



A Aplicação dos Elementos Criativos no Processo de Design de Moda: uma abordagem metodológica com intervenções em campo

Fernandes, Palloma Renny Beserra; Doutoranda; Universidade de São Paulo, palloma_renny@hotmail.com¹
Sousa, Cyntia Santos Malaguti de; Doutora; Universidade de São Paulo, cyntiamalaguti@usp.br²

RESUMO

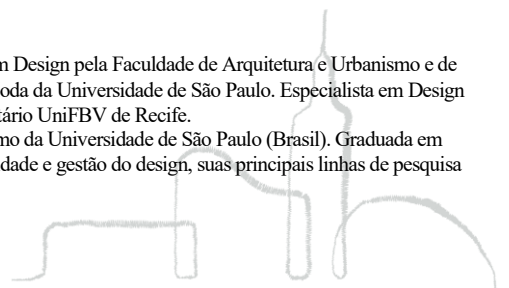
A moda, enquanto linguagem visual, opera como um sistema de signos capaz de expressar identidade, valores culturais e posicionamentos sociais por meio da indumentária. Nesse contexto, o processo criativo no design de moda envolve uma série de decisões projetuais que moldam a comunicação visual do produto, a partir de intervenções intencionais em superfícies, formas, cores, texturas e acabamentos. Essas decisões resultam na configuração dos chamados “elementos criativos”, considerados como unidades expressivas dotadas de função comunicacional no produto de moda.

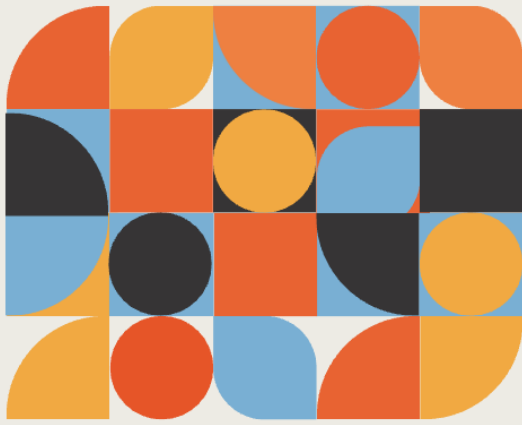
A síntese imagética desempenha papel fundamental na transição entre os pensamentos divergente e convergente, fases essenciais no desenvolvimento criativo. No ambiente acadêmico, a inserção de intervenções práticas em campo tem potencial para aprofundar o entendimento dos estudantes sobre essas etapas, ao mesmo tempo em que favorece a tomada de decisões mais embasadas e coerentes ao longo do projeto.

Este trabalho tem como objetivo apresentar os resultados práticos de uma abordagem metodológica aplicada à disciplina de Planejamento de Coleção, no curso de graduação em Design de Moda. A proposta parte da aplicação dos “elementos criativos” como eixo estruturante do processo de criação, sob a perspectiva da semiótica — ciência que estuda os signos e os processos de significação. A metodologia proposta baseia-se na ideia de que os

¹ Professora no curso de graduação em Design de Moda pelo Centro Universitário SENAC de São Paulo. Doutoranda em Design pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e de Design da Universidade de São Paulo. Mestra em Ciências com foco em Materiais e Processos pelo programa Têxtil e Moda da Universidade de São Paulo. Especialista em Design de Calçados e Bolsas pelo Instituto Europeu de Design de São Paulo e graduada em Design de Moda pelo Centro Universitário UniFBV de Recife.

² Professora-pesquisadora nos cursos de graduação e pós-graduação em Design pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (Brasil). Graduada em design pela ESDI/UERJ e doutora em Arquitetura e Urbanismo pela FAU/USP. Especializada em design para sustentabilidade e gestão do design, suas principais linhas de pesquisa são: economia circular, cultura material, estudos de futuro e matérias-primas para design.





20º 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

processos de codificação (atribuição de significados visuais) e decodificação (interpretação desses signos) são centrais para a construção do design de moda enquanto linguagem projetual.

A pesquisa é de natureza qualitativa, com caráter observacional, e envolveu intervenções em campo aliadas à análise documental dos projetos desenvolvidos pelos estudantes. Como instrumentos de coleta e orientação do processo criativo, foram utilizados mapas mentais (mindmaps), painéis de forma e experimentações têxteis, que possibilitaram o desenvolvimento e a aplicação de diferentes configurações visuais. A partir desses recursos, os estudantes elaboraram os croquis finais da coleção, considerando critérios como identidade da marca, posicionamento mercadológico e coerência com o tema inspiracional.

Os resultados indicam um avanço significativo na capacidade criativa e crítica dos alunos, especialmente na articulação entre os diferentes requisitos de projeto. A aplicação dos elementos criativos como ferramenta metodológica mostrou-se eficaz na construção de uma coleção de moda conceitualmente sólida e visualmente coerente, destacando a importância da mediação semiótica no processo de ensino-aprendizagem em design de moda.

Palavras-chave: elementos criativos; design de moda; processo criativo.

Referências

HALL, Stuart. **Codificação/decodificação. Da diáspora: identidades e mediações culturais.** Belo Horizonte: UFMG, p. 387-404, 2003.

SANCHES, Maria Celeste de Fátima; MARTINS, Sérgio Regis Moreira. Projetando mensagens visuais: a contribuição das ferramentas de síntese imagética no design de moda. **Estudos em design**, v. 23, n. 1, p. 108-117, 2015.

SANCHES, Maria Celeste de Fátima. **O projeto do intangível na formação de designers de moda: repensando as estratégias metodológicas para a sintaxe da forma na prática projetual.** 2016.

LEAL, Leopoldo. **Processo de criação em design gráfico: pandemonium.** São Paulo: Editora Senac, 2021.

