



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

Marina de Lara Bertollo

**A ABORDAGEM SISTÊMICA DA GESTÃO DE DESIGN DE MODA APLICADA AO
PLANEJAMENTO DE UM CURSO DE REPRESENTAÇÃO GRÁFICA VISUAL DE
MODA DIRECIONADO ÀS COMUNIDADES TRADICIONAIS**

Florianópolis

2023

Marina de Lara Bertollo

**A ABORDAGEM SISTÊMICA DA GESTÃO DE DESIGN DE MODA APLICADA AO
PLANEJAMENTO DE UM CURSO DE REPRESENTAÇÃO GRÁFICA VISUAL DE
MODA DIRECIONADO ÀS COMUNIDADES TRADICIONAIS**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação
em Design da Universidade Federal de Santa Catarina
para a obtenção do título de Mestre em Design.

Orientador: Prof. Luiz Fernando Gonçalves de
Figueiredo, Dr.

Florianópolis

2023

Bertollo, Marina de Lara

A ABORDAGEM SISTÊMICA DA GESTÃO DE DESIGN DE MODA APLICADA AO PLANEJAMENTO DE UM CURSO DE REPRESENTAÇÃO GRÁFICA VISUAL DE MODA DIRECIONADO ÀS COMUNIDADES TRADICIONAIS / Marina de Lara Bertollo ; orientador, Luiz Fernando Gonçalves de Figueiredo, 2023.

175 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Programa de Pós-Graduação em Design, Florianópolis, 2023.

Inclui referências.

1. Design. 2. Gestão de design. 3. Abordagem sistêmica. 4. Inovação social. 5. Representação gráfica visual de moda. I. Figueiredo, Luiz Fernando Gonçalves de. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Design. III. Título.

Marina de Lara Bertollo

**A ABORDAGEM SISTÊMICA DA GESTÃO DE DESIGN DE MODA APLICADA AO
PLANEJAMENTO DE UM CURSO DE REPRESENTAÇÃO GRÁFICA VISUAL DE MODA
DIRECIONADO ÀS COMUNIDADES TRADICIONAIS**

O presente trabalho em nível de Mestrado foi avaliado e aprovado pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof. Luiz Fernando Gonçalves de Figueiredo, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Milton Luiz Horn Vieira, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Claudelino Martins Dias Junior, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Célio Teodorico dos Santos, Dr.
Universidade do Estado de Santa Catarina

Certificamos que esta é a **versão original e final** do trabalho de conclusão que foi julgado adequado para obtenção do título de Mestre em Design.



Prof. Ricardo Triska, Dr.
Coordenador do Programa de Pós-Graduação



Prof. Luiz Fernando Gonçalves de Figueiredo, Dr.
Orientador

Florianópolis, 2023.

Este trabalho é dedicado à minha família, orientador, amigos e, especialmente, à minha avó Emilia, que sonhava em ser professora e não teve esta oportunidade na sua época.

AGRADECIMENTOS

Inicialmente, gostaria de agradecer à minha família - à minha mãe Sinthia de Lara Bertollo, ao meu pai Volmar Bertollo e ao meu irmão Leonardo de Lara Bertollo -, às minhas amigas - Beatriz Liston Salinas, Mariana de Assis e Vitória Voltolini de Almeida - e ao meu orientador - Luiz Fernando Gonçalves de Figueiredo - pelo apoio que me deram nesta jornada.

Gostaria de agradecer ao Programa de Pós-Graduação em Design (PPG Design) e à Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) pela oportunidade de desenvolvimento desta pesquisa.

Agradeço igualmente ao órgão financiador da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo apoio a este estudo. Além disso, agradeço aos integrantes do Núcleo de Abordagem Sistêmica do Design (NAS Design) pelo acolhimento e pelos ensinamentos.

RESUMO

A sociedade passa por inúmeras transformações sociais, ambientais e econômicas, logo o indivíduo encontra-se inserido num cenário de mudanças contínuas e complexidade nos sistemas e nas relações. Diante deste cenário, há a necessidade de se aplicar uma visão holística, proveniente da abordagem sistêmica, sobre o design e a moda, para lidar com a hibridização das esferas e as alterações constantes, em prol da evolução da projeção pelo pensar design e moda e por um futuro mais sustentável. Neste sentido, justifica-se o desenvolvimento desta pesquisa que tem como objetivo realizar o planejamento de um curso de capacitação, usando o ensino de técnicas de representação gráfica visual de moda, por meio da gestão de design e da abordagem sistêmica, como ferramenta aplicada para promover o resgate cultural e motivar uma ação de empreendedorismo, com o intuito de trazer uma perspectiva de geração de renda para as comunidades tradicionais. Assim sendo, a abordagem sistêmica da gestão de design foi aplicada no processo produtivo da moda, logo esta abordagem focalizou o processo de desenvolvimento de produto (PDP), os modelos de referência do PDP específicos ao setor de vestuário/moda utilizados pelas empresas, as diferentes profissões e as linguagens de desenho direcionadas à moda. Foram apresentados casos de cursos ofertados por profissionais e/ou pesquisadores às comunidades, bem como exemplos que sugerem como realizar um estudo etnográfico e a identificação de elementos iconográficos das comunidades, com vista a auxiliar na coleta de informações que podem ser transformadas em produtos que promovam o resgate cultural da raiz local, o empoderamento, uma ação de empreendedorismo para gerar renda e autonomia para os atores presentes. Desta forma, a partir da sugestão de como realizar um estudo etnográfico e iconográfico de uma comunidade, por meio da abordagem sistêmica da gestão de design aliada à moda, foi possível compreender como planejar um curso de representação gráfica visual de moda, adaptado ao contexto de cada localidade. Metodologicamente, a pesquisa possui natureza básica, com abordagem qualitativa e objetivos exploratórios, com a utilização de procedimentos técnicos de revisão da literatura tradicional e da pesquisa-ação. Inclusive, houve a utilização das ferramentas mapa conceitual, diagramas e da nuvem de palavras como técnica de análise de conteúdo. Por fim, conclui-se que os objetivos do estudo foram cumpridos, uma vez que, foi apresentada uma proposta do curso tratado, que pode ser adaptado de acordo com as particularidades de cada realidade social, de etnia, de gênero, dentre outras. Assim, foi possível compreender o contexto das comunidades tradicionais e entender como adaptar a linguagem do ensino da representação gráfica visual de moda para ser repassada às comunidades tradicionais, foi apresentado o diagrama das diretrizes sistêmicas, baseadas nos níveis da gestão de design, e buscou-se habilitar os atores envolvidos na comunidade a se expressarem e se representarem por meio de uma aprendizagem pelo desenho.

Palavras-chave: Gestão de design; Abordagem sistêmica; Inovação social; Representação gráfica visual de moda; Desenho.

ABSTRACT

Society undergoes numerous social, environmental and economic transformations, so the individual finds himself inserted in a scenario of continuous changes and complexity in systems and relationships. Given this scenario, there is a need to apply a holistic view, from the systemic approach, on design and fashion, to deal with the hybridization of spheres and constant changes, in favor of the evolution of design by thinking design and fashion and for a more sustainable future. In this sense, the development of this research is justified, which aims to carry out the planning of a training course, using the teaching of techniques of fashion visual graphic representation, through design management and the systemic approach, as a tool applied to promote cultural recovery and motivate an entrepreneurial action, with the aim of bringing a perspective of income generation to traditional communities. Therefore, the systemic design management approach was applied in the fashion production process, so this approach focused on the product development process (PDP), the PDP reference models specific to the clothing/fashion sector used by companies, the different professions and design languages aimed at fashion. Cases of courses offered by professionals and/or researchers to the communities were presented, as well as examples that suggest how to carry out an ethnographic study and the identification of iconographic elements of the communities, with a view to assisting in the collection of information that can be transformed into products that promote the cultural rescue of local roots, empowerment, an entrepreneurial action to generate income and autonomy for the actors present. Thus, from the suggestion of how to carry out an ethnographic and iconographic study of a community, through the systemic approach of design management allied to fashion, it was possible to understand how to plan a course in fashion visual graphic representation, adapted to the context of each locality. Methodologically, the research has a basic nature, with a qualitative approach and exploratory objectives, using technical procedures for reviewing traditional literature and action research. There was even the use of conceptual map tools, diagrams and word clouds as a content analysis technique. Finally, it is concluded that the objectives of the study were fulfilled, since a proposal of the treated course was presented, which can be adapted according to the particularities of each social reality, ethnicity, gender, among others. Thus, it was possible to understand the context of traditional communities and understand how to adapt the teaching language of fashion visual graphic representation to be passed on to traditional communities, the diagram of systemic guidelines was presented, based on the levels of design management, and an attempt was made to enable the actors involved in the community to express and represent themselves through learning through drawing.

Keywords: Design management; Systemic approach; Social innovation; Fashion visual graphic representation; Drawing.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1 – Nuvem de palavras referente à temática da dissertação | 26 |
| Figura 2 – Cronograma da dissertação | 27 |
| Figura 3 – Nuvem de palavras referente ao termo design | 35 |
| Figura 4 – Nuvem de palavras referente ao termo abordagem sistêmica | 37 |
| Figura 5 – Nuvem de palavras referente ao termo inovação social | 42 |
| Figura 6 – Nuvem de palavras referente ao termo moda | 45 |
| Figura 7 – Os três níveis da gestão de design | 51 |
| Figura 8 – Componentes dos sistemas em cada nível de gestão de design | 52 |
| Figura 9 – Nuvem de palavras referente ao termo gestão de design | 53 |
| Figura 10 – Fluxograma do processo resumido de transformação de fibra têxtil em produto do vestuário | 55 |
| Figura 11 – Fluxo de desenvolvimento e produção de produtos de moda | 59 |
| Figura 12 – Visão macro do modelo de referência proposto para o PDP do vestuário | 62 |
| Figura 13 – Exemplo de alocamento do desenho no projeto de produtos de moda/vestuário adaptado à base de metodologia de projeto de Sanches (2017) | 74 |
| Figura 14 – Desenho de esboço de moda manual com aplicação de técnicas digitais da coleção RAÍIDE para o projeto de conclusão de curso de graduação em Moda da UDESC | 75 |
| Figura 15 – Representação gráfica visual de moda realizada manualmente do <i>look</i> da Chanel | 77 |
| Figura 16 – Desenho técnico de uma calça <i>flare</i> | 81 |
| Figura 17 – Representação gráfica visual das linguagens de desenho voltadas à moda pertencentes ao nível operacional da gestão de design | 82 |
| Figura 18 – Registro fotográfico do vídeo disponibilizado no perfil do projeto na rede social <i>Instagram</i> sobre o ensino do desenho no tecido e a realização do ponto atrás | 83 |
| Figura 19 – Registro fotográfico de uma das aulas do Curso de Empreendedorismo Feminino com a temática de autoestima e empoderamento | 84 |
| Figura 20 – Registro fotográfico de uma das aulas do Programa de Formação de Jovens | 85 |
| Figura 21 – Segundo e terceiro encontros de capacitação com os jovens aprendizes do NUFT | 88 |
| Figura 22 – Segundo e terceiro encontros de capacitação com os jovens aprendizes do NUFT | 88 |

| | |
|---|-----|
| Figura 23 – Aplicação dos protótipos em contexto real | 89 |
| Figura 24 – Mapa morfológico da arquitetura do Ribeirão da Ilha | 92 |
| Figura 25 – Mapa de ícones..... | 92 |
| Figura 26 – Resultado final do anel..... | 92 |
| Figura 27 – Mapa mental..... | 93 |
| Figura 28 – Diagrama da origem de Chapadão do Lageado | 94 |
| Figura 29 – A semântica do brasão de Chapadão do Lageado | 94 |
| Figura 30 – Painel semântico Xokleng..... | 95 |
| Figura 31 – Painel semântico alemães..... | 95 |
| Figura 32 – Painel semântico italianos..... | 95 |
| Figura 33 – Painel semântico portugueses | 96 |
| Figura 34 – Painel referencial semântico | 97 |
| Figura 35 – Nuvem de palavras referente ao termo abordagem sistêmica da gestão de design de moda | 99 |
| Figura 36 – Diagrama das etapas da metodologia da pesquisa-ação do NAS Design | 106 |
| Figura 37 – Diagrama do processo de consolidação da abordagem sistêmica da gestão de design de moda para o planejamento de um curso de representação gráfica visual de moda direcionado às comunidades tradicionais | 107 |
| Figura 38 – Diagrama das diretrizes da abordagem sistêmica da gestão de design de moda para o planejamento de um curso de representação gráfica visual de moda direcionado às comunidades tradicionais | 110 |
| Figura 39 – Cronograma completo das aulas do curso de Desenho e Ilustração de Moda dos segmentos feminino, adolescente, infantil e masculino do MB Ilustra Moda..... | 112 |
| Figura 40 – Diagrama do curso de representação gráfica visual de moda planejado para ser lecionado às comunidades tradicionais..... | 114 |
| Figura 41 – Diagrama das especificações do curso de representação gráfica visual de moda | 115 |
| Figura 42 – Diagrama dos materiais do curso de representação gráfica visual de moda para ser lecionado às comunidades tradicionais..... | 116 |
| Figura 43 – Figura básica feminina de nove cabeças | 117 |
| Figura 44 – Figura básica feminina de nove cabeças | 118 |
| Figura 45 – Figura básica feminina de nove cabeças vista de frente | 120 |

| | |
|---|-----|
| Figura 46 – Passo a passo da construção da figura básica feminina de nove cabeças vista de frente..... | 121 |
| Figura 47 – Passo a passo da construção da figura básica feminina de nove cabeças vista de costas | 122 |
| Figura 48 – Figura de quadril alto de nove cabeças vista de frente..... | 123 |
| Figura 49 – Grisê realizado com lápis grafite..... | 125 |
| Figura 50 – <i>Dégradé</i> realizado com lápis grafite | 125 |
| Figura 51 – <i>Dégradé</i> realizado com lápis grafite e esfuminho..... | 125 |
| Figura 52 – Grisê com volutas realizado com lápis grafite | 126 |
| Figura 53 – Formas básicas sombreadas com aplicação de lápis grafite e esfuminho | 126 |
| Figura 54 – Passo a passo da construção da boca vista de frente..... | 128 |
| Figura 55 – Passo a passo da construção do nariz visto de frente..... | 129 |
| Figura 56 – Passo a passo da construção dos olhos vistos de frente | 130 |
| Figura 57 – Passo a passo da construção da orelha vista de frente | 131 |
| Figura 58 – Passo a passo da construção do rosto visto de frente..... | 133 |
| Figura 59 – Passo a passo da construção de um cabelo liso em movimento..... | 135 |
| Figura 60 – Passo a passo da construção da mão vista de frente..... | 140 |
| Figura 61 – Passo a passo da construção do pé visto de frente | 142 |
| Figura 62 – Passo a passo da construção de uma bota de cano curto vista de frente | 143 |
| Figura 63 – Passo a passo da construção de um sapato fechado visto de frente | 144 |
| Figura 64 – Passo a passo da construção de um sapato aberto visto de frente..... | 145 |
| Figura 65 – Passo a passo da construção do babado abaixo da altura do olhar..... | 147 |
| Figura 66 – Passo a passo da peça de uma saia godê | 148 |
| Figura 67 – Passo a passo da construção do cetim drapeado | 150 |
| Figura 68 – Grisê realizado com lápis de cor | 151 |
| Figura 69 – Sobreposição óptica realizada com lápis de cor..... | 152 |
| Figura 70 – Aplicação de <i>degradé</i> com lápis de cor | 152 |
| Figura 71 – Aplicação de branqueamento e de grisê com a cor direta com lápis de cor..... | 153 |
| Figura 72 – Aplicação do tracejado com lápis de cor..... | 153 |
| Figura 73 – Aplicação de hachuras cruzadas com lápis de cor | 154 |
| Figura 74 – Aplicação de luz e sombra em formas básicas com lápis de cor | 154 |
| Figura 75 – Grisê realizado com tinta de aquarela | 155 |
| Figura 76 – <i>Dégradé</i> realizado com tinta de aquarela | 156 |

| | |
|---|-----|
| Figura 77 – Sobreposição óptica realizada com tinta de aquarela | 156 |
| Figura 78 – Esgrafito realizado com tinta de aquarela | 157 |
| Figura 79 – Aplicação de pincel seco com tinta de aquarela | 157 |
| Figura 80 – Sombreamento de formas básicas com tinta de aquarela | 157 |
| Figura 81 – Representação gráfica visual de moda de um <i>look</i> da Juliana Jabour..... | 159 |
| Figura 82 – Representação gráfica visual de moda de um <i>look</i> da Chanel | 159 |
| Figura 83 – Representação gráfica visual de moda de um <i>look</i> da Valentino..... | 160 |
| Figura 84 – Representação gráfica visual de moda por Martina Nunes | 160 |
| Figura 85 – Representação gráfica visual de moda por Martina Nunes..... | 161 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|--|-----|
| Quadro 1 – Resumo do modelo de referência para o PDPV | 63 |
| Quadro 2 – Resumo do modelo de referência para o PDPV com a matriz de atividade x responsabilidade | 65 |
| Quadro 3 – Características afro, dos europeus do norte, europeus do sul e asiáticas..... | 136 |
| Quadro 4 – Características asiáticas | 137 |
| Quadro 5 – Características afro-americanas, anglo, latinas e asiáticas | 137 |

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

| | |
|----------------------|--|
| ABNT | Associação Brasileira de Normas Técnicas |
| AMPE | Associação de Micro e Pequenas Empresas |
| CAPES | Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior |
| CEI | Centro de Educação Infantil |
| DAT Journal | <i>Design Art and Technology Journal</i> |
| DESIS | <i>Design for Social Innovation and Sustainability</i> |
| HFD | <i>Human Factors in Design</i> |
| IDES | Irmandade do Divino Espírito Santo |
| MB Ilustra Moda | Marina Bertollo Ilustra Moda |
| MPEs | Micro e Pequenas Empresas |
| NAS Design | Núcleo de Abordagem Sistêmica do Design |
| NUFT | Núcleo Formação e Trabalho |
| PDP | Processo de Desenvolvimento de Produtos |
| PDPV de Vestuário | Modelo de Referência para o Processo de Desenvolvimento de Produtos de Vestuário |
| P&D | Pesquisa e Desenvolvimento |
| PNPCT | Política Nacional de Desenvolvimento Sustentável dos Povos e Comunidades Tradicionais |
| PPG Design | Programa de Pós-Graduação em Design |
| SENAI CETIQT | Serviço Nacional de Aprendizagem Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil |
| UDESC | Universidade do Estado de Santa Catarina |
| UFSC | Universidade Federal de Santa Catarina |

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO | 16 |
| 1.1 CONTEXTO DA PESQUISA E PROBLEMA | 16 |
| 1.2 OBJETIVOS | 20 |
| 1.2.1 Objetivo geral..... | 20 |
| 1.2.2 Objetivos específicos..... | 20 |
| 1.3 JUSTIFICATIVA | 21 |
| 1.4 ABORDAGEM METODOLÓGICA DA PESQUISA | 25 |
| 1.5 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA..... | 27 |
| 1.6 ADERÊNCIA AO PROGRAMA..... | 28 |
| 1.7 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO | 28 |
| 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA..... | 29 |
| 2.1 DESIGN | 29 |
| 2.2 ABORDAGEM SISTÊMICA | 35 |
| 2.3 INOVAÇÃO SOCIAL | 38 |
| 2.4 MODA | 42 |
| 2.5 GESTÃO DE DESIGN | 46 |
| 2.5.1 Níveis da gestão de design..... | 50 |
| 2.6 ABORDAGEM SISTÊMICA DA GESTÃO DE DESIGN DE MODA | 53 |
| 2.6.1 Cadeia produtiva da moda e a sua relação com o Processo de Desenvolvimento de Produtos (PDP) do vestuário de moda..... | 54 |
| 2.6.2 Panorama do processo de desenvolvimento de produtos (PDP) do vestuário de moda e da gestão de design de moda | 55 |
| 2.6.3 O Processo de Desenvolvimento de Produto (PDP) do vestuário de moda e os modelos de referência..... | 57 |
| 2.6.4 A relação entre a moda e as profissões do setor relacionadas às respectivas etapas do processo de desenvolvimento de produtos (PDP) do vestuário | 66 |
| 2.6.5 Linguagens da representação gráfica visual de moda e as suas relações com o Processo de Desenvolvimento de Produtos (PDP) de vestuário | 70 |
| 2.6.5.1 <i>Desenho de esboço</i> | 74 |
| 2.6.5.2 <i>Desenho de representação.....</i> | 75 |
| 2.6.5.3 <i>Desenho Técnico de Moda</i> | 77 |

| | |
|--|------------|
| 2.6.6 Apresentação de cursos ofertados por profissionais e/ou pesquisadores em comunidades..... | 83 |
| 2.6.7 Sugestão de como realizar um estudo etnográfico e iconográfico para aplicação em comunidades tradicionais | 90 |
| 3 METODOLOGIA DA PESQUISA..... | 101 |
| 3.1 PESQUISA-AÇÃO | 101 |
| 3.1.1 Fase exploratória | 103 |
| 3.1.2 O tema da pesquisa..... | 103 |
| 3.1.3 A colocação de problemas..... | 104 |
| 3.1.4 O lugar da teoria..... | 105 |
| 3.1.5 Hipóteses..... | 105 |
| 4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS | 107 |
| 4.1 APLICAÇÃO PRÁTICA DO CURSO DE REPRESENTAÇÃO GRÁFICA VISUAL DE MODA PARA UMA COMUNIDADE TRADICIONAL | 111 |
| 4.1.1 Aula 1 – Introdução sobre o corpo humano e construção da figura básica feminina de nove cabeças vista de frente..... | 116 |
| 4.1.2 Aula 2 – Construção da figura básica feminina de nove cabeças vista de costas .. | 121 |
| 4.1.3 Aula 3 – Construção da figura de quadril alto de nove cabeças vista de frente | 122 |
| 4.1.4 Aula 4 – Introdução às técnicas de pintura de lápis grafite e esfuminho | 124 |
| 4.1.5 Aula 5 – Construção dos elementos do rosto vistos de frente..... | 127 |
| 4.1.6 Aula 6 – Introdução à proporção do rosto visto de frente | 131 |
| 4.1.7 Aula 7 – Cabelos | 134 |
| 4.1.8 Aula 8 – Mãos, pés e sapatos..... | 138 |
| 4.1.9 Aula 9 – Representação de peças de vestuário sobre a figura feminina..... | 145 |
| 4.1.10 Aula 10 – Aplicação de texturas, padrões e estampas sobre as peças de vestuário. | 149 |
| 4.1.11 Aula 11 – Introdução à técnica de pintura de lápis de cor | 150 |
| 4.1.12 Aula 12 – Introdução às técnicas úmidas | 154 |
| 4.1.13 Aula 13 – Representação gráfica visual de moda com temática livre de acordo com os desejos dos atores da comunidade | 158 |
| 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 162 |
| REFERÊNCIAS..... | 164 |

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTO DA PESQUISA E PROBLEMA

O progresso das tecnologias e as mudanças sociais e econômicas que ocorreram na metade do século XX se expandiram ao próximo século. Com isso, veio a globalização, que quase extinguiu as barreiras geográficas, trouxe a massificação e uma enorme carga de informações e dados veiculados pela mídia, o que tende a confundir quem as recebe (FREITAS; COUTINHO; WAECHTER, 2013). A rapidez na profusão de informações provocou mudanças praticamente instantâneas, causando um sentimento de angústia aos seres humanos (GARDIN, 2008).

Segundo Lipovetsky e Serroy (2019), a atualidade vive a era da hipermodernidade, marcada pelo capitalismo artístico ou criativo transtético¹, mostrando-se como um ciclo que funciona a partir da hibridização das esferas². Assim, surge o hiperespetáculo, “que consagra a cultura democrática e mercantil do divertimento” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 22).

Devido às transformações sociais pelas quais a sociedade passa, é imprescindível falar sobre a interdisciplinaridade existente no design. Ela faz com que as suas ramificações se direcionem à resolução de problemas, todavia é necessário conhecer suas limitações, suas teorias e as necessidades do usuário (FREITAS; COUTINHO; WAECHTER, 2013). Neste mesmo sentido de transversalidade e de mudanças pelo qual o design transpassa, Bortolon (2017) afirma que a moda também gera novidades infinitas e viabiliza um sistema efêmero-eterno.

A partir das mudanças vivenciadas pela sociedade, decorrentes do processo de globalização e da industrialização, Manzini (2008) defende que houve uma alteração do foco tradicional do bem-estar baseado no produto – em que o indivíduo encontrava sua satisfação nos produtos –, para o bem-estar baseado no acesso, no qual o indivíduo baseia sua satisfação na quantidade e qualidade dos serviços e experiências aos quais ele tem acesso. Neste sentido, foi proposta uma nova ideia de bem-estar: ativo, relacionado ao contexto e que integra as outras

¹ “É o que chamamos de capitalismo artista ou criativo transtético, que se caracteriza pelo peso crescente dos mercados da sensibilidade e do “design process”, por um trabalho sistemático de estilização dos bens e dos lugares mercantis, de integração generalizada da arte, do “look” e do afeto no universo consumista” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 9).

² “Onde funcionavam universos heterogêneos se desenvolvem processos de hibridização que misturam de maneira inédita estética e indústria, arte e marketing, magia e negócio, design e cool, arte e moda, arte pura e divertimento” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 37).

ideias de bem-estar. Contudo, com uma nova condição: a de que os indivíduos sejam ativos e que cuidem de si mesmos, dos outros e do meio ambiente. Então, caberá aos designers discutirem essa possibilidade.

Portanto, as questões evidenciadas por Manzini (2008) podem ser decorrentes do processo de globalização, industrialização e hibridização das esferas, o que influenciou diretamente na mudança de postura da sociedade, com vistas a trazer transformações positivas para os indivíduos e para o planeta. Ressalta-se que, a partir do autor, isso pode ser encarado como um cenário otimista que se instaura, no sentido de uma mudança decorrente da inovação social, por meio do design para a sustentabilidade.

Destaca-se que a atividade do design é direcionada para produzir artefatos e facilitar a elaboração e a orientação da capacidade do design difuso bem como de contextos que propiciam a sua aplicação (MANZINI; JÉGOU, 2003, tradução nossa). Desta forma, sugere-se partir do que o usuário tem conhecimento, pode e almeja fazer para propor produtos e serviços como sistemas habilitantes – que visem colaborar para obter o resultado que o usuário deseja e oferecer meios para que ele use suas capacidades no processo e estimular sua vontade de participar (MANZINI, 2008). Logo, os sistemas habilitantes requerem a participação direta do usuário no processo.

Emerge, assim, uma nova atividade de design, qual convida os designers a exercerem uma atuação que se for plenamente compreendida isso poderá significar a sua valorização. Já que, a sociedade é tida como uma trama de redes projetuais, que tem os designers como responsáveis por atuarem ativamente nelas e por alimentá-las com conhecimentos em design - pedindo por pesquisas em design. Em vista disso, design para inovação social equivale à pesquisa em design para a inovação social (MANZINI, 2008).

Assim, a atuação do designer na inovação social envolve acelerar os processos, habilitar diálogos e motivar a participação dos envolvidos, o que ativa a inteligência do coletivo e empodera os indivíduos para que eles possam colaborar de forma criativa no desenvolvimento de soluções que sejam inovadoras à comunidade (FREIRE; OLIVEIRA, 2017).

Seguindo esta perspectiva, referente à formação e atuação do designer, as escolas de design tem uma atuação importante. Pois, as suas composições, as competências que elaboram e as suas relações com a sociedade colaboram para que possuam um papel relevante em direção a uma sociedade sustentável. As demandas e as inovações sociais podem ser indicadas e destacadas (MANZINI; STASZOWSKI, 2013, tradução nossa).

Assim, no cenário atual, o indivíduo convive com transformações contínuas, sendo uma época de mudanças e de maior complexidade nos sistemas e nas relações, bem como de uma ênfase nos processos colaborativos e sustentáveis. Deste modo, pode-se dizer que há extrema necessidade de se aplicar um olhar sistêmico sobre as áreas do design e da moda, em prol da evolução da projeção pelo pensar destas áreas, visando o alcance de um futuro mais sustentável e centrado no usuário.

Neste contexto, a pesquisa busca apresentar uma reflexão holística sobre o pensar design e moda, principalmente, no campo do fenômeno e não somente no campo do objeto, ou seja, uma abordagem sistêmica (visão abrangente) (SILVA; FIGUEIREDO, 2015). Além da gestão de design, que visa à implementação organizada do design (MOZOTA, 2011; BEST, 2012) em uma organização com a intenção de auxiliá-la a atingir os seus objetivos (MOZOTA, 2011) e a ampliar as “possibilidades de criar e executar projetos capazes de demonstrar resultados tangíveis e valiosos” (BEST, 2012, p. 194). Logo, “uma ferramenta que pode prover a competitividade de uma organização” (MARTINS; MERINO, 2011, p. 230).

Portanto, esta pesquisa objetiva concretizar o planejamento de um curso de capacitação usando o ensino de técnicas de representação gráfica visual de moda, por meio da perspectiva da abordagem sistêmica da gestão de design (que considera as possibilidades de implicações e impactos gerados pelas soluções) (BERLATO, 2019), aliada à área da moda, como ferramenta aplicada para promover o resgate cultural e motivar uma ação de empreendedorismo, visando trazer uma perspectiva de geração de renda para as comunidades tradicionais. Isto é, buscando trazer autonomia, empoderamento para as comunidades tradicionais e o entendimento sobre a aplicação da identidade da cultura de raiz no desenho.

A abordagem sistêmica da gestão de design aplicada à moda visa consolidar a abordagem sistêmica da gestão de design de moda. Em que esta última apresentará um panorama quanto: ao processo de desenvolvimento de produtos (PDP) de vestuário; as profissões e as linguagens de desenho voltadas à moda envolvidas no PDP de vestuário; exemplos de cursos aplicados em comunidades tradicionais e; exemplo de pesquisa que demonstra como realizar estudos etnográficos e iconográficos em comunidades.

Em específico, a abordagem sistêmica da gestão de design de moda relaciona-se com a sugestão de como realizar estudos etnográficos e iconográficos em comunidades, pois, visa trazer uma visão holística. É necessário compreender que para adentrar em uma comunidade e explicar a ela sobre desenho é imprescindível conhecer a cultura da mesma e como os agentes

envolvidos se vêem, por isso, sugere-se realizar estudos etnográficos e iconográficos em comunidades.

Neste sentido, será necessário evidenciar a importância de projetar um produto, serviço, ambiente ou experiência que leve em consideração o pensamento de design e de moda. Destaca-se que com a finalidade de contextualizar o panorama da pesquisa e trazer um olhar sistêmico sobre o tema, será elaborada uma nuvem de palavras, uma representação gráfica visual, para cada um dos tópicos apresentados no referencial teórico e uma última nuvem que reunirá as palavras utilizadas nas outras representações, o que lhe irá conferir um olhar ainda mais abrangente sobre o todo das partes.

Ressalta-se que o pensamento visual é uma prática antiga, da Idade das Cavernas, isto é, já existia antes da criação da linguagem escrita pelos egípcios (TEIXEIRA, 2018). Para Sanches (2017, p. 129), as “[...] representações gráficas, favorecem a percepção de conexões simultâneas, imprimindo mais agilidade na compreensão das relações do “sistema projetual” e na associação de informações”, ou seja, o pensamento visual e a representação gráfica favorecem o pensamento sistêmico.

O estudo abordará o contexto de forma teórica, apresentará a relação entre os conceitos de design, abordagem sistêmica, inovação social, moda, gestão de design e abordagem sistêmica da gestão de design de moda, buscando a consolidação desta abordagem, com vistas ao ensino de técnicas de representação gráfica visual de moda em comunidades tradicionais.

Diante do contexto exposto, propõe-se o seguinte problema de pesquisa: como o ensino de técnicas de representação gráfica visual de moda pode contribuir para a capacitação do grupo de interesse, promover o seu resgate cultural e motivar uma ação de empreendedorismo que, assim, possa trazer uma perspectiva de geração de renda em comunidades tradicionais, utilizando como técnicas: o design, abordagem sistêmica e a gestão?

Logo, a pesquisa é de natureza básica, abordagem qualitativa e possui objetivos exploratórios. Ela irá propor a utilização de: procedimentos técnicos de revisão da literatura tradicional ou bibliográfica e da pesquisa-ação, além disso, das ferramentas mapa conceitual, diagrama e a nuvem de palavras como técnica de análise de conteúdo.

Sendo relevante enfatizar que este estudo tratará do planejamento do curso em questão e da expressão visual da comunidade, ou seja, em habilitar os atores envolvidos a se expressarem e se verem representados por meio do desenho. Pois, há relevância na questão de uma comunidade saber representar as suas ideias, pelas habilidades que poderão ser adquiridas no curso, por meio do desenho.

Além disso, será dado enfoque ao ensino de técnicas de representação com diversidades para que os membros da comunidade possam vir a obter empoderamento social por meio do desenho e visualizarem-se no contexto de moda/vestuário. Assim, o intuito será trazer a representatividade da comunidade, com diversos perfis. Desse modo, o desenho poderá ser visto como um fenômeno para as comunidades e também como uma ferramenta estratégica, que poderá prover empoderamento a elas.

Neste primeiro momento, a comunidade não será visitada, visto que, trata-se de um período estratégico. Então, será preciso buscar adaptar as experiências vividas pelo Núcleo de Abordagem Sistêmica do Design (NAS Design) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) frente às diferentes comunidades. Nesse sentido, a pesquisa-ação é relevante, pois, os especialistas do núcleo poderão auxiliar na transferência dessas experiências para a pesquisa. Ainda, ele tem experiência prévia com as comunidades, assim, no caso do estudo elaborado pela autora - que se situa em um nível estratégico - tem essas percepções transferidas para ela, sobre as necessidades prévias da comunidade.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Planejar um curso de capacitação utilizando o ensino de técnicas de representação gráfica visual de moda, pela perspectiva da gestão de design e da abordagem sistêmica, como ferramenta aplicada para promover o resgate cultural e motivar uma ação de empreendedorismo, que visa trazer uma perspectiva de geração de renda para as comunidades tradicionais.

1.2.2 Objetivos específicos

- Compreender o contexto das comunidades tradicionais;
- Entender como adaptar a linguagem do ensino da representação gráfica visual de moda para ser repassada às comunidades tradicionais;
- Desenvolver diretrizes para gerar um curso de capacitação de representação gráfica visual de moda voltado às comunidades tradicionais;

- Habilitar os atores envolvidos na comunidade a se expressarem e se representarem por meio de uma aprendizagem pelo desenho.

1.3 JUSTIFICATIVA

A pesquisa justifica-se pela possibilidade de ampliar o acesso à oportunidades para os indivíduos pertencentes às comunidades tradicionais, considerando-se que a intenção é levar a representação gráfica visual de moda ao maior número de pessoas possível. É visível que a desigualdade social, marcada pelos altos índices de desemprego e pobreza, não pode ser ignorada pelo coletivo, sendo que o desenvolvimento do território local pode contribuir para ampliar as oportunidades de geração de renda e amenizar estas dificuldades (TURINE; MACEDO, 2017). Nesta perspectiva, a proposta da pesquisa visa trazer o empoderamento para os povos e comunidades tradicionais através da abordagem sistêmica da gestão de design de moda e da representação gráfica visual de moda à cultura de raiz destas comunidades.

Esta pesquisa aborda o contexto de maneira conceitual e teórica, trata da relação entre os conceitos de design, abordagem sistêmica, inovação social, moda, gestão de design e abordagem sistêmica da gestão de design de moda, buscando a consolidação desta abordagem, com o intuito de planejar um curso de representação gráfica visual de moda direcionado às comunidades tradicionais.

Portanto, a pesquisa intenta que os atores envolvidos adquiram o conhecimento necessário sobre a aplicação da cultura de raiz por meio da aprendizagem de técnicas de representação gráfica visual de moda. Tal intenção visa possibilitar que esses indivíduos detenham mais autonomia para a materialização de suas ideias em produtos de moda, o que propiciará a geração de renda, de forma sustentável contemplando o tripé: desenvolvimento social, econômico e ambiental.

O estudo não aborda somente no planejamento do curso, aliás, trata de reforçar a expressão visual da comunidade; como os presentes na comunidade se expressam e desejam se ver representados por meio do desenho. Ainda, a pesquisa justifica-se pela intenção de mostrar a importância de uma comunidade saber representar as suas ideias, pelas habilidades que podem ser adquiridas no curso tratado, por meio do desenho.

Logo, procura-se ensinar técnicas de representação com diversidades étnicas, sociais, de gênero e outros para que os envolvidos possam vir a obter empoderamento social por meio da sua representação e consigam se visualizar no contexto de moda/vestuário. Com isso, busca-

se trazer a representatividade da comunidade, por meio de perfis diversificados. Assim, o desenho pode ser reconhecido como um fenômeno para as comunidades e uma ferramenta estratégica e não apenas operacional, que pode prover empoderamento a elas.

O estudo não visa visitar a comunidade neste primeiro momento, uma vez que, consiste em um período estratégico. Então, buscou-se adaptar as experiências vividas pelo NAS Design frente às diversas comunidades. Por esse motivo, a pesquisa-ação é importante, pois, os especialistas deste núcleo de pesquisa podem auxiliar na transferência dessas experiências para a pesquisa.

A leitura dos artigos com os temas relacionados às linguagens de desenho voltadas à área da moda - desenho de esboço, desenho de representação e desenho técnico -, demonstrou a ausência da abordagem específica do tema tratado no presente estudo, ou seja, o planejamento de um curso de representação gráfica visual de moda, direcionado às comunidades tradicionais. Foram pesquisados artigos que se referissem à quaisquer assuntos voltados às linguagens tratadas. Já, com relação aos autores que foram abordados nestes artigos, os mesmos constam nas referências bibliográficas devido à relevância de suas falas, no entanto, também foram investigados outros estudos que não constam.

Vale informar que na pesquisa bibliográfica dos artigos relacionados às linguagens de desenho foram usadas como palavras-chaves: desenho de moda; representação gráfica visual de moda; design; gestão de design; abordagem sistêmica. A pesquisa de literatura relacionando essas palavras-chave com as comunidades tradicionais foi inicialmente realizada no Google Acadêmico, em seguida, contemplou os seguintes repositórios: UFSC, Temática, Projética, DAPesquisa, Estudos em Design, *DAT Journal*, HFD, Gestão e Tecnologia de Projetos, Design & Tecnologia, InfoDesign, ModaPalavra. Todavia, sem sucesso.

O objeto de estudo refere-se às comunidades tradicionais. Segundo Leroy e Meireles (2013, p. 115), “o Decreto n. 6.040, de 7 de fevereiro de 2007, que instituiu a Política Nacional de Desenvolvimento Sustentável dos Povos e Comunidades Tradicionais (PNPCT), no seu artigo 3º, define esses povos e comunidades como”:

Grupos culturalmente diferenciados e que se reconhecem como tais, que possuem formas próprias de organização social, que ocupam e usam territórios e recursos naturais como condição para sua reprodução cultural, social, religiosa, ancestral e econômica, utilizando conhecimentos, inovações e práticas gerados e transmitidos pela tradição (BRASIL, 2007, p. 1).

Assim sendo, os atores envolvidos nas comunidades tradicionais são:

[...] seringueiros, castanheiros, quebradeiras de babaçu, pescadores artesanais, marisqueiras, ribeirinhos, faxinalenses, geraizeiros, vazanteiros, povos dos fundos e fechos de pasto, caiçaras, entre outros. Os próprios povos indígenas e os quilombolas,

conforme o ecossistema no qual vivem e as suas tradições mantêm também relações diversificadas com o ambiente. A maioria dos termos que identificam essas comunidades se refere justamente ao laço que os identifica com seu ambiente, ressaltando, assim, a centralidade da noção de território [...] (LEROY; MEIRELES, 2013, p. 116).

A PNPCT objetiva principalmente propiciar “o desenvolvimento sustentável dos Povos e Comunidades Tradicionais”, com enfoque voltado para o “reconhecimento, fortalecimento e garantia dos seus direitos territoriais, sociais, ambientais, econômicos e culturais, com respeito e valorização à sua identidade, suas formas de organização e suas instituições” (SHIRAISHI NETO, 2007, p. 205).

Para Leroy e Meireles (2013, p. 117) virou senso comum o entendimento de que o desenvolvimento conduz ao esgotamento dos recursos naturais e à poluição do meio ambiente. A opinião pública não se dá conta de que o espaço perde os seus atributos ecossistêmicos – diversidade, complementaridade, resiliência e renovação – e se transforma em um espaço indefinido. Somente uma estratégia parece plausível para o capital: a tecnologia e artificialização do mundo e da sociedade. Neste contexto, as comunidades e povos tradicionais foram atingidos porque estão situados no caminho deste desenvolvimento e seguem um rumo diferente no qual suas “relações extrativistas e de usufruto estão estruturadas e inseridas nas teleconexões continente-oceano-atmosfera-hidrosfera-biosfera, que fundamentam ancestralidades e vínculos interdependentes com a conservação dos biomas e ecossistemas”. Logo, as comunidades tradicionais “atuam com responsabilidade ambiental, minimizando os danos nos ambientes que ocupam, respeitando a resiliência ambiental, em detrimento ao seu próprio desenvolvimento” (TURINE; MACEDO, 2017, p. 191).

Os processos produtivos dos povos e das comunidades tradicionais são “marcados pela economia de subsistência, no âmbito da qual a produção é determinada por questões singulares ligadas às necessidades versus possibilidades” (SILVA, 2007, p. 8). As comunidades tradicionais tendem a ocupar “territórios com recursos naturais e detêm conhecimentos associados à biodiversidade com grande aptidão para se transformarem em produtos, processos e inovações tecnológicas”. O conhecimento que essas comunidades detêm “é um patrimônio da comunidade para trazer benefícios diretos ao seu desenvolvimento, sujeito à justa remuneração, mediante repartição de benefícios” (TURINE; MACEDO, 2017, p. 187).

Deste modo, torna-se necessário discutir a ideia de comunidade como uma construção coletiva de identidade (COSTA, 2012). Destaca-se que o conceito de comunidades tradicionais está relacionado com os territórios tradicionais. O Decreto n. 6.040 define os territórios

tradicionais como “[...] espaços necessários à reprodução cultural, social e econômica dos povos e comunidades tradicionais, sejam eles utilizados de forma permanente ou temporária” (BRASIL, 2007, p. 1). A normatização legal que abarca os territórios dos povos indígenas e quilombolas está disposta, respectivamente, nos artigos: 231 da Constituição Federal Brasileira de 1988 e 68 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias e demais regulamentações (SHIRAIISHI NETO, 2007).

O acesso ao território deve garantir “os sistemas de classificação e de manejo dos recursos naturais, os sistemas produtivos, os modos tradicionais de distribuição e consumo da produção”. O território é a base para que se possa produzir e reproduzir os saberes tradicionais. A presença das comunidades tradicionais exerce uma função primordial com relação à proteção da natureza e à manutenção da diversidade biológica, no entanto, devido à relação próxima que possuem com os recursos naturais são mais vulneráveis à destruição ambiental. Estas comunidades são atingidas física e economicamente, o que afeta a sua identidade individual e grupal (SILVA, 2007, p. 8).

Neste sentido, é necessário que as comunidades tradicionais possuam autonomia local, “como fator que irá permitir o desenvolvimento nessa escala de território, diminuindo a distância entre governo e atores locais, o que agilizará e flexibilizará as decisões referentes às políticas públicas, que poderão ser, também, melhor controladas”. Ademais, ao desenvolver o território da localidade é possível reduzir o desemprego e a desigualdade social (TURINE; MACEDO, 2017, p. 188).

A relação entre as comunidades tradicionais e o design de moda, tema aqui discutido, foi motivada por um exemplo voltado ao artesanato. Para Almeida (2017, p. 131), o design de moda e o artesanato têm se aproximado nos últimos anos devido, em geral, às “políticas públicas de incentivo que os projetos de design junto às comunidades artesanais começaram a se intensificar”. A autora comenta que estes projetos costumam estar associados à:

Finalidade de valorizar e preservar os saberes presentes nas atividades artesanais, além de gerar renda e promover uma melhor qualidade de vida aos artesãos. Muitos dos grupos artesanais que participam dessas iniciativas estão em contextos de vulnerabilidade social e econômica. Os produtos, frutos de um conhecimento passado de geração em geração, e que se relacionam diretamente com o espaço onde são praticados, encontram dificuldades para resistir e manter suas tradições vivas no cenário atual (ALMEIDA, 2017, p. 131).

Neste sentido, evidencia-se o design como uma “ferramenta para potencializar econômica e socialmente as comunidades artesanais e os contextos em que se localizam” (ALMEIDA, 2017, p. 131). Por isso, o designer deve refletir quanto aos aspectos do seu papel e entender os processos sociais e produtivos que estão envolvidos. Deste modo, seria relevante

questionar como os dois cenários que estão situados em lógicas diferentes de produção podem se relacionar de maneira equilibrada, onde haja a possibilidade de garantir a permanência do artesanato – cultura com um caráter tradicional – mesmo perante a dinâmica de renovação do sistema de moda (ALMEIDA, 2017). Portanto, destaca-se que a inter-relação entre o design, a moda e os povos e comunidades tradicionais ainda é incipiente e pode ser melhor explorada cientificamente, como esta pesquisa objetiva.

1.4 ABORDAGEM METODOLÓGICA DA PESQUISA

A natureza da presente pesquisa é básica. Nascimento e Souza (2015) explicam que esta modalidade de pesquisa tem como fim produzir novos conhecimentos com a intenção de fazer com que a ciência avance. Deste modo, ela procura conceber verdades de interesses com maior amplitude, sem o compromisso de realização prática dos resultados. Esta característica norteia esta pesquisa, uma vez que não ocorre à aplicação prática nesse momento, o foco concentra-se na parte teórica do planejamento do curso para ser aplicado em comunidades tradicionais, embora possa ser executada em estudos futuros, como em um curso de Doutorado. Em relação à abordagem, optou-se pela metodologia qualitativa. Amaral (2009, p. 17) esclarece:

A pesquisa qualitativa se preocupa, nas ciências sociais, com um nível de realidade que não pode ser quantificado. Trabalha com crenças, valores, atitudes e baseia-se nas teorias críticas e de interpretação levando em consideração a participação dos indivíduos na compreensão dos dados e na construção de significados.

Considera-se a abordagem qualitativa essencial por abordar a fundo as crenças, valores e atitudes do público-alvo. Quanto aos objetivos da pesquisa, a metodologia é exploratória, pois possui a finalidade de explorar os conhecimentos sobre a temática estudada, especialmente, porque foi observada uma carência de publicações na área pesquisada (SENAI CETIQT, 2013). No tocante aos procedimentos técnicos, trata-se de uma revisão da literatura tradicional, também conhecida como pesquisa bibliográfica e de uma pesquisa-ação. Marconi e Lakatos (2003, p. 183) esclarecem:

A pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicação orais: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto, inclusive conferências seguidas de debates que tenham sido transcritos por alguma forma, quer publicadas, quer gravadas.

A revisão da literatura foi realizada por meio da pesquisa em livros, artigos provenientes de periódicos e de anais de eventos nacionais e internacionais, dissertações e teses. As ferramentas utilizadas foram: nuvem de palavras; mapa conceitual e; diagramas. A ferramenta visual nuvem de palavras foi usada como técnica de análise de conteúdo.

Seguindo esta perspectiva, a análise de conteúdo além de tratar da fala também o faz quanto às significações, ainda, “procura conhecer aquilo que está por trás das palavras sobre as quais se debruça”, logo, “é uma busca de outras realidades por meio das mensagens” (BARDIN, 2016, p. 50).

