas nove questões para a verificação de um padrão de comportamento. Boa parte das questões eram de múltipla escolha. A questão de número um buscava saber o nome do informante, para que ele possa ser identificado caso seja escolhido para uma entrevista presencial.

A segunda questão teve como intuito mapear em qual semestre o discente se encontrava, a fim de saber quais cadeiras obrigatórias que tenham como assunto o desenho ou a criatividade o indivíduo já teria feito para entender até qual ponto a sua experiência acadêmica com ambos os assuntos era. Das 67 respostas obtidas, 38 por cento se encontra no sexto semestre, 23 no segundo, 16 no quarto, 10 no oitavo, quatro e meio no décimo, idem formados e apenas um por cento no sétimo.

Pode-se constatar pelas porcentagens obtidas, que a maioria se encontra no sexto semestre, o que é motivado, possivelmente pelo interesse que os alunos possuem por responder questionários acadêmicos, já que é nesta época do curso que os discentes começam a se inserir em pesquisas teóricas devido as cadeiras do semestre.

*Gráfico 1 – Tempo acadêmico dos questionados*

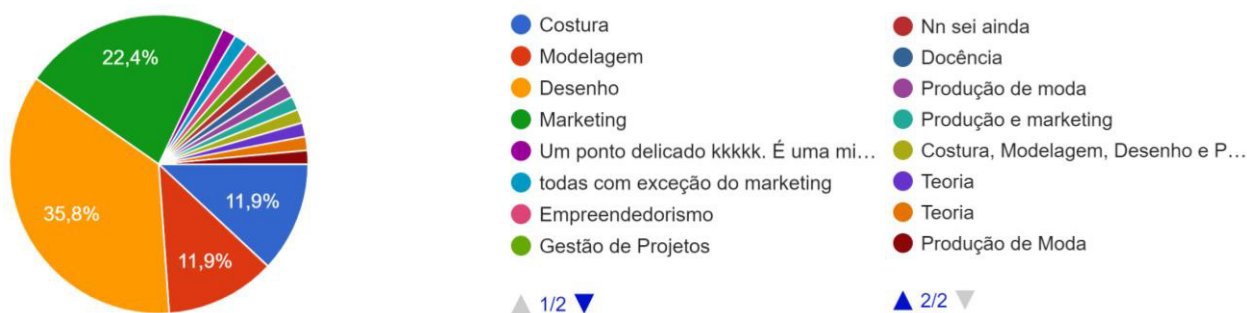


Fonte: Acervo da autora

Já na pergunta de número três, foi indagado qual era a área do curso que o interrogado tinha mais afinidade, com o intuito de descobrir se era de interesse pessoal do mesmo às temáticas exploradas neste estudo. Dos resultados recebidos, 35,8% respondeu que tinha mais identificação com desenho, enquanto 22,4% optou pelo marketing, 11,9% escolheu a costura, idem escolheu a modelagem. O restante foi um empate de 3% entre produção e teoria da moda e 1,5% entre empreendedorismo, comunicação visual, gestão de projetos e docência.

Sendo assim, é possível observar nestes dados que a maioria dos estudantes que responderam este questionário apresenta uma preferência pela área do desenho, o que pode ser explicado pela própria motivação do indivíduo de estudar este curso.

Gráfico 2 - Área que apresentavam mais afinidade

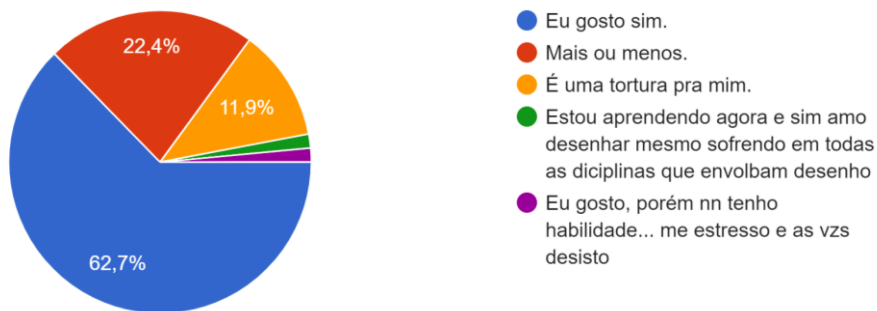


Fonte: Acervo da autora

A quarta questão procurava saber se mesmo os alunos que tinham uma compatibilidade maior por outra esfera do curso - além do desenho- ainda gostava do ato de desenhar ou se o fazia por pura obrigação, para entender quantos deles possuíam uma afinidade com o assunto, independente das atividades do curso. A repercussão deste item foi de 62,7% dos discentes responderam que gostavam de desenhar, 22,4% afirmaram ser neutros, enquanto 11,9% consideravam o ato como uma forma de tortura. Desta forma, pode-se reconhecer que apesar da maioria ter

afirmado que aprecia o ato, ainda existe uma porcentagem significativa que apresenta um desgosto pela área que causa uma angústia pessoal.

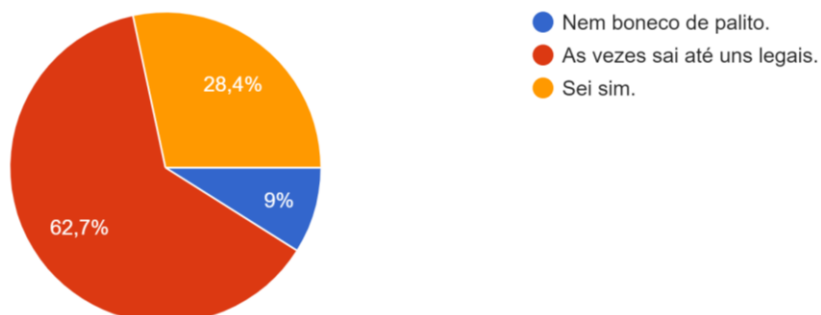
Gráfico 3 - Interesse apresentado pela área do desenho



Fonte: Acervo da autora

Na pergunta de número cinco, o objetivo era descobrir se os alunos consideravam que sabiam desenhar para identificar se há uma relação entre saber e gostar do ato, além de investigar se ambos estão ligados ao curso. Nove por cento dos acadêmicos respondeu que não sabia, 62,7% disse que ainda não dominava a prática por completo, enquanto 28,4% afirmou que sabia. Constata-se a partir da porcentagem apresentada que boa parte dos discentes que dominam algumas práticas do desenho e que sabem desenhar apresentam uma apreciação pelas representações gráficas.

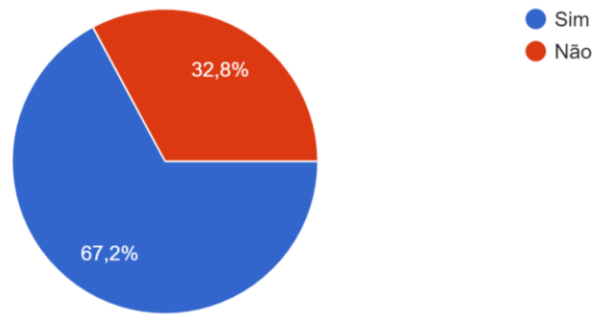
Gráfico 4 - Se achavam que sabiam desenhar



Fonte: Acervo da autora

Na sexta pergunta foi interrogado se os estudantes usavam outra forma de comunicação de ideias além do desenho com o intuito de compreender como se existe uma forma além do rabisco como maneira de diálogo para estes estudantes de moda. Dos quocientes conseguidos, 67,2% disse que sim, e 32,8% que não.

Gráfico 5 - Se usavam outra forma de comunicação

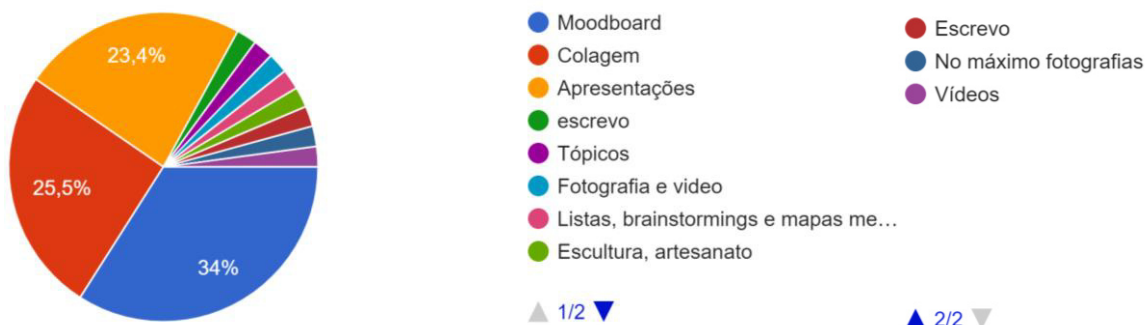


Fonte: Acervo da autora

A pergunta seguinte, que foi feita apenas para quem havia respondido positivamente na questão anterior, procurou investigar quais eram essas formas de comunicação que transpassam o modo de comunicabilidade exposto na pergunta, com a finalidade de assimilar entre essas formas de diálogo, se existia alguma de preferência entre os questionados. 34% dos indagados explicou que usava o *mood board*<sup>7</sup> como maneira de comunicação, assim como 25,5% disse que preferia colagens, e 23,4% apontou apresentações como a forma preferida. O restante da porcentagem ficou entre escrita, tópicos, fotografia, listas e *brainstormings*, esculturas e artesanato e por último, vídeo.

A motivação da preferência da maior parte dos questionados pelo *mood board* pode ser explicada pois de acordo Vargas (2018) a técnica se insere como uma ferramenta de comunicação que facilita e agiliza a comunicação e o andamento do processo criativo. E é por meio de imagens que esse método viabiliza a materialização das ideias.

Gráfico 6 - Que outra forma de comunicação usavam



Fonte: Acervo da autora

O penúltimo questionamento teve como finalidade saber em que escala os alunos de moda se consideram criativos, tendo o número um como menor índice

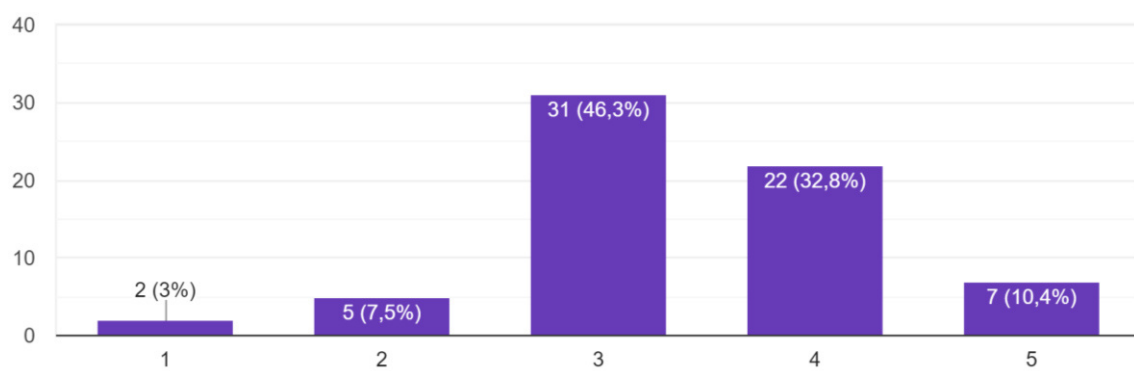
<sup>7</sup>*Mood board* ou conhecido também como painel semântico numa linguagem menos técnica, qual é traduzido como “quadro de humor”. Painel semântico nada mais é do que a junção de todas as ideias até chegar no processo de criar. (VARGAS, 2018, p.8)



criativo e o número cinco como o maior. Das respostas dadas ao questionário, 3% considerou sua criatividade a menor escala, 7,5% se pronunciou como escala de número dois, deixando a terceira escala com a maior porcentagem, de 46,3%, enquanto a escala de quarta posição teve 32,8% e a escala cinco teve 10,4%.

Por conseguinte, pode-se perceber que apenas uma pequena quantidade dos alunos considera-se pouco criativo, mas a maioria não se considera em uma alta escala da criatividade, e fazendo uma ligação com as respostas anteriores, é possível constatar uma conexão entre o gosto pelo desenho e a escala criativa.

Gráfico 7 - Escala em que consideravam ser criativos

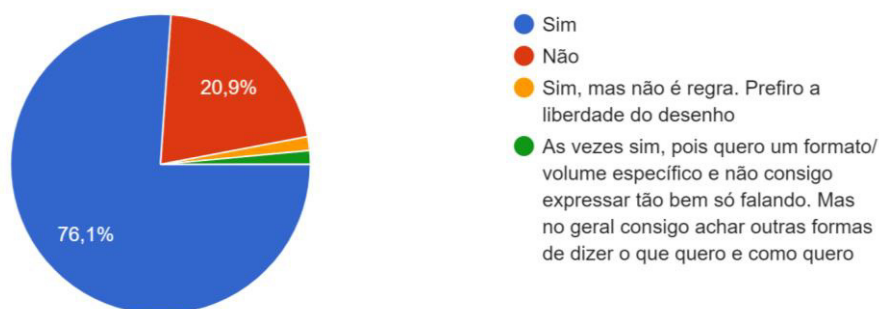


Fonte: Acervo da autora

Por último, foi perguntado se os estudantes achavam que ter conhecimento das técnicas de desenho afetam o seu processo criativo. Nesse caso, 76,1% dos discentes responderam que sim, afetava. 20,9% Discordou da ideia, enquanto 3% explicou que às vezes acontecia, mas não era regra.

