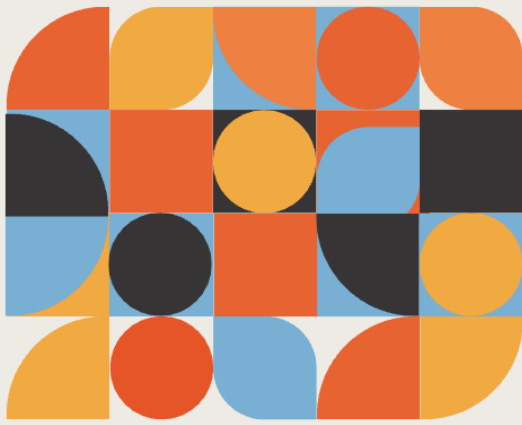




FOTOGRAFIA COMO FERRAMENTA CRIATIVA NA CONCEPÇÃO DE PRODUTOS DE MODA: Uma abordagem interdisciplinar no ensino do design de moda

Oenning, Josiany Favoreto; Dra; Universidade Tecnológica Federal do Paraná,
josiany@hotmai.com¹

Pirozi, Giulia Minosso de Almeida; Mestranda; Universidade Tecnológica Federal do Paraná,
minossogiulia2@gmail.com²

Amianti, Samanta Bertipalha; Graduada; Universidade Tecnológica Federal do Paraná,
samandabertipalha@hotmail.com³

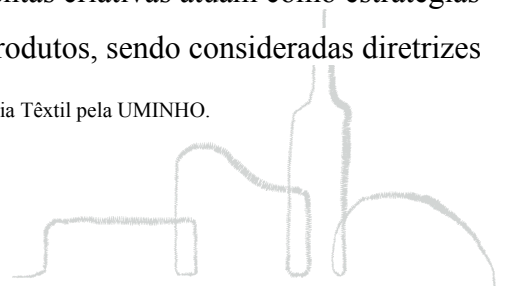
RESUMO

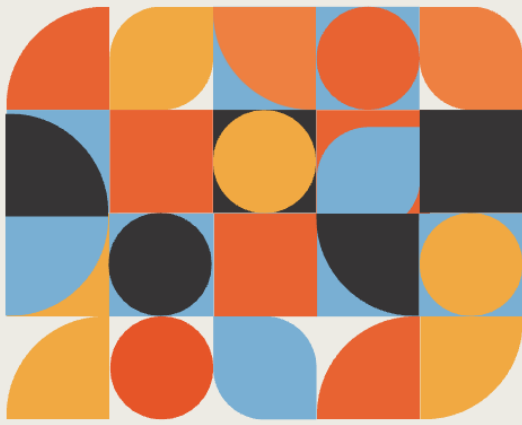
Esta pesquisa apresenta uma abordagem interdisciplinar desenvolvida nas disciplinas “Pesquisa em Moda”, “Laboratório da Forma” e “Artesania” do curso de Design de Moda da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Campus Apucarana. O objetivo é fomentar o aprendizado e estimular a inventividade por meio do uso de ferramentas de desenvolvimento da forma aplicada à criação de um produto de moda conceitual, integrando saberes como modelagem tridimensional, pesquisa em moda e fotografia. As disciplinas que compõem essa metodologia abrangem, respectivamente: a construção de repertório por meio da experimentação de métodos e ferramentas de pesquisa, análise de tendências e criações contemporâneas, como subsídio às etapas criativas dos projetos de moda; a exploração criativa e experimental da modelagem, com uso de materiais têxteis e não têxteis na elaboração de formas tridimensionais a partir de técnicas de construção e desconstrução; e o estudo do valor, da aplicabilidade e das técnicas artesanais, voltado ao desenvolvimento das habilidades manuais e ao aprimoramento dos acabamentos. Assim, a proposta se apoia em metodologias de ensino que integram teoria e prática para estimular a criação a partir de referências e pesquisas visuais, simbólicas e sensoriais. A criatividade é uma capacidade inerente ao processo de criação e pode ser desenvolvida por meio de práticas que estimulam conexões mentais e associações inusitadas (BAXTER, 2000). Nesse sentido, a moda configura-se como uma prática inventiva voltada à produção de valores culturais imateriais, essenciais ao progresso humano, como a inovação e a criatividade (GODART, 2010). As chamadas ferramentas criativas atuam como estratégias estruturadas que auxiliam na geração de ideias e no desenvolvimento de produtos, sendo consideradas diretrizes

¹Professora do curso de Design de Moda da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Doutora em Engenharia Têxtil pela UMINHO.