Assim, para gerar a nuvem de palavras foi utilizado o site Word Art e seguido o seguinte processo: o texto da dissertação foi inserido na plataforma, que apresentou todas as palavras que foram utilizadas e quantas vezes elas foram repetidas, logo, foram selecionadas as mais relevantes abordadas nesse estudo para gerar a Figura 1. A nuvem de palavras foi elaborada com a finalidade de oferecer uma visualização holística, como pode ser observada a seguir:

Figura 1: Nuvem de palavras referente à temática da dissertação



Fonte: Autora adaptado do *Word Art* (2023)

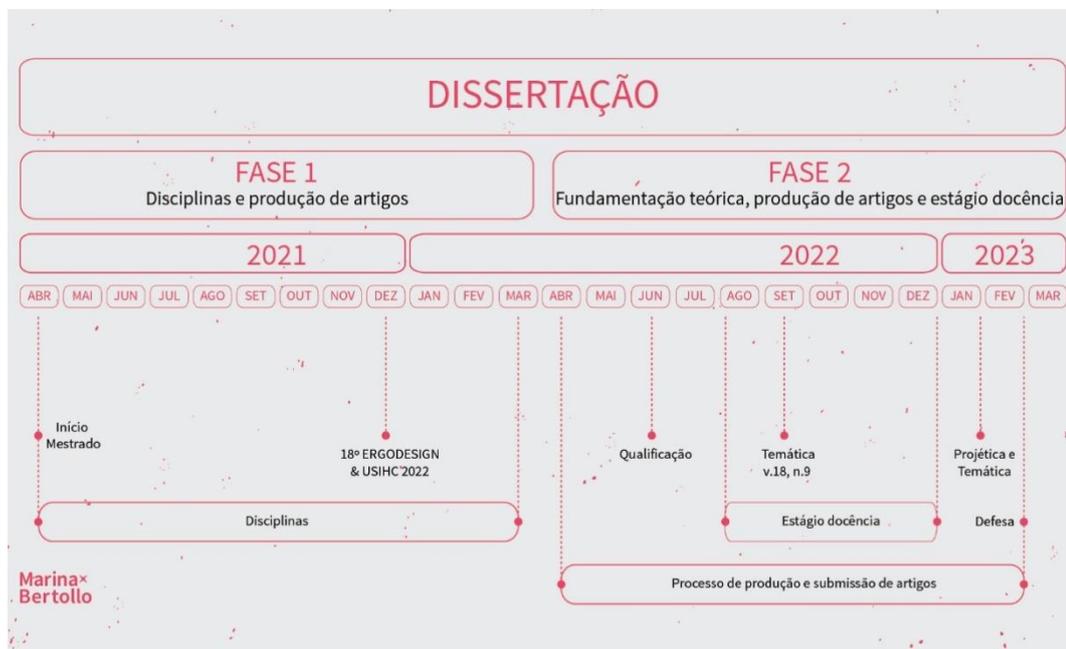
1.5 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

Os limites estabelecidos pela pesquisa foram: design, moda, abordagem sistêmica, inovação social, gestão de design e abordagem sistêmica da gestão de design de moda. O mestrado possui dois anos de duração, neste sentido, no primeiro ano do curso foram realizadas todas as atividades requisitadas pelos professores das disciplinas respectivas, como por exemplo, artigos foram escritos e publicados e, assim, os créditos das disciplinas foram

cumpridos. Além disso, no primeiro ano também foi entregue o certificado de proficiência em língua estrangeira: o inglês.

O segundo ano do curso de Mestrado em Design foi dedicado à elaboração da dissertação, ou seja, da pesquisa bibliográfica, bem como à publicação de artigos em periódicos. Os artigos foram produzidos nas disciplinas cursadas e com vistas a alcançar a pontuação requisitada para a formação no curso e a defesa da dissertação. A Figura 2 traz o cronograma da dissertação:

Figura 2: Cronograma da dissertação



Fonte: Autora (2023)

O universo da pesquisa consiste nas comunidades tradicionais, que por sua vez são definidas no artigo 3º, do Decreto n. 6.040/2007, conforme já mencionado.

1.6 ADERÊNCIA AO PROGRAMA

O estudo atende à linha de pesquisa Gestão do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Santa Catarina, e foi definida pela reunião de pesquisas:

Com base na Gestão Estratégica do Design, aplicada às organizações de base tecnológica e social, incluindo setores de alto incremento tecnológico e também setores comunitários. Considera os aspectos operacionais, táticos e estratégicos e sua relação com o desempenho dos processos produtivos nas empresas (PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN, 2023).

O presente estudo intenciona para este campo do conhecimento, por meio da gestão de design e da abordagem sistêmica, planejar um curso de representação gráfica visual de moda, para ser aplicado em comunidades tradicionais.

1.7 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

O estudo está dividido em cinco capítulos. O capítulo 1 traz a Introdução, que abrange o contexto do estudo e o problema de pesquisa, os objetivos geral e específicos, a justificativa, a caracterização da pesquisa e a sua delimitação, a aderência ao Programa de Pós-Graduação em Design da UFSC e a estrutura da dissertação.

O capítulo 2 apresenta a Fundamentação Teórica, na qual são abordados os conceitos sobre design, abordagem sistêmica, inovação social, moda, gestão de design e abordagem sistêmica da gestão de design de moda.

O capítulo 3 discorre sobre a Metodologia da Pesquisa, ou seja, o tipo de pesquisa e os procedimentos metodológicos para a elaboração da dissertação.

O capítulo 4 traz a Discussão dos Resultados, no qual são apresentados os resultados da pesquisa, sendo em seguida discutidos de acordo com a fundamentação teórica apresentada.

Por fim, o capítulo 5 apresenta as Considerações finais sobre o estudo, assim como as limitações e as possibilidades de estudos futuros que aprofundem a temática de estudada.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Os tópicos que serão apresentados a seguir são considerados resultados de reflexões a partir da seguinte pergunta de pesquisa: “como o ensino de técnicas de representação gráfica visual de moda pode contribuir para a capacitação do grupo de interesse, promover o seu resgate cultural e motivar uma ação de empreendedorismo que, assim, possa trazer uma perspectiva de geração de renda em comunidades tradicionais, utilizando como técnicas: o design, abordagem sistêmica e a gestão?”. Dessa forma, os conteúdos serão divididos em tópicos, no entanto, apesar de serem abordados separadamente estes encontram-se intrinsecamente relacionados. A divisão será feita para proporcionar ao leitor um melhor entendimento sobre cada um deles, individualmente, visando a perspectiva da abordagem sistêmica.

2.1 DESIGN

Com o intuito de obter uma compreensão ampla sobre o conceito, aborda-se o nascimento e a natureza do design. O design se manifesta no mundo quando o indivíduo inicia a criação das suas primeiras ferramentas. Deste modo, o design está ligado ao processo de reprodução em série, isto é, à Revolução Industrial (AZEVEDO; 2017).

Segundo Eguchi e Pinheiro (2008, p. 1673):

Percebem-se pelo menos três visões distintas sobre a origem do design, sendo mais difundida a que situa seu início com a Revolução Industrial. Há quem veja o design como herdeiro de um artesanato às vésperas dessa Revolução, que já contava com projeto e divisão do trabalho incipiente. Menos difundida é a ideia de que não há diferença tão significativa entre design e artesanato e, portanto, contaria com milênios de história.

Portanto, para entender o surgimento e a consolidação do design torna-se necessário abordar o contexto da eclosão da Revolução Industrial. A produção dos objetos era realizada pelo artesão, onde a influência do design passava de pai para filho, sendo objetos únicos que refletiam o estilo de cada artesão (AZEVEDO, 2017).

Inicialmente, eram os artesãos que produziam os bens e os serviços. Eles transformavam a matéria-prima em ofertas de valor para a sociedade, por meio das suas habilidades e do pensamento criativo, a fim de criar artefatos interessantes e desejáveis, pois, a sua sobrevivência dependia desses fatores (PINHEIRO; ALT, 2017).

Com a emergência da indústria, a preocupação passou a ser conciliar as tarefas do artesão e da máquina e nas formas dessa integração, ainda que prevalecesse o estilo do artesão

sobre a máquina. Os indivíduos John Ruskin e William Morris foram os que mais auxiliaram na construção desse pensamento, por isso são considerados os precursores do movimento *Art Nouveau*³(AZEVEDO, 2017).

O mundo passou a se mecanizar e o indivíduo a contribuir para uma revolução estético-social: a das formas dos objetos utilizados no cotidiano. O sentido da revolução mecânica era o de alcançar o grande crescimento das populações. Com relação ao futuro, pensava-se na produção de artigos mais acessíveis e produzidos num menor período de tempo em comparação com o produto artesanal, bem como não restringisse a arte do design às elites, considerando-se a possibilidade de reprodução do objeto em série, para que as massas pudessem adquiri-lo. Portanto, para a indústria, não era mais suficiente que o produto fosse apenas belo, ele tinha que possuir uma função. A intenção era de que a arte fosse do povo e para o povo. Era preciso que as fases de desenvolvimento do objeto fossem coletivizadas para que alcançassem a finalidade de utilização (AZEVEDO, 2017).

Assim, o desenho passou a ser compreendido como design, ou seja, como desenho industrial. Era necessário pesquisar sobre a simplicidade das formas para atingir a popularidade que não era restrita à aquisição do objeto pelo povo, mas, também pela facilidade de execução pela máquina. A simplicidade está relacionada à produção em série, porque, se não fosse pelas mãos do homem, seria impossível a máquina fazer diversas formas ornamentais. Neste cenário, nascia a ideia de adaptar o design - projeto - a uma concepção de indústria mecânica, para obter objetos úteis em série (AZEVEDO, 2017).

Neste contexto, segundo Azevedo (2017, p. 14), é necessário analisar o aprimoramento da ideia de design junto ao movimento *Art Nouveau*. Na época, considerava-se difícil convencer o artesão a abandonar o trabalho feito individualmente, mas, a *Art Nouveau* fez com que a criação do artista fosse evidenciada pelo seu estilo; filosofia ainda muito artesanal. Entretanto, com o surgimento da escola Bauhaus, o conceito de design passou a se tornar mais claro. Ressalta-se que a meta desta escola era o desenvolvimento do design moderno, tendo sido pioneira em ministrar aulas com o intuito de “transformar o artesão em produtor industrial”. Para Correia Junior, Braga e Couto (2020, p. 91), “já no seu nascimento, o design, como pensado pelos criadores da Bauhaus, trazia em si a multidisciplinaridade”.

³ A *Art Nouveau* surgiu em 1883, da necessidade de exaltar a natureza e principalmente falar da vida bucólica, que começava a desaparecer com a rápida industrialização da Europa. Seus desenhos imitavam folhas, troncos, caules, insetos, filamentos de flores e às vezes ressaltavam o próprio desenho, com vinhetas – desenho ornamental – que tinham a intenção de circundar o desenho principal” (AZEVEDO, 2017, p. 14).

A Revolução Industrial surgiu na Inglaterra, no século XVIII, e se expandiu mundialmente no século XIX (PINHEIRO; ALT, 2017). Ainda, no século XVIII ocorreram quatro mudanças na forma de organização industrial, tanto no setor estatal como na iniciativa privada, saber: (i) a produção aumentou significativamente, uma vez que aconteceu o atendimento a mercados de maior porte e afastados do centro fabril; (ii) as oficinas e as fábricas foram ampliadas, bem como o número de trabalhadores, o que significava o investimento de alto capital em instalações e equipamentos; (iii) a produção passou a ser mais seriada, por meio de recursos técnicos – moldes, tornos, mecanização de processos –, o que contribuiu para uma menor variação individual dos produtos; e (iv) o crescimento da divisão de tarefas, com maior especialização de funções (CARDOSO, 2004).

O começo das atividades de produção seriada nas fábricas e a contratação de pessoas para atuar nas linhas de produção eliminaram a necessidade de empregar artesãos habilitados, que anteriormente passavam o conhecimento de geração em geração (PINHEIRO; ALT, 2017). Era necessário apenas “um bom designer para gerar o projeto, um bom gerente para supervisionar a produção e um grande número de operários sem qualificação nenhuma para executar as etapas, de preferência como meros operadores de máquinas”. A produção seriada com base em um projeto significava para o fabricante uma redução de tempo e dinheiro (CARDOSO, 2004, p. 26).

Com o modelo industrial, iniciou-se um processo de consumo veloz, gerando contratações e diminuindo os preços, conseqüentemente, o que facilitou o acesso ao consumo por parte das classes menos abastadas. Os artefatos que eram fabricados pelos artesãos para a aristocracia estavam disponíveis para todos, mas, em versões menos rebuscadas (PINHEIRO; ALT, 2017). Portanto, a Revolução Industrial trouxe mudanças sociais e tecnológicas (PINHEIRO; ALT, 2017; CARDOSO, 2004).

De acordo com Lipovetsky e Serroy (2019, p. 46), com o decorrer do tempo e da evolução dos processos industriais o capitalismo de produção foi substituído pelo de sedução, que foca nos prazeres dos consumidores. Atualmente, a competitividade das empresas baseia-se mais nas vantagens qualitativas, imateriais ou simbólicas. As empresas contemporâneas, por meio de estratégias baseadas nos gostos estéticos e afetivos dos clientes, elaboraram um “modelo pós-fordiano ou pós-industrial da economia liberal”.

Com o capitalismo transtético, ocorreu a generalização do design nas indústrias de consumo, isto posto, nenhum objeto fogia da intervenção do design (LIPOVETSKY; SERROY, 2019). Neste sentido, “o design não é um simples princípio decorativo que cobre de “vapor”

estético um produto, e sim uma lógica global que visa à coerência deste, a integração ótima de todos os seus elementos” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 62).

Portanto, além de ser imprescindível entender a origem e a natureza do design também é preciso compreender o pensar design, ou seja, o pensamento de design. Os métodos de design surgiram por volta das décadas de 1950 e 1960, após a Segunda Guerra Mundial. Neste contexto, as indústrias precisavam se reestruturar para recuperar a economia, sendo que em decorrência da complexidade projetual do período foi necessário aplicar novos métodos e técnicas de projetos. Assim, foram desenvolvidas as propostas iniciais de métodos para criação de uma metodologia de design. Destaca-se que o cenário levou a uma ação conjunta de profissionais de diversas áreas, que contribuíram com a criação dos métodos da época, que, por sua vez serviram de base para uma metodologia única na área do design, surgindo à ciência do design (OLIVEIRA *et al.*, 2017).

Nos anos de 1970, a metodologia de design começou tomar uma nova direção, defendia-se a “necessidade de um método que privilegiasse a variedade de ideias”. As metodologias, na maioria, deixaram de ser descritivas para serem prescritivas, detendo estruturas mais lineares, com flexibilidade e *feedbacks* nas etapas. Salienta-se a colaboração de autores de outras áreas na elaboração de novas metodologias, que por sua vez focavam as áreas da ergonomia e de custos, além de se preocupar com o usuário (MENEZES *et al.*, 2017, *apud* OLIVEIRA, 2017, p. 71).

A década de 1980 foi marcada pela composição e contraste dos movimentos do Modernismo e Pós-modernismo, ambiente favorável para originar o pensar design. Essa década foi relevante para a renovação da produção científica sobre o design, elas enfatizavam a emergência por novas abordagens relacionadas à função do profissional no segmento e sua atuação em outras áreas de produção (FERNANDES; FERNANDES, 2017, *apud* OLIVEIRA, 2017).

Devido ao elevado número de informações que surgem constantemente para serem transmitidas e assimiladas pelas pessoas, o pensar design tem uma missão que demanda reflexão. Por isso, é fundamental estudar as metodologias criadas pelos autores da área (ALBUQUERQUE; MARIZ, 2017 *apud* OLIVEIRA 2017). As metodologias desenvolvidas por Bryan Lawson, Bruno Munari, Vladimir Hubka e Gui Bonsiepe são consideradas referências na área do design, pois contribuíram para a construção e o pensamento desta área (SAUCEDO, 2017 *apud* OLIVEIRA, 2017).

Na década de 1990 surgiram as interfaces de alta complexidade de interação e “o design passaria a desenvolver novos parâmetros de avaliação da qualidade de produtos e novas formas de desenvolvimento, mais centradas no usuário”. Os pesquisadores buscavam entender como essas relações ocorriam e como o produto prosperava. Para tanto, diversas áreas - ergonomia, usabilidade, consumo e psicologia – reuniram-se a procura de elementos que aprimorassem a qualidade do design na criação (KENNETH, 2017, *apud* OLIVEIRA, 2017, p. 138).

Alinhado à perspectiva de transversalidade entre os segmentos, Sanches (2017, p. 110) afirma que “projetar, no cenário complexo, solicita condutas flexíveis e integrantes, ou seja, requer ações interativas, passíveis de redirecionamento e abordadas sob um foco transversal de saberes”, considerando-se que o pensamento de design, muitas vezes, é compreendido como pensamento projetual, “marcado pelos ciclos de divergência e convergência, requer estratégias que facilitem a interação entre a visão panorâmica e a capacidade de síntese” (SANCHES, 2017, p. 111).

Desta forma, a criação e o aprimoramento constante dos métodos de design, desde as suas origens, influenciaram na edificação desta área como campo e pensamento de design. Ressalta-se que o design – pensamento projetual e/ou pensamento de design – frequentemente é associado à estética e não ao projeto e/ou processo, o que é impreciso. Em vista desta problemática, percebe-se o surgimento de profissões que incluem o termo design no nome como: designer de sobancelhas, designer de bolos, designer de unhas, entre outros.

Segundo Lipovetsky e Serroy (2019, p. 33):

Os termos utilizados para designar as profissões e as atividades econômicas têm igualmente a marca da ambição estética: os jardineiros tornaram-se paisagistas, os cabeleireiros *hair designers*, os floristas artistas florais, os cozinheiros criadores culinários, os tatuadores artistas tatuadores, os joalheiros artistas joalheiros, os costureiros diretores artísticos, os construtores de automóveis criadores de automóveis.

A sociedade, em sua maioria, enxerga o design como o responsável pelo embelezamento dos artefatos, mas com pouca importância na geração de valor para o empreendimento. Com o decorrer dos anos ele também passou a ser visto como um dom divino pertencente às pessoas privilegiadas criativamente e, à medida que as empresas passaram a focar menos nos indivíduos e mais no retorno instantâneo, os designers (em geral) tiveram que abandonar a natureza estratégica da sua atividade e focaram na estética e na forma (PINHEIRO; ALT, 2017).

Entretanto, Pinheiro e Alt (2017) propõem um resgate do seu propósito, pois, mesmo que a competência de tornar os artefatos mais belos seja uma característica do design, ele vai além de fornecer forma e beleza; é sobre os usuários e como são inseridos no centro do negócio para a construção de valor para eles.

De acordo com o senso comum, é possível pensar que tudo é design, devido à estetização das esferas da vida e da estética estar ainda bastante associada a ele, o que pode gerar a banalização do conceito. Na realidade, o design está presente em diversas áreas, o que denota na importância da reflexão e da cautela para a utilização do termo, que prioritariamente deve ser acompanhado da especificação do campo do artefato ou fenômeno.

A sociedade encontra-se em constante transformação, o que solicita o entendimento do design em diferentes contextos – social, econômico, político, cultural e tecnológico – para poder alcançar o futuro sustentável desejado. Devido a essas transformações, o designer, que antes atuava em um nível mais operacional, hoje atua igualmente no nível estratégico da organização (COSTA; GOUVEIA; SILVA, 2016). Assim, se dá o uso do pensamento de design e a visão holística, voltada aos diversos âmbitos, que influencia positivamente na inclusão do usuário no centro dos processos de projeção, em um pensar de forma universal e inclusiva, com o fim de promover o aperfeiçoamento do coletivo.

Neste contexto, um dos desdobramentos do design, o Design Universal, é um componente fundamental para se criar, desenvolver e utilizar produtos ou espaços que sejam inclusivos, com vistas a atender todas as pessoas sem ocasionar estranheza (WERNER; MARTINS; MEDEIROS, 2021). Este ainda é um conceito novo e frágil, que precisa ser compreendido pelos indivíduos que atuam nas áreas relacionadas ao design e à arquitetura, para depois aplicar a teoria na prática. Para fortalecer esta compreensão e aplicação há a demanda de se incluir esse conteúdo nas universidades (PINTO; DOLZAN; GOMEZ, 2018). Assim como, o Design Universal ainda precisa ser fortalecido em meio à academia, há outras vertentes que também precisam receber mais atenção.

Hoje, o designer está mais voltado ao nível estratégico e devido a “esta multidisciplinaridade, multiaplicabilidade e multisolicitação, o designer passa a ter que lidar com questões muito mais complexas e intermediar relações muito mais abrangentes, tornando-se, mais que um projetador, um mediador [...]” (CORREIA JUNIOR; BRAGA; COUTO, 2020, p. 92).

Assim, nesta seção foi abordada a origem do design e o seu desenvolvimento, que junto à concepção dos métodos de design culminaram em um pensar design. Percebe-se a

ciência. Desta maneira, a partir do intuito de se obter um entendimento pleno com relação a ela, acredita-se que seja imprescindível abordar sobre o pensamento sistêmico e a Teoria Geral dos Sistemas. A teoria em questão é tida em um sentido abrangente, similar à forma de se falar em “teoria da evolução”; trata de quase tudo. É o princípio de um novo paradigma (BERTALANFFY, 2010, p. 13).

Bertalanffy (2010, p. 14) relata que esta teoria é:

[...] uma investigação científica de “conjuntos” e “totalidades” que, não faz muito tempo, eram considerados noções metafísicas, transcendendo os limites da ciência. Concepções novas, modelos e campos matemáticos desenvolveram-se para lidar com eles, tais como a teoria dinâmica dos sistemas, a cibernética, a teoria dos autômatos, análise de sistemas por teoria da fila, da rede, dos gráficos e outros.

Ainda, três aspectos podem ser apontados sobre a Teoria Geral dos Sistemas. O primeiro é a “ciência dos sistemas”, que envolve a exploração científica e a teoria dos “sistemas” de diversas ciências, com a Teoria Geral dos Sistemas como fundamento dos princípios que podem ser aplicados aos sistemas. O segundo aspecto é o da “tecnologia de sistemas”; as adversidades que surgem na tecnologia e na sociedade por serem demasiadamente complexas fazem com que as formas tradicionais não sejam suficientes, surgindo à necessidade de se aplicar abordagens de viés holístico e interdisciplinar. O terceiro aspecto é a filosofia dos sistemas; a mudança do pensamento em virtude da inclusão do “sistema” como um novo paradigma científico (BERTALANFFY, 2010, p. 13). Berlato (2019) também comenta sobre a teoria desenvolvida por Karl Ludwig Von Bertalanffy, ela informa que foi considerada como:

[...] A primeira tentativa de desenvolvimento das ideias sistêmicas como um novo quadro de referência do conhecimento científico, representando uma profunda revolução na história do pensamento científico ocidental. Antes da década de 1940, os termos sistema e pensamento sistêmico tinham sido utilizados por vários cientistas, mas foram as concepções de Bertalanffy de um sistema aberto e de uma teoria geral dos sistemas que estabeleceram o pensamento sistêmico como um movimento científico de primeira grandeza (BERLATO, 2019, p. 40).

Assim, pode-se dizer que houve uma mudança de paradigma na ciência: do mecanicismo à ecologia e; da física à ciência da vida. Os novos pontos de vista da física geraram transformações nas formas de visualizar o mundo; da visão mecanicista para a visão holística e ecológica. Portanto, o foco nas partes é considerado mecanicista, reducionista, ou atomístico, já, quando se comenta sobre o foco no todo é visto como holístico, organismico ou ecológico. Perante a ciência do século XX, a visão holística – do todo – fez-se denominada como sistêmica e a forma dela de se pensar acarretou na formação do pensamento sistêmico ou ecológico (CAPRA, 1996).

2.3 INOVAÇÃO SOCIAL

A fim de obter um entendimento quanto ao conceito, aborda-se sobre o mesmo e assuntos correlatos, a seguir. Apesar da forma como se sucedem os acontecimentos da vida contemporânea, deve-se acreditar que é possível mudar e conduzir as cidades rumo à sustentabilidade, onde os cidadãos também poderão viver bem (MANZINI; JÉGOU, 2003, tradução nossa).

O design direcionado ao futuro pode ser considerado um recurso social raro e que precisa ser cultivado, pois, é essencial para promover uma mudança não catastrófica em direção à sustentabilidade. Este recurso deve ser visto em todos os atores que estão implicados na construção da cidade. Desta forma, construir um futuro e fazer a transição rumo à sustentabilidade é um processo social em que todos os envolvidos possuem responsabilidades e poderes (MANZINI; JÉGOU, 2003, tradução nossa).

Neste sentido, um novo fenômeno está surgindo pelo mundo: em que os indivíduos estão se unindo para resolver problemas cotidianos e cooperar conjuntamente com a intenção de vivenciar um viés de vida mais sustentável. Este comportamento colaborativo também se fundamenta numa pré-condição da tecnologia: a disseminação das tecnologias que proporcionam condições para relações que sejam novas, bem como, amplia as redes sociais dos indivíduos. Esta conexão possibilita que os indivíduos formem ligações entre pares e apresenta outras oportunidades para o ativismo e colaborações. Assim, as relações entre comportamentos ativos e as novas tecnologias estimulam novas formas de organização na economia, na política e na vida diária (MANZINI; STASZOWSKI, 2013, tradução nossa). E é neste contexto que o termo ‘inovação social’ é descrito.

As inovações sociais que estão surgindo em meio à vida cotidiana, as comunidades criativas, apontam como as habilidades difusas de design podem criar novas formas de ser e de fazer que sejam, simultaneamente, criativos e colaborativos, apontados como iniciativas que visam alcançar a sustentabilidade. Portanto, a inovação social pode ser definida como sendo composta por comunidades criativas e organizações colaborativas, ou seja, constituídas por indivíduos que inventam novas formas de vida com viés sustentável. Assim, determinadas ideias elaboradas por estas comunidades firmam-se ou são aplicadas em outros contextos, devendo ser consideradas como experimentações de possibilidades de futuros (MANZINI, 2008).

A inovação social pode ser considerada como um processo de busca pelo atendimento das necessidades sociais, que se inicia pela modificação do comportamento das pessoas presentes na comunidade. Os resultados que são obtidos a partir da inovação social devem beneficiar a sociedade e trazer vantagens ao capital social das pessoas envolvidas (FREIRE; OLIVEIRA, 2017).

As inovações sociais contemplam muitas perspectivas, no geral, tendem a se referir às estratégias que sejam novas, aos conceitos e métodos que visam atender necessidades sociais variadas, dentre os diversos campos de aplicação. Elas se referem “a processos sociais de inovação como a inovações de interesse social, como também ao empreendedorismo de interesse social como suporte de ação inovadora” (BARTHOLO, 2008, p. 5).

A proposição da transição em direção à sustentabilidade, de formas de vida sustentáveis, trata-se de um processo de aprendizagem social difuso, no qual envolve variadas formas de criatividade, do conhecimento e das capacidades organizacionais que deverão ser valorizadas de um modo que seja aberto e flexível. Iniciativas locais procurarão dismantelar padrões estabelecidos e levar às novas formas de comportamentos e pensamentos, chamadas de descontinuidades locais (MANZINI, 2008).

Neste mesmo sentido, a atividade de design que conduz à sustentabilidade é tida como um processo de aprendizagem social complexo, que envolve uma junção de iniciativas em que podem ser cometidos erros ou acertos e aprender com a experiência. Portanto, se esta capacidade for maior e melhor orientada, a transformação em direção à sustentabilidade será mais rápida e menos penosa (MANZINI; JÉGOU, 2003, tradução nossa).

Estas inovações são conduzidas mais por mudanças comportamentais e tendem a emergir por meio de processos organizacionais de “baixo para cima”. Logo, as comunidades criativas originam-se a partir de demandas e oportunidades. As demandas são criadas por problemas da vida diária, já, as oportunidades surgem das combinações de três componentes: a presença de tradições; a chance de usar produtos, serviços e infraestruturas; a presença de circunstâncias sociais e políticas oportunas ao desenvolvimento da criatividade difusa (MANZINI, 2008).

As comunidades criativas surgem, em sua maioria, a partir de contextos que mudam rapidamente, definidos pelo conhecimento difuso, com alta conectividade e grau de tolerância. Elas costumam manifestar-se em cenários de maior desenvolvimento da economia do conhecimento. Logo, o local onde as inovações sociais ocorrem está relacionado com a rapidez

da transformação: onde as modificações ocorrerem rapidamente e profundamente, assim, as comunidades criativas irão emergir e se adaptar aos contextos específicos (MANZINI, 2008).

Para Manzini (2008) as comunidades criativas formaram ligações com as formas de pensamento e de ação das culturas pré-industriais. No entanto, elas evoluem com o tempo, e os casos promissores que elas provêm podem ser entendidos como ideias de serviços e de negócios, dispostos em diversos momentos dos seus processos de inovação. A maior parte dos casos promissores usa tecnologias consideradas “comuns”, mas, elas costumam ser usadas de um jeito único, portanto, propiciam o surgimento de um novo tipo de sistema, com base em produtos e serviços que se encontram no mercado. Por isso, pode-se afirmar que algumas das invenções elaboradas pelas comunidades criativas são avançadas, visto que, elas se posicionam “na vanguarda dos processos de inovação sistêmica, socialmente conduzidos, onde tecnologias comuns existentes são utilizadas para criar sistemas e organizações totalmente novos” (MANZINI, 2008, p. 67).

As comunidades criativas podem colaborar para disseminação mais profunda do termo economia do conhecimento, considerando-se que uma economia parte de um sistema, no qual a criatividade e o conhecimento podem ser percebidos em toda a sociedade, não mais limitados ao conhecimento “formal” e às firmas criativas. Deste modo, a sociedade que for fundamentada no conhecimento pode ser conduzida rumo a um futuro mais sustentável. Elas podem ser conceituadas como protótipos de trabalho de formas de vida sustentáveis, o que demonstra ser possível proceder de maneira colaborativa e obter resultados sustentáveis (MANZINI, 2008).

Ao prosseguir em seu processo de inovação, as comunidades criativas evoluem rumo aos empreendimentos sociais difusos, que tratam de problemas comuns do dia a dia. Neles, os indivíduos agem para auxiliar a si mesmos e, um pouco, por si mesmos. Sob essa ótica, os integrantes contribuem diretamente e ativamente a fim de obter os resultados que o empreendimento busca conquistar (MANZINI, 2008). Com relação ao estágio de transição destes termos observa-se que:

[...] As comunidades criativas (o conjunto das pessoas direta e ativamente envolvidas) geram casos promissores (resultados inovadores). “Quando” e “se” tais comunidades evoluem, tornam-se empreendimentos sociais difusos e, por sua vez, os casos promissores que elas geraram tornaram-se organizações colaborativas. Estas últimas podem ser classificadas da seguinte forma (organizações colaborativas): novos tipos de serviço social (serviços colaborativos), microempreendimentos (empreendimentos colaborativos) e redes de pessoas ativas (cidadãos colaborativos) (MANZINI, 2008, p. 70).

Afirma-se que as inovações sociais são delicadas e localizadas, e para que possam se manter e se propagar para além das comunidades locais estas devem receber reconhecimento e

apoios. Por isso, as mesmas se favoreceriam de ações públicas que facilitam as cooperações, resultando em novos serviços onde os usuários se tornariam coprodutores de serviços (MANZINI; STASZOWSKI, 2013, tradução nossa).

Ainda que as inovações sociais difusas e as comunidades criativas não sejam completamente passíveis de serem planejadas, aparenta-se ser possível auxiliá-las a surgir e contribuir com a sua existência. Assim, soluções habilitantes podem ser elaboradas e incluir grupos de atores (MANZINI, 2008). Ou seja, com a finalidade de se “estimular a formação dessas comunidades, o designer pode atuar nesse âmbito e desenvolver soluções habilitantes: produtos-serviços para efetivar a cooperação entre os membros da comunidade” (FREIRE; OLIVEIRA, 2017, p. 111).

As soluções habilitantes são consideradas estratégias de estimulação dos envolvidos da comunidade para que colaborem a fim de atingir os resultados que promovam o bem-estar de todos por meio da utilização de suas capacidades, caso existam ou estejam a se desenvolver. Elas necessitam ser autossustentáveis, para que trabalhem sem o designer na comunidade. Logo, o processo de desenvolvimento de uma solução habilitante trata-se de um processo de inovação social através do design. Já que, com base na inovação social direcionada pelo design há o princípio de empoderamento dos envolvidos da comunidade a fim de que os mesmos utilizem a criatividade que detém para inovar no cenário vivenciado, de forma que consigam solucionar os problemas ou desenvolver novas oportunidades (FREIRE; OLIVEIRA, 2017).

Seguindo o panorama colaborativo concernente à inovação social, comenta-se sobre os possíveis desdobramentos que passaram a ocorrer a partir das mudanças de comportamento dos indivíduos rumo à sustentabilidade, tal como o consumo colaborativo. A essência do consumo colaborativo está atrelada à forma como os quatro princípios básicos fundamentais – a massa crítica, a capacidade ociosa, a crença no bem comum e a confiança entre desconhecidos – são aplicados às outras partes da vida. A experiência atrai pela “colaboração” e pelo “consumo”. Diz-se que apenas um telefone não possui utilidade, mas, conforme mais indivíduos o possuírem, ele terá mais valor para cada proprietário ao passo que mais pessoas se juntarem à rede. A mesma ideia vale, por exemplo, para quanto mais pessoas participarem de certos programas como o *Landshare* ou o *Airbnb*, isso poderá gerar um melhor funcionamento do sistema a todos e criará um “efeito de rede”. As pessoas que utilizarem o consumo colaborativo criam valor para os outros indivíduos (BOTSMAN; ROGERS, 2011).

Logo, é percebido que a cooperação entre as pessoas por meio do uso do consumo colaborativo agrega valor aos outros indivíduos e isso cria um efeito de rede. Segundo Botsman

os indivíduos, de modo geral, desconheçam o conceito de moda em sua totalidade, provável pelo fato de que “somos superinformados em crônicas jornalísticas, subdesenvolvidos em matéria de compreensão histórica e social do fenômeno” (LIPOVETSKY, 2009, p. 9). No sentido de que, muitas vezes, uma parcela da sociedade esteja a par das informações que estão em voga no mundo, mas, não com relação à compreensão da moda como um fenômeno muito mais amplo e complexo que é. Isto é, falta compreender a fundo os aspectos históricos e sociais que envolvem o surgimento desse fenômeno, quais serão abordados nesta seção.

Segundo Lipovetsky (2009, p. 11), “foram os valores e as significações culturais modernas, dignificando em particular o novo e a expressão da individualidade humana, que tornaram possíveis o nascimento e o estabelecimento do sistema da moda da Idade Média tardia”. Logo, por meio da ruptura com a lógica da tradição e do antigo, a moda passa a celebrar o presente. Pode-se dizer que esta é caracterizada como um processo indissociável do desenvolvimento do reino do Ocidente moderno e, que somente a partir do final da Idade Média passa a ser reconhecida como sistema (LIPOVETSKY, 2009). Portanto, a moda “é um sistema, que constitui a própria sociedade em que funciona” (SANT’ANNA, 2014, p. 86).

Sabe-se que, no Ocidente, desde o século XIV as mudanças começaram a se precipitarem um ritmo acelerado, o que define o processo da moda. A novidade passa a ser uma regra a ser seguida pela aristocracia. Assim, a moda passou de um sistema fechado para um sistema aberto, à singularização das aparências e à modificação das formas, visto que o sistema de moda segue as lógicas da efemeridade e a da fantasia estética. A moda favoreceu o olhar crítico, os gostos individuais – o individualismo – e o investimento sobre si – a liberdade estética. Está relacionada aos prazeres de ver, de ser visto e o de exhibir-se ao olhar do outro (LIPOVETSKY, 2009). Neste mesmo sentido, afirma-se que a moda é o próprio “*ethos* consumado da sociedade da sobremodernidade, do tempo do lazer e do *desencaixe*, da sociedade alimentada e regulada pelo prazer de ver e de ser visto” (SANT’ANNA, 2014, p. 97).

Com a ascensão econômica da burguesia – do indivíduo novo-rico – foi favorecido o desejo de reconhecimento social. Assim, existia um ciclo com um ritmo constante de mudanças, em que a burguesia buscava imitar o vestuário nobre e a nobreza buscava diferenciar o seu vestuário. Por conseguinte, a moda pode ser considerada um agente da revolução democrática devido ao crescimento econômico da burguesia e ao progresso do Estado moderno (LIPOVETSKY, 2009).

O aparecimento da moda ocorreu devido ao conjunto de condições gerais como fora frisado, no entanto, se dá, principalmente em decorrência da suspensão das invasões de fora e

pelo amor cortês. Este considerava que o amor deveria ser procurado fora do casamento, o que legitimou a autonomia do sentimento e levou à individualização dos sujeitos. O amor cortês também contribuiu para a consolidação de uma nova relação entre os sexos, a de sedução, fazendo com que o traje demarcasse uma maior diferenciação entre os sexos - feminino e masculino -, sexualizando a aparência (LIPOVETSKY, 2009).

Desta forma, ao contextualizar o conceito de moda percebe-se a sua dimensão. Sendo importante abordar não somente as questões relacionadas ao seu nascimento e consolidação, como também sobre a sua natureza. Percebe-se que uma parte da sociedade, através do uso do senso comum, associa o termo estudado somente à essência do vestuário. Por isso, é imprescindível ter um bom entendimento sobre os termos “moda” e “vestuário”, para saber diferenciá-los, pois mesmo que eles estejam relacionados não podem ser confundidos, uma vez que, “o vestuário proporciona o exercício da moda, e esta atua no campo do imaginário, dos significantes; é parte integrante da cultura” (SANT’ANNA, 2014, p. 75). Ou seja, é provável que pelo fato do vestuário ter representado de forma mais evidente o processo de moda até os séculos XIX e XX (LIPOVETSKY, 2009), isso possa indicar o porquê da confusão entre os conceitos. Assim, de acordo com Lipovetsky (2009), depreende-se que a moda não se trata apenas de vestuário, é uma lógica que atinge diversas esferas. O autor acrescenta:

[...] A moda não permaneceu acantonada - longe disso - no campo do vestuário. Paralelamente, em velocidades e em graus diversos, outros setores - o mobiliário e os objetos decorativos, a linguagem e as maneiras, os gostos e as ideias, os artistas e as obras culturais - foram atingidos pelo processo da moda, com suas paixões e suas oscilações rápidas (LIPOVETSKY, 2009, p. 25).

Sob esta perspectiva, é fundamental aprofundar o conhecimento sobre moda, considerando que esta é vista, muitas vezes, como um objeto fútil, efêmero e paradoxal. Tais adjetivos deveriam incentivar mais o questionamento teórico que, reiteradamente, é ignorado pelos intelectuais, ainda que a moda esteja presente na rua, na indústria e na mídia (LIPOVETSKY, 2009). Corroborando com esta visão, Santos (2010, p. 13) afirmou que, por um longo período de tempo, a moda “foi considerada um tema fútil e não-inserido em questionamentos mais relevantes”, mas, que essa temática tem recebido maior atenção recentemente.

Com o passar do tempo, surgiu um novo ciclo que foi marcado pela “desdiferenciação das esferas econômicas e estéticas, pela desregulação das distinções entre economia e estética, indústria e estilo, moda e arte, divertimento e cultural, comercial e criativo, cultura de massas e alta cultura”. Logo, percebe-se que na era da hipermodernidade há a hibridização das esferas (LIPOVETSKY; SERROY, 2019, p. 17).

Fonte: Autora adaptado do *Word Art* (2023)

2.5 GESTÃO DE DESIGN

A gestão de design acompanhou as evoluções da gestão (SILVA, 2012). Ela teve origem nos “anos 60, na Inglaterra, época em que a expressão significava a gestão da interface entre um escritório de design e seus clientes” (MARTINS; MERINO, 2011, p. 142). Logo, ela se refere ao “gerenciamento bem-sucedido de pessoas, projetos, processos e procedimentos que estão por trás da criação dos produtos, serviços, ambientes e experiências que fazem parte de nossa vida diária” (BEST, 2012, p. 8).

A gestão de design é considerada “uma atividade específica da área do design” (MOZOTA, 2011, p. 95). Ela pode ser descrita como uma série de técnicas de gestão com vistas a potencializar a competitividade que a empresa adquire, por meio da aplicação do design como instrumento de estratégia organizacional (MARTINS; MERINO, 2011). Portanto, ela trata do gerenciamento das atividades de design em uma organização, baseada nos objetivos da empresa (MARTINS; MERINO, 2011; MOZOTA, 2011). É um recurso que ajuda a empresa a aumentar sua eficiência, manter a competitividade e, por isso, entendê-la, contribuindo para a diferenciação dos produtos e serviços (MARTINS; MERINO, 2011).

A gestão de design passa a ser mais compreendida de modo que incentiva a troca de conhecimentos em várias áreas. Através de estratégias, do uso de metodologias, de técnicas e de ferramentas de design, esta área é tida como um diferencial estratégico, que vai além do estilo, alcançando a vantagem competitiva (VIEIRA; CAVALCANTE; MERINO, 2018).

Nesta mesma perspectiva, Ferreira (2019, p. 44) afirma que “o gerenciamento por meio de estratégias planejadas, metodologias, técnicas e ferramentas de design podem oferecer vantagens competitivas a uma empresa no mercado”. Para Martins e Merino (2011, p. 217), a gestão do design é:

[...] um processo que tem se tornado um forte diferencial competitivo para as organizações, tendo como a sua maior premissa a diferenciação e a inovação de produtos e processos. Tais estratégias requerem a condução da criatividade como recurso fundamental ao seu desenvolvimento. Por essa razão e por existir uma flexibilidade na condução dos processos que geram esses diferenciais, exatamente pelo design não ser uma ciência, as ações da gestão pelo design devem ser norteadas.

Deste modo, a atividade do design tem como limite a concepção de projetos, estes baseados em metodologias, que buscam trazer à tona soluções inovadoras e adequadas aos envolvidos (PALMIERI; FIGUEIREDO, 2018). Por isso, o design deve ser considerado como um dos elementos estratégicos mais importantes da organização (BRUNNER; EMERY, 2010).

Corroborando com esta visão, Berlato (2019, p. 57) explica que o gerenciamento do design no âmbito estratégico significa:

[...] administrar sua contribuição para o processo de formulação de estratégia: para definir a responsabilidade e a liderança atribuídas ao design e sua contribuição à cultura organizacional, buscar oportunidades de inovações em design e multiplicar demonstrações de identidade por meio do design.

Desta forma, admite-se que a gestão de design consiste na identificação e na comunicação de direções pelas quais o design pode colaborar com o valor estratégico da empresa (MARTINS; MERINO, 2011), ou seja, é o desdobramento do design na organização para ajudá-la a formar a sua estratégia (MARTINS; MERINO, 2011; MOZOTA, 2011). Considerando-se a estratégia fundamental para o devido funcionamento da organização, visto que os processos de tomada de decisão são norteados por ela, que, por sua vez, possui o propósito de desenvolver uma vantagem competitiva com viés sustentável. A estratégia detalha a forma como a organização pretende efetuar a sua missão e visão, que se traduzem em objetivos comerciais, em planos estratégicos e em resultados nas diversas partes da empresa (BEST, 2012).

O objetivo da gestão de design está na estratégia da organização, voltada à inovação, como impulsionadora de aperfeiçoamentos constantes. Sendo que um dos seus aspectos mais relevantes é o de possibilitar o design como um processo de inovação e integrá-lo aos demais setores da organização, proporcionando projetos de melhoria ao usuário interno e externo, de acordo com os interesses de cada um. A sua função é integrar as áreas do design entre si e com os outros setores das empresas, a fim de otimizar os projetos simultâneos e atemporais, torná-los mais coerentes e expandir as chances de aplicação. Assim, por meio do método e/ou processo de design, a empresa irá fortalecer o planejamento da gestão, o que contribui para a formação de um ambiente propício à inovação e melhorias contínuas (PALMIERI; FIGUEIREDO, 2018).

Logo, compreende-se que “a relação entre design, gestão e inovação tem se desenvolvido e estreitado em contextos de mudanças aceleradas”, uma vez que, “o design gera valor e contribui para estimular a inovação e o crescimento” (BEST, 2012, p. 168). Deste modo, a inovação fundamentada no design envolve “a gestão do relacionamento entre o design e a inovação, sendo a inovação determinada pelas necessidades dos usuários e clientes. Requer uma abordagem mais “de baixo para cima” (centrada no usuário), de modo a agregar valor à experiência do cliente” (BEST, 2012, p. 170).

A gestão do design adota uma perspectiva holística ao favorecer e possibilitar a melhor solução para os envolvidos. Ao adotar-se uma abordagem gerenciada do design aumentam-se as probabilidades de se elaborar e realizar projetos que sejam capazes de trazer resultados concretos e valiosos. Estes resultados são: aceitáveis, incorporam e produzem valor; são inclusivos e concedem benefício aos envolvidos; além de contribuir de maneira positiva ao futuro (BEST, 2012).

Portanto, a gestão do design é complexa e abrange diversos níveis organizacionais (MARTINS; MERINO, 2011). Nesta mesma perspectiva, também se afirma que a vivência prática evidencia que integrar o design na estrutura corporativa é um processo complexo. E que, para algumas empresas, superar este obstáculo pode levar a uma vantagem competitiva, pois, a habilidade de integralizar o design torna-se um conhecimento difícil de ser imitado pela concorrência (MOZOTA, 2011).

No entanto, de maneira errônea, muitas empresas pensam que o design poderia ser usado apenas pelas grandes organizações devido ao glamour da atividade; outras acreditam que ele demanda um alto investimento econômico, o que leva a conclusão de que o custo não é justificável (MARTINS; MERINO, 2011). Há empresas que não entendem o valor ou a necessidade de investir no processo de design, bem como, há designers que não sabem justificar o valor de suas atividades (BEST, 2012).

Deste modo, no sentido de reconhecer o valor do design, estes profissionais não devem desvalorizar o conhecimento que possuem ao ceder seu tempo e habilidades de forma gratuita, e os clientes não devem desvalorizar o conhecimento do designer ao explorar o tempo e a habilidade do profissional sem custos. Sendo assim, uma das maiores vantagens de entender que os princípios da gestão do design e o papel do design na elaboração dos processos empresariais e de inovação, é saber indicar o valor do design e há vantagens em criar valor e explorar isso (BEST, 2012).

A perspectiva de complexidade também é observada no sentido de que, segundo Mozota (2011), há dificuldade na introdução do design na estrutura organizacional, do ponto de vista da gestão, porque ele é tido como uma informação inexistente. Os gestores não compreendem a demanda por mudanças e acabam seguindo o que sabem, não reagindo de forma racional.

Martins e Merino (2011) comentam que as estruturas tradicionais não costumam possuir uma cultura de design e isso as leva a adotar uma postura de resistência às mudanças. Este modelo se parece com o design praticado de maneira isolada e que privilegia uma estrutura

simples, onde a decisão do gestor de design é intuitiva, em razão da falta de integração com os setores. Logo, percebe-se a dificuldade de introduzir o design nas organizações, já que, muitas vezes, ele (e o seu valor) é desconhecido, uma vez que as empresas não têm a cultura de design, por isso, tendem a ser mais resistentes às transformações.

Entretanto, este cenário vem se modificando, pois as questões socioambientais estão influenciando na qualidade e nas relações das organizações com os colaboradores e os clientes, o que tem as pressionado a se ajustarem, originando novos modelos de gestão mais dinâmicos e adaptativos. Frequentemente, as organizações enfrentam inconstâncias e expectativas heterogêneas, que pedem por uma gestão de maior eficiência e eficácia do que se costumava ter, isto é, a gestão deve ser veloz, adaptável e trazer benefícios a todos. Assim, as organizações buscam novos meios de administrar (MARTINS; MERINO, 2011). Assim:

[...] a inovação da gestão – a implementação de novas práticas, processos e estruturas gerenciais que representam um desvio significativo em relação às normas vigentes – transformou radicalmente o modo como muitas funções e atividades são executadas nas grandes organizações (BEST, 2012, p. 175).

No que se refere ao processo de introdução da gestão de design, ele pode variar de acordo com as necessidades de cada organização. Ele causa impacto nos demais setores da empresa por requerer a atuação do gestor nos processos de tomada de decisão. É o gerenciamento independente, um processo de conscientização e formação em design e a inserção de uma cultura de design. Desta forma, é essencial que os profissionais se mantenham informados, elucidados e conscientes. É recomendado que a incorporação da gestão de design em uma organização deva ser feita de forma gradual, para que se obtenha a devida eficácia e eficiência (MARTINS; MERINO, 2011), ou seja, o design deve ser incorporado à empresa de forma gradual, responsável e deliberada (MOZOTA, 2011).

De acordo com Martins e Merino (2011, p. 228):

A organização dos projetos e programas de design, a organização da informação aos designers sobre os valores da empresa, a organização da promoção de departamento de design junto às outras unidades de empresa e a organização da comunicação entre o setor de design e a direção geral também são fundamentais para o processo de implantação da gestão de design.

O estudo da gestão do design se preocupa com a união dos indivíduos, dos projetos e dos processos interdisciplinarmente e colaborativamente, dentro do cenário empresarial, social, político e ambiental mais abrangente, e ter em vista considerações para criar uma experiência que seja coerente, economicamente viável e feita com prazer. Ela também se preocupa com a forma como os relacionamentos entre clientes, consultores e usuários são organizados e

gerenciados. Além disso, como a gestão do design passou a englobar mais processos de trabalho colaborativo, é relevante conhecer a dinâmica entre os indivíduos, os projetos e os processos, bem como estar atento ao modo como os recursos podem ser usados (com propósito e responsabilidade) para trazer valor aos usuários (BEST, 2012).

A seguir, aborda-se sobre a aplicação do design nas organizações. Ao pensar em design, geralmente, tende-se a imaginar objetos físicos. Contudo, pretende-se ir além e definir o design como a elaboração intencional e cuidadosa dos pontos de interação entre o indivíduo e o cliente. A significação engloba o ponto de interação óbvio das coisas que são tocadas, usadas, comidas, assistidas, escutadas ou dirigidas, e se direciona a um menos óbvio: aquele qual catalisa as emoções experienciadas quando se interage com a organização. Portanto, o design eficaz institui o relacionamento emocional que o indivíduo desenvolve com certa marca por meio da experiência total dos clientes - rede de fornecimento da experiência dos clientes – , no qual produtos ou serviços proporcionam portais (BRUNNER; EMERY, 2010).