Portanto, cabe-se afirmar que para a maioria dos alunos de Design-Moda que responderam o presente questionário, saber desenhar tem uma implicância em seus processos de criação.

Gráfico 8 - implicância das técnicas de desenho no processo criativo



Fonte: Acervo da autora

## **8 VISÕES DOS ALUNOS DE DESIGN-MODA SOBRE A RELAÇÃO DO DESENHO COM A CRIATIVIDADE**

O processo criativo de um indivíduo pode ser dado em diversas maneiras, e a criação para o designer de moda envolve ainda mais fatores. De acordo com Puls (2006), criatividade na moda é uma reflexão sobre a arte de transformar ideias percebidas e vivenciadas em linguagens visuais e formas, a arte que embeleza o corpo deve ser original, de grande sensibilidade estética e expressiva.

Desta forma, o presente estudo tem como objetivo geral analisar a relevância dos conhecimentos de desenho (saber desenhar) para a performance criativa do aluno de Design-Moda da (UFC). Para atingir esse objetivo, a coleta de dados se deu através de entrevistas semiestruturadas com quatro integrantes ativos do curso que já tivessem cursado todas as disciplinas citadas no capítulo seis (os desenhos e as metodologias de projeto no curso de Design-Moda da UFC).

As entrevistas com Weslen Gadelha, Yasmim Torres, Robyane Alcântara e Sarah Eleutério se deram nas dependências da Universidade Federal do Ceará, realizadas pessoalmente com o auxílio de um aparelho de gravação. Todos haviam respondido o questionário quantitativo. O guia de entrevista (apêndice B) é composto por doze perguntas, que serviu de base para as entrevistas semi estruturadas propostas na metodologia.

As perguntas procuram abordar os objetivos específicos do trabalho, tais quais: compreender a importância do desenho como forma de comunicação de ideias para os alunos de moda; identificar como se dá o processo criativo do objeto; compreender como o ato de desenhar e suas técnicas se relacionam com a criatividade.

Após a identificação do semestre e da idade, o primeiro e o segundo questionamentos referem-se a relação do aluno com o desenho, perguntando se o mesmo gosta do ato, e se acha que sabe desenhar, pois de acordo com Lemos (2013) o profissional de moda que trabalha com a criação do produto e que possui tal habilidade obtém bom êxito no processo de desenvolvimento deste, uma vez que, por meio de seu traço, pode exprimir sua ideia e ser compreendido com precisão. Todos tiveram respostas diferentes: Robyane relata que apresenta afinidade, mas que acha que não sabe desenhar, e sim copiar.

Olha, eu não sei, eu acho que eu não sei desenhar, eu sei copiar, entendeu? Mas eu acho que o desenho pra mim, eu tenho uma referência como um desenho que tem que ser muito bem acabado, perfeito, aquela coisa, muitas

camadas de cor, então... Como eu tenho esse negócio de perfeccionismo então, por isso de eu não prezar tanto nesses detalhes eu acho que eu não sei desenhar mas assim... Eu sei pegar um desenho e copiar bem facinho, bem rápido, muito mais do que antes de eu começar o curso. (Robyane Alcântara, 6 de junho de 2019).

O entrevistado Weslen afirmou que gosta e que sabe desenhar, já a entrevistada Yasmim disse que não gosta de desenhar “nem um pouco”, mas que dominava algumas práticas. Enquanto Sarah disse que não gosta e nem sabe desenhar.

Continuando no assunto do desenho, o terceiro e quarto questionamentos analisam o histórico dos inquiridos sobre o assunto, indagando quando os mesmos começaram a desenhar, quais técnicas preferiam, e o que havia mudado. Yasmim explica que quando começou a desenhar usava apenas lápis de grafite, e lápis de cor e foi iniciado por influência de uma colega na infância, e que não fazia por prazer, mas sim pela companhia da menina. Ela acrescenta que as técnicas perduraram como as preferidas, porém ela também aprendeu a usar aquarela e pastel a seco.

A entrevistada Robyane respondeu que desenhava pouco na sua infância, mas que lembra de copiar desenhos de revista e que achava muito divertido. Enquanto às técnicas, ela discorre que usava lápis de cor e lápis grafite, mas que não sabia na época que isso era uma técnica, pois era o que havia disponível. Ela acrescenta que atualmente muita coisa mudou, principalmente por conta das técnicas que ela aprendeu com a faculdade.

Sarah relata que não desenhava quando pequena, e aprendeu tudo o que sabe sobre o assunto pelo curso. Já Weslen explica que começou a desenhar aos onze anos e que desenhava todos os dias. O mesmo diz que usava apenas grafite e lápis coloridos, e que havia aprendido novas técnicas com a faculdade, mas continuava utilizando os mesmos instrumentos da infância com mais frequência, pois são mais acessíveis financeiramente.

Relacionando estas respostas com as da pergunta anterior, é possível constatar que quem apresenta interesse pela área do desenho na infância geralmente considera que sabe ou apresenta domínio de algumas práticas. Destarte, Edwards (2000) explica que o progresso se dá com a prática, o refino e a técnica, e também quando se aprende o propósito dessas atividades. Edwards compara a atividade de aprender a desenhar a aprender a andar de bicicleta: uma vez aprendido, é para o

resto da vida. Não é preciso continuar acrescentando habilidades básicas eternamente.

Assim, para Sarah, que não desenhou no período infantil, não apresenta afinidade pelo assunto na sua vida adulta, já que é dificultoso que a mesma pratique a atividade e tampouco apresente uma resposta positiva para algo que não se considere competente. Diniz (2009) acrescenta que geralmente a motivação dentre aqueles que não gostam de desenhar também pode ser considerada um reflexo das experiências traumáticas individuais, dentre elas a ausência do estímulo, e de algumas tentativas negativas passadas e que não foram superadas na vida acadêmica.

A quinta pergunta busca entender qual a utilidade do desenho para cada um dos entrevistados. Para a aluna Yasmim, a utilidade do desenho reside na opção de registrar a ideia, mas que não costuma utilizar com frequência o desenho de moda, por não considerar uma habilidade que domina:

A utilidade do desenho pra mim, no caso, seria um meio de você anotar ideias que você possa lembrar mais tarde como se fossem anotações, por que pra mim tem mais utilidade quando eu faço modelos, coleções e esse tipo de coisa. Aí eu tenho ideias e vou rabiscando, mas eu não costumo fazer muito croqui e nem um outro tipo de desenho, por que não é muito meu forte. (Yasmim Torres, 27 de maio de 2019).

A entrevistada Robyane discorre que também usa este tipo de recurso gráfico para expressar uma ideia quando está tendo dificuldade de colocar os pensamentos em ordem, então após expressá-los em um papel, facilita o entendimento do que estaria em mente. Para Sarah a utilidade do desenho é similar: tirar a ideia da cabeça e pôr esta para fora, acrescenta que durante o curso é amplamente utilizado para o desenvolvimento de croquis e desenhos de moda que necessitam de uma desenvoltura mais habilidosa, que a entrevistada não apresenta tanta afinidade. O entrevistado Weslen concorda com as outras respostas quando afirma que sua opinião sobre a utilidade do desenho é a de fixação de ideia. Discorre que é a primeira coisa que faz é esboçar antes de colocar a ideia em prática.

Através dos depoimentos acima é possível perceber que os discentes relacionam o ato de desenhar diretamente com a fase inicial da execução de uma ideia. Assim, o desenho pode ser considerado a ferramenta essencial na organização de seus pensamentos e um instrumento para a exploração e manipulação de ideias.

O sexto questionamento procura saber qual a definição de criatividade para os alunos investigados. Weslen defende que a definição encontra-se na resolução rápida

de problemas. Sarah relaciona o termo a execução da ideia até o final. Já Robyane além de definir como solução de problemas acrescenta que na sua opinião criatividade é pensar coisas fora da caixa, fora do convencional. Yasmim diz que criatividade encontra-se na capacidade de criar soluções baseadas na sua vivência:

É você ter... aquele tipo de percepção rápido e criativo, tipo, você conseguir a partir de tudo que você teve de vivência na sua vida e que você tem estudado e ter soluções que dificilmente são pensadas por outras pessoas e ter essa capacidade de desenvoltura. (Yasmim Torres, 27 de maio de 2019).

Sendo assim, os alunos confirmam o que Predebon (1998) diz sobre a conceituação da criatividade: que cada pessoa pode formular sua própria definição. A conceituação percorrida por cada aluno é particularmente interessante, pois na concepção de Weslen e Robyane a criatividade está ligada à solução de problemas, que concorda com Torrance (1976) quando registra que a criatividade é um processo que torna alguém sensível aos problemas, deficiências, hiatos ou lacunas nos conhecimentos e o leva a identificar dificuldades, procurar soluções, fazer especulações ou formular hipóteses e a comunicar os resultados.

A concepção de Sarah concorda com May (1982) quando sugere que o fazer é intrínseco no ato criativo. Aponta que a criatividade está no trabalho do cientista, como no do artista; A criatividade, é basicamente o processo de fazer, de dar a vida. Lubart (2007) aponta que a perseverança tem uma relação significativa para a criatividade. Afirmar que é necessário superar as dificuldades para chegar em uma produção criativa.

A concepção de Yasmim, no entanto concorda com Ostrower (2008), quando afirma que a criatividade é parte da vivência de cada um:

(...) a criatividade não deixa de abranger o processo total de nossa vida, e tanto os momentos que consideramos “necessários” ou desnecessários alimentam a nossa sensibilidade com múltiplas cargas emotivas e intelectuais. (OSTROWER, 2008, P. 55)

Estabelecendo uma conexão a partir da pergunta anterior, foi perguntado aos estudantes se eles se consideram criativos a partir da própria definição do termo. Yasmim afirma não se considerar criativa, pois acha que demora para criar quando compara-se aos outros, e por isso tem a impressão de que para eles é mais fácil criar algo.

Sendo assim, é possível constatar de acordo com Novaes (1980), que a entrevistada Yasmim apresenta um desfalque na criatividade devido a hábitos pessoais negativos e procura de critérios de julgamentos estereotipados.

Sarah relaciona a criação diretamente com o desenho, e por achar que não sabe desenhar não se considera criativa:

Porque eu tenho muitos bloqueios. Porque assim, pra mim, pra você criar alguma coisa você automaticamente precisa desenhar, aí pra eu conseguir criar alguma coisa eu tenho que desenhar e eu nunca consigo desenhar do jeito que tá na minha cabeça, e como eu não gosto de desenhar aí fica uma coisa muito frustrante mesmo. (Sarah Eleutério, 6 de junho de 2019).

A partir do comentário acima é possível estabelecer uma conexão com o que Novaes (1980) afirma:

A fim de ilustrar como o processo do desenvolvimento da criatividade está ligado ao das etapas evolutivas, basta observar a evolução do desenho e das expressões gráficas de uma criança para constatarmos que segue determinadas fases condicionadas pelas suas potencialidades não só criadoras, mas evolutivas desde a rabiscagem ou a garatuja, que responde a uma necessidade de movimento e de exploração com traços involuntários e depois voluntários, à do desenho celular. (NOVAES, 1980, P. 79).

Weslen se considera uma pessoa criativa por ser um bom contador de histórias, assim, ele explica que por mais que seu desenho seja “aleatório”, ele consegue explicar o conceito deste para que ele seja considerado um desenho bem pensado. Robyane considera-se criativa pois de acordo com a mesma, às vezes a situação financeira demanda:

(...) Eu acho que assim... Muitas vezes nossa condição financeira faz com que a gente tenha esses *insights* de criatividade. A gente não tem como comprar determinada coisa, então a gente vai buscar o que a gente tem né, o que tá nas nossas mãos para criar. (Robyane, 6 de junho de 2019).

Sobre a afinidade com a criação, Yasmim afirma que tem empatia quando gosta do tópico para o qual está criando. Ela cita o exemplo da criação de *cosplay*<sup>8</sup>, que ela aprecia por ser uma atividade mais prática de resolução de problemas, como qual material pode ser usado; como fazer com que caiba; como será costurado. A mesma acrescenta que apesar de não ser algo criado do zero, considera uma forma de criação, já que é preciso criatividade para a solução das adversidades.

De acordo com Kneller (1973) a criatividade parece envolver certas capacidades mentais. Estas abrangem a capacidade de mudar a maneira pela qual

---

<sup>8</sup>Segundo Nunes (2013), *cosplay* é uma palavra composta pela junção dos vocábulos, em inglês, *cos* = costume e *play* = brincar, jogar, encenar, a palavra diz respeito às práticas de comunicação e de significação culturais vividas por jovens que se vestem e atuam como seus personagens preferidos.

cada pessoa aborda um problema, de produzir ideias relevantes e ao mesmo tempo inusitadas, de ver além da situação imediata e de redefinir o problema ou algum aspecto dele. Essas capacidades podem encontrar-se em todo gênero de atividade.

Robyane diz que consegue relacionar-se bem com a criatividade principalmente por conta da faculdade e das cadeiras que requerem criação. Sarah afirma que não tem afinidade pela criação por ter dificuldade. Weslen diz que gosta muito de criar algo novo, de preferência sem referências.