²Mestranda em Têxtil e Moda pela UTFPR e participante do Grupo de Pesquisa Moda e Conforto.

³Mestranda em Têxtil e Moda pela UTFPR e participante do grupo de pesquisa Moda e Conforto.





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

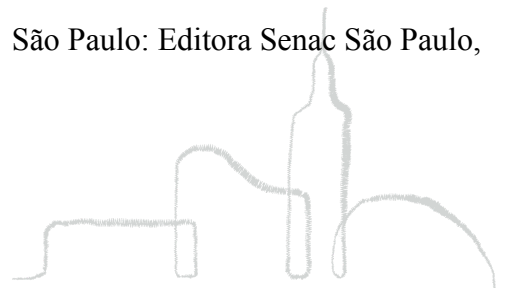
FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

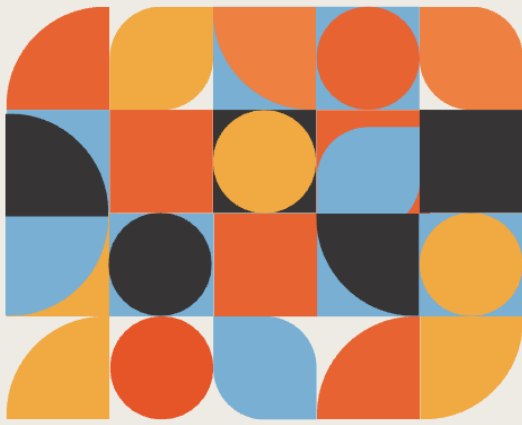
capazes de fomentar o surgimento de novas soluções (PAZMINO, 2015). Dentre elas, destaca-se a fotografia como ferramenta visual que, no contexto contemporâneo, assume um papel interpretativo e subjetivo, indo além do registro literal para comunicar significados e valores (BARTHES, 2009). Para Marra (2008), a fotografia tem a capacidade de reinscrever o evento em sua integridade sensorial, de modo que, enquanto o desenho é observado, a fotografia é fruída. Sanches (2017) ressalta que a visualidade exerce um papel central na atuação do designer, pois o uso da abstração estimula conexões mentais e potencializa a capacidade inventiva. A atividade proposta teve como objetivo o desenvolvimento de peças conceituais a partir de formas circulares ou esféricas aplicadas ao tecido. Para isso, os estudantes do primeiro período do curso recorreram a pesquisas de tendências, técnicas de manipulação têxtil e recursos de modelagem tridimensional, orientando-se por investigações sobre consumo e comportamento para definir temáticas estéticas autorais. Cada grupo selecionou elementos materiais de caráter circular ou esférico, capazes de traduzir visual e sensorialmente os conceitos propostos, explorando suas possibilidades interpretativas e criativas. Itens como objetos de decoração, acessórios, utensílios de cozinha, cosméticos e materiais têxteis foram fotografados no laboratório em um fundo infinito, com variações de enquadramento, iluminação e efeitos, resultando em *moodboards* que sintetizam formas, texturas e cores inovadoras. As imagens atuaram como ferramentas de referência criativa para a concepção de formas sobre manequins técnicos, articulando imagem e ideia e favorecendo a construção de propostas inventivas e esteticamente diferenciadas no processo de construção de um projeto de vestuário conceitual.

Palavras-chave: Fotografia; Design de Moda; Processo Criativo.

REFERÊNCIAS

- BARTHES, Roland. *Sistema da moda*. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009. (Coleção Roland Barthes).
- BAXTER, Mike. *Projeto de produto: guia para a inovação através do design*. São Paulo: Edgard Blucher, 2000.
- GODART, Frédéric. *Sociologia da moda*. Tradução de Lea P. Zylberlicht. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

MARRA, Cláudio. *Nas sombras de um sonho: história e linguagens da fotografia de moda*. São Paulo: Senac, 2008.

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

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