Conclui-se que seja necessária uma transformação cultural para ser focalizada no design, mudança qual deve ocorrer em todos os âmbitos da estrutura organizacional. Para criar um design ótimo é preciso de tempo – ativo complexo de ser administrado, atualmente, em um mundo acelerado – e também de dedicação, pois, a melhor solução segundo os clientes, frequentemente, acaba sendo a mais difícil de ser elaborada e aplicada. Erros serão cometidos, mas, é só aprender com eles e melhorar, sendo fundamental confiar nos instintos e na compreensão da condição humana. Tudo está relacionado com a experiência ótima e caso isso seja bem feito os indivíduos poderão vir a amar você e a empresa e você será relevante (BRUNNER; EMERY, 2010).

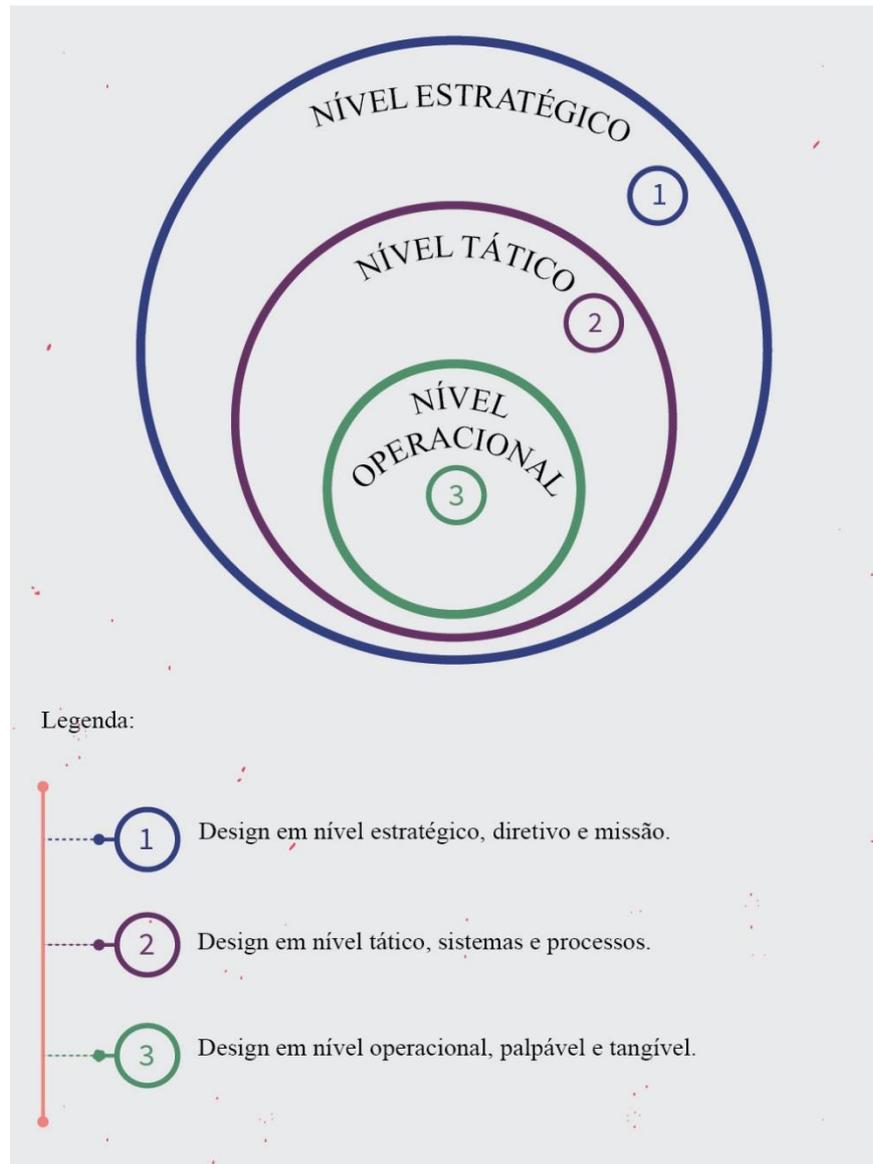
A seguir são apresentados os níveis da gestão de design, sendo eles: o estratégico, o tático e o operacional.

2.5.1 Níveis da gestão de design

A gestão do design trata da aplicação do design na empresa através da comunicação da importância do design para o cumprimento das metas de longo prazo e do gerenciamento dos recursos de design em cada um dos níveis da organização (MOZOTA, 2011). Com relação aos três níveis de tomada de decisão da prática da gestão de design, segundo Mozota (2003) e Best (2009), o nível tido como estratégico determina as diretrizes, a missão e o planejamento da organização; já, o nível tático ou funcional é reconhecido pelos grupos, processos e funções

específicas essenciais; e o nível operacional é evidenciado nos produtos e serviços. A Figura 7 apresenta a amplitude dos níveis de atuação da gestão de design, sendo que a abrangência de atuação no nível estratégico é maior se comparada com o nível operacional, sendo esta uma atribuição básica do papel do design (BEST, 2009; MOZOTA, 2003 apud SILVA, 2012):

Figura 7: Os três níveis da gestão de design



Fonte: Autora adaptado de Silva (2012, p. 40), baseado em Best (2009)

A gestão de design, tanto estratégica como operacional, possui as seguintes funções fundamentais: definir os objetivos e os valores da organização (missão), e os objetivos do design; elaborar uma estratégia fundamentada na missão; aplicar e estruturar a estratégia; gerenciar e controlar o processo de produção e controlar os resultados (MARTINS; MERINO, 2011).

Desta forma, para Silva (2012, p. 40), “[...] a gestão de design atua nas das áreas operacional, tática e estratégica como um todo, necessitando de uma visão sistêmica da organização e integração com outras áreas, departamentos e organizações”, a fim de elaborar ferramentas de apoio para o aprimoramento, agilidade e organização da execução da gestão de design (SILVA; FIGUEIREDO, 2012).

Em virtude da mudança de foco das funções para as inter-relações, é imprescindível observar os atores primordiais que constituem a gestão de design, visto que as relações ocorrem entre eles. A partir de Best (2009), a mesma reconhece as partes principais do sistema constituído pela gestão de design da empresa, de acordo com os seus respectivos níveis de atuação, conforme se observa na Figura 8 (BEST, 2009 *apud* SILVA; FIGUEIREDO, 2015).

Figura 8: Componentes dos sistemas em cada nível de gestão de design



Fonte: Best (2009 *apud* SILVA; FIGUEREDO, 2015, p. 8)

Deste modo, a Figura 9, que trata da nuvem de palavras usada como técnica de análise de conteúdo, foi desenvolvida para apresentar a visão holística dos termos mais importantes abordados neste item do estudo. Após, aborda-se os processos produtivos da indústria da moda/vestuário, as profissões envolvidas neste setor e as linguagens de desenho voltadas à área da moda, a fim de consolidar a abordagem sistêmica da gestão de design de moda, intencionando o planejamento de um curso de representação gráfica visual de moda que possa ser direcionado às comunidades tradicionais:

abordagem sistêmica da gestão de design possa ser aplicada no processo produtivo da moda - este por sua vez compreende diversas profissões e linguagens de desenho direcionado à moda ou representação gráfica visual de moda –, visando propiciar a manifestação e a consolidação de uma abordagem sistêmica da gestão de design de moda.

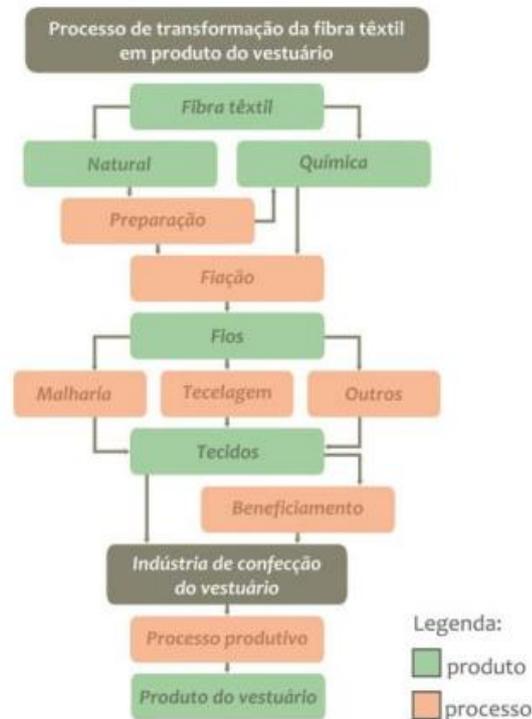
2.6.1 Cadeia produtiva da moda e a sua relação com o processo de desenvolvimento de produtos (PDP) do vestuário de moda

A cadeia produtiva da moda passa por mudanças devido à globalização e à abertura dos novos mercados, tratando-se do “sistema têxtil e de confecção que se configura como uma *filière*⁴, governada pelo comprador e caracterizada por elevado grau de complementaridade, da qual depende boa parte do sucesso que o produto obtém no mercado” (RECH, 2008, p. 8). Sendo, então, “constituída de diversas etapas produtivas inter-relacionadas, cada uma com suas especificidades e que contribuem para o desenvolvimento da fase seguinte” (RECH, 2008, p. 9).

A cadeia produtiva do setor da moda é definida pela heterogeneidade acerca do porte das empresas que a constituem, em que coexistem desde grandes empresas às pequenas organizações confeccionistas (RECH, 2008). De acordo com Andrade, Bezerra e Landim (2015, p. 91) ela é tida como as atividades referentes ao setor em questão, encarregadas de transformar as fibras em produtos voltados ao vestuário, até que, o processo produtivo de artigos de vestuário chega à fase que o produto é faturado e enviado ao cliente. Os autores relatam, ainda, que “a partir de estudos realizados por Rech (2006), Rosa (2011) e Udale (2009), estabeleceu-se um fluxograma resumido que demonstra todo o processo de desenvolvimento do produto de moda, desde a obtenção da fibra têxtil até o produto acabado”. Tal fluxograma pode ser visualizado na Figura 10:

⁴ O termo Cadeia Produtiva também pode ser denominado *Filière*, termo de origem francesa e que apresenta o significado de fileira, ou seja, uma sequência de atividades empresariais que conduzem a uma sucessiva transformação de bens, do estado bruto ao acabado ou designado ao consumo (RECH, 2006, p. 19 *apud* RECH, 2008, p. 8).

Figura 10: Fluxograma do processo resumido de transformação de fibra têxtil em produto do vestuário



Fonte: Andrade, Bezerra e Landim (2015, p. 91) com base em Rech (2006), Rosa (2011) e Udale (2009)

É observado que na “esfera do processo produtivo são considerados os seguintes estágios: (a) produção da matéria-prima, (b) fiação, (c) tecelagem, (d) beneficiamento/acabamento, (e) confecção, (f) mercado” (RECH, 2008, p. 9). Assim, com base na fala da autora propõe-se, neste estudo, a delimitação do sistema do processo de desenvolvimento de produto de vestuário, na cadeia produtiva da moda, nos estágios de (e) confecção e (f) mercado. Por essa razão, a partir deste momento da pesquisa são abordados com maior profundidade os conceitos relacionados ao Processo de Desenvolvimento de Produto (PDP), aos modelos de referência do PDP voltados ao vestuário e ao produto de moda.

2.6.2 Panorama do processo de desenvolvimento de produtos (PDP) do vestuário de moda, do produto de moda e da gestão de design de moda

Primeiramente, antes de abordar os modelos de referência sobre o processo de desenvolvimento de produtos de moda/vestuário será apresentado o panorama produtivo da indústria do vestuário no Brasil e como se desenvolveu a sua relação com o produto de moda. É apontado por Rech (2010) que a indústria da moda produz bens de consumo de forma

impulsiva, costumava ignorar a qualidade, a inovação e a satisfação do cliente; componentes do Design. No entanto, desde a última década, no Brasil, houve a abertura do mercado interno a fim de impulsionar a importação de produtos estrangeiros e devido à rapidez das informações, por meio das novas formas de comunicação, estimularam as organizações a encontrarem soluções para responder à crise econômica.

No passado, os produtos de moda no Brasil eram copiados ao invés de criados, as matérias-primas não detinham qualidade e variedade, a importação das máquinas e dos *softwares* não era permitida, assim como a inflação excessiva e a reserva de mercado mascaravam a ineficiência gerencial. Mas, devido à abertura e à globalização dos mercados e da oferta sendo maior do que a procura ocorreram mudanças, em que o consumidor passou a escolher a solução que pudesse atender as suas necessidades e problemas da melhor forma, através do aprimoramento da relação custo-benefício (RECH, 2010). Portanto, o produto de moda em questão, participa da renovação dinâmica de costumes e de comportamentos sociais (MONTEMEZZO, 2003).

Mendes, Sacomano e Fusco (2006, p. 1) acrescentam que a moda:

Apresenta uma ampla variedade de produtos finais e possui características específicas de diversificação, diferenciação, produção em pequenos lotes e ciclos de vida bastante curtos, que resultam em uma grande multiplicidade de tipos de processos produtivos, em função da abundância de matérias-primas disponíveis no mercado.

Desta forma, em decorrência do cenário apresentado, o produto de moda resultou em uma multiplicação dos tipos de processos produtivos, que passaram a ser cada vez mais fragmentados e departamentalizados, ou seja, com a produção em escala as atividades tornaram-se mais segmentadas. Como por exemplo, a costureira passou a executar menos serviços e a se especializar no controle de certas máquinas e na manipulação de matérias-primas ou produtos. Assim, ela é reconhecida como uma operadora de máquina de confecção, em que não lhe é exigido conhecimento sobre modelagem ou execução de toda a costura do produto (MENDES; SACOMANO; FUSCO, 2006).

Isto posto, denota-se que as etapas do processo produtivo de moda são realizadas sem que haja a comunicação com as fases antecedentes e seguintes, por isso, a Gestão do Design de Moda advém dessa demanda de conduzir o fluxo a partir da geração de ideias dos designers à propagação em grandes escalas para que, assim, as ideias originadas não se alterem no decorrer do processo. É fundamental que sejam concentrados esforços a fim de tornar a gestão de design de moda passível de ser executada. As organizações necessitam buscar novos padrões de produção e de gerenciamento devido à demanda de inserção competitiva no mercado diverso

em que qualidade, inovação e satisfação do consumidor – componentes do design – são vistos como fatores competitivos (RECH, 2010).

Portanto, no sentido da importância do design para a gestão de design de moda, o mesmo apresenta relevância por acrescentar valor ao produto, reduzir os itens da formação de preços, seja por meio da economia ou da redução das matérias-primas, da organização da produção e do aperfeiçoamento do processo, ou pelo aumento da qualidade e das características valorizadas pelo consumidor. O design é considerado um instrumento aplicado na concepção de novos padrões de qualidade à indústria do Brasil, além de, uma ferramenta estratégica competitiva, por isso, é primordial que o encarregado pela elaboração dos produtos esteja presente (RECH, 2010).

Logo, percebe-se a dimensão da importância do gerenciamento do design nas organizações do setor, contando com a presença do gestor de design de moda e do designer de moda no decorrer do processo de materialização do produto de moda. O próximo item aprofunda esta temática.

2.6.3 O processo de desenvolvimento de produto (PDP) do vestuário de moda e os modelos de referência

Este item do estudo investiga o processo de desenvolvimento de produto (PDP) e os modelos de referência do PDP voltados ao setor de vestuário/moda usados pelas organizações, no qual intenciona a materialização de produtos. Sendo significativo pesquisar sobre o assunto, uma vez que, o desenvolvimento de produtos é crucial para a competitividade das organizações, devido ao crescimento da internacionalização dos mercados; da diversidade de produtos e da diminuição do ciclo de vida dos produtos inseridos no mercado (ROZENFELD *et al.*, 2006).

O PDP está situado entre a organização e o mercado, onde deve identificar e antecipar as demandas de mercado e trazer soluções que atendam a essas demandas, por isso, possui relevância estratégica (ROZENFELD *et al.*, 2006). Neste contexto, a “gestão do Processo de Desenvolvimento de Produtos para as indústrias de confecção, torna-se estratégico para aumentar as chances de sucesso dos produtos” (JORDAN, 2004, p. 18).

É importante escolher os métodos e as ferramentas para serem aplicados neste setor, pois, os mesmos podem designar atributos ao produto, seja por meio do “design, qualidade, desempenho, custo, tempo de produção, aceitação no mercado, conforto, usabilidade, entre

outros” (VARNIER; FETTERMANN; MERINO, 2021, p. 56). Neste sentido, percebe-se a relevância do uso de metodologias no PDP:

[...] pois elas determinarão as características do produto final, além do design, a qualidade do produto, o custo, o desempenho produtivo, a aceitação no mercado, o tempo de produção e de desenvolvimento, etc. Além disso, é por meio desse processo que é construído o projeto do produto, pelo qual são estruturadas as características físicas do mesmo e do seu processo de produção (MORETTI, 2012, p. 14).

Logo, para que as metodologias de desenvolvimento de produtos de moda sejam abordadas é significativo manter a flexibilidade intrínseca ao processo de design (MONTEMEZZO, 2003). Portanto, é imprescindível que a indústria da moda inove no design do produto, nos processos de gestão e de operação, e busque formas que confirmem maior flexibilidade, eficiência e direcionamento nas previsões e concepção de produtos (VARNIER; FETTERMANN; MERINO, 2021).

Percebe-se que o PDP de muitas empresas de confecção é confundido com as tarefas do designer ou do estilista, atribuindo a eles o resultado do sucesso ou do fracasso dos produtos ou das coleções. Embora suas funções sejam primordiais, há outras áreas que também estão envolvidas e devem incluídas no processo. Por isso, criar uma estrutura para o PDP é uma necessidade, para que este setor de produtos de ciclos curtos sobreviva (JORDAN, 2004).

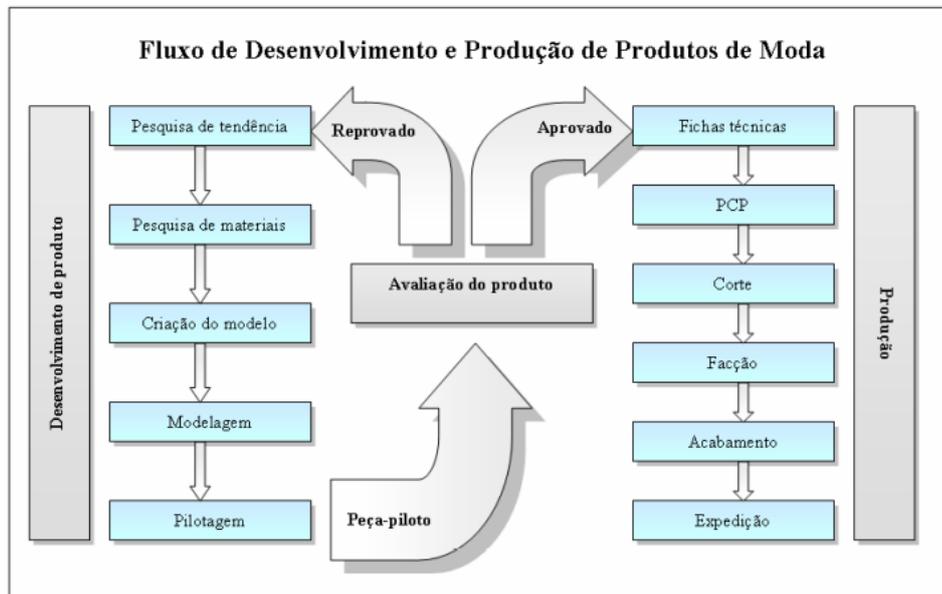
Ademais, é preciso considerar que este objetiva auxiliar o consumidor, que por sua vez está mais exigente quanto à qualidade e modernidade no design, diversificação das matérias-primas e na funcionalidade do produto, bem como a experiência que ele propicia (JORDAN, 2004). Neste contexto e buscando atender a estas novas necessidades dos usuários, as organizações precisam se adaptar às transformações e aperfeiçoar as suas estratégias (CARDOSO; DEMARCHI, 2012).

A carência de uma estrutura de PDP pode fazer com que as organizações não avancem em termos de inovação e diferenciação dos seus artefatos (JORDAN, 2004). Diante deste cenário, atualmente várias organizações têm empregado modelos referenciais para definir o padrão de trabalho que buscam adotar para a elaboração de produtos, uma vez que há muitos tipos (ROZENFELD *et al.*, 2006).

Através da utilização de um modelo de referência genérico de PDP “a empresa pode criar sua própria estrutura para a realização das atividades, de modo que o modelo se adapte à realidade da empresa, e ao mesmo tempo sistematize as atividades e estruture o processo” (MORETTI, 2012, p. 15). Em razão da existência dos vários modelos de PDP, são abordados no decorrer da pesquisa os modelos referenciais direcionados ao setor de vestuário de moda.

Mendes, Sacomano e Fusco (2006) apresentam o Fluxo de Desenvolvimento e Produção de Produtos de Moda, que contempla as seguintes etapas: pesquisa de tendências; pesquisa de materiais; criação do modelo; modelagem; pilotagem; avaliação do produto, onde a peça-piloto pode ser reprovada, sendo necessário reiniciar o processo; elaboração de fichas técnicas; PCP; corte; facção; acabamento e; expedição. Este Fluxo pode ser observado na Figura 11:

Figura 11: Fluxo de desenvolvimento e produção de produtos de moda



Fonte: Mendes, Sacomano e Fusco (2006, p. 6)

No que diz respeito ao estudo dos modelos de PDP, Varnier, Fettermann e Merino (2021, p. 42) observaram que há “uma lacuna de pesquisa quanto a um levantamento dos modelos já desenvolvidos para a área da moda, e quantos deles se destinam ao processo de desenvolvimento, como ferramenta auxiliar ao processo de projeto”. Por isso, os autores buscaram realizar a identificação e a apresentação dos modelos mais importantes já elaborados “para auxiliar o processo de desenvolvimento de produtos de moda, por meio de uma busca sistemática nas bases de dados” e os resultados provenientes da revisão sistemática foram classificados como quantitativos e qualitativos (VARNIER; FETTERMANN; MERINO, 2021, p. 42).

A partir dos resultados quantitativos, a pesquisa nas bases de dados, realizada no ano de 2019, resultou em 973 documentos, que por meio da aplicação de filtros, descartou os artigos: duplicados, que não apresentassem relação com a temática, que não consistissem em modelos referenciais ao desenvolvimento de produtos do vestuário, que não estivessem

disponíveis ou que não relatassem o desenvolvimento ou o funcionamento de métodos. Com isso, foram selecionados 13 artigos de acordo com os critérios de seleção estabelecidos nos procedimentos metodológicos. Foi analisado e constatado que houve um aumento com relação ao número e à frequência dos artigos que seguem a temática investigada e que os países que mais publicaram foram os Estados Unidos, em sequência, o Brasil e a China (VARNIER; FETTERMANN; MERINO, 2021).

Dentre os 13 modelos que foram selecionados, a autora do presente estudo optou por investigar melhor o modelo de referência para o processo de desenvolvimento de produtos de vestuário (PDPV), proposto por Moretti e Braghini Junior (2017). Entretanto, é importante ressaltar que este processo trata-se de um desdobramento da pesquisa de Moretti (2012), em versão reduzida e em língua estrangeira (inglês). Neste sentido, na realidade, o estudo de Moretti (2012) é o que foi utilizado para embasar a pesquisa, justamente por trazer um panorama mais amplo sobre o assunto.

O critério de seleção deste modelo de PDPV se deu devido ao fato de ele aparentar ser o mais direcionado ao desenvolvimento de produtos do vestuário dentre os outros apresentados por Varnier, Fettermann e Merino (2021), por isso, aqui, ele será tomado como o principal.

Com relação aos resultados qualitativos obtidos no estudo de Varnier, Fettermann e Merino (2021), foram apresentados os 13 modelos selecionados, o tipo de pesquisa e de modelo e os métodos de avaliação. O modelo de referência para o processo de desenvolvimento de produtos de vestuário, proposto por Moretti e Braghini Junior (2017), possui um tipo de pesquisa teórica, o tipo de modelo consiste em um método e não relata o tipo de avaliação adotado.

A partir da análise dos 13 modelos percebeu-se “uma centralização de estratégias de desenvolvimento dos modelos centrada nas necessidades do usuário” e que alguns dos modelos base foram precursores de outros que surgiram depois destes, pois, eram mais consolidados. Com relação à análise dos modelos base, observou-se referências aos modelos elaborados por Back *et al.* (2008), bem como, Rozenfeld *et al.* (2006) na conceituação e abordagem do desenvolvimento de produtos (VARNIER; FETTERMANN; MERINO, 2021, p. 53).

Identificou-se 13 modelos que amparam o PDP de vestuário através de métodos, ferramentas e quadros. Os modelos de PDP mais referenciados focalizam no processo de desenvolvimento, que abrange as etapas de pré-desenvolvimento, desenvolvimento e pós-desenvolvimento, no entanto, com exceção de dois modelos (VARNIER; FETTERMANN; MERINO, 2021). A partir disso, observou-se:

[...] a falta de propostas de modelos focados no desenvolvimento do produto de vestuário que considere o usuário em todo o processo de desenvolvimento, no sentido de guiar o projetista sobre como transformar os dados coletados em requisitos de projetos, considerando o conforto e a usabilidade para o desenvolvimento do produto de moda (VARNIER; FETTERMANN; MERINO, 2021, p. 55).

Deste modo, mesmo que vários dos modelos tratem da relevância de entender as necessidades do usuário, eles não apresentam detalhadamente e precisamente como fazer o levantamento e não aplicam os resultados na elaboração dos projetos (VARNIER; FETTERMANN; MERINO, 2021). Além disso, também foram identificadas lacunas na pesquisa que poderão ser melhores exploradas futuramente, dentre elas:

Novos modelos de desenvolvimento do produto de vestuário que considere o usuário em todo o processo de desenvolvimento; utilização de propriedades ergonômicas e princípios de usabilidade para o desenvolvimento do produto de vestuário, principalmente na etapa de criação; dificuldade de identificação de demandas e compreensão do público-alvo; geração de planos de trabalho e gestão visual de projetos, que auxiliem as etapas de desenvolvimento do produto (criação e modelagem), abordando as questões técnicas, ergonômicas e estéticas. E por fim, na etapa de pós-desenvolvimento (avaliação do produto com ou sem o usuário) também é uma oportunidade para estudos (VARNIER; FETTERMANN; MERINO, 2021, p. 56).

Em suma, são percebidas diversas lacunas que podem ser melhor pesquisadas. Moretti (2012) propôs um modelo de referência para o processo de desenvolvimento de produto do vestuário, o PDPV de moda. Para elaborá-lo foi preciso estudar o referencial teórico sobre o PDP geral e o próprio para o vestuário. Depois disso, foi feita uma pesquisa de campo que objetivou buscar particularidades do PDPV na prática. O modelo em questão se baseou no modelo genérico de Rozenfeld *et al.* (2006) e nos modelos voltados especificamente para o vestuário de Lamb e Kallal (1992), May-Plumlee e Little (1998), Gaskill (1992), Wickett (1999), Rech (2002), Montemezzo (2003), Pitimannayakul, Labat e Delong (2004). Os modelos foram considerados na elaboração teórica do modelo referencial, no entanto, o modelo genérico de Rozenfeld *et al.* (2006) foi o que mais contribuiu por trazer maior detalhamento (MORETTI, 2012).

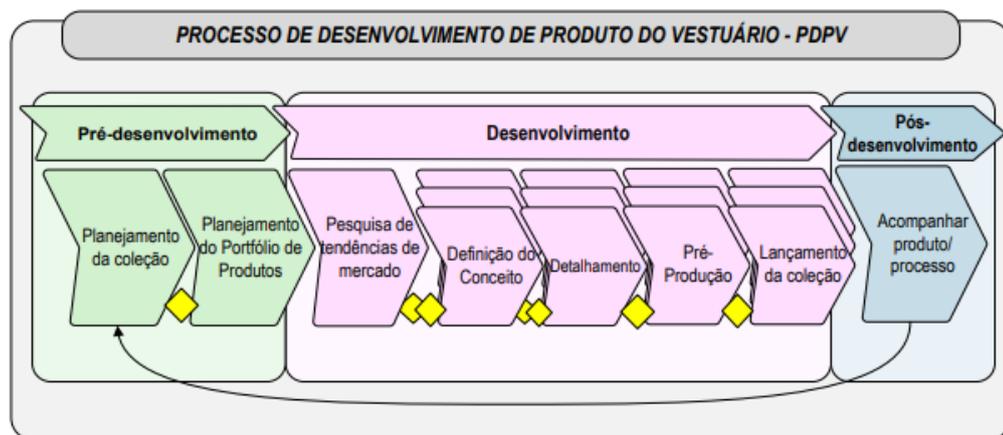
O modelo proposto vai ao encontro das dificuldades descritas nas entrevistas e de outras vivenciadas no dia a dia do PDPV, na indústria ou no âmbito acadêmico, o que contribuiu para a organização do processo e carência de estudos na área. O modelo elaborado respeita as características do desenvolvimento de produtos de moda, tais como: a concepção de produtos por meio de coleções lançadas ao ano e um pequeno intervalo de tempo para o PDP dessas coleções. Assim, a estrutura do modelo referencial de PDPV se deu de modo simples, com a

finalidade de não comprometer o dinamismo do processo estudado pela grande quantidade de tarefas e burocracias do processo (MORETTI, 2012).

O modelo referencial não foi elaborado com a intenção de ser um padrão único para o processo, logo ele consiste em boas práticas que podem ser usadas para estruturar o PDPV com flexibilidade, ou ser usado de forma parcial através de uma adaptação, de acordo com o cenário a ser utilizado. Portanto, este modelo passa a ser denominado de modelo adaptado (MORETTI, 2012).

A estrutura do modelo de PDPV “apresenta macrofases, fases, atividades e as entradas e saídas de cada fase. A possibilidade de grande detalhamento apresentado neste modelo de referência justifica a relevância deste trabalho para o meio acadêmico e empresarial” (MORETTI, 2012, p. 92), tendo sido representado de duas formas; uma com uma visão macro e a outra mais detalhada. No caso da visão macro, a mesma pode ser contemplada na Figura 12.

Figura 12: Visão macro do modelo de referência proposto para o PDP do vestuário



Fonte: Moretti (2012, p. 77)

De acordo com a estrutura do modelo teórico, o modelo referencial do PDPV contempla as macrofases denominadas de: pré-desenvolvimento, desenvolvimento e pós-desenvolvimento. Com relação às fases, estas são chamadas de: planejamento da coleção; planejamento do portfólio de produtos; pesquisa de mercado; definição do conceito, detalhamento; pré-produção; lançamento do produto e; acompanhar produto/processo. Algumas das tarefas desses estágios foram alteradas e/ou adicionadas após a comparação da representação teórica com as modelagens do PDP que foram coletadas na pesquisa de campo (MORETTI, 2012). Por fim, o Quadro 1 introduz o resumo do modelo referencial do PDPV.

Quadro 1: Resumo do modelo de referência para o PDPV (continua)

| Macro-fase | Fase | Objetivo da fase | Atividade | | | |
|--|---|--|--|---|---|--|
| Pré-desenvolvimento | Planejamento da Coleção | Identificar as partes envolvidas na coleção e levantar as necessidades e controles para o processo | Definir equipe | | | |
| | | | Definir atividades e sequência | | | |
| | | | Preparar cronograma | | | |
| | | | Definir indicadores de desempenho | | | |
| | | | Analisar os dados de venda de coleções passadas | | | |
| | | | Análise do cenário e público alvo | | | |
| | | | Definir segmento de trabalho | | | |
| | | | Definir estratégias de produção, marketing e vendas | | | |
| | | | Analisar viabilidade econômica da coleção | | | |
| | | | Gate 1 - Avaliar estratégias para coleção | | | |
| Planejamento do Portfólio da coleção | Definir a grade de peças que serão desenvolvidos na coleção | Definir a grade de peças que serão desenvolvidos na coleção | Preparar plano do projeto | | | |
| | | | Definir grade de tamanhos | | | |
| | | | Definir tipos de peças a serem desenvolvidas | | | |
| | | | Definir a quantidade de peças por modelo e tamanho a serem desenvolvidas | | | |
| | | | Gate 2 - Avaliar grade final | | | |
| | | | Documentar as decisões tomadas | | | |
| | | | Desenvolvimento | Pesquisa de tendências de mercado | Pesquisar as necessidades dos consumidores e tendências do mercado da moda. | Pesquisar tendências de modelos |
| | | | | | | Pesquisar tendências de tecidos e aviamentos |
| | | | | | | Pesquisar tendências de cores |
| | | | | | | Gerar idéias para a coleção |
| Gate 3.1 - Selecionar idéias | | | | | | |
| Definir especificações de estilo para coleção | | | | | | |
| Definir tema da coleção | | | | | | |
| Gate 3.2 - Avaliar tema | | | | | | |
| Documentar as decisões tomadas | | | | | | |
| Definição do Conceito | Desenvolver as alternativas de peças para a coleção | Desenvolver as alternativas de peças para a coleção | | | | Criar os esboços dos modelos (desenho de estilo) |
| | | | Selecionar matéria prima para a coleção | | | |
| | | | Gate 4.1 - Filtrar matéria prima | | | |
| | | | Associar as tendências de materiais/ cores aos modelos | | | |
| | | | Monitorar a viabilidade econômica de cada produto | | | |
| | | | Gate 4.2 - Filtrar modelos | | | |
| | | | Documentar as decisões tomadas | | | |
| | | | Detalhamento | Detalhar as especificações do produto e desenvolver as peças piloto | Detalhar as especificações do produto e desenvolver as peças piloto | Realizar testes de qualidade com a matéria prima |
| | | | | | | Detalhar a arquitetura da peça (desenho técnico) |
| | | | | | | Desenvolver a modelagem da peça |
| Produzir peças piloto de cada peça da coleção | | | | | | |
| Realizar testes de caimento, de usabilidade e ergonômicos nas peças piloto | | | | | | |
| Desenvolver sequência operacional de cada peça | | | | | | |
| Desenvolver a ficha técnica das peças aprovadas | | | | | | |
| Desenvolver embalagem para coleção | | | | | | |
| Monitorar a viabilidade econômica de cada produto | | | | | | |
| Gate 5 - Avaliar peças piloto | | | | | | |
| Pré-Produção | Desenvolver e detalhar os processos de fabricação para o atendimento da coleção | Desenvolver e detalhar os processos de fabricação para o atendimento da coleção | Graduar a modelagem das peças aprovadas | | | |
| | | | Aquisição da matéria prima | | | |
| | | | Produzir mostruário para venda para representação | | | |
| | | | Estabelecer preço inicial das peças | | | |
| | | | Obter recursos de fabricação | | | |
| | | | Desenvolver/Otimizar processos de fabricação | | | |
| | | | Promover treinamento | | | |
| | | | Liberar produção | | | |
| | | | Documentar as decisões tomadas | | | |

Quadro 1: Resumo do modelo de referência para o PDPV (conclusão)

| Macro-fase | Fase | Objetivo da fase | Atividade |
|---------------------|-----------------------------|---|---|
| Desenvolvimento | Lançamento da coleção | Colocar o produto no mercado, envolve o planejamento dos processos de venda e distribuição e as campanhas de <i>marketing</i> | Planejar marketing e lançamento |
| | | | Desenvolver processos de venda |
| | | | Gate 6 - Avaliar marketing da coleção |
| | | | Promover marketing de lançamento |
| | | | Lançar coleção |
| | | | Gerenciar o lançamento |
| Pós-desenvolvimento | Acompanhar produto/processo | Acompanhar, documentar e tratar as informações pós lançamento | Documentar as decisões tomadas |
| | | | Avaliar satisfação do Cliente |
| | | | Monitorar desempenho do produto (técnico, econômico, de produção e de serviços) |
| | | | Incentivar e assessorar práticas de descarte dos produtos (pós-uso) |

Fonte: Moretti (2012, p. 78)

Afirma-se que “a matriz de atividade x responsabilidade foi utilizada para relacionar as atividades do modelo de referência do PDPV com as áreas envolvidas no processo. A matriz foi desenvolvida definindo o relacionamento das atividades com as áreas em três níveis:”, identificados por meio das seguintes letras: (E) Executa, (A) Aprova e (a) Assessora. Com base nela foram identificadas as áreas da organização responsáveis pelas respectivas atividades e foi elaborada uma representação gráfica mais detalhada das fases do modelo referencial do PDPV (MORETTI, 2012, p. 79).

Consequentemente, o Quadro 2 apresenta o resumo do modelo de referência para o PDPV com a matriz de atividade e responsabilidade, ou seja, é possível visualizar e acompanhar as macrofases e as fases do processo, bem como, as áreas que estão envolvidas e quais são as suas responsabilidades no decorrer do processo – se executa, aprova ou assessora.

Quadro 2: Resumo do modelo de referência para o PDPV com a matriz de atividade x responsabilidade (continua)

| MATRIZ ATIVIDADE X RESPONSABILIDADE | | Áreas envolvidas | | | | | | |
|---|--|------------------|-------------|-----------|-----------|---------|----------|----------------------|
| | | Alta gerência | Gerência DP | Comercial | Marketing | Compras | Produção | Qualidade Engenharia |
| Legenda: E - Executa A - Aprova a - Assessora | | | | | | | | |
| Macro-fase | Fase/ Atividade | | | | | | | |
| Pré-desenvolvimento | Planejamento da Coleção | | | | | | | |
| | Definir equipe | E | a | | | | | |
| | Definir atividades e sequência | E | a | a | | | | E |
| | Preparar cronograma | | a | a | a | | | E |
| | Definir indicadores de desempenho | | | a | a | | | E |
| | Analisar os dados de venda de coleções passadas | | a | a | E | | | |
| | Análise do cenário e público alvo | E | a | | a | | | |
| | Definir segmento de trabalho | E | a | | a | | | |
| | Definir estratégias de produção, marketing e vendas | E | a | a | a | | | a |
| | Analisar viabilidade econômica da coleção | | | a | | | | E |
| | Gate 1 - Avaliar estratégias para coleção | A | a | a | a | | | |
| | Preparar plano do projeto | | | a | | | | E |
| | Planejamento do Porifólio da coleção | | | | | | | |
| | Definir grade de tamanhos | E | a | E | | | | a |
| | Definir tipos de peças a serem desenvolvidas | E | a | E | | | | a |
| | Definir a quantidade de peças por modelo e tamanho a serem desenvolvidas | | E | a | E | | | a |
| | Gate 2 - Avaliar grade final | A | a | | | | | |
| | Documentar as decisões tomadas | | a | a | E | | | |
| Desenvolvimento | Pesquisa de tendências de mercado | | | | | | | |
| | Pesquisar tendências de modelos | E | a | | | | | |
| | Pesquisar tendências de tecidos e aviamentos | E | a | | | | | |
| | Pesquisar tendências de cores | E | a | | | | | |
| | Gerar idéias para a coleção | E | a | a | | | | |
| | Gate 3.1 - Selecionar idéias | a | A | a | a | | | |
| | Definir especificações de estilo para coleção | E | a | | | | | |
| | Definir tema da coleção | E | a | a | | | | |
| | Gate 3.2 - Avaliar tema | A | a | a | | | | |
| | Documentar as decisões tomadas | E | a | | | | | |
| | Definição do Conceito | | | | | | | |
| | Criar os esboços dos modelos (desenho de estilo) | E | a | | | | | |
| | Selecionar matéria prima para a coleção | E | a | | | | | a |
| | Gate 4.1 - Filtrar matéria prima | A | a | | | | | |
| | Associar as tendências de materiais/ cores aos modelos | E | a | | | | | |
| | Monitorar a viabilidade econômica de cada produto | | | a | | | | E |
| | Gate 4.2 - Filtrar modelos | A | a | a | a | | | |
| | Documentar as decisões tomadas | E | a | | | | | a |
| | Detalhamento | | | | | | | |
| | Realizar testes de qualidade com a matéria prima | | a | a | | | | E a |
| | Detalhar a arquitetura da peça (desenho técnico) | | a | a | | | | E |
| | Desenvolver a modelagem da peça | | E | a | | | | |
| | Produzir peças piloto de cada peça da coleção | | E | a | | | | |
| | Realizar testes de usabilidade de ergonômicos nas peças piloto | | E | a | | | | a |
| | Desenvolver sequência operacional de cada peça | | E | a | | | | |
| | Desenvolver a ficha técnica das peças aprovadas | | | a | | | | E |
| | Desenvolver embalagem para coleção | | E | a | | | | |
| | Monitorar a viabilidade econômica de cada produto | | | a | | | | E |
| | Gate 5 - Avaliar peças piloto | A | a | a | | | | |
| | Graduar a modelagem das peças aprovadas | | E | a | | | | |
| | Pré-Produção | | | | | | | |
| | Aquisição da matéria prima | | a | a | | | E | |
| | Produzir mostruário para venda para representação | | a | a | E | | | E |
| Estabelecer preço inicial das peças | | a | a | | | | E | |
| Obter recursos de fabricação | | | a | | a | E | E | |
| Desenvolver/Otimizar processos de fabricação | | | a | | a | | E | |
| Promover treinamento | | | a | E | | | E | |
| Liberar produção | | | | E | | | E | |
| Documentar as decisões tomadas | | | a | | | | E | |
| Lançamento da coleção | | | | | | | | |
| Planejar marketing e lançamento | | a | a | a | E | | | |
| Desenvolver processos de venda | | | a | E | | | | |
| Gate 6 - Avaliar marketing da coleção | E | a | a | a | a | | | |
| Promover marketing de lançamento | | | a | | E | | | |
| Lançar coleção | | a | a | E | E | | | |
| Gerenciar o lançamento | | | a | a | E | | | |
| Documentar as decisões tomadas | | | a | | E | | | |

Quadro 2: Resumo do modelo de referência para o PDPV com a matriz de atividade x responsabilidade (conclusão)

| Pós- desenvolvimento | Acompanhar produto/processo | | | | | | | | |
|-------------------------|---|---|---|---|---|---|--|--|---|
| | Avaliar satisfação do Cliente | | | a | E | E | | | |
| | Monitorar desempenho do produto (técnico, econômico, de produção e de serviços) | a | a | E | a | | | | |
| | Incentivar e assessorar práticas de descarte dos produtos (pós-uso) | E | a | | | | | | a |

Fonte: Moretti (2012, p. 120)

Por fim, são sugeridos três aspectos que podem ser investigados futuramente por outros pesquisadores: a realização de um detalhamento do modelo referencial elaborado que chegue até o nível de tarefas, a proposição de ferramentas referentes a cada atividade e a utilização do modelo em pesquisas aplicadas em indústrias de confecção do vestuário de moda (MORETTI, 2012).

2.6.4 A relação entre a moda e as profissões do setor relacionadas às respectivas etapas do processo de desenvolvimento de produtos (PDP) de vestuário

A partir deste momento da pesquisa será abordada a relação da moda com as profissões relacionadas às respectivas etapas do PDP de vestuário. A moda tornou-se um setor criativo que faz uso da criatividade, sendo “um elemento estrutural do setor, utilizado em vários momentos do ciclo de criação-produção-distribuição-consumo”. Logo, denota-se que a criatividade é onipresente no PDP de moda, gerando produtos de moda com uma quantidade maior ou menor de criatividade, pois, não há produtos que não sejam criativos (CIETTA, 2017, p. 129).

Assim, a seguir será abordado sobre a atuação dos profissionais na área de moda e a sua relação com a criatividade nos processos, esta que é inerente ao setor. No passado, o estilista tinha o seu papel subestimado, enquanto que, hoje ocorre o oposto. A indústria passou a dar mais atenção às funções de estilo. Sendo que, o resultado ou a causa para o cenário observado se deu pelo crescimento do número de cursos de moda disponibilizados no Brasil, o que demonstra que a sociedade passa por uma nova etapa, na qual a moda supera a visão simplista (CIETTA, 2017).

O estilista não é somente o designer que desenha e cria as coleções, no entanto, igualmente o representante que faz a pré-seleção das matérias-primas e a apresentação da coleção ao cliente. Uma grande dificuldade observada é a de que o estilista e o representante

costumam atuar separadamente, em que ambos desconhecem as atividades um do outro. O vendedor tende a ignorar a inspiração da coleção porque esta não lhe foi explicada, já, o estilista não entende como o representante realiza a pré-seleção das peças que serão vendidas. As empresas acreditam, de forma errônea, que vender é suficiente, mas, estão erradas porque o vendedor poderia perder o mercado aos poucos (CIETTA, 2017).

A solução para resolver esse problema não é apenas saber a teoria, e sim explicar o impacto das disciplinas na atuação do profissional estilista. Acredita-se que há vários processos criativos na moda, mas eles dependem do contexto empresarial em que atuam. Como por exemplo, o estilista deve pensar em como inserir o processo criativo do representante – a pré-seleção – no seu processo que, na realidade, também é da organização (CIETTA, 2017). Demonstra-se, assim, a importância de uma boa comunicação e compreensão sobre as atividades dos diferentes profissionais que atuam no setor, pois, as suas ações podem impactar positivamente ou negativamente no PDP de moda/vestuário e nos produtos de moda que serão gerados.

Neste sentido, da relação dos processos criativos entre os diversos profissionais atuantes no setor, afirma-se que não existem atividades puramente culturais ou criativas em todas as fases do processo, deste modo, em cada um dos setores encontram-se atividades criativas, bem como, não criativas que se vinculam. São criativas as atividades do estilista, do modelista, do pilotista, assim como o trabalho dos envolvidos na etapa de produção, que resolvem problemas por meio de soluções que são técnico-criativas. Pois, as decisões produtivas devem transferir ao produto valor estético, não podendo ser somente uma solução técnica (CIETTA, 2017). Portanto, a criatividade se faz presente nos demais processos da indústria de moda/vestuário.

A moda possui atributos criativos, não criativos, materiais e imateriais, sendo assim, é um setor criativo especial (CIETTA, 2017). Com base na utilização do input criatividade no setor, Duarte (2010) afirma que o desenho de moda é criado por estilistas, denominados como *designers*, e que estes materializam as suas ideias no papel por meio da representação e que podem mudar os desejos da sociedade. Seguindo esta lógica, Lemos (2013) comenta sobre o papel do estilista na geração de ideias; em que as mesmas são pensadas com a intenção de serem materializadas e consumidas e ele também assume o papel de designer.

O designer de moda atua no desenvolvimento de projetos para a indústria, ele concebe o produto ou os acessórios de moda e propõe a viabilidade, além disso, faz a pesquisa das matérias-primas, das formas, das cores, e dos efeitos, a fim de elaborar um produto adequado

ao consumidor (GRAGNATO, 2007). E para atender um público-alvo específico, o criador de moda deve estar bem informado com relação aos “aspectos sociais, culturais, políticos e econômicos que configuram o momento presente” (MASTELINI; ALMEIDA, 2016, p. 77).

É adequado pensar que o meio profissional irá requisitar do designer de moda a elaboração de produtos diferenciados e economicamente acessíveis, para atender às necessidades físicas e psicológicas dos consumidores. Por isso, esse profissional deve preservar um vínculo com o mercado, para poder identificar comportamentos que possam vir a se tornar referenciais para a demanda de produtos de moda (MONTEMEZZO, 2003).

O designer concebe o produto de moda e documenta o projeto de forma gráfica, por isso, deve ter competência para tal, caso contrário, não será entendido e a sua ideia não será realizada de acordo com o planejado (LEMOS, 2013). Assim, para o desenhista de moda a representação gráfica é uma das formas de apresentar os seus desenhos e as invenções. Por isso, é preciso, construir conhecimentos e exercitar as habilidades práticas por meio do desenvolvimento perceptivo e criativo (PULS, 2003).

Desta forma, o desenhista de moda deve dominar a linguagem gráfica e visual para apresentar as formas estéticas com ritmos, cores e texturas, através do croqui, que no âmbito do vestuário é o desenho artístico do produto (PULS, 2007).

A habilidade do desenho é importante para o profissional que atua com o desenvolvimento de produtos de moda, acessórios ou joalheria (GRAGNATO, 2007), para que a expressão gráfica não seja “bloqueada” ou se torne um fator que iniba o processo de criação e comunicação do designer de moda (BONA *et al.*, 2019, p. 77).

Para o designer de moda perceptivo e criativo, que tem o seu estilo particular de desenho, onde as suas invenções consistem no resultado de uma busca pessoal, isto é um diferencial competitivo entre os estilistas, os desenhistas e os criadores na área da moda (PULS, 2009a). Desta maneira, percebe-se que é essencial que o designer de moda e/ou estilista represente graficamente as suas ideias. No entanto, pode-se dizer que o uso da representação gráfica visual de moda não é considerado obrigatório a todos os profissionais que atuam neste ramo. Há diversos profissionais do setor em questão que não se expressam apenas por meio do desenho, sendo assim, existem outras formas de comunicação e expressão além dele. Entretanto, no presente estudo, ainda assim, denota-se que dentre as ferramentas disponíveis para aplicação no mercado de moda o desenho é uma das mais utilizadas e relevantes para o PDP de moda/vestuário, especificamente.