Quando indagados como era o seu processo criativo, Sarah afirma que não tem um processo fixo, que depende da proposta da criação. Mas que gosta de usar técnicas criativas como forma de apoio:

É bem complicado, não tem uma linha guia assim. Geralmente, existe uma base. É comercial ou é conceitual, aí a gente decide um tema mais ou menos, e aí eu já decido logo a paleta de cores que eu quero trabalhar antes de decidir tudo, eu quero logo tais cores, geralmente trabalho com três ou quatro cores no máximo, porque eu não gosto muito de muitas cores porque eu não sei trabalhar com muitas cores. E aí depois das cores, dependendo do tema eu vejo algumas referências e aí eu vou tentando fazer alguma coisa aí eu vou fazendo testes, aquela *técnicazinha* do *MESCRA*<sup>9</sup> e aí no final dá certo. (Sarah Eleutério, 6 de junho de 2019).

Yasmim responde de forma similar, e declara que seu processo obedece a finalidade, caso o intuito seja realizar uma coleção que não necessariamente precise ser algo pra atingir um público no momento, por exemplo, saturar-se de informações a respeito do tema escolhido e de imagens de referência para a formação de um *mood board* é algo que a discente costuma fazer.

Kneller (1973) aponta que um dos paradoxos da criatividade é que para pensarmos com originalidade precisamos familiarizar-nos com ideias alheias. Em muitas ocasiões essas ideias formam, por assim dizer, o trampolim, em que nossa imaginação se projeta.

Weslen diz que seu processo ocorre de forma aleatória, principalmente porque este não usa nenhum método de apoio, nem referências, tudo sai da sua própria cabeça, diz o mesmo. Mas o que ocorre em comum na maioria das vezes é que o processo é iniciado pelo desenho.

Começo pelo desenho mesmo, eu não busco referência. Depois que eu fiz a coleção que eu vou pesquisar o tecido que dá certo, que encaixa. Louco, né? (risos) (Weslen Gadelha, 27 de maio de 2019)

---

<sup>9</sup>De acordo com Baxter (1998) tal método busca formas alternativas para transformar um produto existente, utilizando múltiplos pontos de vista e pensamento lateral para o cumprimento desse objetivo. O método leva esse nome por reunir as iniciais dos verbos Modificar, Eliminar, Substituir, Combinar, Rearranjar, Adaptar e Inverter.

Pode-se constatar que o processo de Weslen é diferenciado, pois este não busca inspiração em ideias que não o pertencem, o que pode se dar pelo fato de que Weslen não queira misturar suas ideias com a de algum outro indivíduo, para criar algo que não apresenta similitude. Kneller (1973) constata que quando o criador se familiarizou com o trabalho dos outros, tem de ser capaz de pôr de lado esse trabalho, para que suas próprias ideias ganhem liberdade de desenvolver-se.

Sobre o questionamento do uso de alguma outra forma de comunicação além do desenho, Yasmim responde que usa sim, aprendeu a usar o *mood board* e que simpatiza com a técnica pois acha que facilita a assimilação das ideias. Robyane diz que além do desenho usa *moulage*<sup>10</sup> e modelagem plana. Sarah explica que gosta de usar o *mood board*, pois consegue visualizar referências de texturas, padrões e cores que segundo a mesma deixa a sua “desorganização mais organizada”. Weslen diz que como forma de comunicação utiliza a dança além do desenho.

Para Sarah e Yasmim o uso do *mood board* funciona de uma forma similar a do desenho, para a organização de ideias. Porém, vale acrescentar que apesar da funcionalidade do mesmo, não pode substituir o desenho em sua totalidade, visto que para inserir uma ideia no *mood board* ela já precisa existir em forma gráfica. Já o desenho pode ser criado apenas com a ideia, um lápis e um papel.

Sobre como o uso de outra ferramenta comunicativa, que não seja o desenho, afeta o seu processo de criação, Yasmim discorre que na sua experiência, o método usado facilita o seu processo de criação em relação a quando desenha, pois seu processo criativo envolve a saturação de referências que é mais coerente com o *mood board*;

Na verdade eu acho que o *mood board* facilita bastante o processo de criação, principalmente quando eu estou me saturando de ideias fazendo as minhas coisas, eu salvo varias e varias fotos no pinterest, por exemplo. aí quando é depois que eu vou olhar às pastas que eu salvei para determinado assunto, é muito mais fácil eu olhando aquilo tudo de uma vez do que olhando várias coisas espalhadas tentando achar algo relacionado ao que eu queria. Quando você vê todas elas juntas, é muito mais fácil de você afunilar e assimilar tudo e ter novas ideias também. (Yasmim Torres, 27 de maio de 2019).

---

<sup>10</sup> De acordo com Mastelini (2016) a *moulage* - que significa *dropping* em inglês e moldagem em português - é uma técnica de modelagem tridimensional, que trabalha com o tecido diretamente modelado sobre um manequim especial destinado para esta finalidade.



Robyane alega preferência pela *moulage* pois prefere visualizar no real, onde a mesma possa sentir a formação da peça. Acrescenta, porém que também tem a possibilidade de iniciar o seu processo de criação através do desenho, mas que tem preferência pela modelagem, ato com qual já está habituada.

Como afirma a entrevistada, com a modelagem tridimensional, é possível visualizar a formação da peça enquanto se forma, podendo como o desenho, ir e voltar no processo de criação, e em acréscimo ainda é possível enxergar como o caimento do tecido ficará, e se as formas que se pretendiam serão alcançadas. *Moulage* é uma linguagem visual que para o designer de moda, também é valiosa, afinal, em suas criações trabalha-se com o tecido, principalmente.

Sarah diz que existe uma diferença com o uso do *mood board*, pois este apresenta um direcionamento mais acessível para ela, que ajuda no seu raciocínio. Weslen discorre que para ele, ambas as técnicas são similares como forma comunicativa.

Em relação à última indagação a respeito do fato de saber (ou não) desenhar tem alguma implicância no seu ato criativo Yasmim alega que não, pois na sua opinião, caso a ideia esteja legível, já é o suficiente. A mesma reconhece a importância de colocar no papel a ideia para que ela não fique só na cabeça do criador, pois há a possibilidade de esquecimento, mas acha que não há necessidade de que haja perfeição para a compreensão.

De acordo com Puls (2006) Destaca-se a importância de saber observar e ver os objetos, as coisas que nos cercam na busca de informações visuais, para desenhá-las, e pela apropriação da materialidade observada na reprodução de suas formas. Ainda, que não há necessidade de possuir dons especiais, por serem aperfeiçoados como tantos outros. O foco de atenção deve ser, portanto, o processo de construção do desenho, dar formas e materialidade a partir de determinadas estruturas compositivas que serão colocadas no suporte de papel através dos traços e de cores.

Robyane afirma que sim, pois ajuda na idealização e na combinação de formas e cores que vão perdurar na proposta final. A mesma acrescenta que desenhar ajuda no desenvolvimento da criatividade, e que é muito mais criativa atualmente, do que antes do ingresso no curso. A entrevistada responde de acordo com Mastelini e Almeida (2016) quando discorrem sobre o desenho no âmbito criativo:

O estudo de formas, volumes materiais e cores representadas graficamente pelos desenhos configuram-se como elementos de concepção do produto. Por

consequência, eles apresentam a possibilidade da primeira visualização e referência imaginária antes da sua execução. Portanto o processo de trabalho iniciado pelo desenho permite decisões posteriores mais acertadas.

Sarah diz que existe sim uma ligação, pois no seu caso, resultado final geralmente é baseado no seu desenho, então quando o desenho não está “legal” dificulta o seu processo criativo. Weslen concorda com a questão, diz que sem aquele primeiro esboço, não é possível idealizar como o produto final ficará.

Lemos (2013) explica que o desenho de moda de forma geral, além de comunicar ideias, não apenas se limita a essa comunicação, mas também produz conceito. E nesse processo de comunicar e conceituar, em diferente papéis e formas, seu idealizador precisa se diferenciar e acompanhar suas mudanças estéticas e técnicas para se tornar bem-sucedido.

Pode-se dizer, por fim, que os alunos apesar de não concordarem em todas as suas opiniões, apresentam similaridades em suas maiorias, tanto por estarem inseridos no mesmo âmbito acadêmico quanto por apresentarem alguns comportamentos em comum, como o de necessitarem do desenho e se relacionarem com a criatividade.

## 9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenho é considerado como uma forma de comunicação desde os primórdios da humanidade. É interessante perceber como ganhou novas significações, desde a época em que o homem rabiscava em pedras para a simbolização da concretização de seus anseios, para o atual, que há uma incontável ramificação do que é considerado uma representação gráfica comunicativa.

Uma ramificação que deve ser salientada é a conceituação do desenho para a moda, que pode ser considerado como um diálogo entre as várias fases de produção e industrialização, passando por diversos setores, tomando forma e tridimensionalidade que é idealizado o produto de moda.

Durante o longo percurso produtivo no âmbito da moda, o desenho possui funções variadas. O desenho de moda, neste caso o croqui e o desenho técnico, visam à materialização do referido desenho que deve apresentar-se de maneira objetiva tendo em vista o seu papel de comunicar uma ideia a ser idealizada e, portanto, não deixando dúvidas para aqueles os quais o receberão como informação necessária a fim de evitar possíveis erros.

Portanto, pode ser constatado que o progresso das técnicas e dos métodos de desenho são recursos que viabilizam a exposição de resultados que obedecem a aquisição de habilidades específicas para sua elaboração. Competências essas, que permanecem como ferramentas essenciais para a evolução da eficácia criativa e intelectual do designer de moda para a criação de projetos.

A qualificação do criador pode otimizar suas habilidades, mas o instante que o designer conquista a aptidão relacionada à estruturação do desenho de projeto não é mensurável e nem mecânico. Cada indivíduo possui, ainda que de forma introdutória, eficiências, na medida que condiz com seu preparo. As diferentes vivências influenciam na contribuição das capacidades dos designers para que se tornem aprofundadas em um curso contínuo, tanto pelas exigências mercadológicas como para a prática e competência profissional e pessoal do indivíduo criador.

Mesmo não sendo a única forma usada para a comunicação pelos alunos, pode-se constatar que o desenho é o instrumento com o uso mais difundido no curso para esta finalidade. É através desta técnica que se torna possível a comunicação de informações que contribuirão para o projeto de uma peça. Informações como o acabamento, tipo de material, formas, cores e texturas que acabam somando em uma

finalidade mais aprofundada: o conceito e ou estilo da peça. Além disso, o uso do desenho, de acordo com os entrevistados também auxilia no raciocínio e fixação de uma ideia que pode ser aprimorada futuramente.

Foi possível concluir, a partir das análises, para os sujeitos inseridos, o desenho se relaciona sim com o ato criativo, e tem utilidades significativas, como a de comunicação ideológicas, a organização do pensamento e é considerado o instrumento ideal para a exploração e manipulação de ideias. Porém, não é via de regra. Existem outros meios, métodos e caminhos que o ser criativo pode seguir caso pretenda criar um produto de moda.

Com o estudo realizado nesta monografia, outros possíveis desdobramentos poderão ser abordados a partir dessa pesquisa. Sendo eles: as técnicas criativas no auxílio do desenvolvimento do produto de moda, exemplificando como as técnicas se relacionam ao desenvolvimento de um estilo pessoal. Também há a possibilidade de estudar como trabalhar a criatividade no desenho, através do uso de métodos e técnicas diversificadas. Sugere-se também o desenvolvimento de pesquisa na área do desenho de moda que avalie a diferença entre aprender a copiar o desenho e aprender a desenhar de fato.

## REFERÊNCIAS

ALENCAR, Eunice M. L. Soriano de; FLEITH, Denise de Souza. **Contribuições teóricas recentes ao estudo da criatividade**. Psicologia: Teoria e Pesquisa, Brasília, v. 19, n. 1, p. 1-8, jan./abr. 2003. Disponível em: . Acesso em: 22 de maio de 2019.

ANDRADE, Sílvia Patrícia Cavalheiro de et al. **A Cultura organizacional e a expressão da criatividade no produto moda vestuário infantil: um estudo de caso**. 2006. Disponível em <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/89138>> Acesso em: 25 de novembro de 2018.

BAXTER, Mike. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos**. 2 ed. São Paulo, SP: Blucher, 1998. 260 p. ISBN 8521202652 (broch).

DE SOUZA MINAYO, Maria Cecília; DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Editora Vozes Limitada, 2011. Minayo, Maria Cecilia de S., and Odécio Sanches. **"Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade?."** *Cadernos de saúde pública* 9 (1993): 237-248. Disponível em: <[https://www.scielo.org/scielo.php?pid=S0102-311X1993000300002&script=sci\\_arttext&tIng=es](https://www.scielo.org/scielo.php?pid=S0102-311X1993000300002&script=sci_arttext&tIng=es)> Acesso em: 2 de março de 2019.

DINIZ, Elícia Batista; SOARES, Vera Lúcia Lins. **O Desenho do corpo conceito, perspectiva histórica, realização no curso de estilismo e moda da UFC: um diagnóstico**. 2009. 87 f. TCC (graduação em Estilismo e Moda) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2009.

DUARTE, Carla G. **A ilustração de moda e o desenho de moda**. In: Modapalavra E periódico, Udesc - Ceart, Ano 3, n.6, jul/dez, p. 50- 58, 2010. Disponível em <<http://200.19.105.203/index.php/modapalavra/article/viewFile/7924/5469>> Acesso em: 10 de maio de 2019.

EDWARDS, Betty; RAPOSO, Roberto. **Desenhando com o lado direito do cérebro**. Ediouro, 2000.

GIL, Antonio Carlos; **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2008

GONÇALVES, Hortência de Abreu. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. São Paulo: Abercamp, 2005.

GRAGNATO, Luciana. **O desenho no design de moda**. 2008. 86 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2008. Disponível em:<<http://www.anhembi.br/mestradodesign/pdfs/luciana.pdf>>Acesso em: 13 de setembro de 2018.

HATADANI, Paula da Silva; MENEZES, Marizilda dos Santos. **O desenho como ferramenta projetual no design de moda**. *Projetica*, p. 69-81, 2011. Disponível em<<https://repositorio.unesp.br/handle/11449/134673>>Acesso em: 2 de junho de 2019.

HENRIQUES, Fernanda et al. **Ensaio em design – produção e diversidade**. São Paulo: Canal 6, 2012. p. 7 – 82

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design** : manual do estilista. 3. ed ampl. São Paulo: Cosac Naify, c2011. 271 p

KNELLER, George F. **Arte e ciência da criatividade**. 3. ed. São Paulo: IBRASA, 1973. 121 p. (Biblioteca êxito ; v.25). ISBN (broch.).

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia científica**. 5. ed. - São Paulo: Atlas 2003.

LEMOS, Fabio. **"OS ASPECTOS FUNCIONAIS DO DESENHO NO DESIGN DE MODA."** *Achiote. com-Revista Eletrônica de Moda* 1.1 (2013). Disponível em <<http://www.fumec.br/revistas/achiote/article/view/1643>> Acesso em: 12 de maio de 2019.

LUBART, Todd I. **Psicologia da criatividade**. Porto Alegre: Artmed, 2007. 192 p.

MACHADO DE VARGAS, Luzia. **A importância do mood board como ferramenta criativa no processo de desenvolvimento de coleção de moda da empresa Mescla**. Tecnólogo em Design de Moda-Florianópolis, 2018. Disponível em: <[https://riuni.unisul.br/bitstream/handle/12345/6771/TCC\\_FINALIZADO\\_CORRIGIDO\\_PRONTO\\_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://riuni.unisul.br/bitstream/handle/12345/6771/TCC_FINALIZADO_CORRIGIDO_PRONTO_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y)> Acesso em: 15 de junho de 2019.

MASTELINI, Fabíola; ALMEIDA, Ricardo Brito. **Os diversos desenhos no design de moda: a comunicação no processo criativo**. Escola de Artes, Ciências e Humanidades – EACH /USP. Mestrado em Têxtil e Moda, 2016. Disponível em<[http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2016/03/89\\_lara\\_artigo\\_revisado.pdf](http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2016/03/89_lara_artigo_revisado.pdf)> Acesso em: 2 de junho de 2019.

MAY, Rollo. **A coragem de criar**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1982. 143p

NOVAES, Maria Helena. **Psicologia da criatividade**. 5. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1980. 166 p.

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. **A cena cosplay: vinculações e produção de subjetividade**. Porto Alegre, v. 20, n. 2, pp. 430-445, maio/agosto, 2013. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/14206>>. Acesso em: 8 de junho de 2019.

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e processos de criação**. 29. ed. Petrópolis, Rj: Vozes, 2013. 186 p.

PANIZZA, Janaina Fuentes. **Metodologia e processo criativo em projetos de comunicação visual**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2004. Disponível em <[https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34691129/metodo-criatividade.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DJanaina Fuentes Panizza.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20190620%2Fus-east-](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34691129/metodo-criatividade.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DJanaina+Fuentes+Panizza.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20190620%2Fus-east-)>

[1%2Fs3%2Faws4\\_request&X-Amz-Date=20190620T191745Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=0ac886de15274ac6a7cd455668829575b23882b47b84dbd44ef7f0ea2863733f](http://www.ppe.uem.br/jeam/anais/2013/pdf/38.pdf)> Acesso em: 3 de junho de 2019

PEIXOTO, Reginaldo; VIDAL, Luciano da Silva.. **ARTE E HISTÓRIA: UM RECORTE DA FUNÇÃO COMUNICATIVA DO DESENHO DA IDADE ANTIGA E MEDIEVAL.** Universidade Estadual de Maringá, 2013. Disponível em <<http://www.ppe.uem.br/jeam/anais/2013/pdf/38.pdf>> Acesso em: 16 de novembro de 2018.

PIPES, Alan. **Desenho para designers:** habilidades de desenho, esboços de conceitos, design auxiliado por computador, ilustração, ferramentas e materiais, apresentações, técnicas de produção. São Paulo, SP: Blucher, 2010. 223 p.

PREDEBON, José. **Criatividade: abrindo o lado inovador da mente** . 2. ed. São Paulo, SP: Atlas, 1998. 228 p.

PULS, Lourdes Maria. **Percepção e Criatividade no Processo de Desenvolvimento Criativo do Designer de Moda.** In: Colóquio de Moda, 2, 2006. Anais, Salvador, 2006. Disponível em <[http://www.coloquiomoda.com.br/coloquio2017/anais/anais/edicoes/2-Coloquio-de-Moda\\_2006/artigos/66.pdf](http://www.coloquiomoda.com.br/coloquio2017/anais/anais/edicoes/2-Coloquio-de-Moda_2006/artigos/66.pdf)> Acesso em: 25 de maio de 2019.

\_\_\_\_\_. **Desenho de moda: paradigma para a construção de uma abordagem pedagógica.** Florianópolis, 2003. Disponível em: <<http://www.tedeufsc.br/teses/PEPS3847.pdf>>. Acesso em: 27 maio 2018.

RUIZ, João Álvaro. **Metodologia científica:** guia para eficiência nos estudos . 4.ed. São Paulo: Atlas, 1996. 177p

SAKAMOTO, Cleusa Kazue. Criatividade: uma visão integradora. Revista Psicologia-Teoria e Prática, v. 2, n. 1, 2000. Disponível em<<http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/ptp/article/view/1118/0>> Acesso em: 3 de junho de 2019.

SANTOS, Antonio Raimundo dos. **Metodologia científica: a construção do conhecimento** . 5. ed. rev. Rio de Janeiro: DP&A, 2002. 164 p.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico.** 23. ed., rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2007. 304 p.

TSCHIMMEL, Katja Christina. **SAPIENS E DEMENS NO PENSAMENTO CRIATIVO DO DESIGN.** Tese apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Doutor em Design. 2010. Disponível em<<https://www.redalyc.org/html/661/66120206/>> Acesso em: 25 de abril de 2019.

VASCONCELOS, M & ELIAS, H. (2005) **O Campo Expandido do Desenho e Suas Práticas Criativas.** In Caleidoscópio, pp. 67-80. Lisboa: Universidade Lusófona.

Disponível em <<http://recil.ulusofona.pt/handle/10437/2685>> Acesso em 16 de junho de 2019.

WECHSLER, Solange Muglia. **Avaliação multidimensional da criatividade: uma realidade necessária.** Psicologia escolar e educacional, v. 2, n. 2, p. 89-99, 1998. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-85571998000200003&script=sci\\_arttext&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-85571998000200003&script=sci_arttext&tlng=pt)> Acesso em 25 de maio de 2019.

ZEEGEN, Lawrence; CRUSH (FIRMA). **Fundamentos de ilustração: como gerar ideias, interpretar briefings e se promover: uma exploração dos aspectos práticos, filosóficos e profissionais do mundo da ilustração digital e analógica.** Porto Alegre, RS: Bookman, 2009. 176 p.



## **APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO PELA PLATAFORMA DO GOOGLE**

01. Qual seu nome?
02. Em qual semestre você se encontra?
03. Com qual área do curso você sente mais afinidade?
04. Mesmo tendo mais afinidade com outra área, você curte desenhar, ou faz só por obrigação?
05. Você acha que sabe desenhar?
06. Você usa alguma forma (fora o desenho) pra comunicação de ideias?
07. Se sim, qual(is)?
08. Tendo em vista que você estuda em um curso que envolve criação, como você se considera na escala da criatividade?
09. Você acha que ter conhecimento das técnicas de desenho (saber desenhar) afetam o seu processo de criação?

## APÊNDICE B – GUIA DA ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA

Entrevistadora: Raiana Rios

Nome:

Idade:

Semestre:

Como é a sua relação com o desenho:

1. Você acha que sabe desenhar?
2. Gosta?
3. Com quantos anos começou a desenhar?
4. Quais técnicas preferia? O que mudou?
5. Para você, qual é a utilidade do desenho? (p/ profissão)
6. Para você, o que é criatividade?



Como é a sua relação com a criação:

7. Você se considera uma pessoa criativa?
8. Gosta de criar?
9. Como é o seu processo criativo?
10. Você usa alguma forma de comunicação além do desenho? se sim, quais?
11. Quando você usa outra forma de comunicação, na sua opinião, está forma afeta o seu processo de criação? se sim, de que forma?
12. Você acha que o fato de você saber (ou não) desenhar tem alguma implicância no seu ato criativo? explique.

# ANEXO A – COMPONENTE CURRICULAR DO CURSO DESIGN-MODA/UFC VIGENTE DESDE 2011.1

15/05/2019

SIGAA - Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas

 Portal do Discente	<b>UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ</b> <b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTÃO DE ATIVIDADES ACADÊMICAS</b> EMITIDO EM 15/05/2019 11:22	 secretaria de tecnologia da informação
---	--	---

## DADOS DA ESTRUTURA CURRICULAR

**Código:** 2011.1  
**Matriz Curricular:** DESIGN - MODA - FORTALEZA - Presencial - MT - BACHARELADO  
**Unidade de Vinculação:** Instituto de Cultura e Arte (11.00.01.26)  
**Município de funcionamento:** FORTALEZA - CE  
**Período Letivo de Entrada em Vigor:** 2011 . 1  
**Carga Horária:** Total Mínima 2912  
**Carga Horária Obrigatória:** 2224h Total - ( 896h Práticas ) / ( 1328h Teóricas ) / ( 0h EAD )  
**Carga Horária Optativa Mínima:** 688 hrs  
**Carga Horária Obrigatória de Atividade Acadêmica Específica:** 320 hrs  
**Carga Horária Máxima de Componentes Curriculares Optativos Livres:** 192 hrs  
**Prazos para Conclusão em Períodos Letivos:** Mínimo 6 Médio 8 Máximo 12  
**Carga Horária por Período Letivo:** Mínima 64 hrs, Média 640 hrs, Máxima 640 hrs,

### 1º Semestre

Componente Curricular	CH Detalhada	Tipo	Natureza	Pré-Requisitos	Equivalências	Co-Requisitos
HD0982 ANTROPOLOGIA CULTURAL - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA			
ICA0064 INTRODUÇÃO AO ESTUDO DA MODA - 32h (2cr) - 1 período letivo	32h aula (2cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA		( ICA0016 )	
ICA0065 FUNDAMENTOS DO DESIGN - 96h (6cr) - 1 período letivo	32h aula (2cr) 64h lab.(4cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA		( ICA0006 E ICA0001 )	
ICA0066 MODELAGEM TRIDIMENSIONAL - 64h (4cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 48h lab.(3cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA		( ICA0007 )	
ICA0067 EQUIPAMENTOS E MATERIAIS DE CONFECÇÃO - 32h (2cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 16h lab.(1cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA		( ICA0042 )	
ICA0068 FIBRAS E FIOS - 32h (2cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 16h lab.(1cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA		( ICA0002 )	

**CH Total:** 320hrs.

### 2º Semestre

Componente Curricular	CH Detalhada	Tipo	Natureza	Pré-Requisitos	Equivalências	Co-Requisitos
ICA0021 MODELAGEM PLANA FEMININA - 80h (5cr) - 1 período letivo	80h aula (5cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA		( ICA1334 OU ICA0019 )	
ICA0069 TEORIA DA MODA - 32h (2cr) - 1 período letivo	32h aula (2cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA		( ICA0024 )	
ICA0070 INDUMENTARIA ANTIGA E MEDIEVAL - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA		( ICA0010 )	
ICA0071 DESENHO DA FIGURA HUMANA - 64h (4cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 48h lab.(3cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA		( ICA0012 )	
ICA0072 PROCESSOS CRIATIVOS - 64h (4cr) - 1 período letivo	32h aula (2cr) 32h lab.(2cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA		( ICA0016 )	

**CH Total:** 304hrs.

### 3º Semestre

Componente Curricular	CH Detalhada	Tipo	Natureza	Pré-Requisitos	Equivalências	Co-Requisitos
ICA0073 METODOLOGIA PROJETUAL - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA		( ICA0044 )	
ICA0075 INDUMENTARIA MODERNA E CONTEMPORANEA - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA ( ICA0070 )		( ICA0011 )	
ICA0076 DESENHO TECNICO DE MODA - 64h (4cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 48h lab.(3cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA ( ICA0071 )		( ICA0014 )	
ICA0077 TECNICAS DE MONTAGEM INDUSTRIAL - 64h (4cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 48h lab.(3cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA ( ICA0067 )		( ICA0004 )	
ICA0078 MODELAGEM PLANA MASCULINA - 64h (4cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 48h lab.(3cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA ( ICA0066 )		( ICA0023 )	
ICA0079 CONSTRUÇÃO DOS TECIDOS TEXTEIS - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA ( ICA0068 )		( ICA0022 )	