Devido à crescente importância do setor têxtil e de vestuário para o cenário econômico brasileiro (HATADANI; MENEZES, 2011), a consolidação deste setor depende de operações direcionadas ao gerenciamento e ao planejamento das etapas de produção, tal como o desenvolvimento de produtos. Desta forma, a indústria e a academia pretendem aproximar as relações entre a moda e o design, em razão do aumento da demanda por profissionais que estejam aptos a atuar de maneira sistêmica e que articulem interdisciplinarmente as questões voltadas ao mercado, à produção, à cultura e à tecnologia (PIRES, 2008 apud HATADANI; MENEZES, 2011). Portanto, a atividade do designer de moda deve deter a visão holística, sendo este o obstáculo encontrado nos alunos das faculdades de Design de Moda (PEREIRA; COSTA, 2021).

Por isso, é imprescindível que o ensino-aprendizagem do desenho de moda se atenha “em modelos que orientem a formação de um profissional que tenha o domínio de um conjunto de saberes de caráter multidisciplinar, de novos conhecimentos técnicos e tecnológicos e metodologias que priorizem a ética” (PULS, 2009, p. 6). Assim como também é fundamental a presença da disciplina de desenho nos cursos de design de moda para que haja o domínio da linguagem visual na formação do profissional (ZAMPROGNA; LUGLI, 2014).

Com base nos autores apresentados, evidencia-se que o profissional de moda precisa ter uma visão holística/sistêmica; um conjunto de saberes multidisciplinares, técnicos, tecnológicos e de metodologias éticas; além de pensar que:

Hoje as roupas não são feitas apenas para enfeitar o corpo. São roupas desenhadas e projetadas que utilizam materiais diferenciados, tecidos inteligentes e isto demanda um profissional de moda com formação que saiba utilizar o desenho como meio de inovação, tanto nas formas, processos e na materialidade do produto (PULS, 2011, p. 1).

O designer de moda procura se expressar por meio do desenho estético da figura de moda, que é uma das formas que o profissional pode demonstrar que as suas criações podem tornar-se produtos de design inovadores e relevantes (PULS; MONTANHEIRO, 2012). Portanto, este profissional deve saber usar a representação gráfica visual de moda como uma ferramenta de inovação e saber como aplicá-lo na prática no PDP de vestuário. Aliás, além das profissões de designer de moda e/ou estilista e representante há diversos outros profissionais envolvidos na indústria da moda/vestuário, que são abordados a seguir.

Geralmente, o estilista é um designer de moda, mas, não é todo estilista ou designer de moda que atua como um ilustrador, bem como, não é todo ilustrador que atua como um estilista ou designer de moda. O ilustrador não precisa se preocupar com os detalhes de modelagem nas ilustrações, pois, o seu propósito não está tão relacionado à produção da peça. A sua função

reduz-se ao fazer artístico e dá continuidade ao projeto concebido pelo estilista ou designer de moda (LEMOS, 2013). Ele pode ser considerado um profissional que se inspira em várias fontes para difundir tendências do vestuário e de acessórios, ou seja, ele divulga as informações desejadas e o seu nome (AMORIM; SOUSA, 2009).

A função do modelista é a de elaborar as modelagens de acordo com a criação. Ele amplia e reduz os tamanhos, conforme os tamanhos dos manequins requisitados para a produção. Enquanto que o pilotista é o profissional que realiza a produção da primeira peça – a peça piloto. Em seguida, há atuação do profissional da produção, em que ele corta grande volume do mesmo modelo e os produz em escala industrial. Depois, o setor de acabamento exerce nas peças o controle de qualidade, onde é feita a limpeza dos fios, além do alisamento a ferro, da inserção das etiquetas e das embalagens. Por fim, o setor de expedição faz o controle do estoque e executa a distribuição ao varejo (MENDES; SACOMANO; FUSCO, 2006).

No PDP de vestuário é considerado necessário que sejam realizadas pesquisas estéticas, “pilotagem, amostras experimentais, controle de qualidade a cada fase, sempre com prazos determinados e acompanhadas por um gestor” (RECH, 2010, p. 2). Devido aos programas de qualidade das organizações e da globalização econômica tornou-se imprescindível a presença do gestor de design de moda, que exerça um papel de agente integrador das áreas na indústria (RECH, 2010).

Assim, a partir dos autores mencionados neste tópico da pesquisa foi possível entender que existem diversos profissionais com atuações diferentes no PDP de vestuário e que as mesmas estão diretamente ou indiretamente interligadas, ou seja, podem impactar umas nas outras. Por isso, torna-se necessário que os atores envolvidos neste processo detenham uma compreensão holística sobre: os sistemas de moda, design, gestão e abordagem sistêmica; o PDP de vestuário e as relações que existem entre as suas atividades no processo.

2.6.5 A relação entre as linguagens de desenho da área da moda e o Processo de Desenvolvimento de Produtos (PDP) de Vestuário

O processo de projeto de coleção em design de moda traz atividades complexas em diversas etapas, que se complementam, para configurar um projeto. No design de produtos de moda é preciso fazer uso de um instrumental metodológico para a gestão e a concepção do projeto por meio da abordagem sistêmica e da determinação de critérios que auxiliem no direcionamento das decisões (BONA *et al.*, 2019).

Neste mesmo sentido gerencial e sistêmico é dito que o desenho é uma ferramenta direcionada “à resolução de problemas, criação, atividades coordenadas e sistêmicas, por isso, está tão próximo da gestão, que é orientada na mesma direção, estando presente, desde o início do processo de concepção do produto” (MASTELINI; ALMEIDA, 2016, p. 75).

Portanto, como o desenho e o processo de projeto de coleção em design de moda detêm uma relação próxima com a gestão e a visão holística acredita-se que seja passível a consolidação de uma abordagem sistêmica da gestão de design de moda, intencionando o planejamento de um curso de representação gráfica visual de moda direcionado às comunidades tradicionais. A seguir é investigado o conceito de desenho e demonstrada a sua relação com o PDP de vestuário, também são apresentados os tipos de linguagens de desenho relacionados à área da moda.

O desenho representa um projeto (LEMOS, 2013; GRAGNATO, 2007), o início da peça e a sua memória, em que aguarda a coleção seguinte para nascer e ser repensado (GRAGNATO, 2007). Ele procura transmutar-se da ideia à matéria, sendo elaborado a partir de pesquisas de comportamento, de tendências, de matérias-primas e de tecnologias a serem aplicadas para que o produto seja representado e materializado (LEMOS, 2013). Nesta mesma perspectiva, Zuim, Farias e Gondim (2019) também afirmam que o desenho faz parte do resultado de pesquisas, de tendências e de matérias-primas.

O desenho é relevante no processo de projeto de design de moda (BONA *et al.*, 2019; PULS; MONTANHEIRO, 2012) e de vestuário, pois, atua como uma linguagem visual bidimensional e é usado para representar projetos (BONA *et al.*, 2019), sendo um instrumento do pensamento que potencializa a criatividade na criação de projetos (PULS; MONTANHEIRO, 2012; PULS, 2011). Ainda, propicia a expressão das ideias do indivíduo (BONA *et al.*, 2019; PULS; MONTANHEIRO, 2012; HATADANI; MENEZES, 2011; PULS, 2011).

A atividade de design de moda no âmbito “da indústria do vestuário, caracteriza-se pela interdisciplinaridade aplicada ao longo do processo”, no sentido de que “as atividades de vários profissionais envolvidos são integradas ao projeto”. Logo, é neste cenário de trocas de conhecimentos e de informações com o intuito de se gerar bons produtos de design de moda, que o desenho exerce um papel social de comunicação. Ele é o canal mais determinante na facilitação da comunicação com os demais atores envolvidos e com os fornecedores (BONA *et al.*, 2019, p. 65).

O desenho é, majoritariamente, reconhecido como uma ferramenta de comunicação importantíssima para o designer, já que, parte da inspiração à expressão técnica de projetos pessoais ou industriais passando por várias etapas na indústria até ser materializado (ZUIM; FARIAS; GONDIM, 2019; BONA *et al.*, 2019; SILVA; ANDRADE, 2016; HATADANI; MENEZES, 2011; GRAGNATO, 2007).

O desenho comunica informações técnicas ou subjetivas que colaborarão com o PDP, tratando-se de um exercício de raciocínio elementar para a criação de novas ideias (HATADANI; MENEZES, 2011). Assim, o desenho no âmbito estudado possui relevância no aprimoramento comunicacional entre as fases de produção, especialmente, entre o setor de criação e o de modelagem (SILVA; ANDRADE, 2016). Ele pode trazer benefícios ao desenvolvimento do produto como uma ferramenta que aperfeiçoa o processo de criação, porque simula a pré-visualização de combinações e auxilia na diminuição do tempo de projeção, gerando uma rápida finalização do produto de moda (MASTELINI; ALMEIDA, 2016).

Quanto ao uso da representação gráfica na indústria do vestuário, é importante que os profissionais usem-no com a intenção de se minimizar os erros e de otimizar os processos nas esferas produtivas e criativas. Pois, a utilização do desenho é essencial para conceber o processo criativo plenamente, para que não se sucedam adversidades relacionadas à decodificação dos dados nas fases do desenvolvimento de produtos e para que não haja atrasos ou falhas na produção (HATADANI; MENEZES, 2011).

Nesta mesma perspectiva, é dito que o desenho se encontra presente nas etapas do processo de criação e concepção do produto para sanar possíveis dúvidas e evitar erros na produção do produto de moda. Em cada uma destas etapas ele adquire uma nova atribuição para esclarecer a função anterior e conferir eficácia na produção, já que, o design é projetado para certo público (LEMOS, 2013).

Entretanto, há certas organizações do setor de vestuário e profissionais que desconhecem a relevância da utilização do desenho como uma forma de representar os projetos visualmente e adotam os seus padrões próprios, conforme as experiências elaboradas. Mas, isso pode trazer ou aumentar as falhas na comunicação das etapas do projeto (BONA *et al.*, 2019). Deste modo, é constatado que a carência ou o mau uso da representação gráfica visual poderia impactar negativamente nas demais fases do PDP de vestuário, sendo importante que a mesma seja utilizada de forma correta.

Diante dos conceitos defendidos pelos autores até o momento, denota-se a relevância do uso do desenho no PDP de vestuário, pois, ele visa possibilitar uma comunicação eficiente e eficaz das ideias do designer de moda/estilista aos envolvidos nas etapas do processo, culminando na materialização de ótimos produtos de moda. Além disso, é importante para o detalhamento de informações. Por isso, é imprescindível que o designer de moda/estilista saiba utilizar o desenho de forma oportuna no processo, uma vez que, pode contribuir para a diferenciação e a inovação de produtos de moda a serem lançados pelas organizações do setor.

Na indústria da moda, a busca contínua pela agilidade do PDP de moda permite que o desenho seja uma ferramenta apropriada a cada fase da atuação do designer; no processo criativo e nas especificações técnicas. Desta forma, percebeu-se que existem vários tipos e processos do desenho no design de moda, aplicados na indústria de confecção do vestuário (MASTELINI; ALMEIDA, 2016). Isto é, o desenho pode assumir certa linguagem de acordo com a finalidade da fase e a quem será destinada a leitura do mesmo para que não existam ruídos na comunicação. Assim, a utilização do desenho de moda, como uma forma de comunicação, requisita do designer um conhecimento específico com relação ao direcionamento da aplicação de linguagem, de acordo com a fase do processo que será aplicado (BONA *et al.*, 2019).

Neste sentido, foram trazidas informações referentes às linguagens ou modalidades do desenho direcionadas à indústria de moda/vestuário propostas por Hatadani e Menezes (2011), Lemos (2013), Zanin (2017) e Bona *et al.* (2019), além dos relatos de outros autores nos demais subtópicos. Com isso, percebeu-se que alguns deles designam nomes diferentes para termos considerados correspondentes, por isso, na sequência as linguagens são melhores apresentadas.

Na indústria da moda, a seguinte lógica das linguagens de desenho de moda é aplicada: primeiro são realizados os esboços, depois, os croquis e por último os desenhos técnicos (HATADANI; MENEZES, 2011). De acordo com Lemos (2013), o desenho possui três modalidades: o croqui, a ilustração de moda e o desenho técnico. Enquanto que, Zanin (2017) aponta os três tipos de desenhos relacionados à moda: o croqui de moda, a ilustração de moda e o desenho técnico de moda. Sendo que, a função mais relevante dos desenhos de moda é a comunicação gráfica da moda; em que o resultado pode ser um produto de vestuário, acessórios, comportamentos ou estilos de vida.

Já, Bona *et al.* (2019, p. 70) afirmam que existem três linguagens de representação no processo de design de moda, são elas: o desenho de esboço, o desenho de representação (*render* ou *rendering*) e o desenho técnico. Deste modo, por meio da visualização da Figura 13 podem

ser observadas as modalidades de desenho destinadas a cada fase do projeto de design de moda, referente à aplicação elaborada pelos autores.

Figura 13: Exemplo de alocação do desenho no projeto de produtos de moda/vestuário adaptado à base de metodologia de projeto de Sanches (2017)



Fonte: Bona *et al.* (2019, p. 70)

Em suma, os autores supracitados designam nomes diferentes para se referir a termos equivalentes relativos às linguagens de desenho existentes na indústria de vestuário/moda, no entanto, optou-se pela utilização das modalidades propostas por Bona *et al.* (2019). Aliás, deve-se ressaltar que as falas dos autores utilizados nos subtópicos das linguagens de desenho foram classificadas e realocadas segundo a opinião da autora da pesquisa que semanticamente se encaixaria no conceito de cada linguagem de desenho determinada por Bona *et al.* (2019).

Neste estudo, além do uso do termo “desenho de representação”, também foi usada a expressão “representação gráfica visual de moda”. O próximo subitem da pesquisa aprofunda o conhecimento sobre as linguagens recém-comentadas, começando pela linguagem do desenho e esboço.

2.6.5.1 Desenho de esboço

O esboço é definido como um desenho rápido, feito à mão. Com o seu auxílio, o designer pode retratar as suas ideias, sem restrições, como ocorre em um *brainstorming* (HATADANI; MENEZES, 2011). Geralmente, o desenho de moda é fluido e feito de forma rápida, outros detalhes, marcados por meio da utilização de setas e de legendas, referências de demais imagens e amostras de materiais ampliam a sua capacidade de informação (TELES, 2013). Assim, por meio da visualização da Figura 14 será possível compreender os aspectos de um desenho de esboço.

Figura 14: Desenho de esboço de moda manual com aplicação de técnicas digitais da coleção RAÍDE para o projeto de conclusão de curso de graduação em Moda da UDESC



Fonte: Autora (2017)

Desta maneira, aprofunda-se o conhecimento sobre o conceito de desenho de representação, também reconhecido por alguns autores como desenho de moda, bem como representação gráfica visual de moda, expressão usada pela autora.

2.6.5.2 *Desenho de representação*

O desenho de moda pode ser representado de várias formas e tem diferentes aplicações na indústria de moda. Ele consiste no desenho da figura humana vestida com o produto de vestuário e/ou com os acessórios, ou seja, cumpre com a função de visualização das composições entre as peças da coleção. Esta fase do desenho é feita à mão, por isso, o profissional deve dominar as técnicas de desenho e as proporções do corpo humano, estando esta técnica próxima do desenho artístico, assim como pode ser finalizado em programas vetoriais, como *CorelDraw*, *Adobe Photoshop* ou *Illustrator* (MASTELINI; ALMEIDA, 2016; MASTELINI, 2016). Além disso, a *Apple* lançou recentemente um novo aplicativo, o *Procreate*, que propicia a elaboração de desenhos em formato digital.

O desenho de moda “representa o produto final do projeto das peças de roupa sobre um corpo, como suporte, representado pela figura de moda, desenhada com os complementos”. Ele oportuniza a visualização e a interpretação dos detalhes do produto. Além disso, é funcional, informativo, preciso e caracteriza os tecidos que indicam “sua materialidade, cor, texturas, estampas, ou outros materiais, com recursos criativos no campo da técnica, dando maior

impacto visual à criação. São desenhos de registro ou de referência do objeto criativo e estético” (PULS; MONTANHEIRO, 2012, p. 39).

O desenho de moda “cumpre várias funções através de sua representação gráfica visual, fixar e concretizar a ideia, informar sobre a materialidade das formas e cores do modelo, comunicar esteticamente os detalhamentos para a viabilidade da peça de roupa e para sua visualização estética” (PULS, 2011, p. 3). Deste modo, o croqui de moda é considerado como um desenho que tem o poder de vender uma coleção, já que apresenta o produto, o caimento do tecido, traz o comportamento do usuário que veste a peça e as informações sobre a produção (LODI; CATTANI, 2012).

Bona *et al.* (2019, p. 71) acrescentam:

O render ou desenho de representação utilizado pelo designer irá comunicar o conceito pretendido para outras pessoas envolvidas no projeto com maiores detalhes de configuração do produto ou coleção. No design de moda, os desenhos de representação são utilizados geralmente na etapa de apresentação e validação da coleção. Esses desenhos são reconhecidos como um refinamento dos desenhos de esboço selecionados que foram anteriormente elaborados na etapa de geração de alternativas.

O desenho de moda à mão e/ou a ilustração digital dentro do âmbito industrial da moda não são habitualmente usados no PDP, pois o enfoque da concepção está voltado ao vestuário, sem a representação gráfica visual da figura humana, o que faz com que o desenho técnico de moda seja a prioridade (MASTELINI, 2016).

Isto posto, mesmo que o desenho técnico seja priorizado pela indústria do setor de vestuário/moda, o desenho de representação traz benefícios relevantes para uma boa análise da coleção na fase de criação do processo. Além disso, também traz vantagens para a retratação das características estéticas e dos componentes do design do produto, já que possibilita a visualização do produto de vestuário sobre a figura humana ou estilizada de moda, o que demonstra como a peça se comporta sobre a base, ou seja, o corpo (BONA *et al.*, 2019).

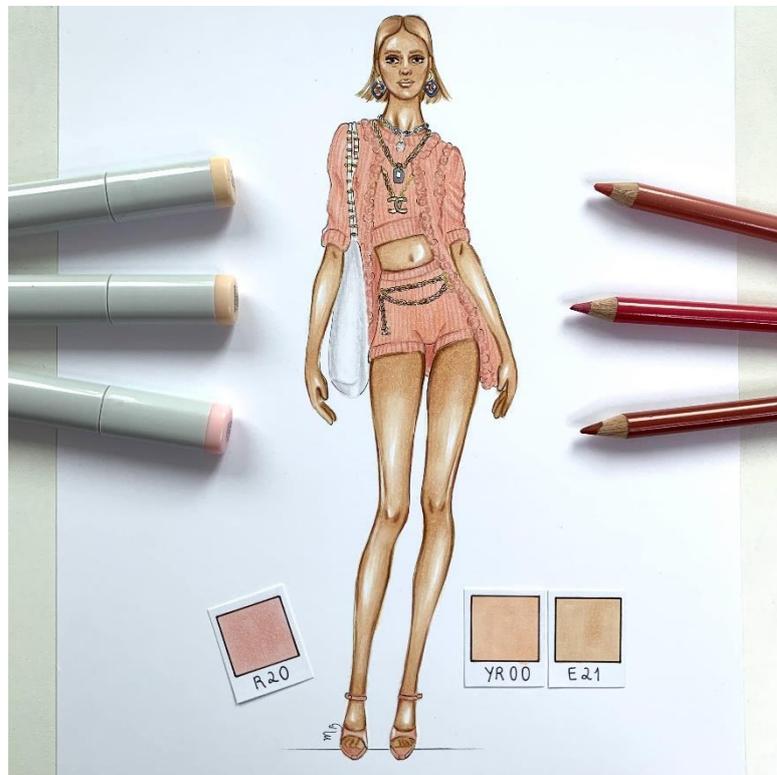
Em vista disso, o estudo de Pereira e Costa (2021, p. 32549) propõe que, por meio da aplicação de exercícios, usando várias técnicas – “desenho, colagem, aquarela, frotagem, costura no papel, escultura em tecido, *assemblagem*” – pode-se auxiliar na minimização das frustrações e do tempo levado no processo de materialização do produto. Nesse sentido, acredita-se que as organizações poderiam incentivar a realização desses exercícios pelos profissionais envolvidos no PDP de vestuário/moda, em vista de colaborar com a elaboração e o lançamento de produtos de moda com um alto patamar de sucesso.

O desenho é reconhecido como uma ferramenta próxima da gestão, já que é orientada para este mesmo rumo, existindo do início ao fim do processo de desenvolvimento do produto

(MASTELINI; ALMEIDA, 2016). Aliás, entende-se que ele pode ser um fator estratégico para as organizações. Neste sentido, sugere-se que as linguagens de desenho apresentadas devam ser mais valorizadas e utilizadas pelas empresas, pois podem ser consideradas ferramentas estratégicas que visam promover a diferenciação, a competitividade e a inovação dos produtos de moda. Assim, acredita-se que a aplicação desta ferramenta no PDP de vestuário, ostenta um viés mais estratégico do que tático e operacional, o que pode contribuir para o aprimoramento das empresas.

A Figura 15 apresenta o desenho de representação ou representação gráfica visual de moda – termo utilizado pela autora.

Figura 15: Representação gráfica visual de moda realizada manualmente do *look* da Chanel



Fonte: Autora (2022)

2.6.5.3 Desenho técnico de moda

A partir deste momento da pesquisa é abordada a perspectiva da linguagem do desenho técnico de moda, na indústria da moda/vestuário. Nos anos de 1990, as empresas confeccionistas do ramo do vestuário costumavam lançar entre duas a quatro coleções por ano. No entanto, devido às novas demandas do mercado de moda, este contexto tornou-se mais dinâmico, o que gerou o lançamento de minicoleções a cada mês ou a cada duas semanas por

certas organizações do segmento *fast-fashion* (LODI; CATTANI, 2012). Por isso, é neste cenário veloz e mutável do processo de desenvolvimento de produtos de vestuário que o desenho técnico de moda tem sido cada vez mais requisitado pelas organizações do setor, devido aos benefícios de economia de tempo que ele oferece e outras vantagens que são abordadas a seguir.

O desenho técnico de moda é conduzido em direção ao dinamismo imposto pela indústria do vestuário, que exige rapidez, controle e redução custos na produção de peças-piloto. Um bom desenho técnico de moda pode substituir o papel da peça-piloto, além de diminuir o custo com as matérias-primas, com os profissionais e com o transporte. Contudo, é necessária a aplicação de normas técnicas com o fim de evitar adversidades com relação à interpretação do desenho (LODI; CATTANI, 2012).

Seguindo esta perspectiva, o desenho busca concretizar o projeto, conforme são registradas as informações essenciais para a confecção da peça-piloto, além de possibilitar a projeção dos custos e dos materiais a serem usados para a produção do produto (LEMOS, 2013).

A representação de um desenho técnico de moda é complexa, no entanto, é importante para o processo produtivo industrial da moda (GRAGNATO, 2007). Considerando-se que às vezes, não há tempo para que os profissionais do setor de criação e de modelagem se comuniquem sobre o produto (SILVA; ANDRADE, 2016). O desenho técnico de moda é uma ferramenta de comunicação (BONA *et al.*, 2019; SILVA; ANDRADE, 2016; LODI; CATTANI, 2012) utilizada para materializar produtos de moda. Portanto, ele é voltado à produção, à comercialização (LODI; CATTANI, 2012), e à gestão empresarial, por possibilitar a visualização do produto e dos seus aspectos de configuração de forma detalhada. Igualmente, o desenho auxilia na materialização da peça, como se fosse um guia para os setores de modelagem, de prototipagem, de produção (BONA *et al.*, 2019).

O desenho técnico é considerado como a principal ferramenta no projeto de moda, pois é o meio de comunicação entre o criador – o designer - quem o produz e quem o adquire. Ele demanda um nível maior de detalhamento por ser um instrumento de comunicação utilizado nas fases do processo de desenvolvimento das peças. Por isso, os padrões de representação gráfica direcionados ao desenho técnico de produtos de vestuário podem auxiliar na interpretação acurada dos modelos e evitar leituras errôneas. Ainda, deve ser claro a fim de possibilitar a compreensão dos profissionais envolvidos no processo produtivo do vestuário (SILVA; ANDRADE, 2016). Aliás, que além de ser claro ele tem o intuito da reprodução

industrial (MASTELINI; ALMEIDA, 2016; GRAGNATO, 2007) e permite a identificação dos detalhes e das partes (MASTELINI; ALMEIDA, 2016).

O desenho técnico é planejado, e por ser usado em escala industrial, deve ser preciso, utilizar traços lineares, tracejados e sem cor, feitos à mão ou por meio de *softwares* gráficos (LEMOS, 2013). Portanto, não são usadas cores na representação desta linguagem de desenho com a intenção de diferenciar os planos. Devido às possíveis sobreposições de partes ou de materiais no produto, podem ser usados tons claros de cinza ou hachuras (GRAGNATO, 2007). O desenho técnico retrata a peça planejada, em perspectiva bidimensional, ou seja, que está fora do corpo (BONA *et al.*, 2019; MASTELINI; ALMEIDA, 2016; GRAGNATO, 2007). Desta forma, ele é visto como:

[...] Uma linguagem gráfica utilizada na indústria, que tem como principal objetivo orientar a fabricação de um produto. Nele, a representação de formas, dimensões e detalhamentos ocorre por meio de linhas, números, símbolos e especificações escritas e organizadas de forma precisa (HATADANI; MENEZES, 2011, p. 76).

O desenho artístico do produto deve ser acompanhado do desenho técnico, o qual retrata as formas funcionais – planejadas –, onde é possível visualizar as especificações do produto de maneira detalhada e com rigor técnico (PULS, 2007). O desenho técnico deve mostrar as informações dos processos relacionados à modelagem e ao detalhamento do produto, seja por meio de recortes, acabamentos, matérias-primas, aplicações, bordados, estamparia, dentre outros. Estas características devem ser indicadas verbalmente, através das “especificações” (HATADANI; MENEZES, 2011).

As normas voltadas ao desenvolvimento do desenho técnico trazem embasamento e diminuem as dúvidas sobre como o mesmo deve ser. “A Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) possui um projeto de norma para o desenho técnico de moda em estudo e sem data para publicação” (LODI; CATTANI, 2012, p. 10). Infelizmente, ainda não existe uma normatização que abranja as normas direcionadas à representação do desenho técnico de vestuário, mas, há avanços de estudos científicos (BONA *et al.*, 2019).

Com relação à utilização “de padrões de representação gráfica para desenho técnico de produtos do vestuário, é possível utilizar as recomendações da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) para a área de moda, aliadas às normas para desenho técnico em geral” (SILVA; ANDRADE, 2016, p. 219). As normas de desenhos que fundamentam o desenho técnico de moda são as seguintes: “NBR 10647: Desenho técnico – Norma Geral; NBR 8196: Emprego de escala em desenho técnico; NBR 8403: Aplicação de linhas em desenhos –

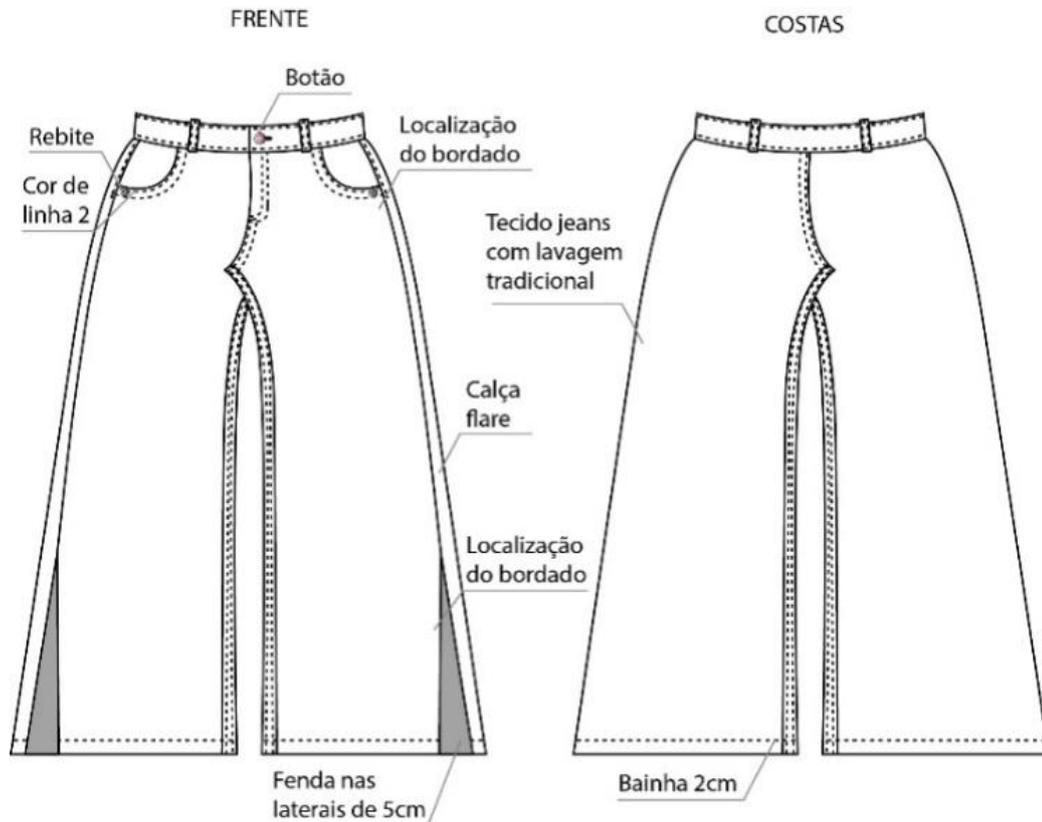
Tipos de linhas – Larguras de Linhas e NBR 10126: Cotagem em desenho técnico” (LODI; CATTANI, 2012, p. 10).

Assim, as normas desempenham um papel muito importante neste contexto, como por exemplo, no caso das cotas que podem ser usadas para mostrar as medidas do produto, facilitando os processos, tais como a modelagem e o controle de qualidade (HATADANI; MENEZES, 2011). Neste sentido, ressalta-se a importância do desenvolvimento de normas voltadas especificamente à representação do desenho técnico de moda para que estas possam guiar o desenvolvimento de produtos de moda, com a intenção de evitar a disseminação de possíveis erros de representação nos territórios nacional e internacional.

O desenho técnico costuma ser elaborado digitalmente para retratar o produto planejado (ZANIN, 2017). Na atualidade, muitas das empresas que o utilizam tendem a desenvolvê-lo através de *softwares* gráficos (LEMOS, 2013; HATADANI; MENEZES, 2011), seja por meio do uso do “CAD/CAM, *Corel Draw, Illustrator e Photoshop*”, com a intenção de acelerar o PDP. Considerando-se que os *softwares* gráficos oferecem economia de tempo, aprimoramento da execução da cadeia produtiva e alterações rápidas (LEMOS, 2013).

Após, a realização do desenho técnico com as especificações do produto ele deverá ser anexado junto à ficha técnica (BONA *et al.*, 2019; HATADANI; MENEZES, 2011). Ela deverá conter as especificações sobre: matérias-primas; fornecedores; grade de corte e; demais informações que possam auxiliar na materialização da ideia do designer de forma exata e eficaz. Assim, quando a peça-piloto é aprovada, o desenho técnico permanece na ficha técnica e é encaminhado à produção, no entanto, caso ela seja reprovada o desenho técnico deverá ser reformulado, segundo as alterações solicitadas (HATADANI; MENEZES, 2011). A Figura 16 traz um exemplo de desenho técnico de moda.

Figura 16: Desenho técnico de uma calça *flare*



Fonte: Autora (2020)

Assim, a partir das linguagens de desenho apresentadas no referencial teórico, principalmente, aquelas propostas por Bona *et al.* (2019) e no diagrama de Silva (2012), baseado em Best (2009), foi elaborada a Figura 17: uma representação gráfica visual das linguagens de desenho voltadas à moda pertencentes ao nível operacional da gestão de design.

Figura 17: Representação gráfica visual das linguagens de desenho voltadas à moda pertencentes ao nível operacional da gestão de design



Fonte: Autora adaptado de Bona *et al.* (2019) e Silva (2012, p. 40), baseado em Best (2009)

Desta forma, por meio de um olhar sistêmico/holístico, propiciado pela abordagem sistêmica da gestão de design, foi realizado o mapeamento do processo de gestão da moda/vestuário e investigado sobre em qual momento os profissionais envolvidos atuam nas fases deste processo. Após, a apresentação das profissões relacionadas ao processo produtivo da moda e das linguagens do desenho, a seguir são abordados os casos de cursos que foram ofertados por profissionais e/ou pesquisadores às comunidades, a fim de consolidar a abordagem sistêmica da gestão de design de moda, que visa o planejamento de um curso de representação gráfica visual de moda direcionado às comunidades tradicionais.

2.6.6 Apresentação de cursos ofertados por profissionais e/ou pesquisadores em comunidades

Aqui, são apresentados três casos de cursos aplicados em comunidades, com o fim de construir uma base para o planejamento do curso de representação gráfica visual de moda direcionado às comunidades tradicionais, que é o objetivo deste estudo. Primeiramente, é apresentado o “Projeto Traçando Histórias”, fundado por Letícia Benelli, de acordo com sua fundadora, este Projeto “existe para criar relacionamentos com as mulheres e trazer ferramentas para que elas sejam e se sintam mais valorizadas em suas comunidades, através do aprendizado que estimula o raciocínio, a criatividade e a capacidade técnica”. O Projeto oferece aulas de crochê a fim de exercitar a capacidade de criação e como meio de incentivo ao empreendedorismo local, sendo aplicado não somente em projetos sociais, como também com a finalidade de alcançar um maior número de indivíduos (PROJETO TRAÇANDO HISTÓRIAS, 2020).

O referido Projeto possui extrema relevância, uma vez que pretende resgatar a história humana por meio do artesanato, e “trabalhar através da moda como um agente transformador da realidade de mulheres que vivem em situações de desigualdade e falta de oportunidades, gerando trabalho através das suas próprias mãos” (PROJETO TRAÇANDO HISTÓRIAS, 2020). Como exemplo ilustrativo traz-se a Figura 18, que apresenta uma prévia das atividades realizadas pelo Projeto.

Figura 18: Registro fotográfico do vídeo disponibilizado no perfil do projeto na rede social *Instagram* sobre o ensino do desenho no tecido e a realização do ponto atrás



Fonte: Projeto Traçando História (INSTAGRAM, 2020)

Já, o Instituto Reverbera (2021) busca ampliar a voz e a visibilidade sobre as potencialidades provenientes da periferia, além de conceder oportunidades. Trata-se de um canal que procura conectar recursos financeiros, materiais e humanos, para os indivíduos que possuem menos acesso às oportunidades. Desta maneira, o Instituto oferece cursos voltados às necessidades da população destas comunidades.

Um dos cursos oferecidos é o de Empreendedorismo Feminino, sendo uma iniciativa da *Fundación Mapfre* e da Gerando Falcões, que objetiva apoiar o empreendedorismo feminino nas favelas brasileiras, através da capacitação social, emocional e técnica às mulheres empreendedoras ou que possuem a vontade de empreender (INSTITUTO REVERBERA, 2021).

Após o início das aulas do curso em questão, uma das turmas, pertencente à Comunidade do Monte Cristo, em Florianópolis, Santa Catarina, passou a ter aulas presenciais com uma frequência semanal. Pois, as mulheres envolvidas no projeto perceberam que se tivessem encontros semanais juntas, presencialmente, conseguiriam obter um melhor aproveitamento e troca sobre as temáticas tratadas (INSTITUTO REVERBERA, 2021). Traz-se a Figura 19, como exemplo ilustrativo, que apresenta a dinâmica das aulas do Curso de Empreendedorismo Feminino do Instituto Reverbera.

Figura 19: Registro fotográfico de uma das aulas do Curso de Empreendedorismo Feminino com a temática de autoestima e empoderamento



Fonte: Instituto Reverbera (INSTAGRAM, 2021)

Além do curso de Empreendedorismo Feminino, o Instituto Reverbera também oferece o Programa de Formação de Jovens aos indivíduos que possuem idades entre 15 e 21 anos. Ele é elaborado pela equipe da *Falcons University*, da Gerando Falcões. Ocorrem desde mentorias especializadas, onde são abordadas as seguintes temáticas: “Inteligência Emocional, Técnicas de Empreendedorismo, Qualificação Profissional e Empregabilidade”. Este programa oferece

um ensino híbrido, com aulas presenciais e atividades *on-line*, assim como há trilhas técnicas e as mentorias (INSTITUTO REVERBERA, 2021). A Figura 20 traz um dos encontros presenciais do Programa de Formação de Jovens, como exemplo ilustrativo.

Figura 20: Registro fotográfico de uma das aulas do Programa de Formação de Jovens



Fonte: Instituto Reverbera (INSTAGRAM, 2021)

Neste outro momento da pesquisa apresenta-se o projeto de dissertação, desenvolvido por Ferreira (2019, p. 7), que objetivou “prototipar um processo de seleção de estratégia instrucional de ludificação ou de gamificação aplicada à gestão de design”, que fosse voltada à “abordagem sistêmica e à prototipagem de serviço, de Projetos do NAS Design, mais precisamente, no projeto de extensão intitulado “Anjo Verde” (com foco no projeto piloto de capacitação de jovens aprendizes realizado na Irmandade do Divino Espírito Santo)”. A pesquisa possui natureza teórica e aplicada, abordagem qualitativa e objetivos exploratórios, tendo a fundamentação teórica sido constituída pela pesquisa bibliográfica e a pesquisa aplicada por meio da realização da pesquisa-ação (com a aplicação de técnicas de observação participante, diário de bordo, seminário de coleta de dados e entrevista).

Uma grande parte da pesquisa aconteceu no Núcleo de Abordagem Sistêmica (NAS Design), laboratório de pesquisa em Design da Universidade Federal de Santa Catarina, em que suas atividades pertencem ao grupo *Design for Social Innovation and Sustainability* (DESIS – Brasil), ligado à rede *DESIS-International* (FERREIRA, 2019).

O NAS Design (2016) trabalha desde 2006 às “comunidades criativas, desenvolvendo projetos sistêmicos que resultam no desenvolvimento de interfaces gráficas, design de serviços, criação de redes e visam à sustentabilidade de seus processos”. Portanto, pode-se dizer que as metodologias que tem sido utilizadas pelo NAS Design baseiam-se na revisão bibliográfica, na

pesquisa-ação e na estratégia de abordagem sistêmica de design. Destaca-se que quanto à revisão bibliográfica e à pesquisa-ação, o NAS Design (2016) explica:

A primeira permite o conhecimento de conceitos teóricos a fim de analisar sua aplicabilidade. O uso da pesquisa-ação, por sua vez, é justificado pela ação ativa dos designers pesquisadores dentro das comunidades e pela obtenção de produtos intangíveis e tangíveis dessa ação.

O NAS Design é composto por mestrandos e doutorandos, e segundo o coordenador do núcleo de pesquisa – o professor pós-doutor pesquisador Luiz Fernando Gonçalves de Figueiredo – a missão dos projetos de extensão consiste na busca pelo retorno do investimento que a sociedade faz no ensino superior às comunidades (FERREIRA, 2019). O grupo possui parcerias para a elaboração de seus projetos e mudanças na sociedade, sendo que foi realizada uma parceria em junho de 2018 com a Irmandade do Divino Espírito Santo (IDES), de Florianópolis. De acordo com Weber, Victoria e Figueiredo (2018 apud FERREIRA, 2019, p. 139), “o NAS Design realizou um projeto piloto de extensão com o intuito de capacitar jovens aprendizes, quanto ao processo de design, para desenvolverem materiais socioeducativos que atendessem às necessidades de aprendizagem infantil”.

A IDES foi criada em 1773, no município de Florianópolis, com o intuito de celebrar o Culto ao Divino Espírito Santo. E, com o decorrer do tempo as ações sociais foram impulsionadas e amplificadas. Trata-se de uma “organização católica, filantrópica, assistencial e sem fins econômicos, gerenciada por uma diretoria voluntária, escolhida em eleição e renovada a cada dois anos”, e que “mantêm-se com doações, contribuições financeiras, promoções, convênios, apoios de parceiros e aluguéis” (FERREIRA, 2019, p. 139). Assim, a pesquisa foi elaborada por meio do:

[...] estudo da contribuição da ludificação e da gamificação para a gestão de design dos projetos do NAS Design, buscando encontrar os conceitos, divergências, convergências e as relações dessas áreas com a abordagem sistêmica e o design de serviço, mediante observação em campo e coleta de dados por meio de diários de bordo, seminários, grupo focal e entrevista individual com os pesquisadores do NAS Design, os jovens aprendizes e a professora do Núcleo de Formação e Trabalho (NUFT) e com a professora do Centro de Educação Infantil CEIG (FERREIRA, 2019, p. 139).

Nas primeiras duas partes da pesquisa proposta por Ferreira (2019) – parte 1 (Explorar) e parte 2 (Coletar) – aplicou-se a técnica de observação participante. Na parte 1 (Explorar) foi utilizada a técnica de diário de bordo (CRESWELL, 2010) para fazer o diagnóstico, a definição da temática de pesquisa, a colocação dos problemas e a definição da hipótese de pesquisa. Na parte 2 (Coletar), a pesquisadora optou por utilizar a técnica de Seminário de Coleta de Dados *in loco* com os pesquisadores do núcleo de pesquisa em questão, em 2018 (FERREIRA, 2019).

Ainda, na parte 2 (Coletar) da pesquisa foram realizadas entrevistas individuais e em grupo, através de pautas. A entrevista individual estruturada foi feita via *e-mail* com a professora do CEIG, enquanto que, a entrevista presencial foi realizada com a equipe do projeto Anjo Verde, ambas aplicadas em 2018. Já, a entrevista em grupo, conhecida como *focus group*, foi conduzida pela pesquisadora, que atuou como moderadora. Nesta entrevista, o número de indivíduos envolvidos variou entre seis e 12 pessoas, a reunião teve duração entre uma e três horas, tendo sido realizada de forma presencial junto aos jovens aprendizes e a professora do NUFT, no ano de 2018 (FERREIRA, 2019).

Foi somente no mês de maio de 2018 que a pesquisadora e o professor orientador e coordenador do núcleo de pesquisa em questão estabeleceram que a pesquisa pertenceria ao projeto Anjo Verde, “por necessitar dos conhecimentos de gamificação e de ludificação. Após, foi realizado diversos seminários de pesquisa-ação com a equipe do NAS Design, nos quais a pesquisadora esteve presente nas duas reuniões iniciais e na visita ao campo de pesquisa” (FERREIRA, 2019, p. 143).

Após o seminário e o diagnóstico da situação, os participantes do Núcleo de pesquisa se juntaram para buscar a melhor solução para as adversidades identificadas. Desta forma, emergiram muitas oportunidades e possibilidades de projetos, ficando decidido que começariam com o projeto-piloto, voltado aos jovens com idades entre 14 e 24 anos do NUFT, que iriam elaborar materiais pedagógicos para crianças de seis anos de idade, pertencentes a uma das turmas do último ano do CEIG (FERREIRA, 2019).

O grupo que implementou o projeto foi formado pelo professor coordenador do núcleo de pesquisa, por três pesquisadores do NAS Design – instrutores intervenientes –, além da pesquisadora da dissertação – pesquisadora interveniente. Com relação aos atores da IDES Florianópolis que atuaram no projeto foram desde a “coordenadora, a auxiliar de coordenação e a professora pedagoga do CEIG, juntamente com a coordenadora, o orientador educacional e a educadora de sala do NUFT”. As ações foram decididas por meio de reuniões na sede da IDES, entre os atores da IDES e da equipe do NAS Design, que resultaram no mapeamento das atividades do NUFT (FERREIRA, 2019, p. 147). Portanto, o projeto-piloto objetivou:

[...] capacitar jovens aprendizes, quanto ao processo de design, para desenvolverem materiais socioeducativos que atendessem às necessidades de aprendizagem infantil, explorando a aplicação de ferramentas de design para melhorar a experiência da aprendizagem, com produtos adequados ao contexto dos alunos (FERREIRA, 2019, p. 149).

O projeto consistiu na capacitação de jovens, para que os mesmos elaborassem materiais com viés “socioeducativos direcionados às crianças de cinco a seis anos do CEIG, que necessitavam de ferramentas de desenvolvimento cognitivo e social, que atendessem às demandas de desenvolvimento infantil, mapeadas previamente por pedagogas da instituição” (FERREIRA, 2019, p. 149). Após decidirem sobre o objetivo e as metas do projeto-piloto, as atividades foram realizadas pelos membros do NAS Design junto aos jovens aprendizes e à educadora de sala do NUFT. A capacitação dos jovens demandou mais encontros do que o esperado, totalizando um número de sete encontros com duração de quatro horas cada um deles (FERREIRA, 2019), as Figuras 21 e 22 apresentam estes encontros:

Figura 21: Segundo e terceiro encontros de capacitação com os jovens aprendizes do NUFT



Fonte: NAS Design (2018)

Figura 22: Segundo e terceiro encontros de capacitação com os jovens aprendizes do NUFT



Fonte: Weber, Victoria e Figueiredo (2018, p. 8)

Antes da aplicação dos protótipos com as crianças do Projeto, os membros do Núcleo de pesquisa levaram estes protótipos até a professora pedagoga para que, assim, ela pudesse avaliá-los melhor. O parecer da professora foi positivo, ela relatou que gostou das propostas

elaboradas pelos jovens e considerou que as crianças iriam apreciá-los e que eles atendiam aos requisitos elencados inicialmente. A educadora sugeriu um modelo de dinâmica que consistia na organização e divisão dos grupos das crianças com mais ou menos conhecimento, de forma que a dinâmica fosse equilibrada (FERREIRA, 2019). A Figura 24 demonstra esta dinâmica.

Figura 23: Aplicação dos protótipos em contexto real



Fonte: Weber, Victoria e Figueiredo (2018, p. 8)

A partir da análise de documentos e de reuniões, a pesquisadora observou que “o processo instrucional dos alunos e o produto desenvolvido por eles possuíam características de ludificação e de gamificação”. Entretanto, que “a aplicação dessas estratégias instrucionais foi realizada sem a percepção da equipe de projeto e dos jovens aprendizes”. Depois dos protótipos terem sido aplicados em meio a um contexto real, ainda no ano de 2018, a equipe do NAS Design se reuniu e a pesquisadora realizou uma entrevista não estruturada com o intuito de investigar: “como surgiu a ideia dos jovens desenvolverem os objetos de aprendizagem direcionados para a ludificação e para a gamificação?” (FERREIRA, 2019, p. 153).

Os participantes do NAS Design disseram que estas áreas não foram expostas aos jovens do NUFT, e que “que a ideia de fazer os produtos direcionados para a ludificação e para a gamificação foi uma escolha e seleção instintiva dos jovens, pois essa forma de aprendizagem está implícita nesses jovens (geração que já nasceu no mundo dos jogos e da tecnologia)”. Pois, como os mesmos atuam em uma organização de tecnologia e elaboram aplicativos de jogos a escolha se deu por meio de suas próprias perspectivas ao buscarem recordar o que gostavam ou não, ou o que achavam divertido quando eram crianças (FERREIRA, 2019, p. 153).

Inclusive, neste seminário da pesquisa-ação, os membros do laboratório de pesquisa investigaram quais seriam as etapas seguintes e decidiram fazer um seminário de pesquisa-ação com viés de encerramento com os atores encarregados pelos núcleos da IDES. No entanto, antes de realizar o seminário foi necessário aprimorar os materiais, de acordo com as fichas de avaliação (FERREIRA, 2019).

No final, a equipe do Núcleo de pesquisa inferiu que o projeto-piloto de capacitação dos jovens aprendizes – para elaborarem “um objeto de aprendizagem para as crianças do CEIG” – teve um caráter experiencial produtivo, de alta relevância e passível de aplicação, demonstrando que os jovens estavam abertos a esta forma de capacitação e que se sentiram motivados com a integração com as crianças. A experiência do projeto foi validada, os objetivos e as metas propostos foram alcançados e o projeto auxiliou na percepção de falhas que poderiam ser aprimoradas em aplicações futuras, além de que, a observação participante também teve uma contribuição importante para a pesquisa (FERREIRA, 2019, p. 155).

Portanto, este tópico teve como propósito mostrar as propostas de cursos voltados às comunidades. Assim, após a apresentação dos mesmos é apresentado como realizar um estudo etnográfico e iconográfico em comunidades tradicionais.

2.6.7 Sugestão de como realizar um estudo etnográfico e iconográfico para aplicação em comunidades tradicionais

A pesquisa objetivou a consolidação da abordagem sistêmica da gestão de design de moda, visando o planejamento de um curso de representação gráfica visual de moda, direcionado às comunidades tradicionais. Assim, esta etapa do estudo apresenta exemplos que mostram como poderia ser realizado um estudo etnográfico e a identificação de elementos iconográficos de uma comunidade e como os mesmos poderiam ser transformados em fatores que promovam: o entendimento holístico sobre a valorização da cultura da raiz local; o empoderamento e; uma ação de empreendedorismo, com vista a gerar uma perspectiva de geração de renda, por meio da aplicação do conhecimento sobre o uso do desenho de representação. A ideia é expor como realizar o planejamento de um curso de representação gráfica visual de moda adaptado ao contexto de cada localidade.