<https://si3.ufc.br/sigaa/graduacao/curriculo/lista.jsf>

1/5

**CH Total:** 384hrs.**4º Semestre**

Componente Curricular	CH Detalhada	Tipo	Natureza	Pré-Requisitos	Equivalencias	Co-Requisitos
ICA0015 DESENHO DE MODA - 64h (4cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 48h lab.(3cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA ( ICA0071 )			
ICA0080 MODA, COMPORTAMENTO E CULTURA - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA		( HD0789 )	
ICA0081 COMUNICAÇÃO VISUAL APLICADA - 64h (4cr) - 1 período letivo	32h aula (2cr) 32h lab.(2cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA		( CK0033 )	
ICA0082 PROJETO DE PRODUTO I - 64h (4cr) - 1 período letivo	32h aula (2cr) 32h lab.(2cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA		( ICA0016 )	
ICA0083 MODELAGEM E MONTAGEM EM MALHAS - 64h (4cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 48h lab.(3cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA ( ICA0066 )		( ICA0004 )	
ICA0084 ERGONOMIA DE PRODUTO - 32h (2cr) - 1 período letivo	32h aula (2cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA			

**CH Total:** 352hrs.**5º Semestre**

Componente Curricular	CH Detalhada	Tipo	Natureza	Pré-Requisitos	Equivalencias	Co-Requisitos
ICA0027 TECNOLOGIA DA CONFECCAO - 64h (4cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 48h lab.(3cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA ( ICA0079 )			
ICA0074 DESIGN E MARKETING - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA		( ED0089 OU ICA2027 )	
ICA0085 PROJETO DE PESQUISA EM MODA - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA		( ICA0024 )	
ICA0086 DESENHO INFORMATIZADO - 64h (4cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 48h lab.(3cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA ( ICA0076 )		( ICA0028 )	
ICA0087 PROJETO DE PRODUTO II - 64h (4cr) - 1 período letivo	32h aula (2cr) 32h lab.(2cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA ( ICA0073 )		( ICA0043 )	

**CH Total:** 320hrs.**6º Semestre**

Componente Curricular	CH Detalhada	Tipo	Natureza	Pré-Requisitos	Equivalencias	Co-Requisitos
ICA0029 PRODUCAO DE MODA - 32h (2cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 16h lab.(1cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA			
ICA0088 PESQUISA EM MODA - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA ( ICA0085 )		( ICA0045 )	
ICA0089 PROJETO DE PRODUTO III - 64h (4cr) - 1 período letivo	32h aula (2cr) 32h lab.(2cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA ( ICA0073 )		( ICA0044 )	
ICA2800 EMPREENDEDORISMO E CRIACAO DE NOVOS NEGOCIOS - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OBRIGATORIA		( EE0127 OU ICA0053 OU ED0129 OU ICA2106 OU ICA0117 OU ICA0094 OU ICA1333 OU ICA1338 )	

**CH Total:** 224hrs.**7º Semestre**

Componente Curricular	CH Detalhada	Tipo	Natureza	Pré-Requisitos	Equivalencias	Co-Requisitos
ICA0090 TCC I - PROJETO DE MODA - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula 0h lab. 0h ead.	TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO	OBRIGATORIA ( ICA0089 )		( ICA0031 )	

**CH Total:** 64hrs.**8º Semestre**

Componente Curricular	CH Detalhada	Tipo	Natureza	Pré-Requisitos	Equivalencias	Co-Requisitos
ED0038 PESQUISA MERCADOLÓGICA - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA		( ICA2102 )	
ED0088 INTRODUCAO A ADMINISTRACAO - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA		( ED0056 )	
ED0089 MARKETING DE MODA - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA			
ED0160 COMERCIO EXTERIOR - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA			
HD0789 CULTURA BRASILEIRA - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA			
HF0133 PSICOSSOCIOLOGIA DA MODA - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA			
HI0083 HISTORIA DA CULTURA OCIDENTAL - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA			

15/05/2019

SIGAA - Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas

HLL0077	LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS - LIBRAS - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	( PD0077 )
ICA0030	ESTAGIO SUPERVISIONADO - 160h (10cr) - 1 período letivo	0h aula 160h lab. 0h ead.	ESTÁGIO	OPTATIVA	
ICA0036	ILUSTRACAO DE MODA - 48h (3cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 32h lab.(2cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0040	MODA E CONSUMO - 32h (2cr) - 1 período letivo	32h aula (2cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0047	PLANEJAMENTO E ORGANIZACAO DE EVENTOS DE MODA - 48h (3cr) - 1 período letivo	48h aula (3cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0057	TOP ESP EM EST E MODA - DESENHO DE MODA MASCULINA - 32h (2cr) - 1 período letivo	32h aula (2cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0061	TOP ESPECIAL EM ESTILISMO E MODA - CORPO E MODA - 32h (2cr) - 1 período letivo	32h aula (2cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0062	DESIGN DE JOIAS - 48h (3cr) - 1 período letivo	48h aula (3cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0063	PESQUISA DE COMPORTAMENTO EM MODA - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0092	BENEFICIAMENTO TEXTIL - 32h (2cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 16h lab.(1cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0093	CIENCIA DO CONFORTO - 32h (2cr) - 1 período letivo	0h aula (0cr) 32h lab.(2cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0094	COMUNICAÇÃO E MODA - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0095	CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE FIGURINO - 64h (4cr) - 1 período letivo	32h aula (2cr) 32h lab.(2cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0096	DESENHO DE ACESSORIOS - 64h (4cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 48h lab.(3cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0097	DESENHO DA MODA FEMININA - 48h (3cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 32h lab.(2cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0098	DESENHO DE MODA INFANTIL - 48h (3cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 32h lab.(2cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0099	DESIGN DE ACESSORIOS - 64h (4cr) - 1 período letivo	32h aula (2cr) 32h lab.(2cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0100	FOTOGRAFIA APLICADA A MODA - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0101	GESTAO DA INOVAÇÃO - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0102	GESTAO DO DESIGN - 32h (2cr) - 1 período letivo	32h aula (2cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0103	ILUSTRACAO DIGITAL DE MODA - 64h (4cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 48h lab.(3cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0104	LABORATORIO DE PROSPECÇÃO DE NOVOS CENARIOS - 32h (2cr) - 1 período letivo	32h aula (2cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0105	LABORATORIO DA FORMA - 64h (4cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 48h lab.(3cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0106	MODA,DESIGN E SUSTENTABILIDADE - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0107	MODA E CULTURA NO BRASIL - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0108	MODELAGEM E MONTAGEM DE ACESSORIOS - 64h (4cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 48h lab.(3cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0109	MODELAGEM E MONTAGEM DE PEÇA INTIMA - 64h (4cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 48h lab.(3cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0110	MODELAGEM INFORMATIZADA - 64h (4cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 48h lab.(3cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0111	MODELAGEM TRIDIMENSIONAL AVANÇADA - 64h (4cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 48h lab.(3cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0112	MONTAGEM EM TECIDOS ESPECIAIS - 64h (4cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 48h lab.(3cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0113	DESIGN DE SUPERFICIE - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	

<https://si3.ufc.br/sigaa/graduacao/curriculo/lista.jsf>

3/5

	período letivo	0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)			
ICA0114	PATCHWORK APLICADO A MODA - 64h (4cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 48h lab.(3cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	( ICA0046 )
ICA0115	SEMINARIOS DE VAREJO DE MODA - 32h (2cr) - 1 período letivo	32h aula (2cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0116	SOCIOLOGIA DA MODA - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0118	CORPO E MODA - 32h (2cr) - 1 período letivo	32h aula (2cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0119	DESENHO DE MODA MASCULINA - 48h (3cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 32h lab.(2cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA0465	CORPO E EDUCAÇÃO - 64h (4cr) - 1 período letivo	16h aula 48h lab. 0h ead.	MODULO	OPTATIVA	
ICA0467	FUNDAMENTOS DA ARTE NA EDUCAÇÃO - 32h (2cr) - 1 período letivo	32h aula 0h lab. 0h ead.	MODULO	OPTATIVA	
ICA0470	MASCARAS E MAQUIAGEM - 64h (4cr) - 1 período letivo	0h aula 64h lab. 0h ead.	MODULO	OPTATIVA	
ICA0486	FIGURINO E ADEREÇOS - 64h (4cr) - 1 período letivo	0h aula 64h lab. 0h ead.	MODULO	OPTATIVA	
ICA0519	MODELAGEM PLANA FEMININA: INTERPRETAÇÃO DE MODELOS - 64h (4cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 48h lab.(3cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	( ICA1334 )
ICA0815	OFICINA DE ROTEIRO - 32h (0cr) - 1 período letivo	0h aula 32h lab. 0h ead.	MODULO	OPTATIVA	
ICA0853	OFICINA DE ROTEIRO (NÃO-FICÇÃO) - 32h (0cr) - 1 período letivo	16h aula 16h lab. 0h ead.	MODULO	OPTATIVA	
ICA1337	VISUAL MERCHANDISING - 32h (2cr) - 1 período letivo	16h aula (1cr) 16h lab.(1cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	( ICA0117 )
ICA1612	ETICA I - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA1650	FILOSOFIA DA ARTE - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA2001	FOTOJORNALISMO I - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA2002	ESTETICA E COMUNICACAO DE MASSA - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA2011	OFICINA DE VIDEO - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA2014	PRODUCAO GRAFICA - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA2018	SEMINARIO - OFICINA DE RADIO I - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA2020	INTRODUCAO A COMUNICACAO - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA2024	INTRODUCAO A PUBLICIDADE - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA2029	SEMIOTICA - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA2030	MIDIA - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA2042	PLANEJAMENTO GRAFICO - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA2062	TEORIA DA IMAGEM FOTOGRAFICA - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA2064	COMUNICACAO ORGANIZACIONAL - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA2068	CIBERCULTURA - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA2081	OFICINA DE PUBLICIDADE - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	
ICA2085	GLOBAUZACAO E CULTURAS CONTEMPORANEAS - 64h (4cr) - 1 período	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA	

15/05/2019

## SIGAA - Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas

	letivo	0h ead.(0cr)		
ICA2098	PLANEJAMENTO DE COMUNICACAO - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA
ICA2100	LINGUAGEM AUDIOVISUAL - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA
ICA2103	PRODUCAO PUBLICITARIA EM RADIO - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA
ICA2106	SEMINARIO - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA
TG0465	HISTORIA DA ARTE I - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA
TG0466	HISTORIA DA ARTE II - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula (4cr) 0h lab.(0cr) 0h ead.(0cr)	DISCIPLINA	OPTATIVA
DSN0001	ATIVIDADES COMPLEMENTARES - 192h (0cr) - 1 período letivo	0h aula 192h lab. 0h ead.	ATIVIDADES COMPLEMENTARES	OBRIGATÓRIA
ICA0091	TCC II - ESTUDO MONOGRAFICO - 64h (4cr) - 1 período letivo	64h aula 0h lab. 0h ead.	TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO	OBRIGATÓRIA ( ICA0088 ) ( ICA0031 )
<b>CH Total:</b> 4576hrs.				

SIGAA | Copyright © 2006-2019 - Secretaria de Tecnologia da Informação - UFC - (85) 3366-9999 - si3asprd03.ufc.br

## ANEXO B – PROGRAMAS DE DISCIPLINAS FUNDAMENTOS DO DESIGN

### PROGRAMA DE DISCIPLINA

1. Identificação			
1.1. Unidade: Instituto de Cultura e Arte			
1.2. Curso: Design-Moda			
1.3. Disciplina: Fundamentos do Design	1.4. Código: ICA 0065	1.5. Caráter e regime de oferta: Obrigatória / Anual	1.6. Carga Horária: 96 h/a (06 créditos)
1.7. Pré-requisito (quando houver): ---			
1.8. Co-requisito (quando houver): ---			
1.9. Equivalências (quando houver): ---			
1.10. Professores ( Nomes dos professores que ofertam): Aline Teresinha Basso			
2. Justificativa			
Esta disciplina traz ao estudante o conhecimento da história do Design, bem como as relações de forma, cor e textura nas superfícies e objetos, promovendo uma leitura abrangente das manifestações visuais. O desenho vem somar a esse conhecimento a forma de expressão necessária ao estudante para transmitir e comunicar suas ideias e criações.			
3. Ementa			
Definição e história do Design. As escolas de Design no mundo e no Brasil. Estudo e conceituação da forma e suas propriedades; Leis da Gestalt; categorias e princípios conceituais; sistema de leitura visual da forma do objeto; noções básicas de geometria; representação bi e tri dimensional; grafismo; teoria da cor e cor na moda.			
4. Objetivos – Geral e Específicos			
I – GERAL			
- Conhecer os principais Fundamentos do Design e sua interrelação com o campo da Moda.			
II – ESPECÍFICOS			
-Compreender os conceitos necessários à leitura visual, às formas de expressão e de comunicação por intermédio do desenho.			
- Estudar o conceito e o histórico do Design;			
- Conhecer as leis da Gestalt e as categorias fundamentais da forma;			
- Desenvolver a leitura visual a partir dos conceitos e fundamentos da forma;			
- Conhecer o conceito de bi e tridimensional;			
- Conhecer os métodos de representação das formas livres e formas da natureza.			
5. Bibliografia			
5.1. Bibliografia Básica			
CARDOSO, R. <b>Uma introdução à história do design</b> . São Paulo: Editora Edgard Blücher, 2004.			
MARTÍN, Gabriel. <b>Fundamentos do desenho artístico</b> : aula de desenho. São Paulo: Martins Fontes, 2007			
WONG, W. <b>Princípios da forma e desenho</b> . São Paulo: Martins Fontes, 1998.			
5.2. Bibliografia Complementar			

BARROS, Lilian Ried Miller. **A Cor no Processo Criativo**: um estudo sobre a Bauhaus e a Teoria de Goethe. São Paulo: Editora Senac, 2007.

GUIMARÃES, Luciano. **A cor como informação**: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores. 3. ed. São Paulo, SP: Annablume, 2004

LUPTON, Ellen; MILLER, J. Abbot. **Abc Da Bauhaus**: a bauhaus e a teoria do design. São Paulo, SP: Cosac e Naify, 2008

MOURA, Mônica; VALESE, Adriana. **Faces do design 2**: ensaio sobre arte, cultura visual, design gráfico e novas mídias. São Paulo, SP: Edições Rosari, 2009

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. 2. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2008.

NIEMEYER, Lucy. **Design no Brasil**: origens e instalação. 4. ed. Rio de Janeiro, RJ: 2AB, 2007



## DESENHO DA FIGURA HUMANA PLANO DE ENSINO DE DISCIPLINA

Ano/Semestre
2018/1

<b>1. Identificação</b>		
1.1. Unidade Acadêmica: Linguagem Visual		
1.2. Curso(s): Design-Moda		
1.3. Nome da Disciplina: Desenho da Figura Humana		Código: ICA 0076
1.4. Professor(a): Joelma Damasceno de Matos		
1.5. Caráter da Disciplina: ( X ) Obrigatória ( ) Optativa		
1.6. Regime de Oferta da Disciplina: ( X ) Semestral ( ) Anual ( ) Modular		
1.7. Carga Horária (CH) Total: 64h	CH Teórica: 16h	CH Prática: 48h
<b>2. Justificativa</b>		
<p>O produto de moda detém uma característica bastante peculiar. Só tem sua forma alcançada plenamente quando vestido pelo utilizador. Consequentemente, para projetar produtos desta natureza, o conhecimento a respeito da estrutura, forma, proporções e volumes do corpo humano é crucial para quem se propõe a tal desafio. O desenho da figura humana estabelece as bases deste conhecimento visando proporcionar o seu estudo consistente, de modo a facilitar que o discente a compreenda e, por conseguinte, represente-a graficamente em sua configuração natural.</p>		
<b>3. Ementa</b>		
<p>Estudo das proporções, posturas e movimento do corpo humano; Representação bi e tridimensional do corpo humano; Estudo das partes isoladas do corpo: cabeça, tronco, mãos, pés, braços e pernas; Desenho anatômico; estudo de luz e sombra; Desenho Artístico.</p>		
<b>4. Objetivos – Geral e Específicos</b>		
<p>I – GERAL Possibilitar que o discente aprenda a desenhar proporcionalmente o corpo humano baseado em técnicas de desenho (traços básicos, esboços, volume, emprego de luz e sombra).</p> <p>II – ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desenvolver a habilidade do aluno em desenhar a figura humana com o uso da técnica de observação e estudo da proporção humana;</li> <li>- Apresentar as proporções entre o corpo masculino, feminino e infantil;</li> <li>- Estudar a estruturação dos movimentos;</li> <li>- Apresentar técnicas diversificadas de esquematização das formas humanas;</li> <li>- Desenvolver a capacidade do aluno de construir a representação proporcional do corpo humano, das partes e do todo.</li> </ul>		
<b>5. Descrição do Conteúdo/Unidades</b>		<b>Carga Horária</b>
Aula 1: Aula introdutória. Lista de materiais, Plano de Aula. Exercício compartilhado – cabeça humana.		4h

Aula 2: Elementos do rosto – Boca e Olhos.	4h
Aula 3: Elementos do rosto - Nariz e orelha.	4h
Aula 4: Estudos de rostos e de cabelos.	4h
Aula 5: Estudos de rostos e de cabelos.	4h
Aula 6: Estudos de mãos e de braços.	4h
Aula 7: Estudos de pés e pernas.	4h
Aula 8: Estudos de proporções do corpo humano feminino e masculino.	4h
Aula 9: Estudos de proporções do corpo humano infantil.	4h
Aula 10: Estudos de corpo e movimento feminino.	4h
Aula 11: Estudos de corpo e movimento feminino.	4h
Aula 12: Estudos de corpo e movimento masculino.	4h
Aula 13: Estudos de corpo e movimento masculino.	4h
Aula 14: Modelo vivo feminino.	4h
Aula 15: Modelo vivo masculino.	4h
Aula 16: Apresentação de Projeto Interdisciplinar (PI).	4h
TOTAL	64h

#### 6. Metodologia de Ensino

- Aulas expositivas, dialógicas e práticas;
- Compartilhamento de experiências entre o docente e os discentes sobre cada assunto proposto;
- Desenvolvimento/práticas manuais utilizadas para o desenvolvimento das atividades.

#### 7. Atividades Discentes

- Desenvolvimento de desenhos da figura humana;
- Apresentações das atividades propostas em sala de aula;
- Projeto Interdisciplinar (PI).

#### 8. Avaliação

- Avaliação sistemática das atividades propostas;
- Avaliação de Projeto Interdisciplinar (PI).

#### 9. Bibliografia Básica e Complementar

##### 9.1. Bibliografia Básica:

DERDYK, Edith. **O Desenho da Figura Humana**. São Paulo: Editora Scipione, 1990.

HOGARTH, Burne. **O Desenho anatómico sem dificuldade**. Köln: Evergreen, c1998.

MARTÍN, Gabriel. **Fundamentos do desenho artístico**: aula de desenho. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

##### 9.2. Bibliografia Complementar:

HALLAWELL, Philip Charles. **À mão livre**: a linguagem do desenho. São Paulo: Melhoramentos, 1994.

DRUDI, Elisabetta; PACI, Tiziana. **Figure drawing for fashion design**. Amsterdam: The Pepin Press, c2010.

PINSKER, Sharon. **Figure**: how to draw & paint the figure with impact. Cincinnati, OH: David and Charles, 2008.

SANMIGUEL, David. **Materiais e técnicas**: guia completo. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2008.

TAKAMURA, Zeshu. **Diseño de Moda**: Conceptos básicos y aplicaciones prácticas de ilustración de moda. Barcelona: Promopress, 2007.

## DESENHO TÉCNICO DE MODA

### PLANO DE ENSINO DE DISCIPLINA

Ano/Semestre
2019/1

<b>1. Identificação</b>		
1.1. Unidade Acadêmica: Linguagem Visual		
1.2. Curso(s): Design-Moda		
1.3. Nome da Disciplina: Desenho Técnico de Moda		Código: ICA 0076
1.4. Professor(a): Joelma Damasceno de Matos		
1.5. Caráter da Disciplina: ( X ) Obrigatória ( ) Optativa		
1.6. Regime de Oferta da Disciplina: ( X ) Semestral ( ) Anual ( ) Modular		
1.7. Carga Horária (CH) Total: 64h	CH Teórica: 16h	CH Prática: 48h
<b>2. Justificativa</b>		
Existem várias formas de se representar uma peça do vestuário, dependendo do objetivo, técnica, instrumentos utilizados e estilo do estilista. O Desenho Técnico traz todas as informações imprescindíveis à confecção da peça e apresenta-se como uma ferramenta a mais a este profissional que tem por finalidade representar a indumentária graficamente. Associada à Ficha Técnica, o Desenho Técnico, assim como a representação de seus detalhes faz-se necessário às indústrias de confecção no registro das peças de suas coleções.		
<b>3. Ementa</b>		
Desenho técnico dos elementos de peças do vestuário feminino, masculino e infantil; interpretação das peças através do desenho de observação; noções de volumetria e de proporção; representação gráfica bidimensional de detalhes da vestimenta; e introdução à ficha técnica.		
<b>4. Objetivos – Geral e Específicos</b>		
I – GERAL		
- Capacitar profissionalmente o aluno a desenvolver a representação técnica de peças e elementos que compõem os vestuários feminino, masculino e infantil.		
II – ESPECÍFICOS:		
- Desenvolver a habilidade técnica do desenho Técnico de Moda conforme a biometria humana;		
- Interpretar bidimensionalmente as diversas peças do vestuário, com a finalidade de transmitir todas as informações necessárias à sua confecção;		
- Trabalhar a representação da silhueta (identificando a forma e o equilíbrio), descrevendo os detalhes necessários e identificando os materiais adequados a confecção da peça;		
- Compreender a importância da Ficha Técnica para as empresas de confecção;		
- Identificar os principais elementos que compõem uma Ficha Técnica.		

5. Descrição do Conteúdo/Unidades	Carga Horária
Aula 1: Introdução. Exercício de sondagem. Apresentação da disciplina aos alunos.	4h
Aula 2: Estudo do uso dos materiais de desenho. Estudo das proporções do manequim feminino planejado. Representações técnicas bidimensionais de saias e de variações de saias.	4h
Aula 3: Representações técnicas bidimensionais de calças compridas femininas e de variações de calças compridas femininas.	4h
Aula 4: Representações técnicas bidimensionais de calça jeans feminina, com cintura baixa. Ampliações dos detalhes da frente e das costas da peça.	4h
Aula 5: Representações técnicas bidimensionais de vestidos tubinho e de vestido tomara-que-caia.	4h
Aula 6: Representações técnicas bidimensionais de vestido toga longa e de variações de vestidos.	4h
Aula 7: Representações técnicas bidimensionais de camiseta com alças e de variações de blusas.	4h
Aula 8: Representações técnicas bidimensionais de blazer feminino e de variações de blazer feminino.	4h
Aula 9: Estudo das proporções do manequim masculino planejado. Representações técnicas bidimensionais de camisa social masculina. Introdução à Ficha Técnica: compreender a importância da Ficha Técnica para as empresas de confecção. Identificar os principais elementos que compõem uma Ficha Técnica. Ficha Técnica de camisa social masculina.	4h
Aula 10: Representações técnicas bidimensionais de camisa esportiva masculina e de variações de camisa esportiva masculina.	4h
Aula 11: Representações técnicas bidimensionais de calça social masculina e de variações de calça social masculina. Ficha Técnica de calça social masculina.	4h
Aula 12: Representações técnicas bidimensionais de calça esportiva masculina e de variações de calça esportiva masculina.	4h
Aula 13: Estudo das proporções do manequim infantil planejado. Representações técnicas bidimensionais de camisetas e de blusas infantis.	4h
Aula 14: Representações técnicas bidimensionais de bermudas infantis.	4h
Aula 15: Representações técnicas bidimensionais de vestidos infantis.	4h
Aula 16: Apresentação de Projeto Interdisciplinar (PI).	4h
TOTAL	64h
<b>6. Metodologia de Ensino</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aulas expositivas, dialógicas e práticas;</li> <li>- Compartilhamento de experiências entre o docente e os discentes sobre cada assunto proposto;</li> </ul>	

- Desenvolvimento/práticas manuais utilizadas para o desenvolvimento das atividades.
<b>7. Atividades Discentes</b>
- Desenvolvimento de desenhos técnicos de moda; - Apresentações das atividades propostas em sala de aula; - Projeto Interdisciplinar (PI).
<b>8. Avaliação</b>
- Avaliação sistemática das atividades desenvolvidas em laboratório de desenho; - Avaliação de Projeto Interdisciplinar (PI).
<b>9. Bibliografia Básica e Complementar</b>
9.1. Bibliografia Básica:
 ABLING, Bina. <b>Desenho de Moda</b> . Volume 01. São Paulo: Blucher, 2011.
ABLING, Bina. <b>Desenho de Moda</b> . Volume 02. São Paulo: Blucher, 2011
CUNHA, Luis Veiga da. <b>Desenho técnico</b> . 13. ed. rev. edição actualizada. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.
9.2. Bibliografia Complementar:
BRYANT, Michele Wesen; DEMERS, Diane. <b>The spec manual</b> /. 2nd ed. New York, NY: Fairchild Publications, 2008.
MEDEIROS, Lígia. <b>Desenhística: a ciência da arte de projetar desenhando</b> . Santa Maria, RS: SCHDS, 2004.
PIPES, Alan. <b>Desenho para designers: habilidades de desenho, esboços de conceitos, design auxiliado por computador, ilustração, ferramentas e materiais, apresentações, técnicas de produção</b> . Rio de Janeiro: Blucher, 2010.
SZKUTNICKA, Basia. AYAKO, Koyama. <b>El dibujo técnico de moda paso a paso</b> . Barcelona: Editorial Gustavo Gigli, 2010.
TAKAMURA, Zeshu. <b>Diseño de Moda: Conceptos básicos y aplicaciones prácticas de ilustración de moda</b> . Barcelona: Promopress, 2007.