O estudo de Ourives *et al.* (2018) realizou uma pesquisa sobre a história e a cultura do município de Chapadão do Lageado com relação aos seus colonizadores – portugueses, alemães, italianos –, e aos índios Xokleng e suas representações através de modelos

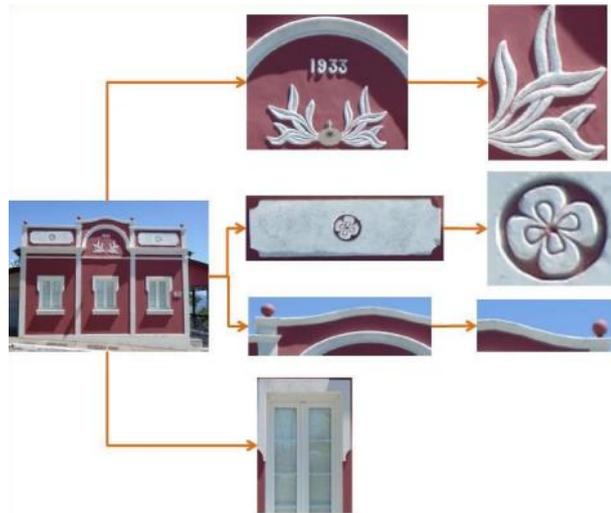
iconográficos aplicados ao design. A pesquisa buscou efetuar “um estudo iconográfico por meio de um estudo etnográfico da região do Alto Vale do Itajaí” com a intenção de promover “o resgate cultural de raiz, característico dos povos que habitaram essa área nos séculos XIX e XX, para aplicação em design através das oportunidades identificadas” (OURIVES *et al.*, 2018, p. 4).

O estudo recebeu apoio da Prefeitura do Município, do Núcleo de Abordagem Sistêmica do Design (NAS Design) da UFSC e pela Associação de Micro e Pequenas Empresas (AMPE) do Alto Vale. Desta forma, foi possível verificar “possibilidades de planejamento de aplicações no design de mobiliário a partir de um estudo etnográfico da região do Alto Vale do Itajaí, visando a agregação de valor cultural” (OURIVES *et al.*, 2018, p. 1).

Objetivou-se “fortalecer, resgatar e divulgar referências culturais do município de Chapadão do Lageado, por meio do design”. Assim, os ícones poderão ser usados como “padrões e elementos gráficos, formas, cores, etc., e irão fornecer à sociedade a mensagem cultural de raiz do local”. As imagens tidas como iconográficas “serão a representação simbólica dos povos mais antigos da região do Alto Vale conferindo-lhe identidade local e cultural” (OURIVES *et al.*, 2018, p. 2).

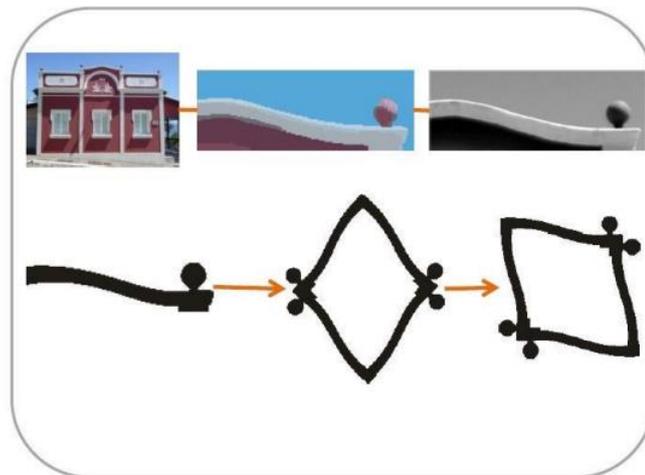
A pesquisa de Ourives *et al.* (2018, p. 2) baseou-se em Ourives *et al.* (2012), ou seja, no “estudo iconográfico do Ribeirão da Ilha para aplicação no design de joias, que teve como objetivo o estudo iconográfico por meio do resgate cultural característico da arquitetura barroca do Ribeirão da Ilha”. Portanto, por meio de pesquisas e fotos do local, foram realizados desde mapas morfológicos, conforme pode ser observado na Figura 24, contendo a decomposição das formas principais da arquitetura do local referido a painéis semânticos referenciais. Na sequência foi elaborado um mapa de ícones, que pode ser observado na Figura 25. E, por fim a concepção do: um anel, representada na Figura 26.

Figura 24: Mapa morfológico da arquitetura do Ribeirão da Ilha



Fonte: Ourives *et al.* (2012, p. 3)

Figura 25: Mapa de ícones



Fonte: Ourives *et al.* (2012, p. 3)

Figura 26: Resultado final do anel

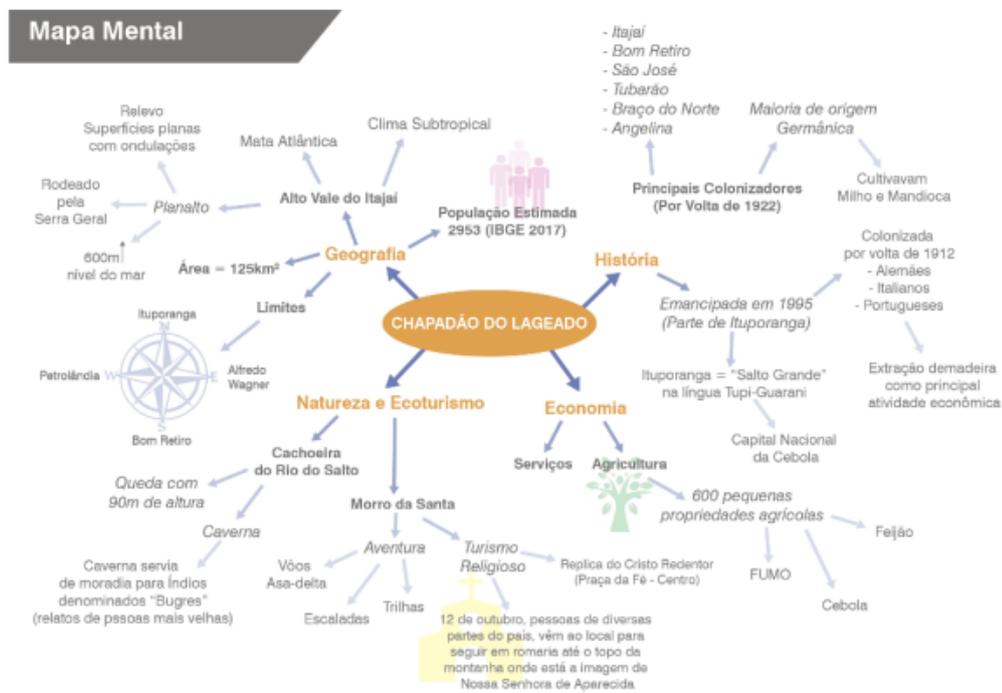


Fonte: Ourives *et al.* (2012, p. 4)

Assim, é possível afirmar que, por meio da pesquisa e da elaboração da forma, além das possibilidades de aplicações por meio dos elementos identificados e extraídos da cultura local, diversas áreas do design podem ser contempladas, como produtos, gráficos, dentre outras opções. Metodologicamente, a pesquisa aqui descrita adotou a abordagem qualitativa, descritiva e exploratória (OURIVES *et al.*, 2018).

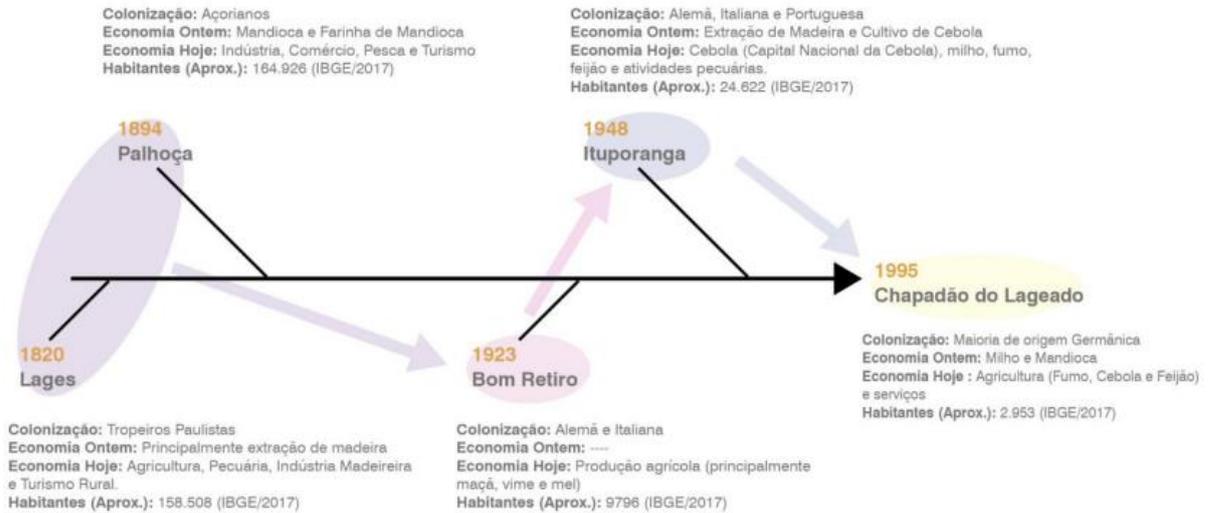
A parte prática da pesquisa foi realizada em quatro etapas. Na primeira, a pesquisa etnográfica iniciou pelo levantamento das informações e das fotografias, intentando registrar as referências que fossem características dos povos que habitaram a região do Alto Vale e que fossem capazes de expressar a sua identificação cultural visual de raiz. Esta etapa da pesquisa foi realizada em materiais físicos e digitais. A segunda etapa foi concretizada por meio da elaboração dos mapas mentais. Assim, a Figura 27 traz o mapa mental, a Figura 28 o diagrama de origem, as Figuras 29, 30, 31, 32 e 33 apresentam os painéis semânticos, que expõem as informações que foram analisadas, organizadas e estruturadas no estudo (OURIVES *et al.*, 2018).

Figura 27: Mapa mental



Fonte: Ourives *et al.* (2018, p. 6)

Figura 28: Diagrama da origem de Chapadão do Lageado



Fonte: Ourives *et al.* (2018, p. 6)

Figura 29: A semântica do brasão de Chapadão do Lageado

O Brasão do Município de Chapadão do Lageado foi criado em 31 de outubro de 1997.



Fonte: Ourives *et al.* (2018, p. 7)

Figura 33: Painel semântico portugues

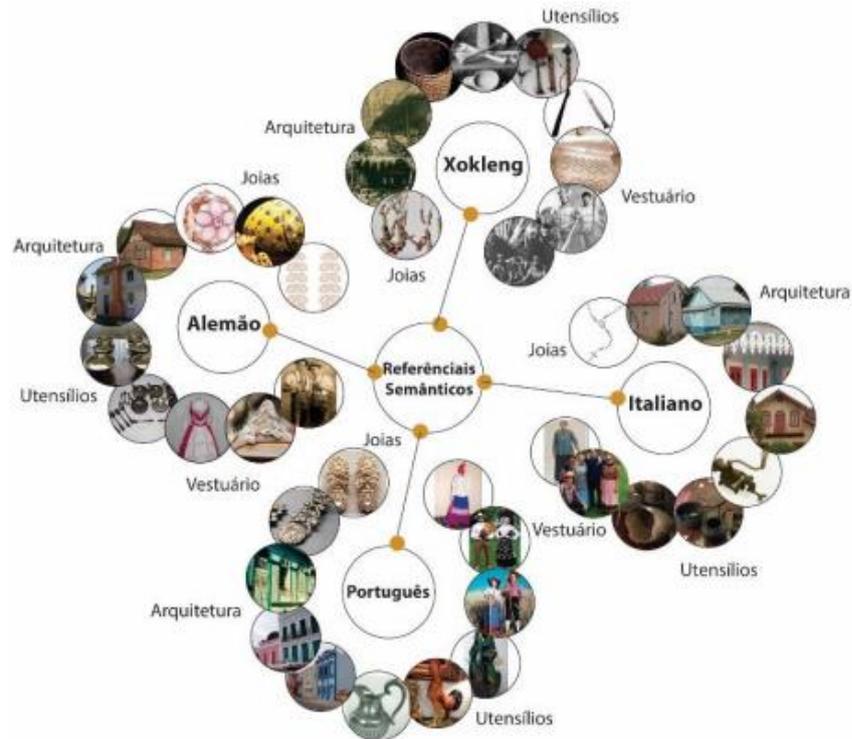


Fonte: Ourives *et al.* (2018, p. 9)

Segundo Ourives *et al.* (2018), os mapas morfológicos foram elaborados através da decomposição das formas selecionadas, tidas como relevantes de acordo com cada cenário e usadas como referencial característico dos povos que habitaram o Alto Vale e que pudessem comunicar a sua identificação cultural visual. Considerou-se a utilização dos mapas, como ferramenta própria para organizar o pensamento e aplicar os princípios dos mapas mentais, uma vez que estes podem auxiliar no processo de desenvolvimento de projetos de design.

Os painéis semânticos da cultura de raiz foram desenvolvidos a partir da intenção de complementar os mapas e de explorar as perspectivas de aplicações no design para ajudar na visualização, assim como, na conceituação dos produtos. Depois da construção destes painéis, foi criado um novo com o referencial semântico, a Figura 34, a fim de identificar um padrão recorrente dos aspectos formais (forma, cor ou composição), que combinassem com as semânticas extraídas do mapa conceitual, elaborado com base nas informações secundárias provenientes do local (OURIVES *et al.*, 2018).

Figura 34: Painel referencial semântico



Fonte: Ourives *et al.* (2018, p. 9)

Na terceira etapa foram desenvolvidos os ícones, com base nas informações da etapa anterior. Este processo foi definido por meio da abstração e composição das formas inspiradas no estilo denominado *Mono Crest*. Este estilo foi contemplado devido ao seu conceito característico de identidade, que preza pela valorização tanto da história como da cultura. Além disso, ele é minimalista, o que auxilia na produção dos ícones que serão concebidos nas próximas fases do projeto. Por fim, a última etapa concretizou os produtos elaborados por meio dos ícones inspirados no estilo *Mono Crest* (OURIVES *et al.*, 2018).

Ourives *et al.* (2018, p. 10) informa sobre a relevância do papel do design:

[...] torna-se necessário a partir de estratégias de design auxiliar as comunidades no que se refere à valorização de seus produtos por meio da consolidação destes e utilizando-os como fator de diferenciação e competitividade. Para a consolidação desses produtos utilizam-se, sobretudo as funções do design como fatores de diferenciação e convencimento do público-alvo. E é a partir da aparência, juntamente com as imagens utilizadas para transmitir certas sensações, é que se deseja despertar nos usuários as noções de procedência e origem do produto, da identificação geográfica, bem como de elementos estéticos locais (OURIVES *et al.*, 2018, p. 10).

Diante deste contexto, percebe-se as vantagens dos conhecimentos adquiridos em design para a percepção do público-alvo sobre o seu papel na concepção de artefatos inovadores e serviços que ainda não existem, o que impacta os âmbitos sociais, econômicos e ambientais da região, na qual esse público está inserido (OURIVES *et al.*, 2018).

Portanto, o estudo em questão consistiu na pesquisa sobre a história e a cultura do município de Chapadão do Lageado, que está situado na região do Alto Vale do Itajaí no Estado de Santa Catarina, e a sua representação através de “modelos iconográficos aplicados ao design, tanto como fator estratégico de diferenciação e competitividade” (OURIVES *et al.*, 2018, p. 14).

Ressalta-se que a metodologia do design utilizada tratou de três aspectos considerados estratégicos de diferenciação: (i) o estudo etnográfico com base no levantamento de informações e de fotografias, objetivando a identificação cultural visual de raiz; (ii) a utilização de mapas mentais e de painéis semânticos para que fosse possível analisar, organizar e estruturar essas informações por meio dos dados provenientes do mapa conceitual e do painel semântico e; (iii) a elaboração de ícones definidos através da abstração e composição das formas inspiradas no estilo *Mono Crest* (OURIVES *et al.*, 2018).

Logo, o estudo reuniu os aspectos culturais de uma localidade, os processos, os produtos e os serviços, o que lhe trouxe um diferencial que motiva o interesse por parte da sociedade, já que acrescenta valor cultural que poderá ser concebido por meio da utilização de ícones e imagens em produtos de design. Ainda, o projeto pretende futuramente criar produtos voltados à comercialização e por meio disso, conferir a valorização dos artefatos e a consolidação das referências culturais de raiz das localidades. Neste sentido, as imagens e as formas iconográficas serão o resultado de elementos que representavam os povos além da representação simbólica dos antecessores, trazendo-lhe identidade local e a cultural de raiz (OURIVES *et al.*, 2018).

Portanto, afirma-se que a pesquisa realizada por Ourives *et al.* (2018) contribuiu para o presente estudo, uma vez que os autores evidenciaram a relevância do estudo etnográfico e iconográfico em comunidades, que por meio do design, pode contribuir para a valorização dos produtos e o fortalecimento das referências culturais de raiz de certas localidades.

Desta forma, planeja-se aplicar essa proposta ao estudo da pesquisadora, que consiste no planejamento de um curso de representação gráfica visual de moda direcionado às comunidades tradicionais. Intenta-se utilizar a metodologia de design apresentada - o estudo etnográfico a partir de informações e fotografias para identificar a cultura visual de raiz, o uso de mapas mentais e painéis semânticos para gerenciar as informações através de dados do mapa conceitual e painel semântico e a elaboração de ícones por meio de abstração e composição de formas inspiradas no estilo *Mono Crest* – ao curso em questão visando que os alunos se expressem e se vejam representados pelo desenho.

Os temas percorridos até o momento contribuem para o alcance do objetivo geral, no sentido de que pela perspectiva da gestão de design e da abordagem sistêmica aliada à moda busca-se planejar um curso de capacitação utilizando o ensino de técnicas de representação gráfica visual de moda direcionado às comunidades tradicionais. No entanto, o objetivo do estudo será plenamente alcançado por meio da apresentação do curso em questão, no capítulo da Discussão dos Resultados.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

A partir deste momento será apresentado sobre a metodologia da pesquisa, em especial, a da pesquisa-ação.

3.1 PESQUISA-AÇÃO

A metodologia da pesquisa social, com ênfase especial à pesquisa-ação, é uma “linha de pesquisa associada a diversas formas de ação coletiva que é orientada em função da resolução de problemas ou de objetivos de transformação” (THIOLLENT, 2005, p. 13).

Já, “as expressões “pesquisa participante” e “pesquisa-ação” não podem ser consideradas como sinônimas”, pois, a “pesquisa-ação, além da participação, supõe uma forma de ação planejada de caráter social, educacional, técnico ou outro, que nem sempre se encontra em propostas de pesquisa participante” (THIOLLENT, 2005, p. 13).

Pode-se dizer que “as propostas de pesquisa alternativa (participante e ação) poderão vir a desempenhar um importante papel nos estudos e na aprendizagem dos pesquisadores e de todas as pessoas ou grupos implicados em situações problemáticas” (THIOLLENT, 2005, p. 14). Segundo o autor, um dos objetivos primordiais dessas propostas de pesquisas alternativas resume-se em:

Dar aos pesquisadores e grupos de participantes os meios de se tornarem capazes de responder com maior eficiência aos problemas da situação em que vivem, em particular sob forma de diretrizes de ação transformadora. Trata-se de facilitar a busca de soluções aos problemas reais para os quais os procedimentos convencionais têm pouco contribuído. Devido à urgência de tais problemas (educação, informação, práticas políticas etc.), os procedimentos a serem escolhidos devem obedecer a prioridades estabelecidas a partir de um diagnóstico da situação no qual os participantes tenham voz e vez (THIOLLENT, 2005, p. 14).

A pesquisa-ação, para Ferreira (2019, p. 133), “é um tipo de pesquisa social, com base empírica, que é associada a diversas formas de ação coletiva orientada em função da resolução de problemas ou de objetivos de transformação, no qual os pesquisadores e participantes estão envolvidos de modo cooperativo”. É evidenciado que o seu planejamento “é flexível e não segue uma série de etapas rigidamente ordenadas” (FERREIRA, 2019, p. 134).

Portanto, a pesquisa-ação seria “adequada ao enfoque macrossocial”, sendo somente considerada como “um instrumento de trabalho e de investigação com grupos, instituições, coletividades de pequeno ou médio porte” (THIOLLENT, 2005, p. 15). Ainda de acordo com o autor, as temáticas e as adversidades metodológicas expostas estão limitadas ao cenário do

estudo baseado no empirismo. Neste sentido, o autor comenta que não deseja menosprezar a pesquisa teórica, mas, que é necessário iniciar por uma direção ou outra e, por isso, foi escolhida a direção empírica, por meio da observação e da ação nos meios sociais determinados. Logo, mesmo que o lado empírico seja privilegiado, a pesquisa teórica não é deixada de lado, pois, sem ela a própria pesquisa empírica não teria sentido (THIOLENT, 2005).

A pesquisa pode ser qualificada como pesquisa-ação quando tiver “uma ação por parte das pessoas ou grupos implicados no problema sob observação” e é necessário que “a ação seja uma ação não trivial, o que quer dizer uma ação problemática merecendo uma investigação para ser elaborada e conduzida” (THIOLENT, 2011, p. 21). A pesquisa-ação possui um contexto favorável quando os pesquisadores não desejam limitar as suas investigações aos aspectos acadêmicos e burocráticos da maior parte dos estudos, ou seja, quando buscam realizar pesquisas nas quais os indivíduos envolvidos possuam o que dizer e o que fazer. Isso não se trataria de um levantamento de dados ou de relatórios com a finalidade de arquivamento. Assim, por meio da pesquisa-ação os pesquisadores podem atuar ativamente na realidade dos fatos que observam (THIOLENT, 2011).

Por isso, é preciso definir de forma precisa que “de um lado, qual é a ação, quais são os seus agentes, seus objetivos e obstáculos e, por outro lado, qual é a exigência de conhecimento a ser produzido em função dos problemas encontrados na ação ou entre os atores da situação” (THIOLENT, 2011, p. 22). Com relação ao panorama dinâmico da pesquisa-ação, esta é percebida como forma de experimentação:

A pesquisa-ação não deixa de ser uma forma de experimentação em situação real, na qual os pesquisadores intervêm conscientemente. Os participantes não são reduzidos a cobaias e desempenham um papel ativo. Além disso, na pesquisa em situação real, as variáveis não são isoláveis. Todas elas interferem no que está sendo observado. Apesar disso, trata-se de uma forma de experimentação na qual os indivíduos ou grupos mudam alguns aspectos da situação pelas ações que decidiram aplicar. Da observação e da avaliação dessas ações, e também pela evidenciação dos obstáculos encontrados no caminho, há um ganho de informação a ser captado e restituído como elemento de conhecimento (THIOLENT, 2011, p. 28).

A pesquisa-ação, como estratégia de pesquisa, pode ser compreendida como uma forma de:

[...] conceber e de organizar uma pesquisa social de finalidade prática e que esteja de acordo com as exigências próprias da ação e da participação dos atores da situação observada. Neste processo, a metodologia desempenha um papel de 'bússola' na atividade dos pesquisadores, esclarecendo cada uma das suas decisões por meio de alguns princípios de cientificidade (THIOLENT, 2011, p. 32).

Ferreira (2019, p. 134) evidencia que “a pesquisa-ação é um método ou uma estratégia de pesquisa que agrega vários métodos e técnicas de pesquisa social. Assim, possui técnicas para coletar e interpretar dados, resolver problemas, organizar ações, entre outras”.

Seguindo esta mesma perspectiva, a pesquisa-ação é considerada como um método ou estratégia de pesquisa que agrega diversos “métodos ou técnicas de pesquisa social, com os quais se estabelece uma estrutura coletiva, participativa e ativa ao nível da captação de informação” (THIOLENT, 2011, p. 32). A técnica tem um objetivo mais restrito do que o método, e durante a elaboração da pesquisa-ação, “os pesquisadores recorrem a métodos e técnicas de grupos para lidar com a dimensão coletiva e interativa da investigação e também técnicas de registro, de processamento e de exposição de resultados” (THIOLENT, 2011, p. 33).

3.1.1 Fase exploratória

A fase exploratória busca “descobrir o campo de pesquisa, os interessados e suas expectativas e estabelecer um primeiro levantamento (ou diagnóstico) da situação, dos problemas prioritários e de eventuais ações” (THIOLENT, 2011, p. 56). Nas primeiras interações com os envolvidos, os pesquisadores buscam reconhecer as expectativas, as adversidades, as particularidades da população e os demais aspectos que costumam pertencer ao “diagnóstico”. Simultaneamente, o grupo de pesquisa realiza a coleta das informações (THIOLENT, 2011).

A equipe determina a “estratégia metodológica e divide as tarefas consequentes: pesquisa teórica, pesquisa de campo, planejamento de ações, etc.”. Sendo que, a divisão das tarefas entre os pesquisadores não é definitiva, eles podem participar de todas elas, mas, as responsabilidades acabam sendo distribuídas, segundo as competências e afinidades dos envolvidos; aspectos que são coordenados no seminário (THIOLENT, 2011, p. 57).

3.1.2 O tema da pesquisa

Esta fase, o tema da pesquisa, consiste na “designação do problema prático e da área de conhecimento a serem abordados” (THIOLENT, 2011, p. 59). A temática deve ser determinada de forma simples e propor as adversidades e o foco que serão escolhidos. A materialização do tema e o desdobramento dele em problemas a serem pesquisados são feitos

por meio de uma discussão com os envolvidos. A definição deve ser precisa e sem ambiguidade, com relação à delimitação empírica e conceitual (THIOLLENT, 2011).

Segundo Thiollent (2011, p. 60), se ocorrer de uma primeira temática se mostrar inviável em curto prazo, sugere-se que seja delimitado um tema que seja alcançável dentro de um determinado prazo. Após selecionar a temática e os problemas iniciais, "os pesquisadores poderão enquadrá-los em um marco teórico mais amplo, de natureza teórica".

Nesta fase, entre os quadros teóricos é escolhido um marco que irá trazer um norte ao estudo. Além disso, os pesquisadores não conseguem aprender tudo somente pelo contato com as populações, eles necessitam possuir uma formação antecedente, que seja completa para poder definir o problema no decorrer da prática da pesquisa. Por isso, a pesquisa bibliográfica é requisitada e pode-se recorrer ao saber de especialistas (THIOLLENT, 2011). Ademais:

O tema deve interessar ao pesquisador e aos sujeitos investigados, para que todos desempenhem um papel eficiente no desenvolvimento da pesquisa, e também pode ser solicitado pelos atores da situação. Neste momento, é escolhido o marco teórico para nortear a pesquisa (FERREIRA, 2019, p. 136).

Portanto, a pesquisa não se limita aos aspectos práticos, não trata da ação pela ação. Ocorre a "mediação teórico-conceitual", que atua nas demais fases da elaboração do projeto (THIOLLENT, 2011).

3.1.3 A colocação de problemas

Ao se iniciar uma pesquisa, junto à definição das temáticas e dos objetivos é necessário identificar as principais adversidades a partir das quais a investigação se desenvolverá. Deve-se determinar uma problemática, na qual a temática determinada adquira um sentido. A problemática é tida como a determinação dos problemas que se deseja resolver em meio ao campo teórico e prático (THIOLLENT, 2011). Com relação à pesquisa-ação, "os problemas colocados são inicialmente de ordem prática. Trata-se de procurar soluções para se chegar a alcançar um objetivo ou realizar uma possível transformação dentro da situação observada" (THIOLLENT, 2011, p. 62).

Para que a realização de uma pesquisa seja justificada os problemas identificados não devem ser comuns. Nesta fase, demanda-se que seja testada ou discutida a relevância científica e prática do objeto de estudo para que, se for o caso, a pesquisa possa ser redirecionada ou suspensa (THIOLLENT, 2011).

3.1.4 O lugar da teoria

O projeto de pesquisa-ação necessita:

[...] ser articulado dentro de uma problemática com um quadro de referência teórica adaptado aos diferentes setores: educação, organização, comunicação, saúde, trabalho, moradia, vida política e sindical, lazer etc.. O papel da teoria consiste em gerar ideias hipóteses ou diretrizes para orientar a pesquisa e as interpretações (THIOLLENT, 2011, p. 64).

Assim, “no plano da organização prática da pesquisa, os pesquisadores devem ficar atentos para que a discussão teórica não desestimule e não afete os participantes que não dispõem de uma formação teórica”. Os elementos teóricos podem ser traduzidos ou adaptados para uma linguagem coloquial, a fim de conceder uma maior compreensão aos participantes. Bem como, não se devem elaborar teorias baseadas nas “informações alcançadas e coletivamente interpretadas no processo de pesquisa local”. A concepção de teorias não depende somente da informação coletada por meio de técnicas consideradas empíricas, a informação que for trazida ao seminário é interpretada por uma teoria (THIOLLENT, 2011, p. 64).

Portanto, por meio da execução “da etapa do referencial teórico da pesquisa, têm-se subsídios para a aplicação dos conceitos teóricos investigados e partir para a etapa de investigação no campo de observação.” Depois disso, as informações são trazidas “ao seminário e a estratégia que faz parte do método são interpretadas, conforme esta teoria, dando rigor científico à pesquisa” (FERREIRA, 2019, p. 136).

3.1.5 Hipóteses

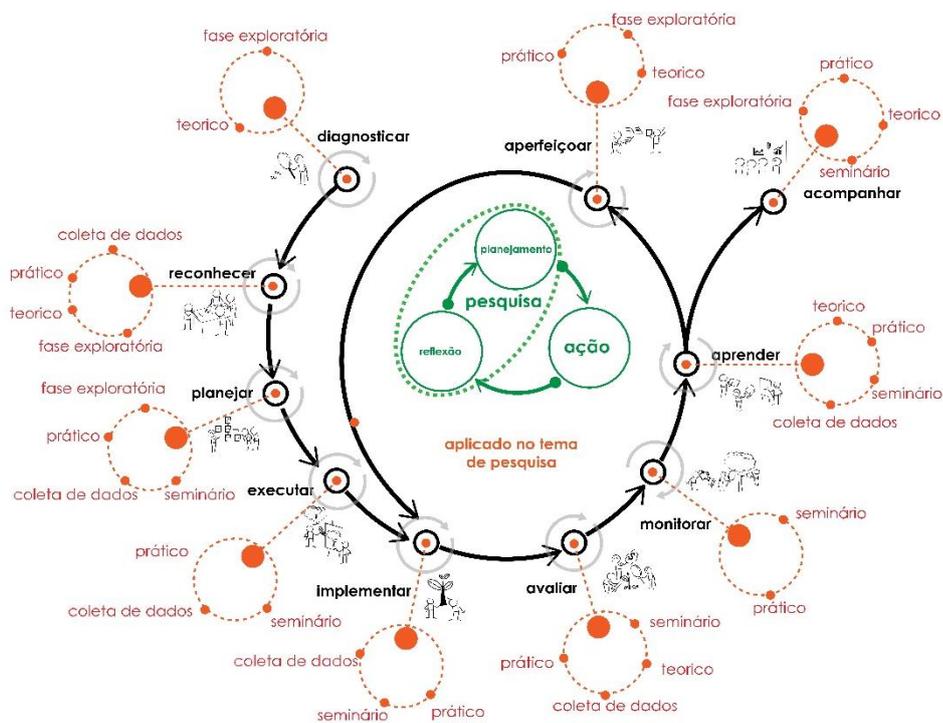
A hipótese é determinada como uma suposição pensada pelo pesquisador sobre as possibilidades de soluções que podem resolver um problema da pesquisa, especialmente, em nível de observação. Ela possui um papel determinante na organização da pesquisa: “a partir da sua formulação, o pesquisador identifica as informações necessárias, evita a dispersão, focaliza determinados segmentos do campo de observação, seleciona os dados etc.” (THIOLLENT, 2011, p. 65). A formulação das hipóteses irá depender de muitos fatores e a verificação das mesmas ocorrerá através da prática (THIOLLENT, 2011).

A respeito do que é esperado como resultado para esta pesquisa tem-se o próprio planejamento do curso de representação gráfica visual de moda, passível de ser aplicado em

comunidades tradicionais. Desta forma, a partir do planejamento que já suscita no curso de Desenho e Ilustração de Moda pelo MB Ilustra Moda, onde a autora do presente estudo atua como professora de desenho de moda autônoma, este será reelaborado com a finalidade de ser aplicado em diferentes de contextos de comunidades tradicionais – sem que ainda tenha sido realizada uma delimitação precisa do tipo ou contexto específico de comunidade tradicional – com base no referencial teórico apresentado, na metodologia da pesquisa definida – pesquisa-ação – e por meio da utilização de ferramentas adequadas.

Esta pesquisa se encontra nas seguintes etapas da pesquisa-ação: diagnosticar, reconhecer e planejar, de acordo com a Figura 36.

Figura 36: Diagrama das etapas da metodologia da pesquisa-ação do NAS Design

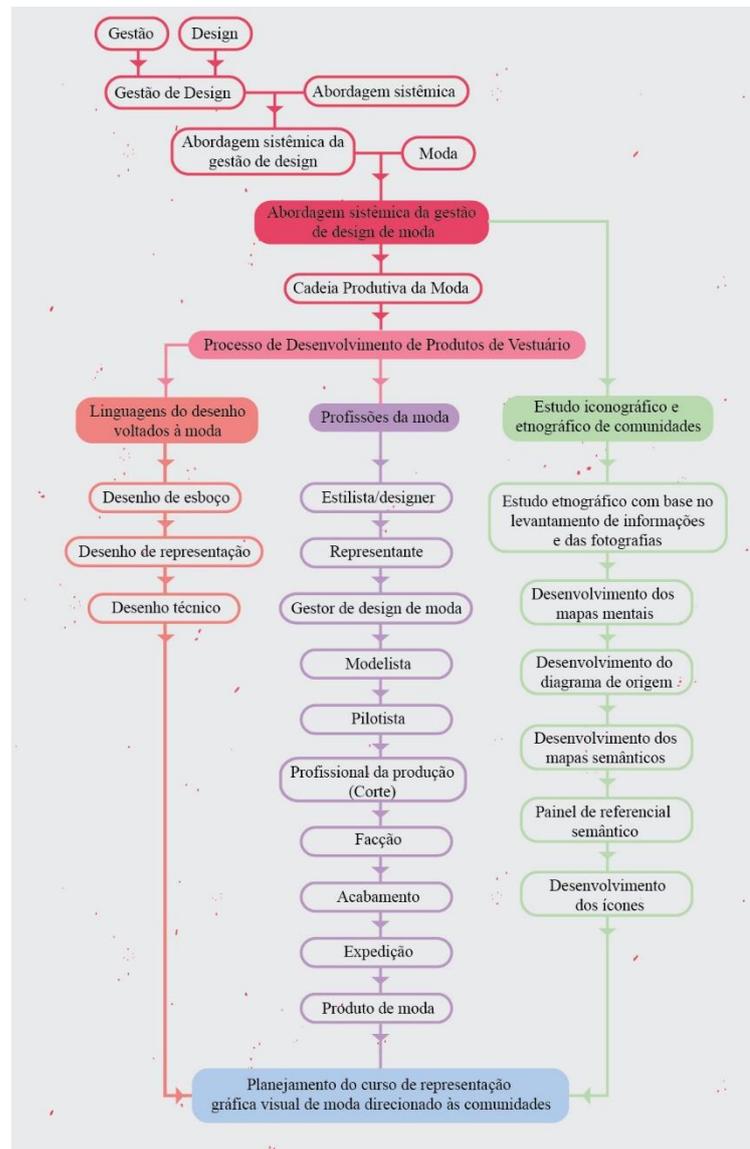


Fonte: NAS Design (2018)

4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Com base no referencial teórico dos capítulos apresentados, foi possível consolidar uma nova visão: a da abordagem sistêmica da gestão de design de moda, que visa o planejamento de um curso de representação gráfica visual de moda voltado às comunidades tradicionais. Assim, para trazer uma visão holística sobre o novo conceito determinado pela pesquisa foi elaborada uma representação gráfica visual que procurou demonstrar a relação entre as áreas e os conceitos abordados, como pode ser observado na Figura 37.

Figura 37: Diagrama do processo de consolidação da abordagem sistêmica da gestão de design de moda para o planejamento de um curso de representação gráfica visual de moda direcionado às comunidades tradicionais



Fonte: Autora com base em Bona *et al.* (2019), Ourives *et al.* (2018), Cietta (2017), Moretti e Braghini Junior (2017), Moretti (2012), Rech (2010; 2008) e Mendes, Sacomano e Fusco (2006) (2023)

O diagrama foi desenvolvido pela autora com base no referencial teórico apresentado, no entanto, foi fundamentado principalmente em Bona *et al.* (2019), Cietta (2017), Mendes, Sacomano e Fusco, (2006), Moretti (2012; 2017), Ourives *et al.* (2018) e Rech (2008; 2010). Ressalta-se que as cores que foram utilizadas buscaram representar as diferentes vertentes do estudo que se relacionaram a fim de cumprir com o objetivo do planejamento do curso de que se trata.

Deve-se ressaltar, ainda, que na figura elaborada foram demonstradas apenas algumas das profissões existentes na indústria da moda/vestuário e que as mesmas não seguem uma ordem linear de atuação, todavia aqui foram demonstradas desta maneira apenas com o intuito de apresentar visualmente certas atuações desse âmbito.

Com base em um dos objetivos específicos elencados – o de desenvolver diretrizes para gerar um curso de capacitação de representação gráfica visual de moda voltado às comunidades tradicionais – elaborou-se o diagrama das diretrizes sistêmicas para cumprir com o mesmo. Portanto, no que tange às diretrizes, trata-se de um pensamento estratégico que se dá pela fundamentação teórica.

Desta forma, o diagrama elaborado pela autora foi embasado nos níveis da gestão de design propostos a partir de Silva (2012, p. 40), fundada em Best (2009) e pode ser contemplado na Figura 38. Destaca-se que ele propõe a identificação dos níveis por números e cores na sequência respectiva: (1) o número um e a cor azul representam o nível estratégico (1); (2) o número dois e a cor roxa representam o nível tático; (3) o número três e a cor rosa representam o nível tático-operacional e; (4) (5) os números quatro e cinco representam ações em nível operacional.

Além disso, salienta-se aqui, que foi proposta a criação de um nível intermediário entre o nível tático e o operacional, ou seja, o nível tático-operacional (3). Devido ao fato de que se entende que a terceira diretriz idealizada está situada entre ambos os níveis e não possui uma definição exata. Inclusive, no diagrama, esse novo nível foi representado por uma linha pontilhada justamente com o intuito de mostrá-lo como sendo fluido. Ressalta-se que cada uma das diretrizes sistêmicas é abordada a seguir.

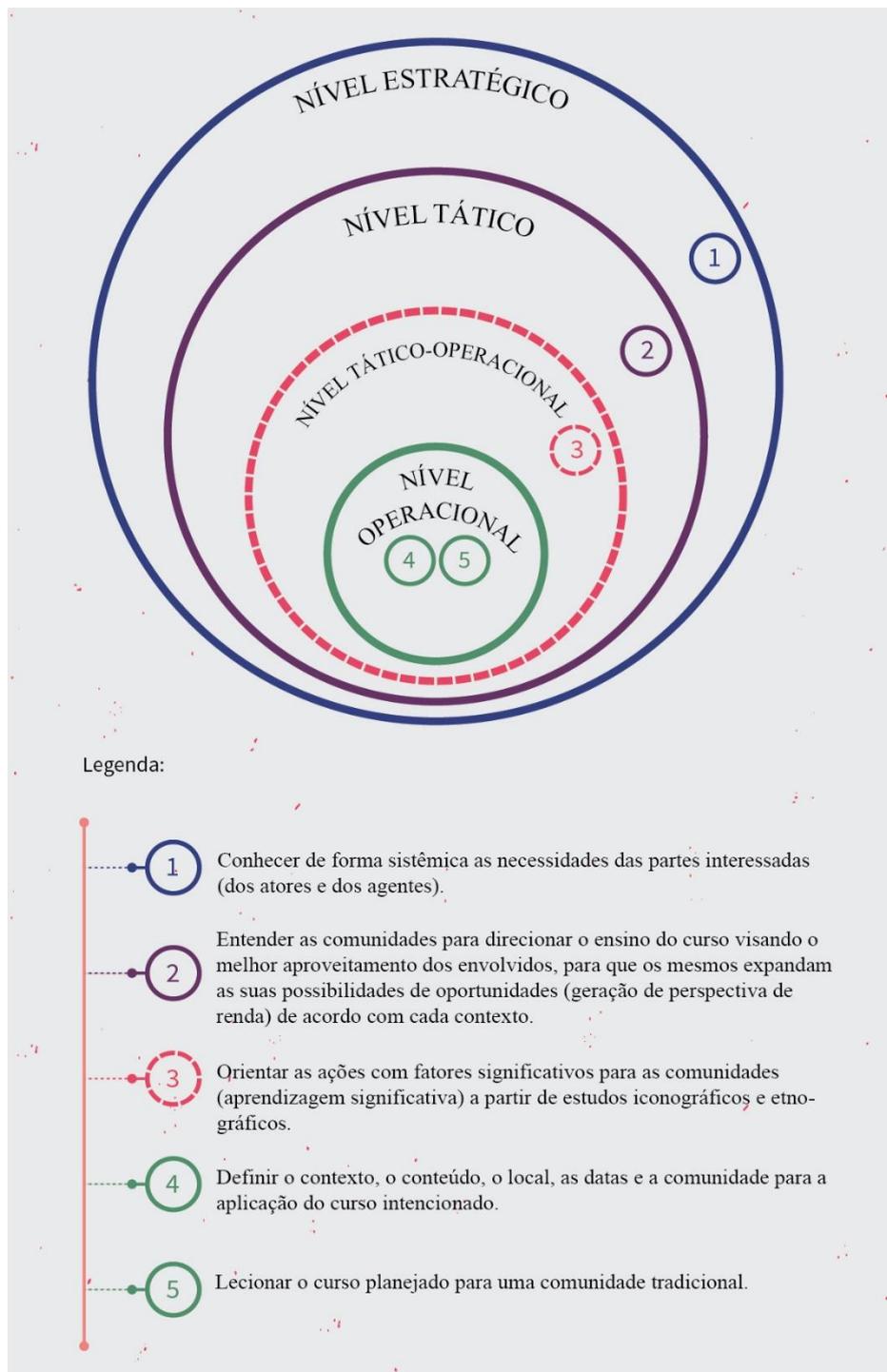
A primeira diretriz consiste em conhecer de forma sistêmica as necessidades das partes interessadas, tanto dos atores como dos agentes (1), em nível estratégico. A segunda diretriz procura entender as comunidades para direcionar o ensino do curso visando o melhor

aproveitamento dos envolvidos, com vistas a expandirem as suas possibilidades (geração de perspectiva de renda), de acordo com cada contexto (2), em nível tático.

É importante ressaltar que este estudo não foca somente no planejamento do curso de que se fala, além disso, trata de reforçar a expressão visual da comunidade, logo, como os atores envolvidos se expressam e desejam se ver representados. Sendo assim, busca-se ensinar técnicas de representação com diversidades étnicas para que a comunidade possa vir a obter empoderamento social por meio da sua representação e consiga se visualizar no contexto de moda/vestuário. Portanto, a intenção é trazer a representatividade real da comunidade, com perfis diversificados.

Já, a terceira diretriz busca orientar ações com fatores significativos para as comunidades tradicionais (aprendizagem significativa), a partir de estudos etnográficos e iconográficos (3), em nível tático-operacional. A quarta diretriz consiste na definição do contexto, do conteúdo, do local, das datas e da comunidade para a aplicação do curso intencionado (4), em nível operacional. Por fim, a quinta diretriz trata de lecionar o curso planejado para uma comunidade tradicional (5), sendo esta igualmente situada em nível operacional.

Figura 38: Diagrama das diretrizes da abordagem sistêmica da gestão de design de moda para o planejamento de um curso de representação gráfica visual de moda direcionado às comunidades tradicionais



Fonte: Autora adaptado de Silva (2012, p. 40), baseado em Best (2009) (2023)

4.1 APLICAÇÃO PRÁTICA DO CURSO DE REPRESENTAÇÃO GRÁFICA VISUAL DE MODA PARA UMA COMUNIDADE TRADICIONAL

A abordagem da quinta diretriz do diagrama é mais aprofundada, pois trata da aplicação do curso de representação gráfica visual de moda para uma comunidade tradicional (5). Neste sentido, o conteúdo e o cronograma do curso, a ser ministrado para a comunidade fundamentou-se no curso de Desenho e Ilustração de Moda do MB Ilustra Moda, elaborado pela autora a partir de suas vivências e dos estudos realizados por Roig *et al.* (2018), Bryant (2012), Loomis (2011a; 2011b), Hagen (2005), Riegelman (2003) e Drudi e Paci (2001). Este cronograma pode ser conferido na Figura 39 – e na sugestão de como realizar os estudos iconográficos e etnográficos da comunidade. Assim, acredita-se que é possível compreender o contexto da comunidade contemplada com o curso, bem como fazer as adaptações necessárias para atender diferentes realidades sociais, de etnias, de gêneros, entre outros.

O curso será reelaborado com o intuito de ser aplicado nos cenários das comunidades tradicionais, embora ainda não tenha ocorrido a delimitação precisa sobre o tipo de comunidade tradicional. A Figura 39 apresenta o cronograma do curso de Desenho e Ilustração de Moda dos segmentos feminino, adolescente, infantil e masculino do MB Ilustra Moda, que contém uma proposta de ensino-aprendizagem completa.

Figura 39: Cronograma completo das aulas do curso de Desenho e Ilustração de Moda dos segmentos feminino, adolescente, infantil e masculino do MB Ilustra Moda

CRONOGRAMA COMPLETO DAS AULAS DO CURSO DO FEMININO, TEEN, INFANTIL E MASCULINO

UNIDADE 1 - FEMININO

Aula 1 – Introdução ao corpo humano e construção da figura básica do feminino de 8 e 9 cabeças

Aula 2 e 3 – Construção da figura básica do feminino de 10 cabeças, de costas, poses iniciais e diferenciadas e sombreamento com lápis grafite e esfuminho

Aula 4 – Construção dos elementos do rosto de frente, $\frac{3}{4}$ e de perfil (boca, nariz, olhos, orelhas e sobrancelhas) e introdução à proporção do rosto de frente

Aula 5 – Construção do rosto de $\frac{3}{4}$ e de perfil

Aula 6 – Cabelos

Aula 7 – Mãos, pés e pés com calçados

Aula 8 – Panejamento 1 – como vestir seu croqui e introdução sobre os tipos de dobras

Aula 9 – Panejamento 2 - como vestir seu croqui

Aula 10 e 11 – Introdução sobre círculo cromático, técnicas de ilustração e texturas (tricô, xadrez, listras, pied-de-poule, espinha-de-peixe, listras, poás, estampa animal print - leopardo, zebra, tigre, girafa - e de camuflagem e pêlos)

UNIDADE 2

Aula 12 – Técnica de Ilustração I – Lápis de cor

Aula 13 – Técnica de Ilustração II – Marcador e blender

Aula 14 – Técnica de Ilustração III – Aquarela

Aula 15 – Técnica de Ilustração I – Lápis de cor aquarelável

Aula 16 – Técnica de Ilustração IV – Giz pastel seco

Aula 17 – Técnica de Ilustração IV – Giz pastel oleoso

Aula 18 – Técnica de Ilustração V – Tinta gouache

Aula 19 – Técnica de Ilustração VI – Tinta nanquim e caneta nanquim

Aula 20 – Técnica de Ilustração VII - Tinta acrílica

UNIDADE 3

Aula 19 – Construção da figura básica do teen de 8, $7\frac{1}{2}$ e 7 cabeças

Aulas 20 – Construção da figura básica do infantil de $6\frac{1}{2}$, 6, 5, $4\frac{1}{2}$ e 4 cabeças

Aula 21 e 22 – Poses iniciais e diferenciadas do teen e sombreamento com lápis grafite e esfuminho

Aula 23 e 24 – Poses iniciais e diferenciadas do infantil e sombreamento com lápis grafite e esfuminho

Aula 25 – Construção dos elementos do rosto de frente, $\frac{3}{4}$ e de perfil (boca, nariz, olhos, orelhas e sobrancelhas)

Aula 26 – Introdução à proporção do rosto de frente e de perfil do infantil das idades de até 1 ano, 2 a 4 anos, 5 a 8 anos

Aula 27 – Introdução à proporção do rosto de frente e de perfil do teen das idades de 8 a 12 anos e 13 a 18 anos

Aula 28 – Construção do rosto de $\frac{3}{4}$ do teen e infantil

Aula 29 – Cabelos

Aula 30 – Mãos, pés e pés com calçados do teen e infantil

UNIDADE 4

Aula 31 – Construção da figura básica do masculino de 8 e 9 cabeças

Aulas 32 e 33 – Construção da figura básica do masculino de 10 cabeças, de costas, poses iniciais e diferenciadas e sombreamento com lápis grafite e esfuminho

Aula 34 – Construção dos elementos do rosto de frente, $\frac{3}{4}$ e de perfil (boca, nariz, olhos, orelhas e sobrancelhas) e construção do rosto de frente do masculino

Aula 35 – Construção do rosto de $\frac{3}{4}$ e de perfil do masculino

Aula 36 – Cabelos

Aula 37 – Mãos, pés e pés com calçados do masculino

Fonte: Autora (2020)

Portanto, a partir da proposta do curso de Desenho e Ilustração de Moda do MB Ilustra Moda planejou-se um curso de representação gráfica visual de moda para ser aplicado em comunidades tradicionais, com um cronograma mais enxuto e direcionado ao ensino e aprendizagem do segmento feminino e de certas técnicas de pintura.