## DESENHO DE MODA PROGRAMA DE DISCIPLINA

<b>1. Identificação</b>			
1.1. Unidade: Instituto de Cultura e Arte			
1.2. Curso: Design-Moda			
1.3. Disciplina: DESENHO DE MODA	1.4. Código: ICA0015	1.5. Caráter e regime de oferta: Obrigatória / semestral	1.6. Carga Horária: 64h/a (4 cr) (16h teórica / 48h prática)
1.7. Pré-requisito: ICA0071 Desenho da Figura Humana			
1.8. Co-requisito:			
1.9. Equivalências:			
1.10. Professores:			
<b>2. Justificativa</b>			
O desenho de Moda é instrumento fundamental para a expressão gráfica de produtos e serviços relacionados à Moda e ao Design. Deste modo, torna-se fundamental conhecer a estrutura e proporções do corpo humano a fim de dominá-las e adequá-las ao um estilo pessoal de expressão. De posse deste conhecimento, procede-se ao estudo do vestuário básico representado sobre o corpo humano com as devidas noções de caimento e coerência entre pose, produto e ambiência. Assim sendo, o Desenho de Moda torna-se meio de expressão primordial de uma ideia que será materializada em produto.			
<b>3. Ementa</b>			
Estudo das proporções da figura de moda. Estilização do desenho da figura humana. Representação tridimensional do vestuário básico na figura humana estática e em movimento. Concepção e montagem de croquis.			
<b>4. Objetivos – Geral e Específicos</b>			
I – GERAL			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Possibilitar ao aluno conhecer os processos e técnicas do aprendizado da representação gráfica tridimensional da figura de moda.</li> </ul>			
II – ESPECÍFICOS			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apresentar os principais materiais e técnicas utilizadas para a representação gráfica da figura de moda;</li> <li>• Diferenciar os padrões de proporção entre a figura humana e a figura de moda;</li> <li>• Proporcionar o domínio das técnicas de construção da figura de moda, compreendendo seus movimentos, parâmetros de construção e diferentes tipos de vestuário;</li> <li>• Desenvolver o repertório visual do aluno, através da utilização de técnicas mistas e proporções diversificadas;</li> <li>• Estimular a busca pelo estilo personalizado na representação da figura de moda.</li> </ul>			
<b>5. Bibliografia</b>			
5.1. Bibliografia Básica			
ABLING, Bina. <b>Desenho de Moda</b> . Volume 01. São Paulo: Blucher, 2011. ABLING, Bina. <b>Desenho de Moda</b> . Volume 02. São Paulo: Blucher, 2011			

WESEN BRYANT, Michele. <b>Desenho de moda</b> : técnicas de ilustração para estilistas. São Paulo: Senac Editora. 2011
<b>5.2. Bibliografia Complementar</b>
ASENSIO, Paco (Ed.). <b>Essential fashion illustration</b> : color + medium. Beverly, MA: Rockport Publishers, 2008.
DONOVAN, Bill. <b>Desenho de moda avançado</b> : ilustração de estilo. São Paulo: Senac Editora. 2010.
DRUDI, E. & PACI, T. <b>Figure Drawing For Fashion Design</b> . Amsterdam: Pepin Press. 2010
HOGARTH, Burne. <b>Dynamic wrinkles and drapery</b> : solutions for drawing the clothed figure. New York, NY: Watson-Guptill, 2002.
TAKAMURA, Zeshu. <b>Diseño de Moda</b> : Conceptos básicos y aplicaciones prácticas de ilustración de moda. Barcelona: Promopress, 2007.

## COMUNICAÇÃO VISUAL APLICADA PROGRAMA DE DISCIPLINA

1. Identificação			
1.1. Unidade: Instituto de Cultura e Arte			
1.2. Curso: Design-Moda			
1.3. Disciplina: COMUNICAÇÃO VISUAL APLICADA	1.4. Código: ICA 0081	1.5. Caráter e regime de oferta: Obrigatória / semestral	1.6. Carga Horária: 64h (4 cr) (32h teórica / 32h prática)
1.7. Pré-requisito: ICA 0065 – FUNDAMENTOS DO DESIGN			
1.8. Co-requisito:			
1.9. Equivalências: CK0033 - Introdução à Computação			
1.10. Professores:			
2. Justificativa			
A Comunicação Visual é estudo indispensável à formação do designer de moda por possibilitar a expressão das ideias e concepções do projeto de design através de ferramentas e mídias diversificadas. O intuito da aplicação da Comunicação Visual aos projetos de moda se concentra em ampliar o repertório expressivo do aluno, tornando-o capaz de transmitir suas ideias e conceitos de design com eficácia e objetividade.			
3. Ementa			
Introdução à Comunicação Visual. Tipos de imagem. Percepção visual. Técnicas de comunicação visual. Composição, Layout e Grid. Sistemas de Identidade Visual. Técnicas de montagem e apresentação gráfica de projetos em design.			
4. Objetivos – Geral e Específicos			
I – GERAL			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitar o(a) estudante a elaborar projetos de comunicação visual aplicados ao mercado de Moda.</li> </ul>			
II – ESPECÍFICOS			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compreender a importância das imagens e seu impacto na comunicação entre os agentes do mercado de Moda.</li> <li>• Aplicar os elementos da comunicação visual em projetos de moda.</li> <li>• Desenvolver sistemas de identidade visual voltados para o mercado de moda.</li> </ul>			
5. Bibliografia			
5.1. Bibliografia Básica			
BERGSTROM, Bo. <b>Fundamentos da Comunicação Visual</b> . São Paulo: Edições Rosari, 2009.			
DONDIS, Donis A. <b>Sintaxe da linguagem visual</b> . 3. Ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2007.			
MUNARI, Bruno. <b>Design e comunicação visual</b> : contribuição para uma metodologia didática. São Paulo: Martins Fontes, 1997.			
5.2. Bibliografia Complementar			
AMBROSE, Gavin. <b>Layout</b> . Porto Alegre: Bookman, 2009.			
AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. <b>Grids</b> . Porto Alegre, RS: Bookman, 2009.			
HESS, Jay.; PASZTOREK, Simone. <b>Design gráfico para moda</b> : branding, convites, lookbooks, embalagens. 1. Ed. São Paulo, SP: Rosari, c2010.			
WHEELER, Alina. <b>Design de identidade da marca</b> : um guia completo para a criação, construção e manutenção de marcas fortes. 2. Ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2008.			
PEÓN, Maria Luisa. <b>Sistemas de identidade visual</b> . Rio de Janeiro: 2AB, 2009.			

## DESENHO INFORMATIZADO

### PROGRAMA DE DISCIPLINA

<b>1. Identificação</b>			
1.1. Unidade: Instituto de Cultura e Arte			
1.2. Curso: Design-Moda			
1.3. Disciplina: Desenho Informatizado	1.4. Código: ICA0086	1.5. Caráter e regime de oferta: Obrigatória / semestral	1.6. Carga Horária: 64h/a (4 cr) (16h teórica / 48h prática)
1.7. Pré-requisito:			
1.8. Co-requisito:			
1.9. Equivalências: ICA0028 Computação Aplicada à Moda			
1.10. Professores:			
<b>2. Justificativa</b>			
A disciplina proporciona o conhecimento essencial para a manipulação de ferramentas digitais para a construção de desenhos técnicos de moda. O aluno estará apto a conjugar estas ferramentas na busca da excelência e precisão exigida do desenho técnico, sendo capaz de transmitir suas ideias em fichas técnicas de modo claro, rigoroso e objetivo.			
<b>3. Ementa</b>			
Utilização de softwares para a criação e desenvolvimento de desenho técnico de moda; Composição de Figura Padrão; Representação gráfica de formas do vestuário em gráficos vetoriais; Aplicação de cores, estampas, acessórios e aviamentos. Elaboração de Ficha técnica e de Mapa de Coleção; Representação de acabamentos e beneficiamentos do vestuário.			
<b>4. Objetivos – Geral e Específicos</b>			
I – GERAL			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitar o discente para a manipulação de ferramentas digitais à representação gráfica em moda.</li> </ul>			
II – ESPECÍFICOS			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apresentar as diversas aplicações da Informática aplica à Moda.</li> <li>• Demonstrar importância da prevenção de lesões por esforço repetitivo, incentivando o uso saudável dos computadores.</li> <li>• Desenvolver a capacidade de expressão visual e técnica do aluno.</li> <li>• Incentivar o rigor e a precisão na especificação de produtos de moda.</li> <li>• Propiciar o conhecimento de ferramentas destinadas à manipulação de imagens de bitmap e em vetores.</li> </ul>			
<b>5. Bibliografia</b>			
5.1. Bibliografia Básica			
ADOBE Photoshop CS6: classroom in a book : guia de treinamento oficial. Porto Alegre: Bookman, 2013.			
GAMBA JÚNIOR. <b>Computação gráfica para designers</b> : dialogando com as caixinhas de diálogo. Rio de Janeiro, RJ: 2AB, 2003			
MENEGOTTO, José Luis; ARAÚJO, Tereza Cristina Malveira de. <b>O desenho digital</b> : técnica e arte. Rio de Janeiro: Interciência. 2000.			
5.2. Bibliografia Complementar			
BRYANT, Michele Wesen; DEMERS, Diane. <b>The spec manual</b> /. 2nd ed. New York, NY: Fairchild Publications, 2008.			
FERNÁNDEZ, A.; ROIG, G. M. <b>Desenho para designers de moda</b> . Lisboa: Editorial Estampa. 2007.			
PIPES, Alan. <b>Desenho para designers</b> : habilidades de desenho, esboços de conceitos, design auxiliado por computador, ilustração, ferramentas e materiais, apresentações, técnicas de produção. Rio de Janeiro: Blucher, 2010.			
ROYO, Javier. <b>Design digital</b> . São Paulo: Rosari, 2008.			
TALLON, Kevin. <b>Digital fashion illustration with Photoshop and Illustrator</b> . London: Batsford, 2008.			



## PROCESSOS CRIATIVOS PROGRAMA DE DISCIPLINA

1. Identificação			
1.1. Unidade: Instituto de Cultura e Arte			
1.2. Curso: Design-Moda			
1.3. Disciplina: PROCESSOS CRIATIVOS	1.4. Código: ICA0072	1.5. Caráter e regime de oferta: Obrigatória / semestral	1.6. Carga Horária: 64h (4 cr) (32h teórica / 32h prática)
1.7. Pré-requisito:			
1.8. Co-requisito:			
1.9. Equivalências: ICA0016 Criação de Moda I			
1.10. Professores:			
2. Justificativa			
O desenvolvimento de produto de moda é uma atividade criativa, relacionada à criação. Esta atividade não pode ser feita de maneira alheia a métodos dependendo apenas de inspiração ou momentos. Esta disciplina ensina técnicas que permitem que o designer de moda possa exercer o processo criativo de maneira profissional, permitindo que esta atividade possa ser exercida em qualquer momento de suas atividades.			
3. Ementa			
Conceitos de Criatividade. Técnicas de criatividade voltadas ao mercado de moda. Estímulo à criatividade e detecção das traves criativas.			
4. Objetivos – Geral e Específicos			
I – GERAL Permitir o contato do aluno com diferentes técnicas de criação, voltadas para o mercado de moda, permitindo que ele analise qual se adéqua mais ao seu estilo ou a cada situação de mercado.			
II – ESPECÍFICOS			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abordar o conhecimento de técnicas específicas para a criatividade que possam ser utilizadas de forma a dispensar a intuição, permitindo que todos sejam capazes de criar independente de inspiração.</li> <li>• Permitir que o aluno se sinta capaz de criar de forma profissional.</li> </ul>			
5. Bibliografia			
5.1. Bibliografia Básica			
TREPTOW, Doris. <b>Inventando Moda</b> . Planejamento de Coleções. 2ª edição. São Paulo. 2013			
JONES, Sue Jenkyn. <b>Fashion Design</b> . Manual do Estilista. Ed. Cosac Naify. São Paulo. 2011.			
BAXTER M. <b>Projeto de Produto</b> : Guia prático para Design de novos produtos. São Paulo: Edgard Blucher, 3ª edição, 2011.			
5.2. Bibliografia Complementar			
LUBART, Todd. <b>Psicologia da Criatividade</b> . Porto Alegre: Artmed, 2007.			
OSTROWER, Fayga. <b>Criatividade e processos de criação</b> . Petrópolis: Editora Vozes, 2013.			
NAKAO, Jum. <b>A costura do invisível</b> . Rio de Janeiro, RJ: SENAC Nacional; São Paulo, SP: Senac São Paulo, 2005.			
NOVAES, Maria Helena. <b>Psicologia da criatividade</b> . Petrópolis, R.J.: Vozes, 1980.			
MAY, Rollo. <b>A Coragem de Criar</b> . Editora Nova Fronteira. RJ. 1982.			