Entretanto, deve-se ressaltar que o curso inicialmente idealizado pode ser remodelado de acordo com cada contexto. Além disso, caso os alunos demonstrem interesse em aprender a desenhar outro segmento ou conteúdos não abordados, será possível repensar o cronograma para atender a eventual demanda.

Logo, com base na ementa do curso de Desenho e Ilustração de Moda do MB Ilustra Moda, que consiste em “lecionar conceitos básicos para conferir habilidades de representação gráfica visual na moda/vestuário” e na abordagem sistêmica da gestão de design de moda, pode-se observar uma proposta incipiente do curso de representação gráfica visual de moda a ser lecionado em comunidades tradicionais, conforme se verifica na Figura 40. Assim, apresenta-se uma proposta do curso, que por estar situado em nível operacional é representado com a cor verde e os números que vão de um à 13 simbolizam o cronograma de aulas com os respectivos assuntos a serem abordados nas mesmas.

Figura 40: Diagrama do curso de representação gráfica visual de moda planejado para ser ministrado em comunidades tradicionais

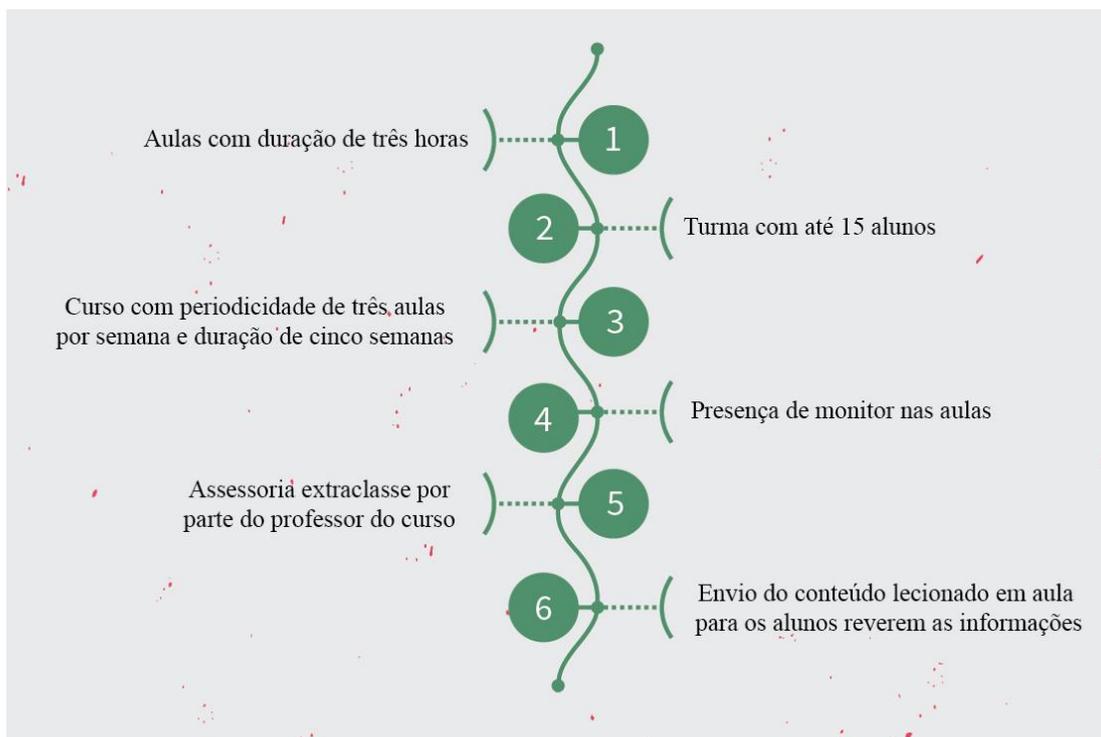


Fonte: Autora (2023)

Com relação às especificações sobre o funcionamento do curso de representação gráfica visual de moda a ser lecionado em comunidades tradicionais, apresenta-se a Figura 41 que contém seis itens importantes: (1) o período de aula pode ser estendido no máximo três horas; (2) a turma do curso será composta por até 15 integrantes; (3) o curso pode ter um periodicidade de três aulas por semana, o que totaliza cinco semanas; (4) sugere-se a presença

de um monitor de desenho, graduado em Design de Moda ou Moda, ou seja, um ilustrador ou estilista que domine as técnicas de desenho para auxiliar os alunos; (5) assessoria extraclasse por parte do professor do curso; e (6) a disponibilização do conteúdo lecionado em aula para os alunos, para que possam rever as informações, caso necessário.

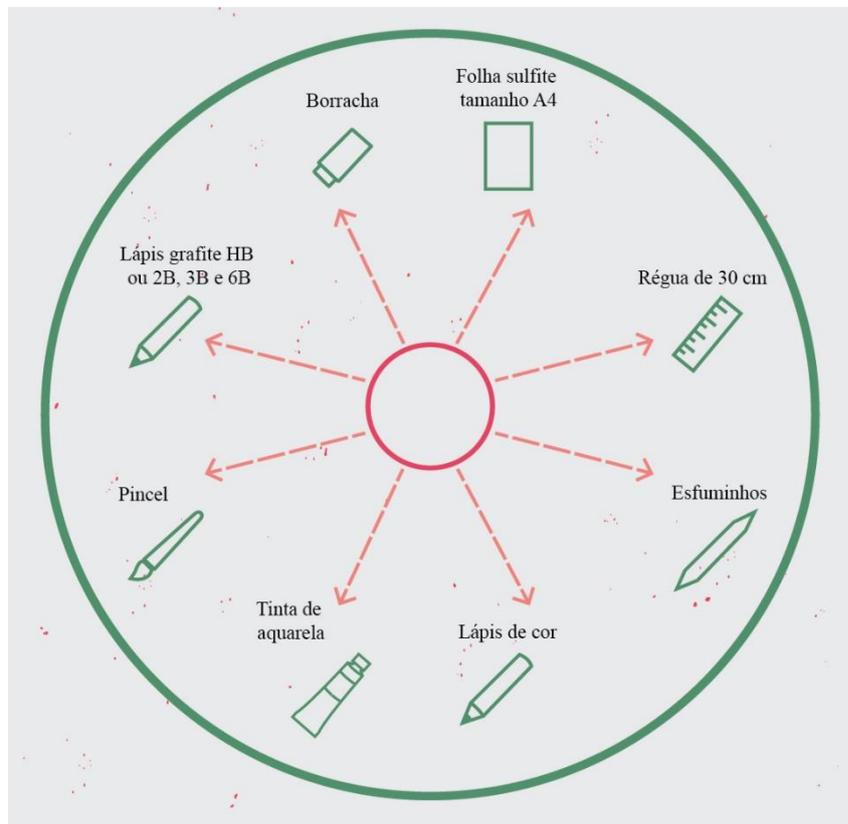
Figura 41: Diagrama das especificações do curso de representação gráfica visual de moda



Fonte: Autora (2023)

Para que os alunos do curso desenvolvam as atividades de desenho propostas precisarão dos materiais constantes na Figura 42 - lápis grafite HB ou 2B, 3B e 6B; borracha; folhas sulfite; régua de 30 cm; esfuminhos; lápis de cor; tinta de aquarela; e pincel. Ademais, é imprescindível pensar nas particularidades de cada comunidade tradicional, o que prevê modificações na lista de materiais, com o fim de tornar a experiência mais agradável aos alunos.

Figura 42: Diagrama dos materiais do curso de representação gráfica visual de moda para ser lecionado às comunidades tradicionais



Fonte: Autora (2023)

Na sequência da presente dissertação de mestrado aprofunda-se a proposta do curso de representação gráfica visual de moda para uma comunidade tradicional, inclusive no tocante aos objetivos de cada aula e aos resultados esperados dos alunos participantes do curso, além da apresentação dos conteúdos e dos diagramas elaborados.

4.1.1 Aula 1 – Introdução sobre o corpo humano e construção da figura básica feminina de nove cabeças vista de frente

O objetivo desta aula é introduzir os conceitos iniciais sobre o corpo humano e a construção de uma figura básica feminina de nove cabeças vista de frente, sendo esta figura primordial, considerando-se que a partir do aprendizado desta figura poderão ser empregadas algumas variações. Assim, espera-se que os alunos adquiram habilidades para representar o corpo, segundo as regras de proporção e as noções básicas sobre as suas características.

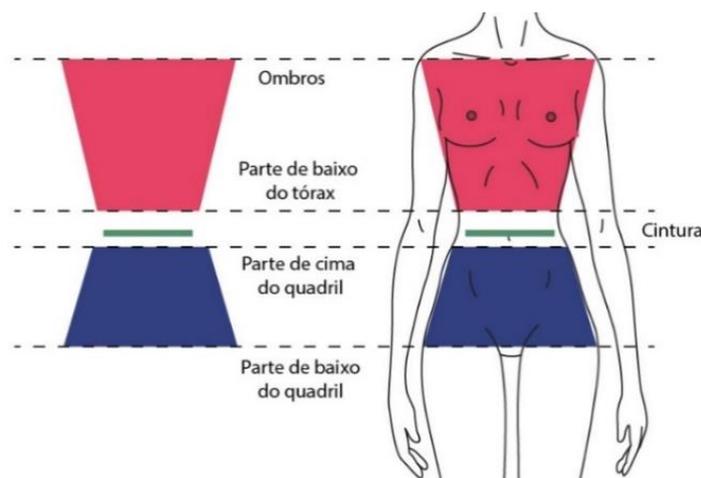
Praticamente, todas as poses de moda têm o mesmo objetivo: apresentar as peças de vestuário. Logo, os modelos não podem estar deitados ou curvados e sim em uma posição que não cubra a vestimenta, ou seja, a pose em pé, com os membros posicionados de forma a não cobrir os detalhes da peça (HAGEN, 2005, tradução nossa).

Conforme a moda se transforma, as poses e as proporções das figuras se alteram. Há proporções de altura diferentes para estas figuras, mede-se em comprimentos de cabeça. A menor figura possui nove cabeças e a maior figura possui quinze cabeças de altura, sendo que esta é usada na representação das roupas de noite (HAGEN, 2005, tradução nossa). A escolha pela representação da proporção de oito, nove ou dez cabeças é uma decisão pessoal (BRYANT, 2012).

De acordo com Hagen (2005) e Bryant (2012), existem diversas possibilidades de proporções. Para esta primeira aula, mais especificamente, optou-se pela utilização da proporção de nove cabeças, pelo fato desta ser muito usada por estudantes, professores e profissionais da área, para a representação gráfica visual de moda.

Segundo Bryant (2012), facilita a aprendizagem do desenho, a familiarização do aluno com o formato de papel padrão. Entende-se a construção desta figura ao decompô-la em figuras geométricas simplificadas: o tronco deve ser dividido em duas partes - tórax e quadril -, representados pelos trapézios rosa e azul, respectivamente, sendo que a cintura situa-se entre estas formas. A Figura 43 demonstra este esquema.

Figura 43: Figura básica feminina de nove cabeças



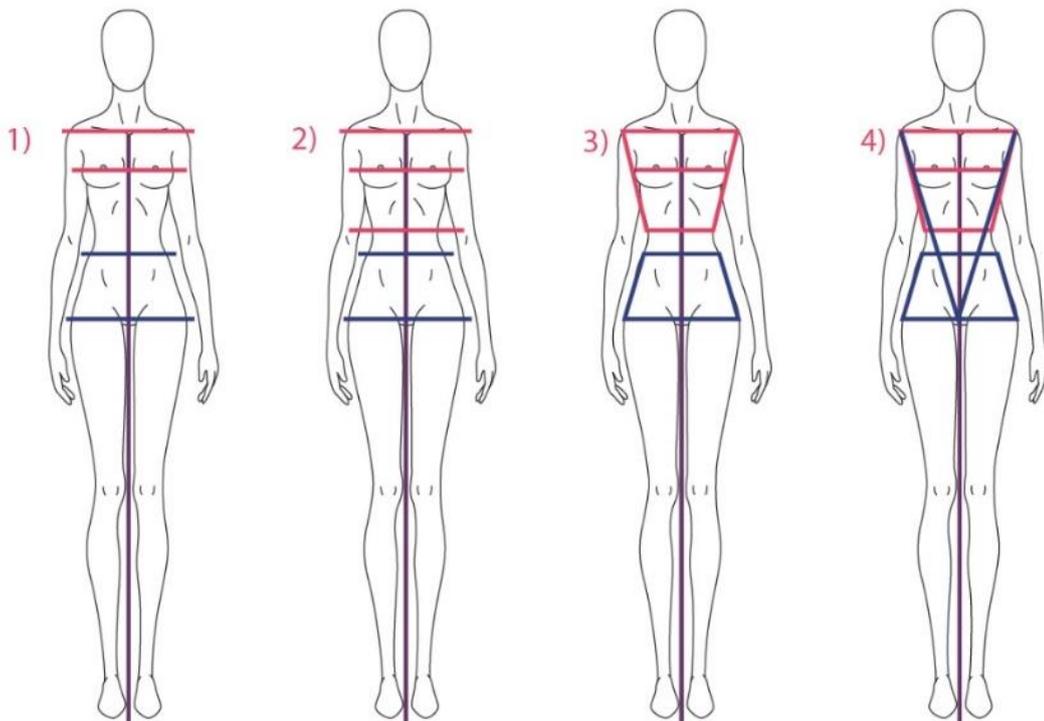
Fonte: Autora (2023), adaptado de Bryant (2012)

A Figura 43, baseada em Bryant (2012), demonstra a representação do tronco da figura básica feminina. O passo a passo da sua construção pode ser verificado na Figura 44. Desta

forma, as linhas paralelas na cor rosa representam as linhas do ombro e do busto (1) e a parte de baixo o tórax (2). Assim, deve-se interligar a linha do ombro à parte de baixo do tórax para formar o trapézio do tórax (3).

Seguindo a mesma perspectiva do tórax, as linhas paralelas na cor azul – que representam a parte de cima e de baixo do quadril (1) (2) - devem ser unidas para formar o trapézio do quadril (3). Já, o triângulo retratado na cor azul (4) inspirou-se em Drudi e Paci (2001) e a sua marcação pode ser opcional. Destaca-se que a linha na cor roxa, que atravessa o corpo, é chamada de linha de equilíbrio, que “é de natureza estrutural, sempre reta e perpendicular ao plano do solo” (1) (BRYANT, 2012, p. 40).

Figura 44: Figura básica feminina de nove cabeças



Fonte: Autora (2023), com base em Bryant (2012) e Drudi e Paci (2001)

A partir de Bryant (2012), Loomis (2011b), Hagen (2005), Riegelman (2003) – principalmente – e Drudi e Paci (2001) embasou-se esta aula e foi desenvolvida a Figura 45, que traz a construção da figura básica feminina de nove cabeças vista de frente.

Bryant (2012, p. 38) explica que “em desenho de moda, para o corpo estar proporcional, o comprimento da cabeça é usado como medida”. Por isso, deve-se definir a altura da cabeça e traçar as linhas horizontais com a medida escolhida, até alcançar o comprimento

desejado para o corpo, sendo neste caso o de nove cabeças. Depois, a cabeça precisa ser desenhada no formato oval entre as linhas zero e um (RIEGELMAN, 2003, tradução nossa).

O próximo passo consiste em desenhar o pescoço, que fica na altura entre a primeira e a segunda cabeça, sendo ele mais fino que a cabeça. Para definir a largura dos ombros desta figura, usa-se a medida da altura da cabeça e do pescoço - uma cabeça e meia - e vira-se de lado. Além disso, a linha do ombro deve ser desenhada acima da base do pescoço e os mamilos na altura da segunda cabeça (RIEGELMAN, 2003, tradução nossa).

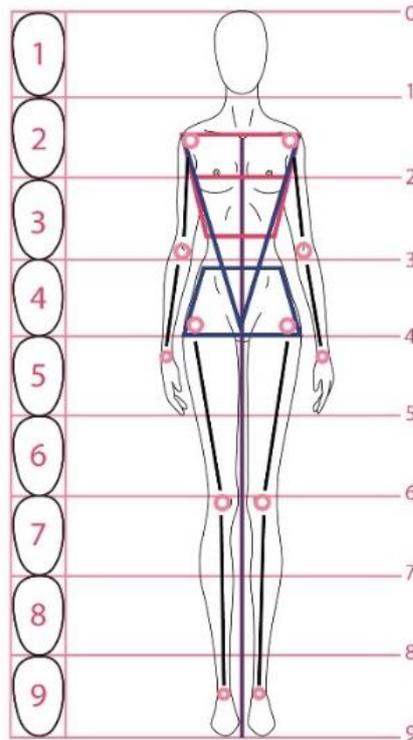
O comprimento do tórax chega até acima da altura da terceira cabeça (BRYANT, 2012), sendo a cintura marcada na altura da terceira cabeça e desenhada com três quartos da largura da cabeça (BRYANT, 2012; RIEGELMAN, 2003, tradução nossa). No entanto, a sua largura pode ser adaptada de acordo com o gosto pessoal (RIEGELMAN, 2003, tradução nossa). Aqui, optou-se por marcar a cintura com a largura de uma cabeça.

Na sequência deve ser marcado o ílio, que é o ponto no topo da pelve, na altura de um quarto da terceira cabeça, ou seja, logo abaixo da cintura. Já, o quadril localiza-se na altura da quarta cabeça e tem a mesma largura que os ombros. A virilha deve ser marcada na altura de um quarto da quarta cabeça no centro das pernas (RIEGELMAN, 2003, tradução nossa). Neste caso, optou-se por marcar a virilha um pouco acima da medida sugerida.

As articulações dos joelhos devem ser marcadas na altura da sexta cabeça. As panturrilhas iniciam-se na metade da altura da sétima cabeça e vão até os tornozelos, que podem ser situados na altura da nona cabeça ou acima desta medida (RIEGELMAN, 2003, tradução nossa). Entretanto, os joelhos foram marcados levemente abaixo da altura da sexta cabeça e os tornozelos um pouco acima da altura da nona cabeça.

As articulações dos cotovelos devem ser marcadas na altura da terceira cabeça e as dos pulsos na altura da quarta cabeça. Com relação à proporção do braço: o braço superior possui a medida de uma cabeça e meia e o antebraço possui a medida de uma cabeça apenas (RIEGELMAN, 2003, tradução nossa). No entanto, definem-se as articulações dos pulsos levemente abaixo desta medida. Logo, é necessário unir estas esferas - as articulações - em linhas, formar os trapézios do tórax e quadril e demarcar o triângulo conforme inspirado em Drudi e Paci (2001).

Figura 45: Figura básica feminina de nove cabeças vista de frente

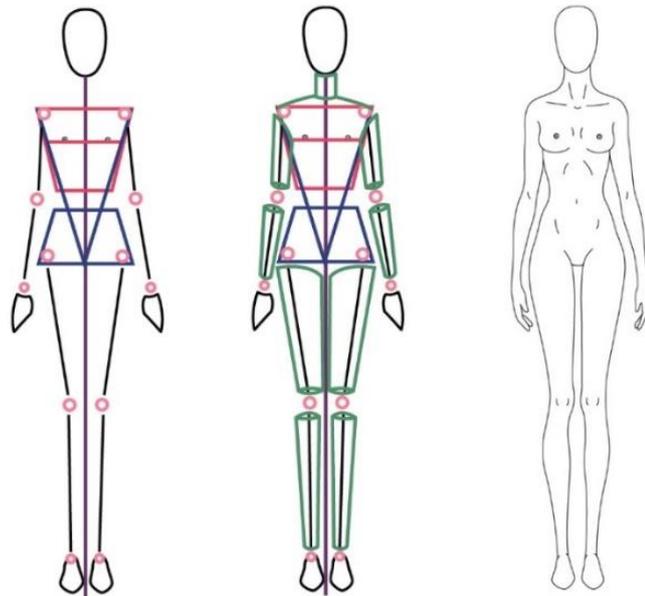


Fonte: Autora (2023), com base em Bryant (2012), Loomis (2011b), Hagen (2005), Riegelman (2003) e Drudi e Paci (2001)

Após, a marcação das articulações, linhas e trapézios da figura, seguindo os autores que embasaram a aula, deve-se representar as formas geométricas simples, o que remete ao manequim articulado. Quando se utiliza um guia de proporção como base, desenha-se as formas da figura, considerando a ordem e a localização no espaço - de acordo com a altura do olhar (BRYANT, 2012, p. 38).

Assim, devem ser traçados os cilindros que retratam os membros do corpo – na cor verde -, por exemplo, o pescoço, o braço superior, o antebraço, as coxas e as panturrilhas. Para que, então, estes sejam levemente apagados, para a definição das curvas e das características finais do corpo. O passo a passo da construção desta figura feminina pode ser visualizado na Figura 46.

Figura 46: Passo a passo da construção da figura básica feminina de nove cabeças vista de frente



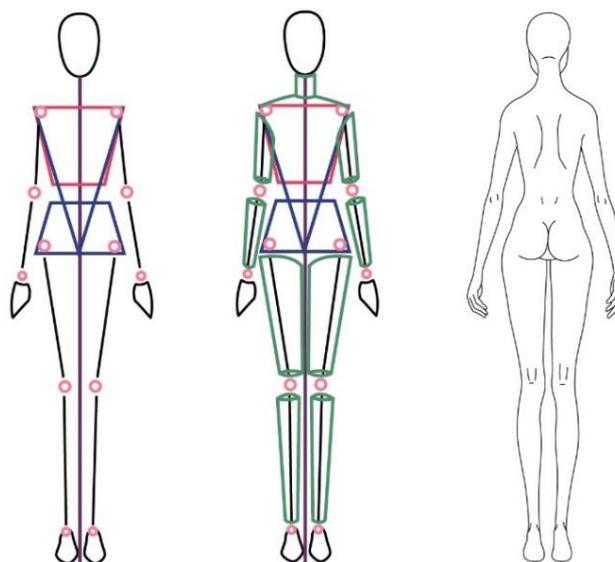
Fonte: Autora (2023), com base em Bryant (2012), Loomis (2011b), Hagen (2005), Riegelman (2003) e Drudi e Paci (2001)

4.1.2 Aula 2 – Construção da figura básica feminina de nove cabeças vista de costas

Esta aula objetiva apresentar aos alunos do curso a construção de uma figura básica feminina de nove cabeças vista de costas, sendo considerada essencial a aquisição deste conhecimento específico, pois a partir da aprendizagem desta pose podem ser realizadas variações. Com relação aos resultados, espera-se que os alunos adquiram habilidades para representar a figura de que se trata, de forma que a proporção e a demarcação das características do corpo fiquem coerentes.

Esta aula fundamentou-se em Bryant (2012), Loomis (2011b), Hagen (2005) e Riegelman (2003), sendo que os mesmos contribuíram para a elaboração da Figura 47, que por sua vez traz a construção de uma figura básica feminina de nove cabeças vista de costas. Sugere-se seguir o mesmo processo de construção da figura com vista frontal até o passo da marcação dos cilindros do corpo. Todavia, na vista de costas a marcação das características do corpo difere, por exemplo, onde a virilha estaria localizada, na realidade, deve-se inserir as nádegas.

Figura 47: Passo a passo da construção da figura básica feminina de nove cabeças vista de costas



Fonte: Autora (2023), com base em Bryant (2012), Loomis (2011b), Hagen (2005) e Riegelman (2003)

4.1.3 Aula 3 – Construção da figura de quadril alto de nove cabeças vista de frente

Esta aula, que consiste na introdução da construção de uma figura de quadril alto de nove cabeças vista de frente, ela pode ser considerada essencial para a expansão das habilidades de desenho dos alunos do curso, no que se refere à representação de poses variadas, que vão além da frontal e costas. Assim, sobre os resultados, espera-se que os alunos consigam desenhar poses diferentes com o devido movimento e proporção.

A fim de se obter uma sensação de movimento em poses simples, uma pose primária que possui uma perna que carrega o peso do corpo é frequentemente utilizada, assim, ela costuma ter um ombro alto e um quadril alto com inclinação oposta (HAGEN, 2005, tradução nossa). Na pose de quadril alto ou contraposto, o peso do corpo fica sobre uma das pernas e as inclinações dos ombros e dos quadris seguem rumos contrários, direcionando o corpo à perna que sustenta o peso do corpo (BRYANT, 2012).

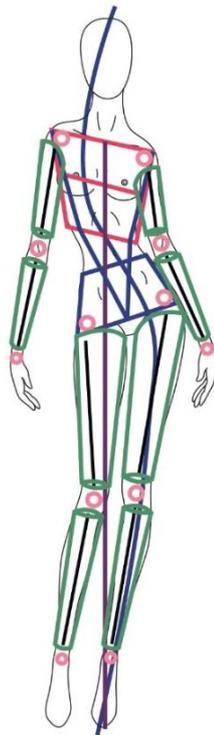
Portanto, o tórax se inclina de forma contrária à pelve, ou seja, este movimento configura uma curva em S (HAGEN, 2005, tradução nossa). Logo, “a insinuação da curva em S, que acomoda as variações do peso do corpo, vai dar ritmo à versão final do seu desenho” (BRYANT, 2012, p. 48). Desta forma, percebe-se a importância da demarcação desta curva, que ocorre em poses de quadril alto.

Assim, deve-se seguir as regras do contraposto: a linha do centro da frente do corpo tende a se deslocar para a perna que sustenta o peso, a cabeça fica situada acima do pé da perna que estiver carregando o peso do corpo, as formas se contrapõem para equilibrar a figura, sendo que a perna que carrega o peso do corpo fica reta e os joelhos seguem a inclinação dos quadris (BRYANT, 2012).

Delinear as formas geométricas pode auxiliar a compreender o movimento do corpo e a elaborar poses variadas. As formas geométricas devem ser desenhadas, adaptando-as à proporção e considerando que a disposição delas esteja coerente com as regras definidas pelo contraposto (BRYANT, 2012).

Bryant (2012), Loomis (2011b), Hagen (2005), Riegelman (2003) e Drudi e Paci (2001) fundamentaram esta aula, bem como a criação da Figura 48, que apresenta a construção de uma pose de quadril alto de nove cabeças vista de frente. Deste modo, retratou-se: as articulações na cor rosa claro ligadas por linhas na cor preta; o trapézio do tórax na cor rosa escuro; o trapézio do quadril na cor azul; os cilindros dos membros do corpo na cor verde; o triângulo na cor azul; a linha de equilíbrio na cor roxa e a curva em S na cor azul.

Figura 48: Figura de quadril alto de nove cabeças vista de frente



Fonte: Autora (2023), com base em Bryant (2012), Loomis (2011b), Hagen (2005), Riegelman (2003) e Drudi e Paci (2001)

4.1.4 Aula 4 – Introdução às técnicas de pintura de lápis grafite e esfuminho

O objetivo desta aula é introduzir técnicas de pintura de lápis grafite e de esfuminho. Acredita-se que iniciar pela técnica do lápis grafite seja importante, uma vez que, segundo Roig *et al.* (2018), ela pode permitir ao criador controlar a linha, apagá-la e desenhá-la, conforme desejar. Assim, espera-se que os alunos adquiram habilidades para realizar o sombreamento com lápis grafite e esfuminho em formas básicas, na figura de moda, no vestuário e consigam aplicar estes conhecimentos no uso das outras técnicas de pintura.

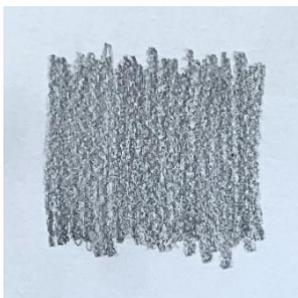
Roig *et al.* (2018) fundamentaram esta aula, bem como a apresentação de figuras. Existem diversos exercícios relevantes na obra dos autores referenciados, no entanto com a intenção de não alongar demasiadamente a narrativa, este estudo traz exemplos de atividades consideradas primordiais para o desenvolvimento do processo de ensino e aprendizagem dos alunos do curso.

O desenho com grafite alcança grande popularidade entre os estudantes e os profissionais de Arte, devido a sua permanência e simplicidade de manejo, quando comparado a outros procedimentos. É um meio “imediato, versátil e sensível”, próprio para fazer um rascunho veloz ou um projeto detalhado. Ele é “quebradiço, oleoso e macio ao tato. É encontrado em várias apresentações: barras, lápis, minas e pó. Pode-se desenhar com grafite em quase todas as superfícies, e sua natureza oleosa torna-o bastante permanente” (ROIG *et al.*, 2018, p. 12).

O esfuminho é um canudo de papel esponjoso que possui duas pontas usadas com a função de friccionar e fundir, fechando os poros do papel, conferindo uniformidade para o *grisê* e um efeito difuso no desenho. Destaca-se que ao fundir os traços enfatiza-se o volume da figura e suavizam-se as mudanças entre as luzes e as sombras (ROIG *et al.*, 2018).

A forma da ponta e a posição do grafite referente ao papel são fatores imprescindíveis no controle da qualidade dos traços, podendo-se obter diversos resultados ao se desenhar com a ponta afilada, com ela gasta ou com máxima inclinação (ROIG *et al.*, 2018). A Figura 49 apresenta o traço básico, *grisê*, que consiste na oscilação rítmica do punho (ROIG *et al.*, 2018).

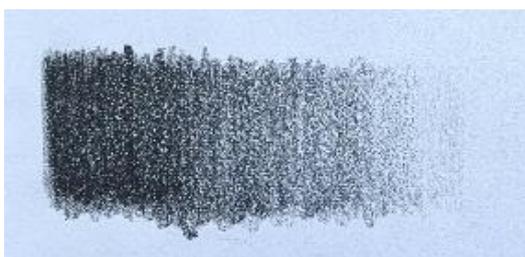
Figura 49: *Grisê* realizado com lápis grafite



Fonte: Autora (2023), adaptado de Roig *et al.* (2018)

Já, a Figura 50 traz o *dégradé*, que consiste em uma “transição suave de um tom claro para um escuro ou vice-versa”. Assim, no sombreado devem aparecer ordenados os valores tonais da gama, sem que haja saltos de tons (ROIG *et al.*, 2018, p. 138). Portanto, consegue-se o *dégradé* por meio do *grisê*.

Figura 50: *Dégradé* realizado com lápis grafite



Fonte: Autora (2023), adaptado de Roig *et al.* (2018)

Em seguida, a Figura 51 traz um exercício de *dégradé* realizado com lápis grafite e esfuminho. Logo, percebe-se que a utilização do esfuminho em hachuras ou *dégradés* confere uma suavização dos tons do desenho (ROIG *et al.*, 2018) e, conseqüentemente, um prolongamento do *grisê*.

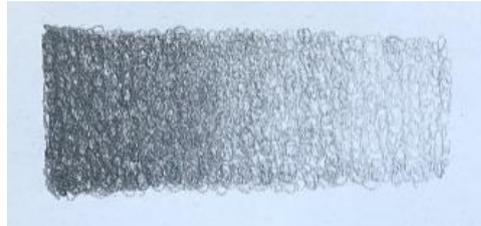
Figura 51: *Dégradé* realizado com lápis grafite e esfuminho



Fonte: Autora (2023), adaptado de Roig *et al.* (2018)

A Figura 52 traz o *grisê* com volutas, que é um tipo de sombreado que tende a ser feito com pequenos círculos ou volutas em espiral. Logo, para consegui-lo devem ser feitos círculos com o lápis e regular a pressão, o que propicia a criação de *grisês* homogêneos, sem saltos de tom (ROIG *et al.*, 2018). Sugere-se que, na representação gráfica visual de moda ele seja usado para retratar a textura de uma peça de vestuário ou os cabelos de uma figura feminina, por exemplo, dentre outras possibilidades existentes.

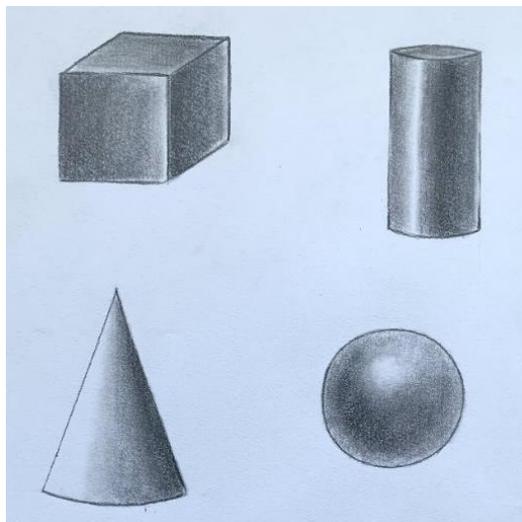
Figura 52: *Grisê* com volutas realizado com lápis grafite



Fonte: Autora (2023), adaptado de Roig *et al.* (2018)

Roig *et al.* (2018, p. 146) afirmam que “para o principiante é instrutivo começar modelando figuras volumétricas simples e realizar com elas exercícios de valorização tonal e modelado, com base em sombreados de grafite”. Ressalta-se que os valores tonais “são as diferentes intensidades de um mesmo tom que clareiam ou escurecem um objeto desenhado e sombreado” (ROIG *et al.*, 2018, p. 144). Já, o modelado, refere-se a dar “corpo e presença ao motivo” (ROIG *et al.*, 2018, p. 146). A Figura 53 apresenta um exercício com formas básicas sombreadas com aplicação de esfuminho.

Figura 53: Formas básicas sombreadas com aplicação de lápis grafite e esfuminho



Fonte: Autora (2023), adaptado de Roig *et al.* (2018) e Loomis (2011b)

4.1.5 Aula 5 – Construção dos elementos do rosto vistos de frente

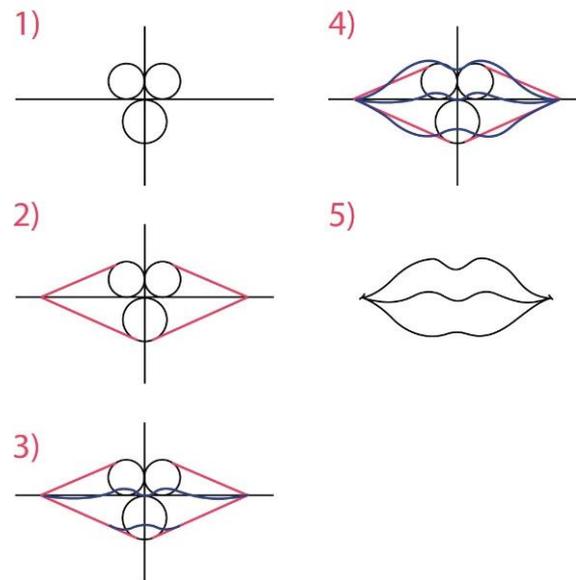
O objetivo desta aula consiste em introduzir a construção dos elementos do rosto vistos de frente - boca, nariz, olhos, orelhas e sobrancelhas -, que são essenciais na composição da face. Almeja-se que os alunos consigam aplicar os conceitos aprendidos nesta aula, de acordo com as regras de proporção. Primeiramente, aborda-se a boca.

A mecânica da boca ocorre da seguinte forma: a mandíbula de cima está fixada em relação com o restante do rosto, assim, todos os movimentos acontecem no maxilar de baixo. A caída do maxilar de baixo pode aumentar em até dois centímetros o comprimento do rosto. No momento em que os dentes de cima e de baixo estiverem afastados deve-se soltar o queixo proporcionalmente (LOOMIS, 2011a, tradução nossa).

A boca “é composta por duas partes móveis, o lábio superior menor e mais largo e o lábio inferior maior e mais carnudo” (DRUDI; PACI, 2001, p. 34). Este elemento é considerado a “parte mais sensual e expressiva do rosto”, usada “como acessório da roupa, revelando humor e atitude” (RIEGELMAN, 2003, p. 50, tradução nossa). As bocas possuem diferentes tamanhos e formas (HAGEN, 2005, tradução nossa) e no desenho de moda costumam ser representadas fechadas (BRYANT, 2012).

Assim, a partir de Bryant (2012), Loomis (2011a), Hagen (2005), Riegelman (2003) - principalmente – e Drudi e Paci (2001), foi elaborada a Figura 54 com a intenção de apresentar o passo a passo da construção da boca. Desenha-se uma linha horizontal com dois círculos, um menor acima da linha e outro maior abaixo desta, também é necessário desenhar uma linha vertical para representar o centro da boca (1). Depois, define-se a largura da boca - representada pela cor rosa - (2) e, por fim, devem ser feitas as curvas, que conferem o volume da boca, elas são retratadas pela cor azul (3) (4). Em seguida, os círculos e as linhas podem ser apagados para que o formato final da boca seja visualizado (5).

Figura 54: Passo a passo da construção da boca vista de frente

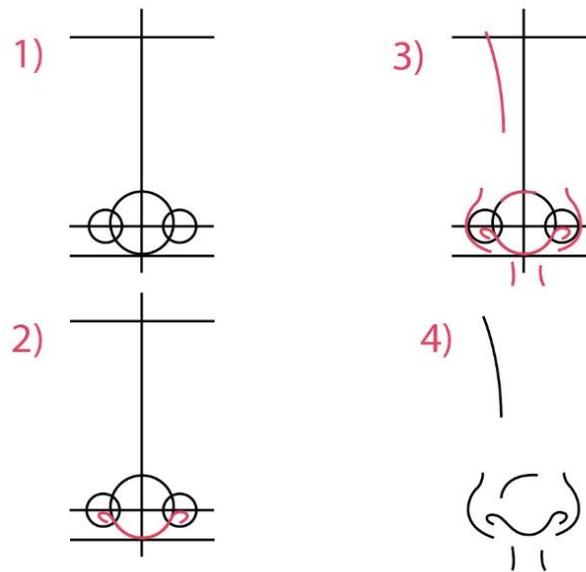


Fonte: Autora (2023), com base em Bryant (2012), Loomis (2011a), Hagen (2005), Riegelman (2003) e Drudi e Paci (2001)

O nariz é a característica do corpo mais proeminente, podendo conferir um visual decisivo no desenho (DRUDI; PACI, 2001, tradução nossa). Na representação gráfica visual de moda, o nariz pode ser representado de forma elaborada ou com duas narinas, mal demarcadas (HAGEN, 2005, tradução nossa), podendo ter a sua forma afetada pelo ponto de vista de onde desenhada. O nariz varia em forma, mas, não na construção básica. As narinas devem ser inseridas na linha do nariz até a das orelhas (LOOMIS, 2011a, tradução nossa).

A partir dos autores já referenciados, sobretudo Drudi e Paci (2001), elaborou-se a Figura 55, com a intenção de apresentar a construção do nariz. Assim, para este elemento é necessário desenhar três linhas horizontais paralelas entre si; duas delas para representar a base de baixo do nariz e outra acima para representar a base de cima do nariz. Além disso, necessita-se desenhar uma linha vertical para representar o centro do nariz e fazer um círculo na intersecção das linhas horizontal e vertical, depois é preciso marcar outros dois círculos menores, circundando o círculo maior (1). Em seguida, representam-se as narinas (2) e os contornos do nariz (3) para que, então, os círculos e as linhas possam ser apagados para conferir o formato final do nariz (4).

Figura 55: Passo a passo da construção do nariz visto de frente



Fonte: Autora (2023), com base em Bryant (2012), Loomis (2011a), Hagen (2005), Riegelman (2003) e Drudi e Paci (2001)

Já, os olhos expressam a emoção do rosto (RIEGELMAN, 2003, tradução nossa; DRUDI; PACI, 2001, tradução nossa), assumindo várias expressões capazes de comunicar sentimentos. Dentre as demais características da face, são os mais relevantes. Sendo assim, inadmissível desenhar desenhos de moda sem representar os olhos (DRUDI; PACI, 2001, tradução nossa).

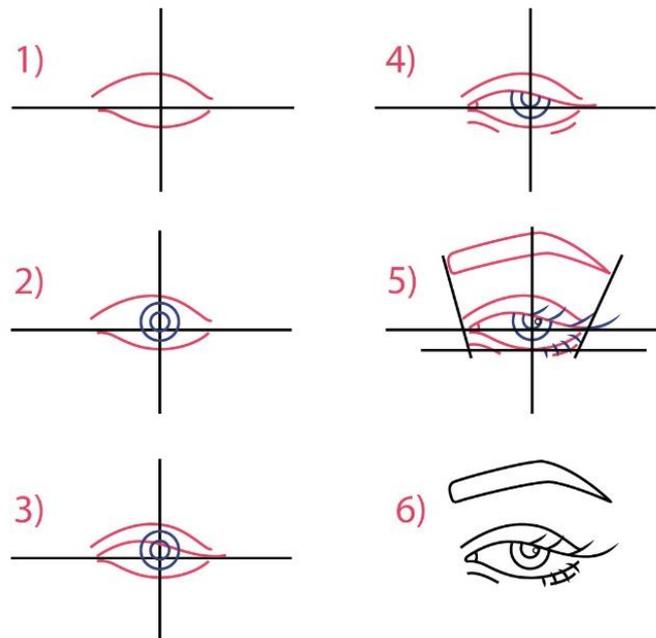
O olho é formado pelo globo ocular, no qual se encontra a íris e a pupila. Ele é projetado por meio das pálpebras, em que a superior é mais grossa e larga e a inferior é mais fina (DRUDI; PACI, 2001, tradução nossa). A íris é a parte colorida do olho, enquanto que, a pupila é um círculo escuro que tende a se expandir e contrair, dependendo da incidência de luz, por fim, o ducto lacrimal é um canto interno do olho (HAGEN, 2005, tradução nossa).

Seguindo esta mesma perspectiva, as pálpebras são afetadas pela esfericidade do globo ocular. Vê-se mais de um quarto do globo ocular entre as pálpebras, mas a sua curva é evidente nas pálpebras, por isso, deve-se fazer com que elas pareçam estar na superfície arredondada. As pálpebras operam de maneira similar aos lábios (LOOMIS, 2011a, tradução nossa).

Os cílios e as sobrancelhas são complementos importantes aos olhos, podendo lhes proporcionar profundidade (DRUDI; PACI, 2001, tradução nossa). No caso da moda, ela costuma dar enfoque e aumentar os olhos, apesar do tamanho variar, conforme o estilo do artista (BRYANT, 2012).

Segundo os autores supracitados, desenvolveu-se a Figura 56 com o intuito de mostrar a construção do olho. Desenha-se uma linha horizontal e outra vertical para posicionar o olho e um motivo que aparenta ter o formato de uma folha (1); um círculo maior - que representa a íris - e um círculo menor - que representa a pupila (2) e a pálpebra, que transpassa a íris e a pupila (3). No entanto, é necessário eliminar as partes dos círculos da íris e da pupila em que a pálpebra superior cobre o olho, além de, representar a pálpebra da parte de baixo do olho e o seu canal lacrimal (4). Logo, necessita-se retratar os cílios - que partem das pálpebras - e a sobrancelha, esta que pode ser desenhada com uma leve curva e seguir as linhas inclinadas (5), conforme indicam Drudi e Paci (2001).

Figura 56: Passo a passo da construção dos olhos vistos de frente



Fonte: Autora (2023), com base em Bryant (2012), Loomis (2011a), Hagen (2005), Riegelman (2003) e Drudi e Paci (2001)

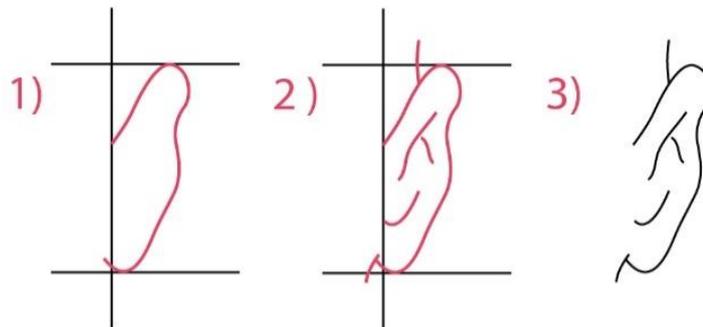
O aspecto das orelhas é afetado pelo ponto de vista de onde são desenhadas. Elas variam em forma, mas não na construção básica (LOOMIS, 2011a, tradução nossa). As orelhas são tidas como conchas, belas formas que se envolvem entre si (HAGEN, 2005, tradução nossa), sendo importante movê-las com o eixo da cabeça (RIEGELMAN, 2003, tradução nossa). Ainda, sobre a orelha:

Externamente, a orelha tem a forma de uma concha ou de uma grande letra C. Estruturalmente é constituída por uma borda externa chamada hélice e uma interna chamada antélix, uma característica inferior mais suave na parte inferior, o lobo, uma protusão que protege o interior da orelha, o trago, o tubérculo, um pequeno inchaço

na curva da hélice e finalmente a concha da aurícula (DRUDI; PACI, 2001, p. 32, tradução nossa).

De acordo com os autores referenciados, principalmente Hagen (2005), elaborou-se a Figura 57, intencionando apresentar a construção da orelha. Para iniciar o desenho, deve-se marcar: duas linhas horizontais paralelas entre si para representar a base de baixo e de cima da orelha, respectivamente, e uma linha vertical. Com isso, faz-se o contorno que retrata a orelha, tocando estas linhas (1), em seguida, são adicionadas as características internas da orelha (2) e apagadas as linhas vertical e horizontal, para conferir a visualização final da orelha (3).

Figura 57: Passo a passo da construção da orelha vista de frente



Fonte: Autora (2023), com base em Bryant (2012), Loomis (2011a), Hagen (2005), Riegelman (2003) e Drudi e Paci (2001)

4.1.6 Aula 6 – Introdução à proporção do rosto visto de frente

Esta aula objetiva introduzir a percepção sobre a proporção do rosto visto de frente, pois se acredita que é fundamental que uma figura básica de moda tenha um rosto. Logo, almeja-se que os alunos consigam representá-lo. Possivelmente, em razão da identidade de uma pessoa estar relacionada ao rosto, o desenho da cabeça ganha relevância. A forma como se retrata os rostos varia segundo a elaboração do conceito, aliás, o rosto precisa refletir um público-alvo determinado. Apesar de apresentar variações e ter movimentos constantes, existem noções básicas que podem auxiliar a sustentar uma proporção consistente (BRYANT, 2012).

Bryant (2012) e Loomis (2011a) fundamentaram esta aula e contribuíram para o desenvolvimento da Figura 58, que teve como fim apresentar o passo a passo da construção do rosto, que ocorre da seguinte forma: o crânio é similar a uma bola e para representá-la como uma esfera sólida deve-se determinar um eixo e a partir dele os centros. Logo, através dos centros divide-se a bola em quartos e no equador - linha das sobrancelhas -, corta-se uma fatia

fina de cada lado do rosto e produz-se uma forma que se assemelha ao crânio. A linha vertical por meio do eixo torna-se a linha média do rosto. Assim, desenha-se os lados do rosto e da cabeça por meio desta linha (LOOMIS, 2011a, tradução nossa).

O ponto em que a linha da sobrancelha transpassa a linha média do rosto é o ponto chave para construir a cabeça; indica a posição do plano do rosto na bola ou o ângulo que se vê o rosto. A linha da sobrancelha é fixa e as medidas iniciam-se neste ponto (LOOMIS, 2011a, tradução nossa).

Em torno da metade da medida deste ponto até o centro da parte de cima da cabeça obtém-se a linha do cabelo e espaça-se a testa. Ao se descer esta mesma distância abaixo do ponto de cruzamento, obtém-se o comprimento do nariz, uma vez que, a medida do nariz às sobrancelhas é praticamente a mesma à altura da testa. Assim, ao se medir esta distância idêntica para baixo, tem-se o queixo, já que, a distância da parte de baixo do queixo ao nariz corresponde ao espaço entre este e as sobrancelhas, e deste ponto à linha do cabelo. Desta forma, são três espaços iguais, na linha do meio da cabeça (LOOMIS, 2011a, tradução nossa).