## METODOLOGIA PROJETUAL

### PROGRAMA DE DISCIPLINA

<b>1. Identificação</b>			
1.1. Unidade: Instituto de Cultura e Arte			
1.2. Curso: Design-Moda			
1.3. Disciplina: METODOLOGIA PROJETUAL	1.4. Código: ICA0073	1.5. Caráter e regime de oferta: Obrigatória / semestral	1.6. Carga Horária: 64h (4 cr) (64h teórica / 0h prática)
1.7. Pré-requisito:			
1.8. Co-requisito:			
1.9. Equivalências: ICA 0044 Planejamento de Coleções			
1.10. Professores:			
<b>2. Justificativa</b>			
<p>O profissional Designer de Moda segue uma metodologia de criação e desenvolvimento do produto no mercado. Esta metodologia é complexa e envolve mais que um passo a passo a ser seguido. A ponderação de risco para o lançamento de um novo produto e a forma adequada para tomar decisões durante o processo é fundamental para o sucesso do profissional.</p> <p>Esta disciplina torna o aluno ciente dos aspectos subjetivos envolvidos durante o processo, bem como apresenta toda a metodologia de desenvolvimento de produto de forma teórica, tornando-o apto a experimentar a prática.</p>			
<b>3. Ementa</b>			
Estudo de metodologia projetual, ciclo de vida do produto de moda, princípios fundamentais à criação e desenvolvimento de produto, estudos de inovação, planejamento de produto com aspectos semânticos e análise de oportunidades de mercado. Estudo das etapas de desenvolvimento de projeto.			
<b>4. Objetivos – Geral e Específicos</b>			
I – GERAL			
Propiciar ao aluno o conhecimento teórico da metodologia de projeto de produto de moda.			
II – ESPECÍFICOS			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permitir o conhecimento de métodos de desenvolvimento de projeto de produto, metaprojeto e projeto de produto de moda;</li> <li>• Fomentar o conhecimento teórico de projetos voltados para o mercado de moda.</li> </ul>			
<b>5. Bibliografia</b>			
5.1. Bibliografia Básica			
<p>JONES, Sue Jenkyn. <b>Fashion Design</b>. Manual do Estilista. Ed. Cosac Naify. São Paulo. 2011.</p> <p>BAXTER M. <b>Projeto de Produto</b>: Guia prático para Design de novos produtos. São Paulo: Edgard Blucher, 3ª edição, 2011.</p> <p>DE MORAES, Dijon; CELASCHI, Flaviano; MANZINI, Ezio. <b>Metaprojeto: o design do design</b>. Blucher, 2010.</p>			

#### 5.2. Bibliografia Complementar

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda**. Planejamento de Coleções. 2ª edição. São Paulo. 2013

CALDAS, Dário. **Observatório de Sinais**: Teoria e prática da pesquisa de tendências. Dário Caldas. Rio de Janeiro. Editora Senac Rio, 2004.

RENFREW, Elinor; RENFREW, Colin. **Desenvolvendo uma coleção**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

SARQUIS, Aléssio Bessa. PIRES, Dorotéia Baduy (Org). **Design de moda**: olhares diversos. São Paulo, SP: Estação das Letras e Cores, 2008.

PHILLIPS, Peter L. **Briefing: a gestão do projeto de design**. Blucher, 2008.

# PROJETO DE PRODUTO I

## PROGRAMA DE DISCIPLINA

1. Identificação			
1.1. Unidade: Instituto de Cultura e Arte			
1.2. Curso: Design-Moda			
1.3. Disciplina: PROJETO DE PRODUTO I	1.4. Código: ICA0082	1.5. Caráter e regime de oferta: Obrigatória / semestral	1.6. Carga Horária: 64h (4 cr) (32h teórica / 32h prática)
1.7. Pré-requisito: ICA0072 Processos Criativos; ICA0073 Metodologia Projetual			
1.8. Co-requisito:			
1.9. Equivalências: ICA0016 Criação de Moda I			
1.10. Professores:			
2. Justificativa			
A disciplina justifica-se para a possibilidade de concretização do projeto de produto de moda em meio acadêmico, a disciplina possibilita um ensaio da metodologia aplicada no mercado no decorrer do semestre. Desta forma, o aluno se tornará apto a desenvolver um projeto de produto com mais segurança no mercado.			
3. Ementa			
Desenvolvimento de <i>Briefing</i> , painéis semânticos, pesquisa de mercado, pesquisa de tendência, pesquisa de vocação regional, pesquisa tecnológica, pesquisa de tema da coleção, pesquisa de comportamento, processo criativo, processo seletivo. Criação de fichas técnicas e peça piloto.			
4. Objetivos – Geral e Específicos			
I – GERAL Iniciar a prática da aplicação de metodologia projetual ao estudante.			
II – ESPECÍFICOS Permitir que o aluno desenvolva seu primeiro projeto de moda, conhecendo as pesquisas de forma aprofundada antes do processo criativo e acompanhar o desenvolvimento de peça piloto.			
5. Bibliografia			
5.1. Bibliografia Básica			
BAXTER M. <b>Projeto de Produto</b> : Guia prático para Design de novos produtos. São Paulo: Edgard Blucher, 3ª edição, 2011. DE MORAES, Dijon; CELASCHI, Flaviano; MANZINI, Ezio. <b>Metaprojeto</b> : o design do design. Blucher, 2010. JONES, Sue Jenkyn. <b>Fashion Design</b> . Manual do Estilista. Ed. Cosac Naify. São Paulo. 2011.			
5.2. Bibliografia Complementar			
BONSIEPE, Gui. <b>Design</b> : como pratica de projeto. São Paulo: Blucher, 2012. CALDAS, Dário. <b>Observatório de Sinais</b> : Teoria e prática da pesquisa de tendências. Dário Caldas. Rio de Janeiro. Editora Senac Rio, 2004. MATHARU, Gurmit. <b>O que é design de moda?</b> Porto Alegre: Bookman, 2011.			
PEZZOLO, Dinah Bueno. <b>Tecidos</b> : História, tramas, tipos e usos. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2012. PHILLIPS, Peter L. <b>Briefing</b> : a gestão do projeto de design. Blucher, 2009. RENFREW, Elinor; RENFREW, Colin. <b>Desenvolvendo uma coleção</b> . Porto Alegre: Bookkman, 2010. TREPTOW, Doris. <b>Inventando Moda</b> . Planejamento de Coleções. 2ª edição. São Paulo. 2013.			

## PROJETO DE PRODUTO II

### PROGRAMA DE DISCIPLINA

1. Identificação			
1.1. Unidade: Instituto de Cultura e Arte			
1.2. Curso: Design-Moda			
1.3. Disciplina: PROJETO DE PRODUTO II	1.4. Código: ICA0087	1.5. Caráter e regime de oferta: Obrigatória / semestral	1.6. Carga Horária: 64h (4 cr) (32h teórica / 32h prática)
1.7. Pré-requisito: ICA0082 Projeto de Produto I			
1.8. Co-requisito:			
1.9. Equivalências: ICA0043 Criação de Moda II			
1.10. Professores:			
2. Justificativa			
A complexidade de fatores envolvidos nos projetos de desenvolvimento de produtos para a indústria da moda não permite que seu desenvolvimento seja uma atividade empírica, pelo contrário, é disciplinada. Requer um método flexível (sujeito constantemente à observação crítica, avaliação e aprimoramento), capaz de se adaptar ao mercado em constante mutação. A preparação do estudante de moda para atuar como designer de produto passa pela escolha do método, sua adaptação à realidade da indústria em questão e sua execução. Faz-se necessário possibilitar ao estudante uma “realidade” de mercado, buscando simular os desafios profissionais e ressaltando a importância de um trabalho sistêmico.			
3. Ementa			
Desenvolvimento de média complexidade. Pesquisa e aplicação de materiais e procedimentos alternativos.			
4. Objetivos – Geral e Específicos			
I – GERAL Capacitar o estudante para atuar como designer de produto na indústria da moda.			
II – ESPECÍFICOS			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizar uma sequência de ações que permitam a concepção do design de forma consciente.</li> <li>• Verificar as oportunidades de mercado conforme o produto a ser desenvolvido, considerando o panorama nacional e internacional e a atuação na economia.</li> <li>• Desenvolver as definições do projeto com base no levantamento de dados e em conformidade com as necessidades e expectativas do usuário.</li> <li>• Criar alternativas de design e escolher as que melhor respondem às especificações do projeto.</li> <li>• Executar o projeto, fazer os protótipos.</li> <li>• Testar os protótipos em situação real.</li> <li>• Verificar os aspectos de sustentabilidade, focando no destino dos produtos após o término do tempo de vida útil, seu impacto econômico e social.</li> </ul>			
5. Bibliografia			
5.1. Bibliografia Básica			
BAXTER M. <b>Projeto de Produto</b> : Guia prático para Design de novos produtos. São Paulo: Edgard Blucher, 1998.			

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion Design**. Manual do Estilista. Ed. Cosac Naify. São Paulo. 2005.  
 TREPTOW, D. **Inventando Moda**. Planejamento de Coleções. 2ª edição. São Paulo. 2003.

#### 5.2. Bibliografia Complementar

BONSIEPE, Gui. **Design**: como pratica de projeto. São Paulo: Blucher, 2012.  
 ENIS, Bem. **Princípios do Marketing**. São Paulo: Ed Atlas, 1986.  
 PHILLIPS, Peter. **Briefing**. A gestão do projeto de design; tradução Itiro Lida. Revisão técnica Whang Pontes Teixeira São Paulo: Blucher, 2007.  
 PIRES, Dorotéia Baduy (Org). **Design de moda**: olhares diversos . São Paulo: Estação das Letras e Cores 2008.  
 RENFREW, Elinor; RENFREW, Colin. **Desenvolvendo uma coleção**. Porto Alegre: Bookman, 2010

# PROJETO DE PRODUTO III

## PROGRAMA DE DISCIPLINA

<b>1. Identificação</b>			
1.1. Unidade: Instituto de Cultura e Arte			
1.2. Curso: Design-Moda			
1.3. Disciplina: PROJETO DE PRODUTO III	1.4. Código: ICA0089	1.5. Caráter e regime de oferta: Obrigatória / semestral	1.6. Carga Horária: 64h (4 er) (32h teórica / 32h prática)
1.7. Pré-requisito: ICA0087 Projeto de Produto II			
1.8. Co-requisito:			
1.9. Equivalências: ICA0044 Planejamento de Coleções ou ICA0018 Criação de Moda III			
1.10. Professores:			
<b>2. Justificativa</b>			
<p>Para que o aluno estudante de moda torne-se apto a atuar em diversos âmbitos do sistema de moda faz-se necessário que ele obtenha os conhecimentos relacionados a criatividade aplicadas às técnicas de construção do vestuário e vivências práticas de atelier a fim de proporcionar ao aluno a capacidade de desenvolver projetos de alta complexidade, além da capacidade de abstração para o processo criativo e adaptação capacidades suscitadas no mercado de trabalho, para isto o mesmo deverá dominar as práticas de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Análise da criação e dos processos criativos;</li> <li>• Análise dos processos para o desenvolvimento de uma coleção com alto nível de abstração e de uma coleção com aspectos mercadológicos voltadas para segmento de mercado;</li> <li>• Gestão do projeto da coleção;</li> <li>• Estudo sobre elaboração de etiquetas, tags, bordados, logomarcas, etc;</li> <li>• Planejamento de uma coleção comercial/definição do parâmetro da coleção/mix de produtos;</li> <li>• Construção do <i>target</i> identidade da marca e perfil do consumidor/briefing da coleção.</li> </ul>			
<b>3. Ementa</b>			
Desenvolvimento de projetos de alta complexidade. Pesquisa e aplicação de materiais e procedimentos alternativos. Portfolio.			
<b>4. Objetivos – Geral e Específicos</b>			
I – GERAL Capacitar a aplicação de metodologia projetual ao estudante em práticas de moda conceitual e mercadológicas.			
II – ESPECÍFICOS			
<b>5. Bibliografia</b>			
5.1. Bibliografia Básica			
<p>BAXTER M. <b>Projeto de Produto</b>: Guia prático para Design de novos produtos. São Paulo: Edgard Blucher, 1998.</p> <p>LUBART, Tood. <b>Psicologia da Criatividade</b>. Porto Alegre: Artmed, 2007.</p> <p>OSTROWER, Fayga. <b>Criatividade e Processos de Criação</b>. São Paulo: Vozes, 2013.</p>			
5.2. Bibliografia Complementar			
<p>ABRANCHES, Berson Pereira e SILVA, Sandra Regina Costeira da. <b>Manual de Gerência e Confecção</b>. Rio de Janeiro. SENAI/CETIQT, 1995.</p> <p>CHATAIGNIER, Gilda. <b>Todos os caminhos da Moda</b>. Guia Prático de Estilismo e Tecnologias. Editora Rocco. 1996</p> <p>ENIS, Bem. <b>Princípios do Marketing</b>. Ed Atlas 1986 SP.</p> <p>LIPOVETSKY, Gilles. <b>O Império do Efêmero</b>. O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.</p> <p>MAY, Rollo. <b>A Coragem de Criar</b>. Editora Nova Fronteira. RJ. 1975.</p> <p>MEADOWS, Toby. <b>Como montar e gerenciar uma marca de moda</b>. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2013.</p> <p>OLIVEIRA, Ana Cláudia de; CASTILHO, Kathia. (Org.). <b>Corpo e moda</b>: por uma compreensão do contemporâneo. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2008.</p> <p>PHILLIPS, Peter. <b>Briefing. A gestão do projeto de design</b>; tradução Itiro Lida. Revisão técnica Whang Pontes Teixeira São Paulo: Blucher, 2007.</p> <p>PIRES, Dorotéia Baduy (Org.). <b>Design de moda</b>: olhares diversos. São Paulo, SP: Estação das Letras e Cores, 2008.</p> <p>RENFREW, Elinor; RENFREW, Colin. <b>Desenvolvendo uma coleção</b>. Porto Alegre, RS: Bookman, 2010.</p> <p>RIGUEIRAL, Carlota; RIGUEIRAL, Flávio. <b>Design &amp; moda</b>: como agregar valor e diferenciar sua confecção. São Paulo: Instituto de Pesquisas Tecnológicas; Brasília, DF: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, 2002.</p> <p>SORGER, Richard.; UDALE, Jenny. <b>Fundamentos de design de moda</b>. Porto Alegre: Bookman, 2009.</p> <p>WHEELER, A. <b>Design de identidade da marca</b>: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.</p>			