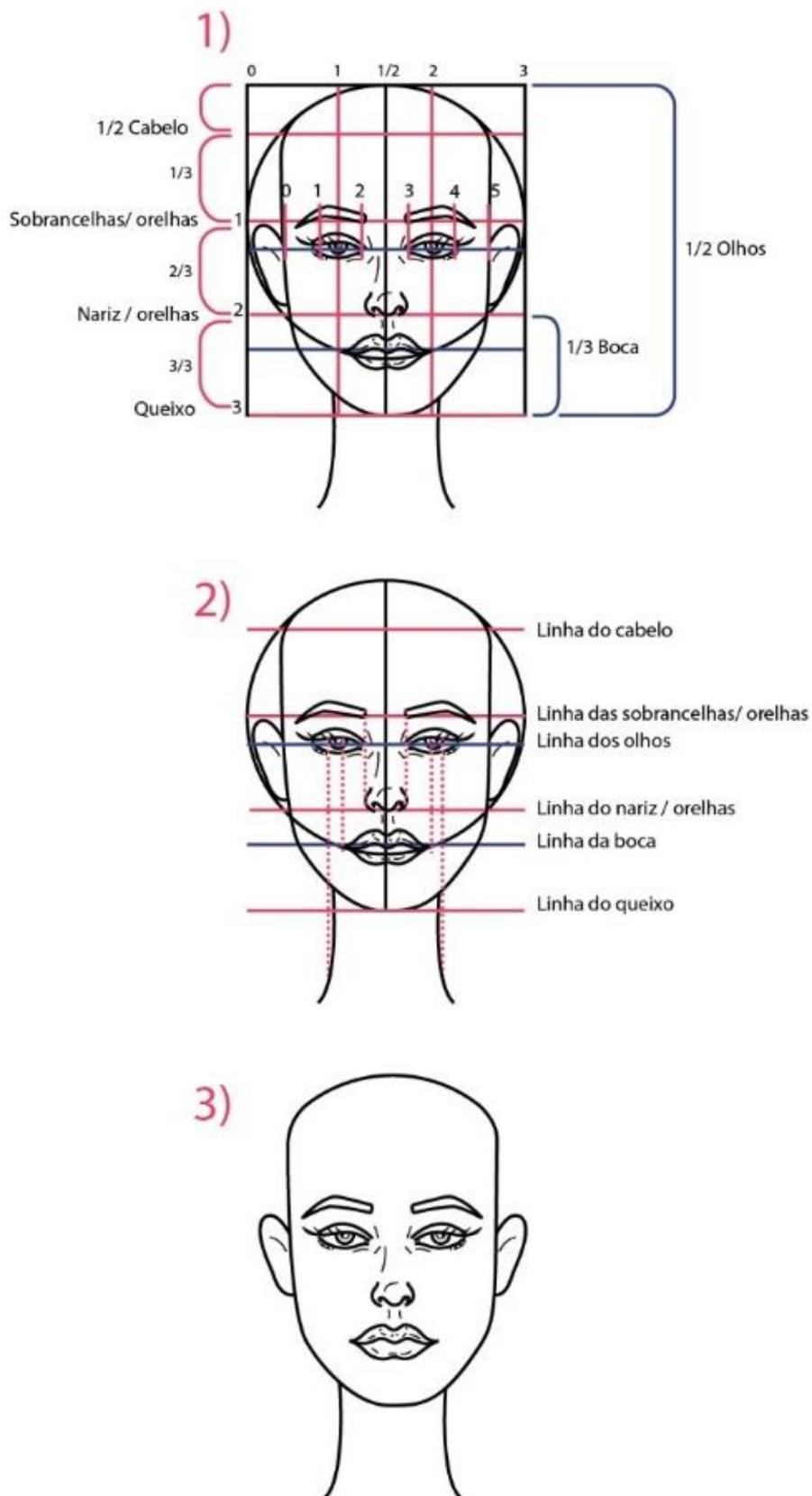
A partir disso, inicia-se o plano do rosto pela linha da mandíbula, que se liga no meio da bola em cada um dos lados. As orelhas se ligam na linha média (no sentido de cima e de baixo) a uma distância idêntica ao espaço das sobrancelhas até a linha do nariz (LOOMIS, 2011a, tradução nossa).

Em seguida, segundo Bryant (2012) e Loomis (2011a), para encontrar a localização dos olhos deve-se medir a altura do rosto e dividi-la em duas partes iguais e, então, marcar uma linha horizontal, que terá sua largura dividida em cinco partes iguais para determinar a largura dos olhos.

Ainda, de acordo com os referidos autores, a largura do nariz pode ser definida ao se traçar linhas verticais com início nos canais lacrimais dos olhos. Para encontrar a localização da boca, mede-se a altura entre a linha do nariz e a do queixo, divide-se em três partes iguais e faz-se uma linha horizontal na altura do primeiro terço desta medida, pois, é onde os lábios, superior e inferior, encontram-se. Com relação à largura da boca, esta é delimitada ao se traçar linhas verticais que partem das pupilas dos olhos. Por último, especificamente, de acordo com Bryant (2012), a largura do pescoço se aproxima dos pontos externos dos olhos.

Com isso, denota-se que a cabeça possui três unidades e meia de altura, “quase três unidades de largura (para incluir as orelhas) e três unidades e meia da ponta do nariz até a parte de trás da cabeça” (LOOMIS, 2011a, p. 43, tradução nossa).

Figura 58: Passo a passo da construção do rosto visto de frente



Fonte: Autora (2023), adaptado de Bryant (2012) e Loomis (2011a)

4.1.7 Aula 7 – Cabelos

O objetivo desta aula é introduzir o desenho de cabelos. Sendo assim, esta aula pode ser considerada de demasiada importância, uma vez que, acredita-se que seja essencial que uma figura de moda tenha cabelos. Quanto aos resultados, espera-se que os alunos estejam preparados para a aplicação destes conhecimentos aprendidos na representação de belos cabelos com movimento e expressividade.

O desenho do cabelo pode intimidar o profissional, uma vez que, ele parece ser complexo e mutável. No entanto, não precisa ser difícil, já que a moda trata de estilizar e a solução mais simples pode ser a melhor. Para desenhar o cabelo, deve-se pensar na forma, buscar simplificar os destaques e manter o desenho leve, entender a direção que o cabelo segue e desenhar nessa direção com linhas (HAGEN, 2005, tradução nossa).

O cabelo precisa ser representado a partir de formas simples, e o seu formato deve ser desenhado a partir da linha interna do cabelo ou no topo da cabeça - a coroa -, perto do rosto até se aproximar do nível dos olhos (RIEGELMAN, 2003, tradução nossa). Portanto, baseado em Hagen (2005) e Riegelman (2003), depreende-se que o cabelo pode ser pensado por meio de formas simples, identificando o seu movimento e partindo de linhas que representarão as mechas.

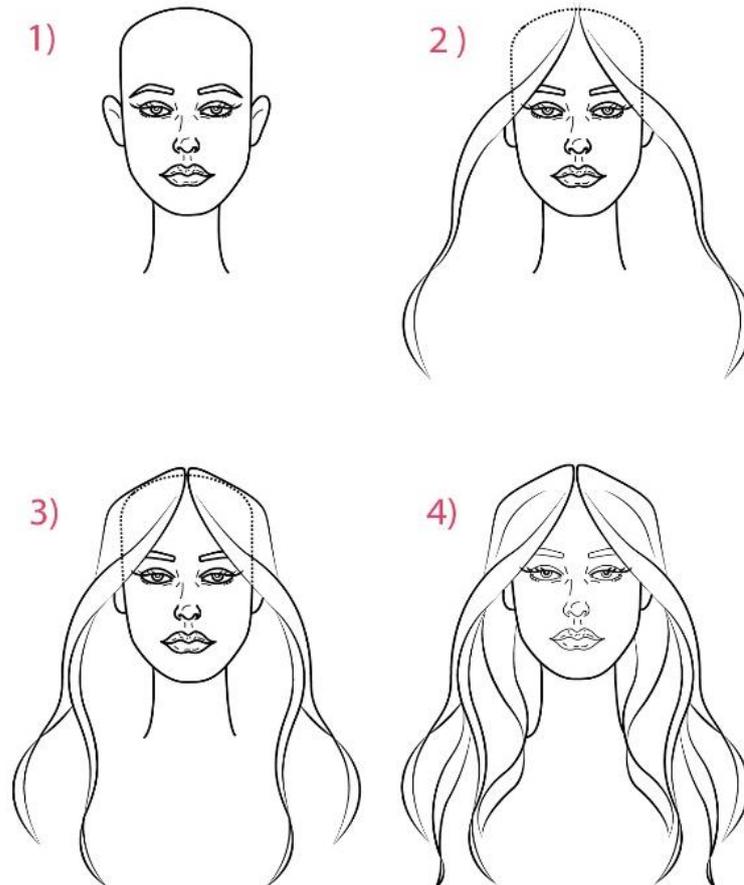
No caso do cabelo encaracolado: quanto mais diferente for a forma, mais interessante é o resultado. Neste sentido, um design assimétrico é charmoso. Deve-se fazer o formato, aplicar os conceitos de luz e sombra para dar mais evidência aos cachos, preservar a região com mais sobra perto do rosto e, por último, diferenciar as ondas e os cachos crespos (HAGEN, 2005, tradução nossa).

O desenho do cabelo liso deve fluir da cabeça. Já, para representar os cabelos lisos em movimento é necessário fazer linhas rítmicas, equilibrando com as demais linhas do penteado e elaborando formas agradáveis. Ainda, pode haver um cruzamento entre estas linhas, embora certo número dessas linhas possa ser paralela entre si. O movimento deve buscar o sentido visual de uma brisa e o penteado não tende a cobrir os detalhes relevantes (HAGEN, 2005, tradução nossa).

Os estudos realizados por Bryant (2012), Loomis (2011a), Hagen (2005), Riegelman (2003) e Drudi e Paci (2001) embasaram esta aula e ofereceram subsídios para a elaboração da Figura 59, que por sua vez teve a intenção de apresentar o passo a passo da construção de um cabelo liso em movimento. Ressalta-se que o primeiro passo consiste em desenhar uma cabeça

com os elementos que compõem o rosto na sua devida proporção e o pescoço (1); o segundo passo trata de inserir as mechas iniciais que partem do topo da cabeça e transpassam as sobrancelhas (2); o terceiro passo consiste em desenhar mais mechas do cabelo (3); por fim, são adicionadas mais mechas até preencher o cabelo de forma harmoniosa (4).

Figura 59: Passo a passo da construção de um cabelo liso em movimento



Fonte: Autora (2023), com base em Bryant (2012), Loomis (2011a), Hagen (2005), Riegelman (2003) e Drudi e Paci (2001)

Assim sendo, a figura de moda procura “criar expressões de beleza, saúde, energia, sedução, humor e ideias do que está na moda no momento. Felizmente, existem enormes variações de uma para outra e cada uma pode ser uma variação maravilhosa do tema de beleza” (RIEGELMAN, 2003, p. 98, tradução nossa).

A diversidade racial é um fato, que evidencia características únicas da mulher negra ou africana, dos europeus do norte, dos europeus do sul - que são principalmente as raças latinas - e das asiáticas, como defende Riegelman (2003). Estas características podem ser visualizadas no Quadro 3:

Quadro 3: Características afro, dos europeus do norte, europeus do sul e asiáticas

| Elementos | Características da mulher negra ou africana | Características dos europeus do Norte | Características dos europeus do Sul (raça latina) | Características Asiáticas |
|---------------------|--|---|--|------------------------------------|
| Cabelos | Couro cabeludo alto | Cabelos costumam ser claros | Cabelos costumam ser preto-azulado, cheio e belo | Cabelo escuro e reto |
| Sobrancelhas | As sobrancelhas são mais altas e podem ser desenhadas com um arco completo | - | Sobrancelhas largas e arqueadas | Sobrancelhas mais altas |
| Olhos | Olhos profundos, dramáticos e pálpebras mais fortes que requerem mais sombreamento | Olhos largos e separados, que não requerem muita sombra nas pálpebras | Olhos redondos, profundos e com curva para baixo na ponta dos cílios | Olhos mais finos e menos pálpebras |
| Boca/lábios | Boca redonda e larga, com lábios cheios | Boca larga | Boca larga e cheia | Boca redonda e cheia |
| Nariz/narina | Nariz desenhado com uma base mais larga | Nariz fino e forte | Narinas dilatadas | - |
| Outros | Maçãs do rosto salientes Testa arredondada Variações no tom da pele | Ossos fortes Tom de pele costuma ser claro | Maçãs do rosto salientes Queixo forte | |

Fonte: Autora (2023), adaptado de Riegelman (2003, p. 98-100, tradução nossa)

Ressalta-se que as características asiáticas foram aprofundadas e contempladas no Quadro 4:

Quadro 4: Características asiáticas

| Características Asiáticas | | |
|----------------------------------|--|--|
| Elementos | Características Japonesas | Características Chinesas |
| Cabelos | - | Cabelo preto e liso |
| Sobrancelhas | - | - |
| Olhos | - | Olhos escuros redondos e com sombreamento limitado nas pálpebras |
| Boca/lábios | - | Boca macia e redonda |
| Nariz/narina | - | Nariz com pontes retas e bases cheias |
| Outros | Pele pálida Ossos finos e delicados | Rosto redondo |

Fonte: Autora (2023), adaptado de Riegelman (2003, p. 98-100, tradução nossa)

Hagen (2005) definiu as características étnicas - afro-americanas, anglo, latinas e asiáticas - com relação à moda, como pode ser observado no Quadro 5:

Quadro 5: Características afro-americanas, anglo, latinas e asiáticas (continua)

| Elementos | Características Afro-americanas | Características Anglo | Características Latinas | Características Asiáticas |
|---------------------|---|--|-------------------------------------|--|
| Cabelos | O cabelo varia de cachos apertados à <i>dreadlocks</i> retos e rastafáris | Qualquer cor de cabelo e menos grossos | Cabelos ondulados escuros e grossos | O cabelo é pesado e muito liso |
| Sobrancelhas | - | - | Sobrancelhas mais pronunciadas | Sobrancelhas ficam em uma curva |
| Olhos | Olhos maiores | Qualquer cor de olhos | Olhos escuros | Olhos ficam em uma curva |
| Boca/lábios | Lábios carnudos e boca maior | A boca pode ser menor | Lábios carnudos | Boca cheia e macia |
| Nariz/narina | Nariz mais largo | O nariz pode ser mais estreito e longo | Narinas dilatadas | O nariz é plano na área da sobrancelha e largo com ponta macia e arredondada |

Quadro 5: Características afro-americanas, anglo, latinas e asiáticas (conclusão)

| Elementos | Características Afro-americanas | Características Anglo | Características Latinas | Características Asiáticas |
|------------------|--|------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Outros | Testa arredondada Maçãs do rosto salientes Queixo delicado Pescoço longo e gracioso | - | A tez varia de pálida à azeitona | Sem dobra palpebral |

Fonte: Autora (2023), adaptado de Hagen (2005, p. 48-49, tradução nossa)

Há demasiada importância na definição destas características, apontadas pelas autoras nos Quadros 3, 4 e 5, uma vez que estas podem auxiliar os alunos do curso nos seus processos de representação gráfica visual de moda, já que abarcam as peculiaridades de diversas etnias. Assim, os alunos podem desenvolver habilidades para representarem, inclusive a si mesmos, favorecendo o empoderamento e a representatividade.

4.1.8 Aula 8 – Mãos, pés e sapatos

O objetivo desta aula consiste em apresentar, aos alunos do curso, o desenho de mãos, pés e sapatos. O tema foi escolhido porque se acredita que seja essencial que uma figura básica de moda tenha estes elementos. Quanto aos resultados, espera-se que os alunos aprendam a aplicar estes conhecimentos em aula, com vistas a representar os elementos na figura de moda, respeitando a proporção, o movimento e a expressividade.

Segundo Riegelman (2003, tradução nossa), a mão é uma ótima ferramenta, o que denota que não é aconselhável escondê-la. Ela pode ser usada para apontar partes na peça que se deseja enfatizar e para expressar atitudes. As mãos, no âmbito da moda, trazem o senso de ritmo, mesmo que estejam relaxadas ou posadas. Nesta mesma perspectiva, os pés e os sapatos são considerados elementos-chaves na moda, logo não devem ser ignorados (HAGEN, 2005, tradução nossa).

A mão e a cabeça são alguns dos elementos mais relevantes e difíceis de desenhar. A mão, quando bem desenhada, confere ao desenho graça e feminilidade, todavia o desenho malfeito deste elemento pode afetar a harmonia de toda a representação visual (DRUDI; PACI, 2001, tradução nossa). Neste contexto, Loomis (2011a, tradução nossa) acrescenta que as mãos não devem ser consideradas difíceis de representar, embora pareçam confusas caso o indivíduo

não conheça a sua funcionalidade no desenho. Logo, se bem compreendidas, tornam-se encantadoras.

Conforme Hagen (2005, tradução nossa), os artistas iniciantes tendem a ter mais medo de representar mãos do que outras partes do corpo, conseqüentemente a escondem. No entanto, este medo precisa ser enfrentado por meio da prática do desenho, o que levará à sensação de orgulho do resultado alcançado.

Sobre o tamanho da mão com relação à figura básica de moda, Drudi e Paci (2001, tradução nossa) afirmam que ela possui a altura de uma cabeça, enquanto que, Loomis (2011a; 2011b) e Bryant (2012) relatam que o seu comprimento é próximo ao do rosto, da linha do queixo à do cabelo (BRYANT, 2012; LOOMIS, 2011a; 2011b). Neste sentido, percebe-se que certos autores dizem que a mão possui quase ou a altura de uma cabeça.

Inicialmente, é necessário estudar os ossos da mão, pois como elas não possuem tanta carne, os ossos costumam ser visíveis e isso pode ser essencial para criar mãos longas e belas (HAGEN, 2005, tradução nossa). Portanto, é preciso conhecer os ossos e as articulações para retratar o movimento de uma forma que seja natural. Os ossos da mão partem do pulso, assim, os dedos se abrem em leque a partir dos nós (BRYANT, 2012).

É importante estudar a relação da mão com o punho, que, por sua vez, pode ser compreendida como uma caixa que elabora seus ângulos, de acordo com a posição que a mão estiver (HAGEN, 2005, tradução nossa). Assim, a mão e o pulso se movimentam simultaneamente; os músculos situados no pulso influenciam nos movimentos, exceto a torção, que é controlada apenas pelo antebraço (BRYANT, 2012).

Drudi e Paci (2001, p. 53, tradução nossa) ainda afirmam:

As partes principais da mão são: costas, palma e dedos. O último consiste no polegar; mais espesso e mais curto do que os outros dedos e composto por duas fálanges, o dedo indicador, o dedo médio, o mais longo, o dedo anelar e o dedo mindinho que é quase tão curto como o polegar.

O comprimento dos dedos está relacionado à palma da mão. O intervalo entre as articulações dos dedos tem proporção determinada com o dedo inteiro. A palma abre e fecha, o que denota que os dedos dobram-se no sentido interior, rumo à palma. As unhas consistem em um suporte rígido para os dedos, para agarrar com exatidão (LOOMIS, 2011a, tradução nossa).

Nesse sentido, “as articulações da mão e as pontas dos dedos seguem arcos. Cada dedo tem três juntas, e o comprimento de cada segmento se ajusta aos arcos” (BRYANT, 2012, p. 167). Aconselha-se investigar o padrão de arco existente nos dedos e nas juntas, uma vez que,

caso esses arcos sejam seguidos, é possível capturar as posições das mãos (HAGEN, 2005, tradução nossa).

A curvatura das pontas dos dedos das mãos e os nós dos dedos são importantes. Dois dedos devem ficar de cada um dos lados de uma linha vertical retratada na metade da palma da mão. O tendão do dedo médio da mão praticamente divide as costas da mão pela metade. O polegar vira-se em ângulo reto junto aos outros dedos, opera para dentro e fora da palma, em contrapartida, os dedos abrem-se e fecham-se rumo à palma (LOOMIS, 2011a, tradução nossa).

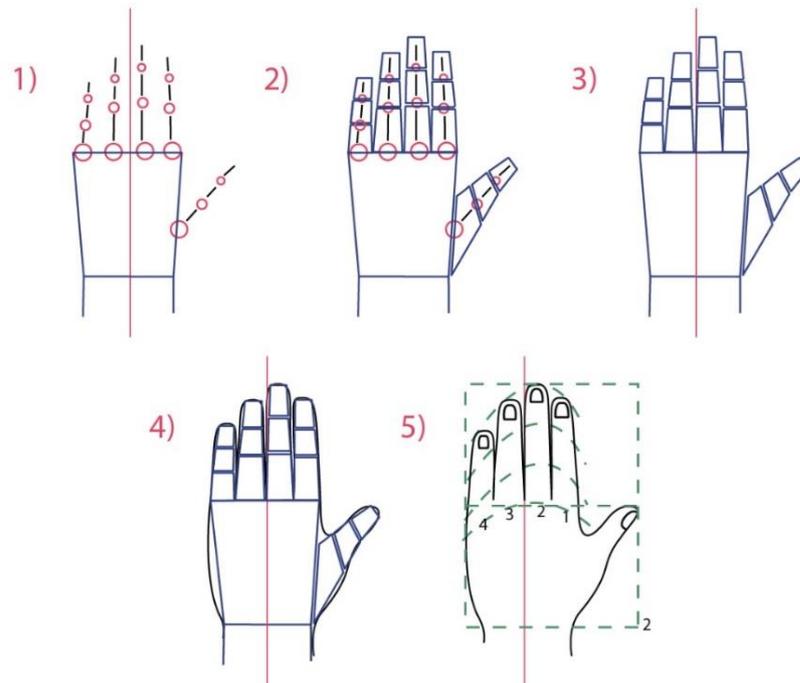
O dedo médio é o mais importante para definir o comprimento da mão. O comprimento do dedo médio até a junta nas costas é um pouco maior do que a metade do comprimento da mão. O primeiro dedo ou indicador praticamente chega à unha do dedo médio. O terceiro dedo tem quase o mesmo comprimento do primeiro dedo. Por último, o dedo mindinho chega à junta superior do terceiro dedo (LOOMIS, 2011a, tradução nossa). Devido à amplitude dos movimentos que a mão pode fazer, os cinco dedos não costumam ser vistos no mesmo momento, por isso, tendem a ser escurçados (BRYANT, 2012).

Neste sentido, com base em Bryant (2012), Loomis (2011a; 2011b) - principalmente, Hagen (2005), Riegelman (2003) e Drudi e Paci (2001), fundamentou-se esta aula e o desenvolvimento da Figura 60, que teve como intuito trazer o passo a passo da construção das mãos.

Assim, a partir da medida da altura do dedo médio deve ser definida a altura da mão. Na sequência devem ser adicionadas as articulações - cada um dos dedos possui três delas - e ligando-as em linhas (1). Sendo importante ressaltar que a intenção de retratar as articulações dos dedos como esferas e de ligá-las em linhas, baseou-se no processo de construção da figura básica de moda, conforme detalhado anteriormente.

A partir dos autores referenciados, sobretudo Loomis (2011a), o volume da mão deve ser construído tomando como base as formas geométricas, como por exemplo, os trapézios (2). Ao final as linhas devem ser apagadas (3), com vistas à definição dos contornos da mão (4). Por fim, os trapézios são apagados, define-se os arcos das articulações e as pontas dos dedos, chegando ao formato final da mão (5).

Figura 60: Passo a passo da construção da mão vista de frente



Fonte: Autora (2023), com base em Bryant (2012), Loomis (2011a; 2011b), Hagen (2005), Riegelman (2003) e Drudi e Paci (2001)

O comprimento do pé tem a altura de uma cabeça (BRYANT, 2012; RIEGELMAN, 2003, tradução nossa; DRUDI; PACI, 2001, tradução nossa). Portanto, ele é comprido e fino. É constituído pelo osso do tornozelo e suporta o peso do corpo (RIEGELMAN, 2003, tradução nossa).

O pé é o inverso da mão, possui uma estrutura mais fechada e a sua forma de cunha e sola ampla garantem que ele sustente o corpo. Ele é formado por cinco partes: o calcanhar, dois maléolos, a ponta do pé e os cinco dedos (DRUDI; PACI, 2001, tradução nossa). O desenho do pé pode ser representado por uma forma geométrica, como por exemplo, a cunha (BRYANT, 2012).

Os quatro dedos são mais curtos e representados em um ângulo para cima, partindo da parte interna do pé (RIEGELMAN, 2003, tradução nossa). Observa-se que o dedo mínimo cai longe no arco dos dedos e o dedão se volta para o segundo dedo. Aliás, os pés da moda não costumam ter todos os dedos representados, desenhar o formato de um dedo do pé pode ser suficiente (HAGEN, 2005, tradução nossa).

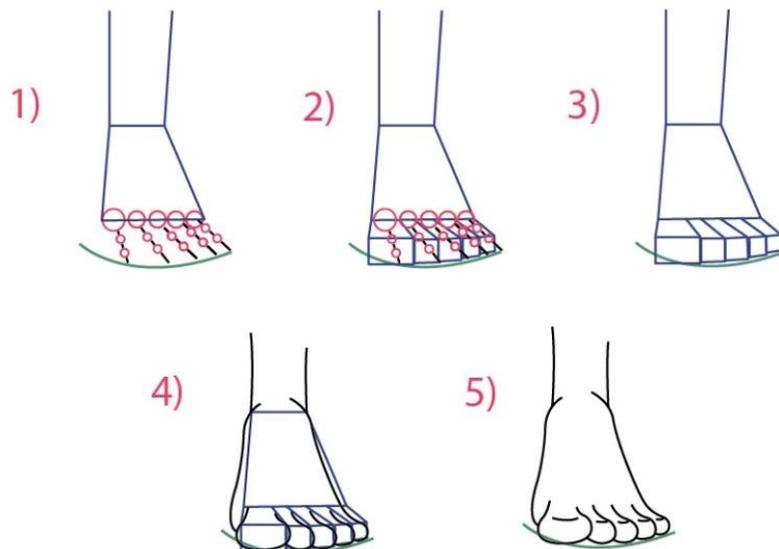
O pé direito e o esquerdo não costumam ser vistos na mesma posição ou ponto de vista. A posição da perna e do pé no desenho deve parecer natural, além de corresponder à rotação do corpo. Os ossos do tornozelo se alocam à curva do peito do pé: “a protuberância dos tornozelos

é maior do lado de dentro da perna”. Ademais, a elevação do calcanhar altera o visual do pé (o peito do pé fica mais visível), todavia, se o pé estiver plano vê-se um escorço do seu peito na vista frontal, ao mesmo tempo em que o tornozelo é abaixado (BRYANT, 2012, p. 170).

Mais uma vez, os estudos realizados por Bryant (2012), Loomis (2011b), Hagen (2005), Riegelman (2003) e Drudi e Paci (2001) fundamentaram esta aula e contribuiu para a elaboração da Figura 61, que teve como objetivo trazer o passo a passo da construção dos pés. Inicialmente, desenha-se o trapézio, que representará a estrutura do pé e as esferas que retratam as articulações dos dedos - cada dedo possui três delas. Estas articulações serão ligadas por linhas (1), que seguirão a curvatura do arco do pé. Sendo importante ressaltar que a intenção de retratar as articulações dos dedos como esferas e de ligá-las em linhas, baseou-se no processo de construção da figura básica de moda.

Com base nos autores já citados no presente capítulo, principalmente Loomis (2011a), o volume do pé será obtido pelo mesmo processo da construção da mão, ou seja: desenha-se a forma geométrica escolhida, como por exemplo, o trapézio (2); as linhas e as articulações são apagadas (3), o que define os contornos do pé (4); finalmente apaga-se os trapézios e define o formato final do pé (5).

Figura 61: Passo a passo da construção do pé visto de frente



Fonte: Autora (2023), com base em Bryant (2012), Loomis (2011b), Hagen (2005), Riegelman (2003) e Drudi e Paci (2001)

A escolha do sapato pode influenciar na postura geral do desenho, sendo elemento fundamental para trazer o equilíbrio à figura. Existem sapatos com formas e tamanhos variados:

os baixos; as sapatilhas de balé; os coturnos com solas grandes; os de salto agulha, por exemplo, que levantam o calcanhar para aumentar a altura do indivíduo; as plataformas, que possuem solado grosso e alto, concedendo mais altura à mulher (BRYANT, 2012). Segundo Hagen (2005, tradução nossa) ainda existem diversas formas de sapatos, por exemplo, as botas, os sapatos com alças, as plataformas e os sapatos planos.

A ponta do sapato pode ser arredondada, pontuda, quadrada ou dividida em partes, reunindo os dedos. Os sapatos podem fazer com que um conceito de design seja mais ou menos sofisticado, casual, dentre outras possibilidades. Neste sentido, ele tem o poder de definir a silhueta geral, sendo uma extensão relevante do conceito do design (BRYANT, 2012).

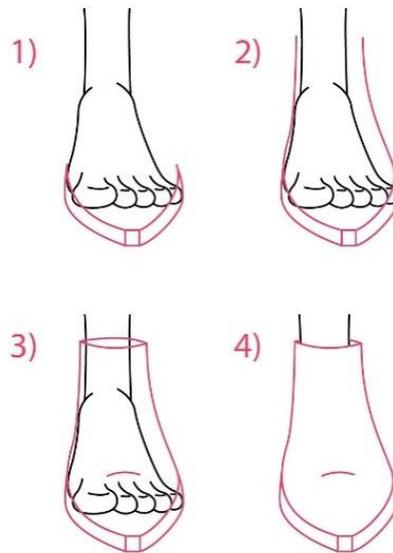
Os sapatos podem fazer com que o pé pareça menor ou maior em relação ao corpo. A forma como o pé fica no interior do sapato pode alterar a aparência geral, tal como é o caso da elevação do calcanhar, que mostra mais o peito do pé e do sapato. Atualmente, com o advento da tecnologia, possibilita-se um design de sapatos sem limites. Há certos designs que parecem testar a gravidade. No entanto, as únicas condições para a concepção do sapato são certificar-se de que o mesmo seja confortável para o pé ficar acomodado nele e que o seu desenho ostente a proporção estilizada (BRYANT, 2012).

Portanto, ao se desenhar o sapato, com base na própria imaginação, é necessário desenhar o pé na posição que ele irá assumir no interior do sapato, para depois desenhar o sapato ao redor dele (BRYANT, 2012). As linhas precisarão ser dobradas em torno da forma. Ao desenhar o pé com salto alto é preciso inclinar o meio - o arco - em um ângulo e retratar o dedo do pé plano no chão (RIEGELMAN, 2003, tradução nossa).

Bryant (2012), Hagen (2005), Riegelman (2003) e Drudi e Paci (2001), fundamentaram esta aula, bem como ofereceram subsídios para o desenvolvimento das Figuras 62, 63 e 64, que buscaram trazer o passo a passo da construção de determinados tipos de calçados, saber: bota de cano curto vista de frente; sapato fechado visto de frente; e sapato aberto visto de frente, respectivamente.

A Figura 62 apresenta o passo a passo do desenho da bota: desenha-se o pé e o solado do sapato (1); em seguida representa-se a forma externa do sapato que envolve o pé (2); fecha-se o contorno da bota na parte superior e adiciona-se um traço na altura dos dedos do pé, para conferir uma ideia de volume ao sapato (3); por fim, apaga-se os dedos e a estrutura do pé que estiverem cobertos pela bota, o que resultará no sapato (4). Com relação ao tipo de abertura e fechamento deste sapato pode-se pensar na inserção de um zíper nas costas do mesmo, por exemplo, sendo que neste caso ele não é visto, já que o desenho é visto de frente.

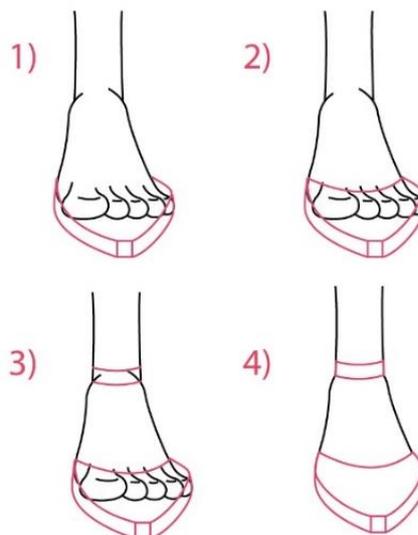
Figura 62: Passo a passo da construção de uma bota de cano curto vista de frente



Fonte: Autora (2023), com base em Bryant (2012), Hagen (2005), Riegelman (2003) e Drudi e Paci (2001)

A Figura 63 traz o passo a passo do desenho do sapato fechado, assim: desenha-se o pé e o solado do sapato (1); em seguida, representa-se a forma externa do sapato que envolve o pé até cobrir majoritariamente os dedos (2); desenha-se a tira que segura o calçado na parte superior do pé (3); finalizando, apagam-se os dedos e a estrutura do pé que estiverem cobertos pelo sapato, resultando no desenho final do calçado (4). Para a abertura e fechamento deste sapato é possível inserir um aviamento localizado na tira do sapato que faça a regulagem ou a inserção de um zíper nas costas do sapato, não sendo visto de frente.

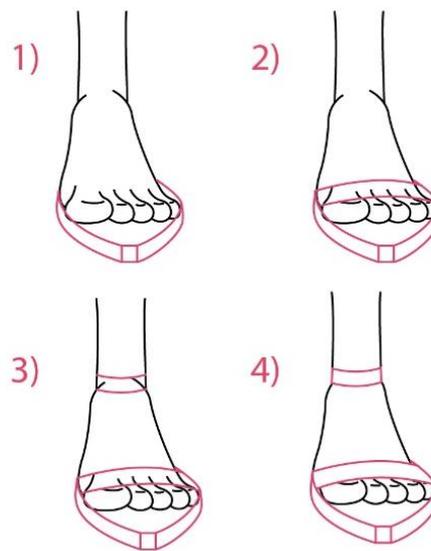
Figura 63: Passo a passo da construção de um sapato fechado visto de frente



Fonte: Autora (2023), com base em Bryant (2012), Hagen (2005), Riegelman (2003) e Drudi e Paci (2001)

A Figura 64 demonstra o passo a passo do desenho de um sapato aberto: desenha-se o pé e o solado do sapato (1); retrata-se a tira que segura o pé na parte inferior (2) e superior (3) do sapato; por último, apaga-se os dedos e a estrutura do pé que estiverem cobertos pelo sapato, o que resulta no desenho do sapato aberto (4). Para abertura e o fechamento deste sapato, é possível inserir um aviamento na tira do sapato que faça a regulagem ou, um zíper nas costas do sapato, não sendo visto de frente.

Figura 64: Passo a passo da construção de um sapato aberto visto de frente



Fonte: Autora (2023), com base em Bryant (2012), Hagen (2005), Riegelman (2003) e Drudi e Paci (2001)

4.1.9 Aula 9 – Representação de peças de vestuário sobre a figura feminina

O objetivo desta aula consiste em introduzir o desenho de peças de vestuário sobre a figura feminina de moda. Assim, referente aos resultados, espera-se que estes alunos consigam aplicar os conceitos aprendidos em aula, para expressar as suas ideias por meio da representação gráfica visual de moda.

A aula baseou-se em Bryant (2012) – principalmente -, Loomis (2011a), Hagen (2005), Riegelman (2003) e Drudi e Paci (2001). Neste sentido, são abordados somente determinados exemplos de exercícios pertencentes à obra de Bryant (2012), com o intuito de não se alongar demasiadamente, embora existam muitas possibilidades de representações de peças que podem ser realizadas a partir da obra destes autores.

Os trajes mudam, porém o desenho da figura humana se mantém. Deve-se entender a forma sob as dobras da peça e familiarizar-se com os métodos de corte de material plano e

encaixá-lo sobre o corpo. O caimento do material se dá pela forma como o mesmo é cortado e ligado (cortado no viés ou na trama). É importante compreender as características do material. Não há necessidade de desenhar todas as costuras, as dobras ou os botões, mas é necessário assimilar os princípios de construção do desenho e interpretá-lo de forma correta no que se inserir (LOOMIS, 2011b, tradução nossa).

As roupas podem parecer diferentes de acordo com a pose da figura. A ação da figura influencia no caimento da roupa, sendo que o manuseio da peça seja considerado. A marcação de vincos no desenho de moda pode ser complexa, por isso, é importante certificar-se de que estes sejam fundamentados pela compressão ou tensão criada pela ação da figura (BRYANT, 2012).

Além disso, o caimento do tecido precisa se conformar à gravidade, que, por sua vez, atrai a matéria para o centro da Terra e modifica o visual das silhuetas e dos detalhes. Já, na figura de quadril alto o volume se desloca rumo à perna que sustenta o peso, a circunferência da bainha deve ser paralela à inclinação existente nos quadris. Assim, quanto mais justa for a roupa, maior será a interferência exercida pela ação da figura. No mesmo sentido, quanto mais pesado for o tecido, maior será o efeito que a gravidade exerce nos detalhes das peças e na silhueta (BRYANT, 2012).

O drapeado consiste na forma como um tecido pendurado cai e cria dobras e ondas, assim, a gravidade causa a criação de dobras desestruturadas, que fluem umas às outras. Estas linhas do drapeado variam em forma e quantidade, segundo o peso e a superfície do tecido (BRYANT, 2012).

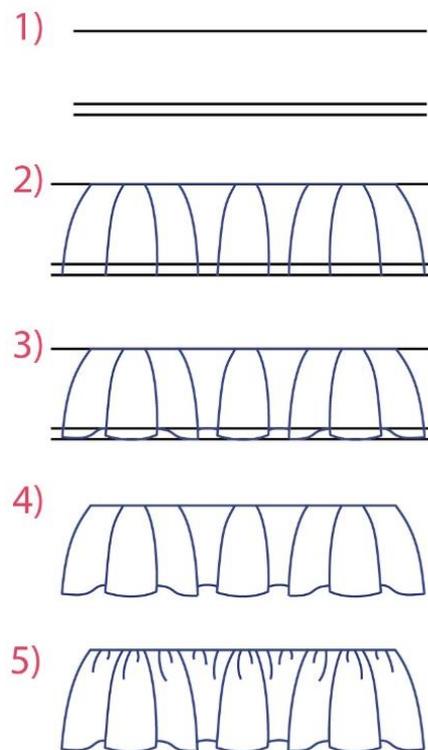
O corte em viés ou curvilíneo de um tecido é utilizado para elaborar silhuetas trombeta, no qual as ondas, com aparência de cone, são tidas como godês. Os detalhes de construção, como as pregas originadas pelo aumento da tensão da linha, são utilizados para formar dobras permanentes em uma localização definitiva. O visual das dobras pode se alterar de acordo com a posição onde forem inseridas sobre a figura e de acordo com o ponto de vista de quem as observa - acima ou abaixo da altura do olhar fixada no quadril (BRYANT, 2012).

As pregas podem ser geradas pelo aumento da tensão da linha ao se costurar, elas costumam ser utilizadas para criar babados. A silhueta de um babado franzido na parte superior possui maior amplitude na parte inferior, criando formas de sino. Este babado é unido à outra roupa, agregando volume e movimento delicado à borda da mesma. O babado ainda pode ser inserido em costuras retas e curvas, já que possui diversas variações (BRYANT, 2012).

Assim, as pregas possuem um visual distinto, de acordo com a posição em relação à altura do olhar do observador. Por isso, antes de representar uma roupa com pregas no corpo, aconselha-se iniciar pelo desenho de um babado simples de dois diferentes pontos de vista (BRYANT, 2012). Segundo a autora, há o babado acima da altura do olhar e o abaixo da altura do olhar, no entanto, traz-se aqui somente o exemplo do que é visto abaixo da altura do olhar.

A partir dos autores supracitados, principalmente Bryant (2012), desenvolveu-se a Figura 65, a fim de trazer o passo a passo da construção do babado abaixo da altura do olhar, que costuma aparecer na barra de uma peça. Primeiro, deve-se desenhar uma linha horizontal para a costura, sendo que logo abaixo desta linha outras duas linhas guias deverão ser desenhadas para a borda de baixo (1). A seguir, desenham-se as linhas do drapeado, criando formas de sino (2); na sequência, representa-se as linhas curvas na barra, utilizando a linha de cima para as dobras que se curvam para o interior e as linhas de baixo para as que se voltam para fora (3). Depois, apagam-se as linhas horizontais (4); e adicionam-se as pregas na costura (5) (BRYANT, 2012).

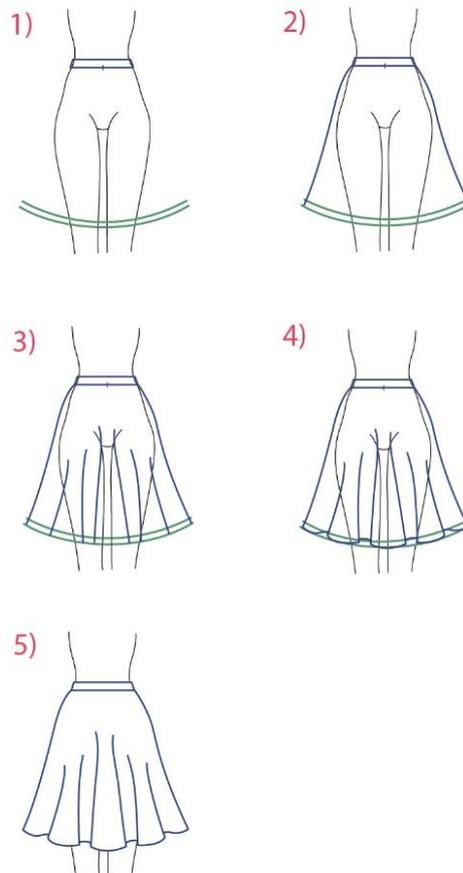
Figura 65: Passo a passo da construção do babado abaixo da altura do olhar



O próximo desenho consiste numa peça, na qual foi utilizado o corte em viés ou curvilíneo. A saia godê é um símbolo dos anos de 1950; ela é construída ao se cortar dois semicírculos, que se unem pelas orelhas, criando um círculo completo (BRYANT, 2012). A Figura 66 foi desenvolvida, a partir dos autores supracitados - especificamente Bryant (2012) -, com o fim de trazer o passo a passo da construção da saia godê, com vista abaixo da altura do olhar. Assim, aconselha-se aos alunos do curso que façam a representação de uma figura feminina vista de frente para que possam realizar esta atividade de representação de uma peça de vestuário sob a mesma.

Para iniciar, desenham-se: duas linhas paralelas entre si - que representam o cós -, duas linhas curvas - que representam a barra (1) e a silhueta da saia (2). Em seguida são representadas as ondas que constituem o caimento do godê, fazendo dobras aleatórias tanto em largura e distribuição (3); na sequência indica-se o movimento evasê que ocorre na barra da saia (4) (BRYANT, 2012). Por fim, as linhas curvas da barra e as partes em que a saia sobrepõe o corpo da figura podem ser apagadas, resultando na peça final (5).

Figura 66: Passo a passo da peça de uma saia godê



Fonte: Autora (2023), adaptado de Bryant (2012, p. 265)

As pregas estruturadas diferem do drapeado, que cai de forma livre. Elas consistem em dobras permanentemente elaboradas, onde sua quantidade e distribuição são medidas com exatidão e podem ser passadas a ferro para indicar os vincos. Além disso, utiliza-se a costura para prender as dobras, que podem ser pregas faca, fêmea ou macho. Com relação às técnicas de plissado: há o estreito que é criado ao se dobrar o tecido de forma alternada para o interior e exterior; também há o plissado *soleil*; e o *fortuny* (BRYANT, 2012). Se houver o interesse do aluno para aprofundar-se no tema, as obras dos referidos autores podem ser exploradas.

4.1.10 Aula 10 – Aplicação de texturas, padrões e estampas sobre as peças de vestuário

O objetivo desta aula é apresentar aos alunos do curso a representação de texturas, padrões e estampas nas peças de vestuário. Quanto aos resultados, almeja-se que eles consigam aplicar os conceitos aprendidos em aula na representação de peças de vestuário, que expressem as suas ideias com fidelidade.

Esta aula fundamentou-se em Bryant (2012) – principalmente, Hagen (2005), Riegelman (2003) e Drudi e Paci (2001). O exemplo escolhido para a atividade de textura pertence à Bryant (2012), porém, existem outras possibilidades de representações de texturas, padrões e estampas que podem ser realizadas a partir da obra dos outros autores referenciados.

Para desenhar um tecido de forma precisa, as propriedades visuais dele – textura, peso e flexibilidade – necessitam ser avaliadas com relação ao efeito no caimento da peça e na silhueta. Ao realizar o acabamento de uma ilustração sugere-se observar tecidos para poder retratar a forma da roupa com as luzes e as sombras. Pode-se adquirir uma diversidade de tecidos com propriedades diferentes no que se refere à reflexão da luz, flexibilidade e textura (BRYANT, 2012).

Existem os tecidos planos, que são constituídos pelo entrelaçamento de fios verticais (urdume) e horizontais (trama) de várias formas, resultando em diferentes ligamentos, por exemplo, tela, sarja e cetim. Eles possuem uma diversidade de pesos, de acordo com a utilização: “tecidos de cima para casacos e paletós; tecidos de baixo para calças e saias; e bases de alfaiataria, que funcionam tanto para as peças de baixo como para as de cima” (BRYANT, 2012, p. 337).

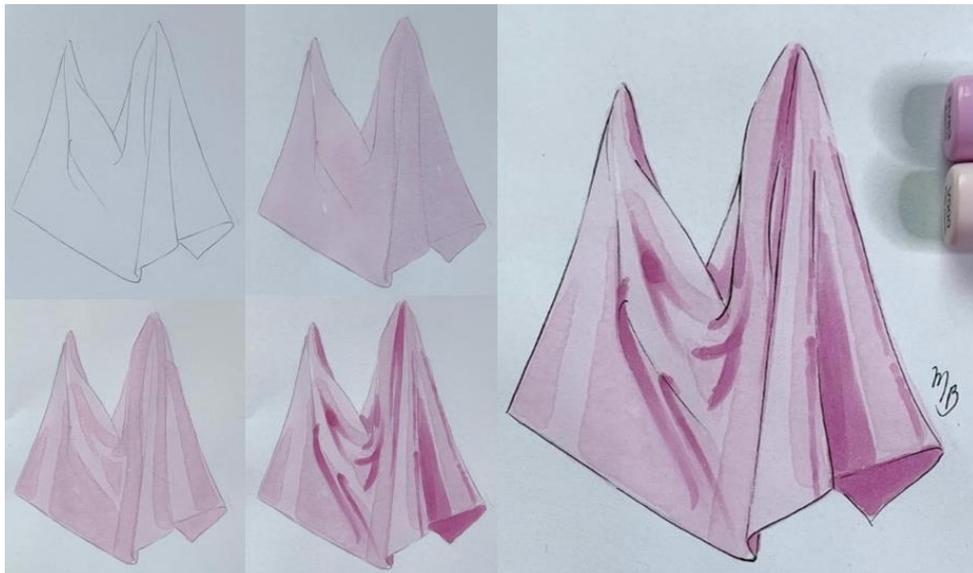
Já, no que se refere aos tecidos lustrosos, estes podem ser utilizados para uma diversidade mais ampla de categorias de peças, além das ocasiões especiais e de noite. Produz-se brilho no momento em que um tecido ou adorno reflete a luz (BRYANT, 2012). Com foco

nos estudos de Bryant (2012) elaborou-se a Figura 67, para trazer o passo a passo da construção de um cetim drapeado de cor clara com dois pontos suspensos.

Este tecido possui um brilho suave que pode ser retratado utilizando três valores tonais. Encontra-se o valor escuro nas bordas e nas depressões das mesmas e o valor claro nos picos das dobras próximas à incidência de luz. Deve-se prender o tecido com uma fonte de luz posicionada às 10 horas e observar as formas abstratas originadas pelo desenho constituído pelas luzes e sombras (BRYANT, 2012).

O primeiro passo consiste em desenhar o tecido a lápis (1); a seguir, aplica-se o marcador com a cor de maior valor (tom mais claro ao desenho) (2); depois, aplica-se outra camada de marcador de valor médio (3); para então, colorir as sombras com o marcador de menor valor (tom mais escuro) (4) (BRYANT, 2012). Por fim, o desenho é finalizado com caneta nanquim (5). Importante frisar que este processo também pode ser realizado com outras técnicas de pintura, como por exemplo, lápis de cor ou tinta de aquarela.

Figura 67: Passo a passo da construção do cetim drapeado



Fonte: Autora (2023), adaptado de Bryant (2012, p. 314)

Além do cetim, existem outras possibilidades, como os tecidos de lã lisa e com padrões, estampas, inclusive, os transparentes. Nesse sentido, se houver o anseio em aprofundar-se no estudo de outros conteúdos, eles podem ser melhor explorados pelas obras dos autores referenciados.

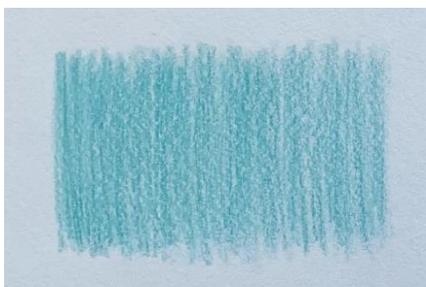
4.1.11 Aula 11 – Introdução à técnica de pintura de lápis de cor

Esta aula objetiva ensinar os alunos do curso a utilizar a técnica de pintura de lápis de cor. Assim, espera-se que eles consigam colocar em prática os conhecimentos aprendidos, sobre sombreamento e modelado, com vistas a pintar os desenhos que criarem com lápis de cor.

A aula baseou-se no estudo desenvolvido por Roig *et al.* (2018), por isso são apresentados somente certos exemplos de atividades que pertencem a esta obra com a intenção de não se alongar de forma demasiada. Porém, existem outras possibilidades de aplicações de técnicas com o lápis de cor que podem ser realizadas a partir dos ensinamentos de outros autores.

Os lápis de cor são considerados limpos, versáteis e de fácil transporte, sendo ideais para pintar ao ar livre. A sua forma de fabricação é parecida com a dos lápis de grafite, sendo utilizados de forma similar, conferindo um acabamento com menos oleosidade, mais suavidade e lustrosidade. Eles também trazem a mesma precisão do lápis de grafite, bem como a cor ao desenho, misturando-se bem em velaturas (ROIG *et al.*, 2018). De acordo com os autores, desenvolveu-se a Figura 68, que traz um exemplo de *grisê* realizado com lápis de cor.

Figura 68: *Grisê* realizado com lápis de cor



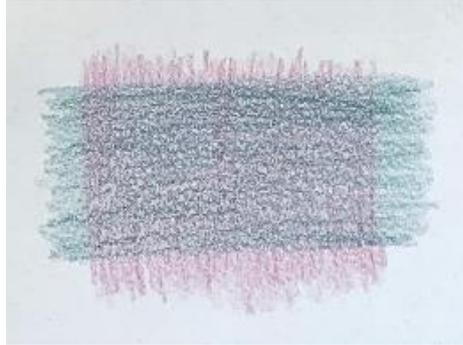
Fonte: Autora (2023), adaptado de Roig *et al.* (2018)

As sobreposições com lápis de cor devem seguir uma ordem, em que a cor escura deve ser aplicada sobre a cor clara. Pois, as cores claras possuem menos capacidade de cobrir e deixam o tom aparecer, situação indispensável para se obter o tom. Portanto, os lápis de cor atuam por sobreposição óptica. A diversidade de tons é alcançada com a sobreposição de outras velaturas à cor precedente. Para saber aplicar as técnicas do desenho com os lápis de cor é importante experimentar o traço, investigar o grau de pigmentação do lápis, a dureza e a ponta – se é afilada ou em cunha (ROIG *et al.*, 2018).

Os lápis de cor proporcionam misturas, sendo as mais usuais alcançadas pela sobreposição de camadas de tom suaves, com a intenção de evitar tampar os poros do papel e

entrecruzar traçados de diferentes tons, com isso, consegue-se em uma mistura óptica (ROIG *et al.*, 2018). Assim, a partir dos autores, desenvolveu-se a Figura 69, que traz um exemplo de sobreposição óptica realizada com lápis de cor.

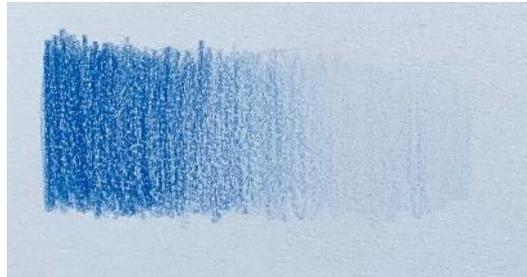
Figura 69: Sobreposição óptica realizada com lápis de cor



Fonte: Autora (2023), adaptado de Roig *et al.* (2018)

A seguir, fundamentado nos autores, elaborou-se a Figura 70, que apresenta um exemplo de aplicação de *dégradé* com lápis de cor.

Figura 70: Aplicação de *dégradé* com lápis de cor

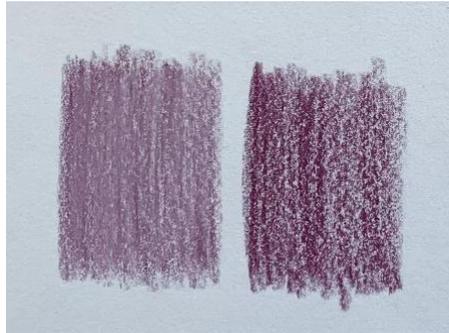


Fonte: Autora (2023), adaptado de Roig *et al.* (2018)

Logo, o branqueamento trata de polir, igualar e mesclar os tons de um *grisê* e cobrir os poros do papel. Para fazê-lo, deve-se aplicar sobre os sombreados um esfuminho, um lápis de cor branca ou uma borracha. Este processo faz com que as partículas dos pigmentos afinem-se, gerando no acabamento do desenho um visual acetinado e brilhoso, com cores cremosas, apasteladas e com textura diferente das cores diretas (ROIG *et al.*, 2018).

A partir dos autores, desenvolveu-se a Figura 71, que demonstra um exemplo da aplicação do branqueamento com lápis de cor roxo; no lado esquerdo com a cor branqueada e no lado direito um *grisê* com a cor direta.

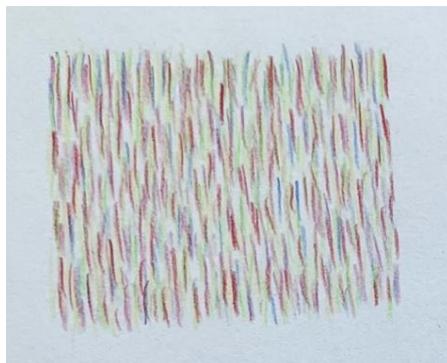
Figura 71: Aplicação de branqueamento e de *grisê* com a cor direta com lápis de cor



Fonte: Autora (2023), adaptado de Roig *et al.* (2018)

A técnica do tracejado consiste no método pelo qual se desenha de forma suave sobre outro tom, com traços suaves, sobrepostos e no mesmo rumo, para alcançar um efeito difuso, com ritmo e harmônico. Desenham-se traços em uma direção sobre um tom subjacente, com o pulso solto, aplicando pouca pressão (ROIG *et al.*, 2018). Com base nos autores, elaborou-se a Figura 72, que apresenta um exemplo de aplicação do tracejado com lápis de cor.

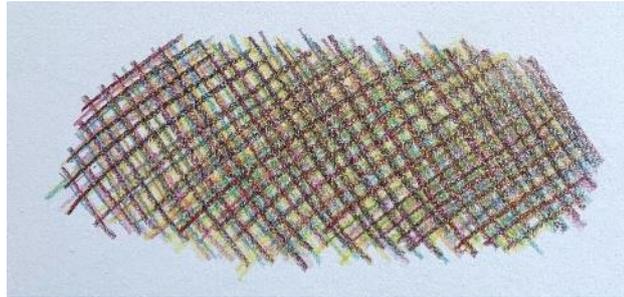
Figura 72: Aplicação do tracejado com lápis de cor



Fonte: Autora (2023), adaptado de Roig *et al.* (2018)

As hachuras cruzadas são linhas paralelas que se entrecruzam em ângulo. Elas podem ser compostas por linhas retas e sistemáticas ou livres e sem precisão, sendo curvas, com ondulação ou arabescos. O relevante é o resultado do tom que as hachuras trazem que, por sua vez, depende da intensidade e grossura da linha, bem como, do espaço entre as linhas. Assim, os traços se transformam em *grisês* homogêneos, se observados a certa distância (ROIG *et al.*, 2018). Desse modo, a partir dos autores, desenvolveu-se a Figura 73, que mostra um exemplo de aplicação de hachuras cruzadas com lápis de cor.

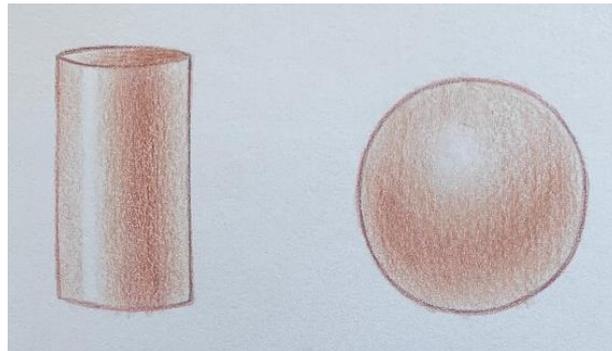
Figura 73: Aplicação de hachuras cruzadas com lápis de cor



Fonte: Autora (2023), adaptado de Roig *et al.* (2018)

Por fim, ainda fundamentado nos autores, elaborou-se a Figura 74, que apresenta um exemplo de aplicação de luz e sombra em formas básicas - em um trapézio e em uma esfera, respectivamente, no sentido da esquerda para a direita - com lápis de cor.

Figura 74: Aplicação de luz e sombra em formas básicas com lápis de cor



Fonte: Autora (2023), adaptado de Roig *et al.* (2018)

4.1.12 Aula 12 – Introdução às técnicas úmidas

O objetivo desta aula é introduzir a aplicação da técnica de pintura de tinta de aquarela. Com esta aula, espera-se que os alunos apliquem os conceitos de sombreamento e modelado, por exemplo, na pintura dos desenhos que elaborarem, a fim de se expressarem.

A aula fundamentou-se em Roig *et al.* (2018), porém enfoca-se somente alguns exemplos de exercícios que pertencem a esta obra com o propósito de não se prolongar, no entanto, existem outras formas de aplicações de técnicas úmidas com o pincel, por exemplo, que também são desenvolvidas por estes autores.

Desenhar com um pincel é a melhor forma de iniciar a prática do desenho com as técnicas úmidas. Fazer aguadas ou traços é simples, sendo preciso molhar o tom com o pincel e a água e movimentar o pincel pelo papel. As soluções ofertadas pelas técnicas úmidas que

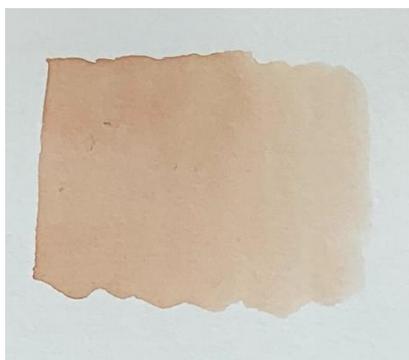
usam pincéis e penas estão atreladas ao desenho e princípios aprendidos anteriormente na obra dos autores já referenciados, por exemplo, técnicas de fusão, modelado, esfumado e o arranjo de hachuras e cores (ROIG *et al.*, 2018).

A aguada costuma ser feita com aquarelas ou tintas e está relacionada ao desenho. Para realizá-la, deve-se coletar o tom com um pincel umedecido e colocá-la no suporte com certas quantidades de água, movimentar o pincel e estender à aguada. A intenção é alcançar cores mais claras nas regiões que recebem mais luz, tons densos nas regiões escuras, ou *dégradés*. Assim, quanto mais se estende a aguada, maior torna-se a amplitude do *dégradé* da cor. A cor da aguada depende da quantidade de água adicionada ao tom na palheta, assim, quanto menos água houver no tom, a cor fica mais escura e opaca e vice-versa (ROIG *et al.*, 2018).

Na aguada é importante usar o pincel corretamente, porque a sua pincelada obtém as manchas, as cores e o traço. Este instrumento de desenho flexível propicia expressar a ação, a luz e a atmosfera com a economia de traços e a capacidade de síntese, pois não há a possibilidade de correção e uma abundância de linhas pode prejudicar o resultado (ROIG *et al.*, 2018).

O pincel pode ser movido de forma rápida e fluida, variando a pressão que se coloca sobre a ponta, quando se desenha, são obtidas linhas com variadas larguras no mesmo traço. A direção do pincel pode ser facilmente alterada, ao se dobrar e arredondar os cantos (ROIG *et al.*, 2018). De acordo com os autores, desenvolveu-se a Figura 75, que traz um exemplo de aplicação de um *grisê* com a de tinta de aquarela.

Figura 75: *Grisê* realizado com tinta de aquarela



Fonte: Autora (2023), adaptado de Roig *et al.* (2018)

A aguada gera pinceladas ou *dégradés* espontâneos, ainda, propicia *dégradés* de cores amplas. Para isso, é necessário colocar sobre o papel uma cor saturada e com intensidade, depois banhar o pincel em água e dissolver a cor no papel, deslocando o pincel. O tom se expande na

parte úmida, pois a água do papel transporta a cor, sendo que o tom quando estendido fica mais claro (ROIG *et al.*, 2018). Com base nos autores, elaborou-se a Figura 76, que apresenta um exemplo de aplicação de *dégradé* com duas cores a partir do uso da tinta de aquarela.

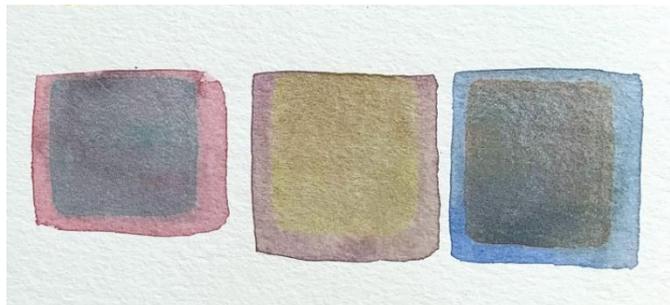
Figura 76: *Dégradé* realizado com tinta de aquarela



Fonte: Autora (2023), adaptado de Roig *et al.* (2018)

A partir dos autores desenvolveu-se a Figura 77, que exemplifica uma sobreposição óptica realizada com tinta de aquarela, com as cores: vermelho sobre o verde claro, roxo sobre o amarelo claro e azul sobre o laranja claro, respectivamente, no sentido da esquerda para a direita.

Figura 77: Sobreposição óptica realizada com tinta de aquarela



Fonte: Autora (2023), adaptado de Roig *et al.* (2018)

Junto a outros materiais, as aguadas permitem efeitos que podem propiciar ao desenho maior interesse plástico. A seguir, comenta-se sobre os efeitos usuais, utilizados pelos profissionais de desenho para completar certa textura. Com relação ao esgrafito, para abrir claros deve-se raspar com o cabo do pincel ou com a lâmina enquanto a aguada estiver úmida (ROIG *et al.*, 2018). Fundamentado nos autores, criou-se a Figura 78, que traz um exemplo de aplicação de esgrafito – com o motivo de coração - com tinta de aquarela.

Figura 78: Esgrafito realizado com tinta de aquarela



Fonte: Autora (2023), adaptado de Roig *et al.* (2018)

A técnica do pincel seco consiste em umedecer este instrumento com uma pequena quantidade de água, deixando uma marca seca, quebradiça e sem continuidade no papel (ROIG *et al.*, 2018). Já, a Figura 79 baseou-se nos autores e apresenta um exemplo de aplicação de pincel seco com tinta de aquarela.

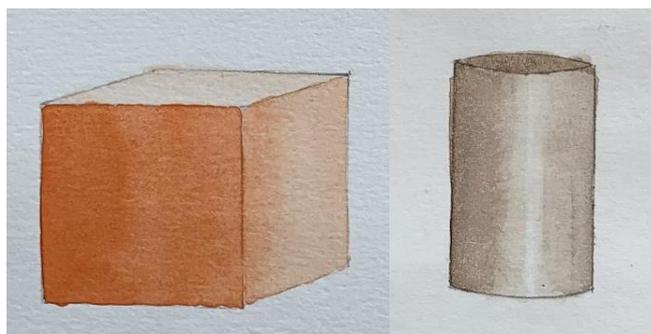
Figura 79: Aplicação de pincel seco com tinta de aquarela



Fonte: Autora (2023), adaptado de Roig *et al.* (2018)

Finalizando, a Figura 80 foi elaborada a partir dos autores e apresenta um exemplo de aplicação de luz e sombra em formas básicas - em um cubo e em um cilindro, respectivamente, no sentido da esquerda para a direita - com tinta de aquarela.

Figura 80: Sombreamento de formas básicas com tinta de aquarela



Fonte: Autora (2023), adaptado de Roig *et al.* (2018)

4.1.13 Aula 13 – Representação gráfica visual de moda com temática livre de acordo com os desejos dos atores da comunidade

Esta aula objetiva trazer aos alunos do curso a aplicação de todos os conceitos aprendidos nas aulas anteriores, de forma conjunta. Assim, visando que eles consigam criar representações gráficas visuais de moda completas - por exemplo, com rosto, cabelo, mãos, pés e sapatos -, com as peças de vestuário - seja com ou sem a aplicação de texturas, padrões e estampas e seja por meio da utilização das técnicas de lápis grafite, lápis de cor ou da tinta de aquarela -, de acordo com os desejos e necessidades de representação dos atores da comunidade. Portanto, esta aula baseou-se em: Roig *et al.* (2018), Bryant (2012), Loomis (2011a; 2011b), Hagen (2005), Riegelman (2003) e Drudi e Paci (2001).

Assim, após a apresentação da proposta do curso de representação gráfica visual de moda para uma comunidade tradicional tem-se a continuação da discussão dos resultados.

Seguindo a perspectiva de adaptar a proposta do curso às diferentes realidades – sociais, de etnias, de gêneros e outros – das comunidades tradicionais, pode-se dizer que há demasiada importância na questão de que a representação gráfica visual de moda retrate diferentes biótipos, tanto no sentido da pesquisadora ensinar sobre as diversas possibilidades de representações, quanto à concepção dos desenhos pelos presentes nas comunidades. A pretensão da pesquisa é ensinar como representar as diversidades.

Desta forma, por meio da visualização das Figuras 81, 82, 83, 84 e 85 demonstram-se representações gráficas visuais de moda com perfis diversificados e que buscam trazer ao leitor uma ampla compreensão sobre as possibilidades de representação existentes e que o ensino do curso intencionado poderá ser adaptado de acordo com cada contexto.

A Figura 81 apresenta uma representação, de um *look* criado pela estilista Juliana Jabour, feita com as técnicas de marcadores, lápis de cor e caneta nanquim.

Figura 81: Representação gráfica visual de moda de um *look* da Juliana Jabour



Fonte: Autora (2023)

A Figura 82 apresenta uma representação, de um *look* criado pela Chanel, feita com as técnicas de marcadores, giz pastel seco, tinta guache, lápis de cor e caneta nanquim.

Figura 82: Representação gráfica visual de moda de um *look* da Chanel



Fonte: Autora (2023)

A Figura 83 apresenta uma representação, de um *look* criado pela Valentino, feita com as técnicas de marcadores, tinta guache, lápis de cor e caneta nanquim.

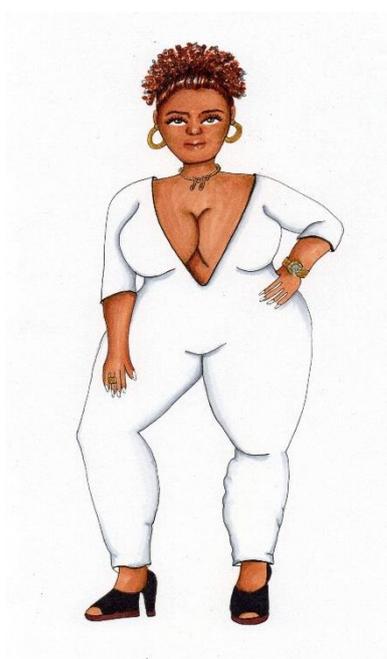
Figura 83: Representação gráfica visual de moda de um *look* da Valentino



Fonte: Autora (2023)

A Figura 84 apresenta uma representação gráfica visual de moda feita com as técnicas de marcadores, lápis de cor e caneta nanquim.

Figura 84: Representação gráfica visual de moda por Martina Nunes



Fonte: Martina Nunes (INSTAGRAM, 2023)

A Figura 85 apresenta uma representação gráfica visual de moda feita com as técnicas de marcadores, lápis de cor e caneta nanquim.

Figura 85: Representação gráfica visual de moda por Martina Nunes



Fonte: Martina Nunes (INSTAGRAM, 2023)

Deste modo, por meio da apresentação de diferentes formas de representação entende-se que o mesmo conteúdo do curso pode ser adaptado de acordo com as necessidades e desejos dos atores presentes na comunidade. Finalmente, considera-se que por meio da fundamentação teórica apresentada foi possível trazer um panorama geral sobre a temática e consolidar a abordagem sistêmica da gestão de design de moda para auxiliar de forma conceitual e teórica no planejamento de um curso de representação gráfica visual de moda que poderá ser lecionado em comunidades tradicionais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da consolidação da abordagem sistêmica de gestão de design de moda, que consiste em um alinhamento tanto das ações do NAS Design da UFSC – que detém pesquisas voltadas à inovação social, sustentabilidade e abordagem sistêmica –, do PPG Design, como da *expertise* da autora e dos autores abordados planejou-se um curso de representação gráfica visual de moda, que fosse direcionado ao atendimento das comunidades tradicionais.

Portanto, pode-se dizer que a pesquisa cumpriu com o seu objetivo geral, que consistia em planejar um curso de capacitação utilizando o ensino de técnicas de representação gráfica visual de moda, pela perspectiva da gestão de design e da abordagem sistêmica, como ferramenta aplicada para promover o resgate cultural e motivar uma ação de empreendedorismo, que visava trazer uma perspectiva de geração de renda para as comunidades tradicionais.

Assim, por meio do planejamento do curso em pauta dirigido às comunidades tradicionais, observou-se, pelo ponto de vista da abordagem sistêmica da gestão de design de moda, a possibilidade de promover o resgate da cultura destas comunidades e de gerar ações empreendedoras, que possam trazer renda, autonomia e empoderamento a elas, considerando-se que muitas carecem de acessibilidade, recursos ou conhecimentos para materializar as suas ideias. Desta forma, o curso mostrou-se como um grande benefício para estas populações, pois, intenta ensinar como representar as diversidades sociais, etnográficas, de gênero e outros. Ainda, precisa-se enfatizar que este estudo está voltado ao nível conceitual.

Igualmente, houve o cumprimento dos objetivos específicos, sendo que o primeiro deles consistia em compreender o contexto das comunidades tradicionais. Logo, a fundamentação teórica demonstrou, pela proposição da realização de estudos etnográficos e iconográficos destas comunidades, que seria possível compreendê-las e, por conseguinte usar estes elementos no curso em questão, facilitando assim o envolvimento e a motivação dos atores presentes.

O segundo objetivo específico, que buscou entender como adaptar a linguagem do ensino da representação gráfica visual de moda para ser repassada às comunidades tradicionais, foi cumprido sustentando-se também nos estudos etnográficos e iconográficos, que podem ser realizados junto à comunidade que for contemplada com o curso, com o fim de conhecer as suas particularidades, tal como foi apresentado nas diferentes possibilidades de representação gráfica visual de moda, dispostas nos resultados da pesquisa.

O cumprimento do terceiro objetivo específico, que se propunha a desenvolver as diretrizes para gerar um curso de capacitação de representação gráfica visual de moda voltado às comunidades tradicionais, foi apresentado por meio da Figura 43, também nos resultados deste estudo.

O último objetivo, que consistia em habilitar os atores envolvidos na comunidade a se expressarem e se representarem por meio do desenho, foi cumprido ao se apresentar a proposta de um curso de representação gráfica visual de moda direcionado aos anseios das comunidades tratadas.

Destaca-se que não houveram limitações e/ou dificuldades para a realização da pesquisa. Com relação às possibilidades de estudos futuros, pretende-se dar continuidade a esta pesquisa por meio da aplicação prática do curso planejado – representação gráfica visual de moda direcionada à comunidade tradicional – em uma comunidade tradicional ainda a ser escolhida durante o curso de doutorado em design.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, A. J. M. A relação entre design de moda e comunidades artesanais no Brasil: o projeto Moda e Artesanato do museu A Casa. **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], v. 10, n. 22, p. 128 – 142, nov. 2017. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/639>. Acesso em: 10 jun. 2022.
- AMARAL, D. P. **Metodologia do trabalho científico**. Rio de Janeiro: SENAI/CETIQT, 2009.
- AMORIM, C. A. C.; DE SOUZA, A. C. Ilustração de moda na modalidade à distância. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 2, n. 4, p. 117 – 126, ago.-dez. 2009. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7695>. Acesso em: 13 jun. 2022.
- ANDRADE, R. R.; BEZERRA, F. M.; LANDIM, P. C. Cadeia produtiva da moda: panorama e descrição. **Projética**, Londrina, v. 6, n. 2, p. 87-104, jul.-dez. 2015. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/313556266_Cadeia_produtiva_da_moda_panorama_e_descricao. Acesso em: 15 jun. 2022.
- AZEVEDO, W. **O que é design**: coleção primeiros passos. São Paulo: Brasiliense, 2017. (e-book).
- BACK, N. *et al.* **Projeto integrado de produtos**: planejamento, concepção e modelagem. Baruerio: Manole, 2008.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Tradução: Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BARTHOLO, R. Apresentação. *In*: MANZINI, E. **Design para a inovação social e sustentabilidade**: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Coordenação de tradução Carla Cipolla. Cadernos do Grupo de Altos Estudos, Rio de Janeiro: E-papers, 2008. p. 5-7.
- BERLATO, L. F. **A abordagem sistêmica da gestão de design na inovação social em uma unidade de conservação**. 2019. 266fl. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019.
- BERTALANFFY, L. V. **Teoria geral dos sistemas**: fundamentos, desenvolvimento e aplicações. Tradução: Francisco M. Guimarães. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.
- BERTOLLO, M. L. **Curso de desenho e ilustração de moda**. 2023. Disponível em: <https://www.marinabertollo.com.br/>. Acesso em: 03 fev. 2023.
- BEST, K. **Le design management**:s stratégie, méthode et mise em oeuvre. Paris: Pyramid, 2009.

BEST, K. **Fundamentação da gestão do design**. Porto Alegre: Bookman, 2012 (e-book).

BONA *et al.* O desenho no design de moda: as diferentes linguagens de representação aplicadas no processo projetual. **Projética**, Londrina, v. 10, n. 2 p. 63-80, set. 2019. Disponível em <https://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/33012>. Acesso em: 9 mar. 2022.

BORTOLON, F. J. A. A moda e a morte: ciclos de tendências. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 10, n. 19, p. 98-116, 2017. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/8543>. Acesso em: 05 mar. 2022.

BOTSMAN, R.; ROGERS, R. **O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo**. Tradução: Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011.

BRASIL. Presidência da República. Decreto n. 6.040, de 7 de fevereiro de 2007. Casa Civil. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6040.htm. Acesso em: 14 jun. 2022.

BRASIL. Portaria n. 76, de 14 de abril de 2010, instituiu o Programa de Demanda Social

BRUNNER, R.; EMERY, S. **Gestão estratégica do design: como um ótimo design fará as pessoas amarem sua empresa**. Tradução: R. Brian Taylor. São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda., 2009.

BRYANT, M. W. **Desenho de moda: técnicas de ilustração para estilistas**. Tradução: Joana Canêdo. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2012.

CAPRA, F.. **A Teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos**. Tradução: Newton Roberval Eicheberg. São Paulo: Cultrix, 1996. Disponível em: <http://www.comunita.com.br/assets/teiadavidafritjofcapra.pdf>. Acesso em: 03. fev. 2022.

CARDOSO, R. **Uma introdução à história do design**. 2. ed. São Paulo: Edgard Blücher Ltda., 2004.

CARDOSO, M. X.; DEMARCHI, A. P. P. O processo de desenvolvimento de produtos de moda baseado no design thinking: um estudo de caso. **Projética**, Londrina, v. 3, n. 2, p. 51-65, dez. 2012. Disponível em: <https://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/13496>. Acesso em: 8 maio 2022.

CIETTA, E. **A economia da moda**. Tradução: Adriana Tulio Baggio. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

CORREIA JUNIOR, G. M.; BRAGA, L.; COUTO, R. M. S. O designer como mediador. **Projética**, Londrina, v. 11, n. 3, p. 90-108, nov. 2020. Disponível em: <https://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/41694/0>. Acesso em: 06 mar. 2022.

COSTA, H.; GOUVEIA, A. L. S. B. D.; SILVA, A. N. G. Inovação de significado: o papel da educação em design e a possibilidade de uma sociedade sustentável. **Projética**, Londrina, v.7,

n.2, p.71-87, jun./dez. 2016. Disponível em: <https://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/24239>. Acesso em: 25 fev. 2022.

COSTA, S. L. Terapia ocupacional social: dilemas e possibilidades da atuação junto a povos e comunidades tradicionais. **Cad. Ter. Ocup. UFSCar**, São Carlos, v. 20, n. 1, p. 43-54, 2012. Disponível em: <http://doi.editoracubo.com.br/10.4322/cto.2012.005>. Acesso em: 11 jun. 2022.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativa, quantitativo e misto**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

DRUDI, E.; PACI, T. **Figure drawing for fashion design**. Amsterdam: The Pepin Press, 2001.

DUARTE, C. S. G. A ilustração de moda e o desenho de moda. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 3, n. 6, 2010. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7924>. Acesso em: 13 abr. 2022.

EGUCHI, H. C.; PINHEIRO, O. J. Design versus artesanato: identidades e contrastes. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 8., 2008, São Paulo, SP. **Anais [...]**. Universidade São Paulo: São Paulo, 2008. Disponível em: <https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/58>. Acesso em: 04. mar. 2022.

FERREIRA, A. S. **Ludificação e gamificação no processo de seleção de estratégia instrucional aplicada à gestão de design, associada à abordagem sistêmica e à prototipagem de serviço**. 2019. 345fl. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019.

FREIRE, K. M.; OLIVEIRA, C. M. M. Soluções habilitantes para formação de comunidades criativas: um caminho possível do design para inovação social. *In*: ARRUDA, A. J. V (org.) **Design e Inovação Social**. São Paulo: Blucher, 2017. p. 109-132. Disponível em: <https://openaccess.blucher.com.br/article-details/06-20516>. Acesso em: 2 mar. 2022.

FREITAS, R. F.; COUTINHO, S. G.; WAECHTER, H. N. Análise de metodologias em design: a informação tratada por diferentes olhares. **Estudos em Design**. Revista (online). Rio de Janeiro: v. 21, n. 1, p.1-15. 2013. Disponível em: <https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/111>. Acesso em: 12 fev. 2022.

GARDIN, C. O corpo mídia: modos e moda. *In*: OLIVEIRA, A. C.; CASTILHO, K. (org.) **Corpo e moda: por uma compreensão do contemporâneo**. Barueri: Estação das Letras e Cores Editora, 2008. p. 75-83.

GASKILL, L. Toward a model of retail product development: a case study analysis. **Clothing and Textiles Research Journal**, v. 10, n. 4, p. 17-24, 1992.

GRAGNATO, L. O ensino do desenho no design de moda. *In*: CONGRESSO INTERNACIONAL DE PESQUISA EM DESIGN (CIPED), 4, 2007, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007. Disponível em:

https://www.academia.edu/11530442/O_Ensino_do_Desenho_no_Design_de_Moda_The_Education_of_the_Drawing_in_Fashion_Design. Acesso em: 5 mar. 2022.

HAGEN, K. **Fashion illustration for designers**. New Jersey: Pearson Education, 2005.

HARGER, P. H. C. O segmento de moda afro-brasileira: conceitos, estruturas e narrativas. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 9, n. 18, p. 096-120, 2016. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7867>. Acesso em: 29 mar. 2022.

HATADANI, P. S.; MENEZES, M. S. O desenho como ferramenta projetual no design de moda. **Projética**, Londrina, v. 2, n. 1, p. 69 - 81, jun. 2011. Disponível em: <https://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/8749>. Acesso em: 8 abr. 2022.

INSTITUTO REVERBERA. Instagram, 2021. Disponível em: https://www.instagram.com/institutoreverbera/?utm_medium=copy_link. Acesso em: 15 jun. 2022.

JORDAN, M. B. P. **Processo de desenvolvimento de produto: um estudo para a indústria têxtil**. 2004. 80fl. Dissertação (Mestrado Profissionalizante em Engenharia) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

LAMB, J.; KALLAL, M. A conceptual framework for apparel design. **Clothing and Textile Research Journal**, v. 10, n. 2, p. 42-47, 1992.

LEMOS, F. Os aspectos funcionais do desenho no design de moda. **Achiote.com**, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p. 1-25. 2013. Disponível em: <http://revista.fumec.br/index.php/achiote/article/view/1643>. Acesso em: 3 mar. 2022.

LEROY, J. P.; MEIRELES, J. Povos indígenas e comunidades tradicionais: os visados territórios dos invisíveis. *In*: PORTO, M. F.; PACHECO, T.; LEROY, J. P (org.). **Injustiça ambiental e saúde no Brasil: o mapa de conflitos** [on-line]. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 2013. p. 115 – 132. Disponível em: <https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/icict/42087/2/porto-9788575415764.pdf>. Acesso em: 9 jun. 2022.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. Tradução: Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. Tradução: Eduardo Brandão. São Paulo: Companhia das Letras, 2015. (e-book).

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **O capitalismo estético na era da globalização**. Tradução: Luis Filipe Sarmiento. Portugal: Edições 70, 2019.

LODI, R.; CATTANI, A. O papel do desenho técnico de moda nas indústrias do vestuário e nas escolas de moda. *In*: COLOQUIO DE MODA, 8, 2012, Rio de Janeiro. **Anais [...]**.

LOOMIS, A. **Drawing the heads and hands**. UK: Titan Books, 2011a.

LOOMIS, A. **Figure drawing for all it's worth**. UK: Titan Books, 2011b.

SENAI CETIQT, Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <https://docplayer.com.br/5312201-O-papel-do-desenho-tecnico-de-moda-nas-industrias-do-vestuario-e-nas-escolas-de-moda.html>. Acesso em: 2 mar. 2022.

MANZINI, E. **Design para a inovação social e sustentabilidade**: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Coordenação de tradução Carla Cipolla. Cadernos do Grupo de Altos Estudos. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

MANZINI, E.; JÉGOU, F. **Sustainable everyday**: scenarios of urbanlife. Tradução: Rachel Anne Coad. Milão: Edizioni Ambiente, 2003. Disponível em: https://www.strategicdesignscenarios.net/wp-content/uploads/2012/05/SUSTAINABLE-EVERYDAY_-Scenarios-of-urban-life.pdf. Acesso em: 20 fev. 2022.

MANZINI, E.; STASZOWSKI, E. (ed.). DESIS network, public and collaborative: exploring the intersection of design, social innovation and publicpolicy. **The New School**, 2013. Disponível em: https://www.desisnetwork.org/wp-content/uploads/2017/04/DESI_PUBLIColab-Book.pdf. Acesso em: 8 mai. 2022.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas 2003.

MARTINA, N. Instagram, 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CmeTdl0uTqh/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>. Acesso em: 3 fev. 2023.

MARTINS, R. F. F.; MERINO, E. A. D. **A gestão de design como estratégia organizacional**. 2. ed. Rio de Janeiro: Rio Books, 2011.

MASTELINI, F. **Desenho de moda hoje**: principais opções a serem aplicadas ao processo de desenvolvimento do produto. 2016. 145 f. Dissertação (Mestrado em Ciências) - Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, 2016. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100133/tde-16082016-153545/pt-br.php>. Acesso em: 12 out. 2022.

MASTELINI, F.; ALMEIDA, R. B. Os diversos desenhos no design de moda: a comunicação no processo criativo. **IARA**, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 73 - 86, jan. 2016. Disponível em: http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2016/03/89_Iara_artigo_revisado.pdf. Acesso em: 15 abr. 2022.

MAY-PLUMLEE, T.; LITTLE, T. No-interval coherently phased product developmentmodel for apparel. **International Journal of Clothing Science and Technology**, v. 10 n. 5, p. 342-364, 1998.

MENDES, F. D.; SACOMANO, J. B.; FUSCO, J. P. A. Manufatura do vestuário de moda – o PCP como estratégia competitiva. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO (ENEGEP), 26, 2006, Fortaleza **Anais [...]**. Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2006. Disponível em: <https://silo.tips/download/manufatura-do-vestuario-de-moda-o-pcp-como-estrategia-competitiva>. Acesso em: 8 maio 2022.

MONTEMEZZO, M. C. F. S. **Diretrizes metodológicas para o projeto de produtos de moda no âmbito acadêmico**. 2003. 97fl. Dissertação (Mestrado em Desenho Industrial) - Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2003.

MORETTI, I. C. **Proposta de um modelo de referência para o processo de desenvolvimento de produto do vestuário**. 2012. 122fl. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Ponta Grossa, 2012.

MORETTI, I. C.; BRAGHINI JUNIOR, A. Reference model for apparel product development. **Independent Journal of Management & Production**, v. 8, n. 1, p. 232-262, jan.-mar. 2017. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4495/449549996016.pdf>. Acesso em: 8 jun. 2022.

MOZOTA, B. B. **Design management: using design to build brand value and corporate innovation**. New York, 2003.

MOZOTA, B. B. **Gestão do design: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa**. Tradução: Lene Belon Ribeiro. Porto Alegre: Bookman. 2011. Disponível em: <https://www.docsity.com/pt/gestao-do-design-cap-4-mozota/4866976/>. Acesso em: 3 mar. 2022.

NASCIMENTO, F; SOUZA, F. **Metodologia da pesquisa científica: teoria e prática**. Brasília: Thesaurus, 2015.

NAS DESIGN. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2016. Disponível em: <http://nasdesign.herokuapp.com/>. Acesso em: 14 jun. 2022.

OLIVEIRA, A. R. M. **Design como pensamento: uma breve história da metodologia de design**. 2017. 167fl. Trabalho de conclusão da disciplina de Metodologia do Design do Mestrado (Mestrado em Design) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2017. Disponível em: <http://www.vigha.com/wp-content/uploads/2017/07/DESIGN-COMO-PENSAMENTO-UFPE2017.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2022.

OURIVES, E. A. A.; KIST, L.; ROSA, V. I.; FIGUEIREDO, L. F. G. Estudo iconográfico do Ribeirão da Ilha para aplicação no design de joias. *In*: CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DE DESIGN, ENGENHARIA E GESTÃO PARA INOVAÇÃO - IDEMI, 2. 2012. Florianópolis. **Anais [...]** Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012.

OURIVES, *et al.* Estudo iconográfico de Chapadão do Lageado para aplicação no design de artefatos de lembranças. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 13. 2018, Joinville **Anais [...]**. Universidade da Região de Joinville, Joinville, 2018. Disponível em: http://pdf.blucher.com.br.s3-sa-east-1.amazonaws.com/designproceedings/ped2018/4.2_ACO_31.pdf. Acesso em: 5 jun. 2022.

PALMIERI, A. R.; FIGUEIREDO, L. F. G. Função própria e pertinente da gestão de design. **DAPesquisa**, Florianópolis, v. 7, n. 9, p. 498-509, 2018. Disponível em: <https://www.periodicos.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/13978>. Acesso em: 7 maio 2021.

PEREIRA, G. F. S.; COSTA, C. E. F. O desenho e o design de moda: da ideia ao produto. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 7, n. 3, p. 32543-32551, mar. 2021. Disponível em: <https://www.brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/27340>. Acesso em: 9 mar. 2022.

PINHEIRO, T.; ALT, L. **Design thinking Brasil**: empatia, colaboração e experimentação para pessoas, negócios e sociedade. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.

PINTO, T. C. L.; DOLZAN, J. E.; GOMEZ, L. S. R. Design universal sob a ótica dos estudantes e profissionais brasileiros. **DAPesquisa**, Florianópolis, v. 6, n. 8, p. 608-625, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/14038>. Acesso em: 3 mar. 2022.

PIRES, D. B (org.). **Design de moda**: olhares diversos. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

PITIMANEEYAKUL, U.; LABAT, K. L.; DELONG, M. R. Knitwear product development process: a case study. **Clothing and Textiles Research Journal**, v. 22, n. 3, p.113-121, 2004.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN. Mestrado e Doutorado em Design. In: PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN. Florianópolis: UFSC, 2023. Disponível em: <http://www.posdesign.ufsc.br/doutorado-em-design/>. Acesso em: 20 jan. 2023.

PROJETO TRAÇANDO HISTÓRIAS. Instagram, 2020. Disponível em: https://www.instagram.com/tracando_historias/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D. Acesso em: 10 jun. 2022.

PULS, L. M. **Desenho de moda**: paradigma para a construção de uma abordagem pedagógica. 2003. 124fl. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012.

PULS, L. M. Desenho técnico: padrões de representação gráfica para produtos do vestuário. **DAPesquisa**, Florianópolis, v. 2, n. 4, p. 408-422, 2007. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/16632>. Acesso em: 8 mar. 2022.

PULS, L. M. Desenho de moda: uma análise sob o ponto de vista da relação espaço-tempo no contexto educacional. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 2, n. 4, p. 17-23, ago.-dez. 2009. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7687>. Acesso em: 10 maio 2022.

PULS, L. M. A percepção na perspectiva do ensino-aprendizagem do desenho de moda à mão livre. **DAPesquisa**, Florianópolis, v. 4, n. 6, p. 556-561, 2009a. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/14219>. Acesso em: 10 abr. 2022.

PULS, L. M. O desenho como ferramenta universal. O contributo do processo do desenho de moda na concepção do projeto de design de vestuário. **Modapalavra e-periódico**,

Florianópolis, v. 4, n. 8, jul.-dez. 2011. Disponível em:
<https://revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7892>. Acesso em: 10 maio 2022.

PULS, L. M.; MONTANHEIRO, A. M. A representação gráfica do desenho no design de Moda. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 5, n. 10, p. 37-46, jul.-dez. 2012. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/5140/514051627004.pdf>. Acesso em: 2 abr. 2022.

RECH, S.R. **Moda: por um fio de qualidade**. Florianópolis: UDESC, 2002.

RECH, S.R. **Cadeia produtiva da moda: um modelo conceitual de análise**. 2006. 282 fl. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2006.

RECH, S. R. Estrutura da cadeia produtiva da moda. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 1, n. 1, p. 7-20, jan.-jul. 2008. Disponível em:
<https://www.redalyc.org/pdf/5140/514051712004.pdf>. Acesso em: 7 maio 2022.

RECH, S. R. **Gestão do design de moda**. 2010. Disponível em:
<https://silo.tips/download/gestao-do-design-de-moda-sandra-regina-rech>. Acesso em: 10 jun. 2022.

RIEGELMAN, N. **9 heads**. 2. ed. Pasadena: 9 Heads Media, 2003.

ROIG, G. M. *et al.* **Fundamentos do desenho artístico: aula de desenho**. Tradução: Ivone C. Benedetti. São Paulo: WMF Martins Fontes Ltda., 2018.

ROSA, L. **Vestuário industrializado: uso da ergonomia nas fases de gerência de produto, criação, modelagem e prototipagem**. 2011. 175 f. Tese (Doutorado em Artes e Design) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

ROZENFELD, H. *et al.* **Gestão de desenvolvimento de produtos: uma referência para melhoria de processo**. São Paulo: Saraiva, 2006. (e-book).

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

SANT'ANNA, M. R. **Teoria de moda: sociedade, imagem e consumo**. 2. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

SANTOS, R. C. A história inventando moda: A influência da memória na criação de coleções de moda com referência no passado. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 3, n. 5, 2010. Disponível em:
<https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7946>. Acesso em: 03 mar. 2022.

SENAI CETIQT, SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL CENTRO DE TECNOLOGIA DA INDÚSTRIA QUÍMICA E TÊXTIL. **Metodologia da pesquisa**. Rio de Janeiro: SENAI CETIQT, 2013.

SHIRAIISHI NETO, J. **Direito dos povos e das comunidades tradicionais no Brasil:** declarações, convenções internacionais e dispositivos jurídicos definidores de uma política nacional. Manaus: UEA, 2007. Disponível em: <https://direito.mppr.mp.br/arquivos/File/DireitodospovosedascomunidadesradicionaisnoBrasil.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2022.

SILVA, C. S. **Abordagem sistêmica com foco na gestão de design sustentável:** o caso Nuovo Design. 2012. 147fl. Dissertação (Mestrado em Design Gráfico) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012.

SILVA, M. A; ANDRADE, L. L. Desenho técnico de moda e suas funções na confecção do vestuário. **Meta**, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p. 217 – 222, 2016. Disponível em: <https://docplayer.com.br/122607172-Desenho-tecnico-de-moda-e-suas-funcoes-na-confeccao-do-vestuario.html>. Acesso em: 3 abr. 2022.

SILVA, C. S.; FIGUEIREDO, L. F. G. Abordagem sistêmica em MPEs: design de sistemas para elaboração de ferramentas de gestão de design. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN (P&D DESIGN), 10. 2012, São Luiz. **Anais [...]**. Universidade Federal do Maranhão, São Luiz, 2012.

SILVA, C. S.; FIGUEIREDO, L. F. G. Abordagem sistêmica da gestão de design: conceituação e aplicação. *In*: CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DE DESIGN, ENGENHARIA E GESTÃO PARA A INOVAÇÃO (IDEMI), 4., 2015, Florianópolis. **Anais [...]**. Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2015, p. 1063-1074. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/317517702/ANAIS-IDEMI-2015-pdf>. Acesso em: 12 fev. 2022.

SILVA, M. O. Saindo da invisibilidade: a política nacional de povos e comunidades tradicionais. **Inclusão Social**, Brasília, v. 2, n. 2, p. 7-9, abr.- set. 2007. Disponível em: <https://revista.ibict.br/inclusao/article/view/1596>. Acesso em: 10 jun. 2022.

TEIXEIRA, J. M. **Gestão visual de projetos:** utilizando a informação para inovar. Rio de Janeiro: Alta Books, 2018.

TELES, M. O. F. O desenho de moda na aprendizagem mediada da linguagem visual. *In*: COLÓQUIO DE MODA, 9., 2013, Fortaleza. **Anais [...]**. Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2013. Disponível em: <http://coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202013/ARTIGOS-DE-GT/Artigo-GT-Ensino-Educacao-teoria-e-pratica-em-Moda/O-desenho-de-moda-na-aprendizagem-mediada-da-Linguagem-Visual.pdf>. Acesso em: 7 mar. 2022.

THIOLLENT, M. **Metodologia da pesquisa-ação**. 16. ed. São Paulo: Cortez, 2005.

THIOLLENT, M. **Metodologia da pesquisa-ação**. 18. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

TURINE, J. A. V.; MACEDO, M. L. R. Direitos humanos, comunidades tradicionais e biodiversidade: desafios para o desenvolvimento sustentável. **Revista Direito UFMS**, Campo Grande, v. 3, n. 2, p. 175 – 194, jul. – dez. 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufms.br/index.php/revdir/article/view/5313>. Acesso em: 9 jun. 2022.

UDALE, J. **Tecidos e moda**. Porto Alegre: Bookman, 2009. v. 2. (Coleção Fundamentos Design de Moda).

VARNIER, T.; FETTERMANN, D. C.; MERINO, G. S. A. D. Processo de desenvolvimento de produtos no vestuário: uma revisão sistemática de modelos de auxílio à prática projetual de produtos de moda. **Gestão & Tecnologia de Projetos**. São Carlos, v. 16, n. 2, 2021. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/gestaodeprojetos/article/view/171529/168142>. Acesso em: 17 maio 2022.

VASCONCELOS, M. J. E. **Pensamento sistêmico: o novo paradigma da ciência**. 7. ed. Campinas: Editora Papyrus, 2013.

VIEIRA, A. F.; CAVALCANTE, R. A. S.; MERINO, E. A. D. Gestão de design e planejamento estratégico: estudo de caso de uma loja do município de Belém do Pará. *In*: CONGRESSO PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 13. 2018, Joinville. **Anais [...]**. Universidade da Região de Joinville (UNIVILLE), Joinville, 2018. p. 1350-1364. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/gesto-de-design-e-planejamento-estrategico-estudo-de-caso-de-uma-loja-do-municipio-de-belm-do-par-30021>. Acesso em: 10 fev. 2022.

WEBER, K. P.; VICTORIA, I. C. M.; FIGUEIREDO, L. F. G. A integração do design e suas ferramentas para potencializar o aprendizado de jovens aprendizes. *In*: JORNADA CATARINENSE DE HISTÓRIA DA INFÂNCIA E JUVENTUDE, 2., 2018, Florianópolis. **Anais [...]**. Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2018.

WERNER, E.; MARTINS, G. I.; MEDEIROS, I. Design universal aplicado no desenvolvimento conceitual de ducha doméstica. **Projética**, Londrina, v. 12, n. 1, p. 270-296, 2021. Disponível em: <https://www.uel.br/revistas//uel/index.php/projetica/article/view/36280/29210>. Acesso em: 08 mar. 2022.

WICKETT, J.; GASKILL, L.; DAMHORST, M. Apparel retail product development: model testing and expansion. **Clothing and Textiles Research Journal**, v. 17, n. 1, p. 21-35, 1999.

WORD ART. Disponível em: <https://wordart.com>. Acesso em: 15 mar. 2022.

ZAMPROGNA, L. S. P.; LUGLI, D. M. A análise do comportamento dos tecidos sobre o corpo humano: uma abordagem para o ensino de desenho de moda. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, v. 7, n. 14, p. 93 - 110, jul.-dez. 2014. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/5101>. Acesso em: 10 abr. 2022.

ZANIN, S. Ampliação de mercado: uma nova empregabilidade para a ilustração de moda. *In*: CONGRESSO INTERNACIONAL DE NEGÓCIOS DE MODA (CINM), 5, 2017, São Paulo. **Anais [...]**. Universidade São Paulo, São Paulo, 2017. Disponível em: <https://docplayer.com.br/65308299-Ampliacao-de-mercado-uma-nova-empregabilidade-para-a-ilustracao-de-moda.html>. Acesso em: 3 abr. 2022.

ZUIM, V. A. S.; FARIAS, A. C. S.; GONDIM, R. V. Desenho de moda como objeto de ensino, aprendizagem e comunicação coletiva. *In*: COLOMBO, N. (org). **Diálogos entre**

moda, arte e cultura 2. Ponta Grossa: Atena Editora, 2019. p. 58-66. Disponível em:
file:///C:/Users/Marina/Downloads/Cap5_c5cbfa169f405ce78d9c344a72b48fee59f6f318.pdf.
Acesso em 7 abr. 2022.