

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN
BACHARELADO EM MODA**

Melissa Flores

O *sketchbook* como ferramenta nos processos criativos de moda.

Juiz de Fora
2026

Melissa Flores

O *sketchbook* como ferramenta nos processos criativos de moda.

Trabalho de Conclusão de Curso
submetido à Comissão Examinadora do
Curso de Bacharelado em Moda, do
Instituto de Artes e Design, da
Universidade Federal de Juiz de Fora,
como parte dos requisitos necessários à
obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Gabriela Andrade de Oliveira

Juiz de Fora

2026

Flores, Melissa .

O sketchbook como ferramenta nos processos criativos de moda /
Melissa Flores. -- 2026.
72 f.

Orientador: Gabriela Andrade de Oliveira

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade
Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design, 2026.

1. Criatividade. 2. Processo Criativo. 3. Ferramentas. 4.
Sketchbook.. I. Andrade de Oliveira, Gabriela , orient. II. Título.

Melissa Flores

O *sketchbook* como ferramenta nos processos criativos de moda.

Trabalho de Conclusão de Curso
submetido à Comissão Examinadora do
Curso de Bacharelado em Moda, do
Instituto de Artes e Design, da
Universidade Federal de Juiz de Fora,
como parte dos requisitos necessários à
obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Aprovado em 26 de janeiro de 2026.

BANCA EXAMINADORA:

Prof.^a Dr.^a Gabriela Andrade de Oliveira – Orientador
Universidade Federal de Juiz de Fora

Prof.^a Dr.^a Débora Pinguello Morgado
Universidade Federal de Juiz de Fora

Prof.^a Especialista Graziella Martins Cavalcanti
Faculdade Santa Marcelina

Dedico este trabalho com muito carinho aos meus pais, que de todo o amor e essência criativa que eu tenho, eles que me ensinaram. Amo vocês.

RESUMO

O presente trabalho busca evidenciar e analisar o uso do *sketchbook* como ferramenta no processo criativo de designers de moda, especialmente no desenvolvimento de criações e coleções. Ao longo do estudo, são abordados temas como criatividade, processo criativo, e algumas ferramentas aplicadas ao processo criativo de moda. Nesse sentido, a pesquisa tem como objetivo geral, compreender e analisar o uso do *sketchbook* na área da moda, considerando suas funções, potencialidades e limitações. Para tanto, busca-se ampliar o referencial teórico sobre o tema por meio de livros, artigos científicos e trabalhos de conclusão de curso, tendo em vista as lacunas existentes na produção acadêmica nacional, acerca do *sketchbook*. Além disso, realizou-se uma pesquisa de caráter quantitativo e qualitativo, por meio da aplicação de formulários a estudantes e profissionais da área da moda. Com o objetivo de compreender suas percepções e formas de uso do *sketchbook* no desenvolvimento de projetos e produtos de moda. Dessa forma, o trabalho apresenta e evidencia as potencialidades do uso do *sketchbook*, reafirmando sua relevância tanto para a formação acadêmica quanto para a atuação profissional em moda.

Palavras-chave: Criatividade. Processo Criativo. Ferramentas. *Sketchbook*.

ABSTRACT

The present study aims to identify and analyze the use of the sketchbook as an instrument in the creative process of fashion designers, especially in the development of creations and collections. Throughout the research, topics such as creativity, the creative process, and tools applied to fashion design are addressed. In this context, the main purpose of this study is to understand and analyze the use of the sketchbook in the fashion creative process, considering its functions, potential, and limitations. Therefore, this research seeks to expand the theoretical framework on the subject through books, scientific articles, and undergraduate theses, taking into account the existing gaps in national academic production regarding the sketchbook as an instrument in the fashion creative process. Additionally, qualitative research was conducted through the application of questionnaires to students and professionals in the fashion field. Aiming to understand their perceptions and ways of using the sketchbook in the development of projects and fashion products. In this way, the study demonstrates the potential of the sketchbook, reaffirming its relevance for both academic training and professional practice in fashion.

Keywords: Creativity. Creative process. Creative tools. Sketchbook.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Exemplo de <i>brainstorming</i> com a técnica de nuvem de palavras	13
Figura 2 - Exemplo de mapa mental	14
Figura 3 - Exemplo de painel de inspiração digital	15
Figura 4 - Página de um <i>sketchbook</i>	16
Figura 5 - Volumes do <i>Codex Forster</i> , Leonardo da Vinci	22
Figura 6 - Leonardo Da Vinci (1452-1519), desenho de projetos mecânicos	23
Figura 7 - Ronaldo Fraga e livro <i>Caderno de roupas, memórias e croquis</i>	28
Figura 8 - Páginas do livro <i>Caderno de roupas, memórias e croquis</i>	29
Figura 9 - Conjunto de desenhos de Lee Alexander McQueen	30
Figura 10 - <i>Sketchbook</i> fashionary	31
Figura 11 - <i>Sketchbook</i> fashionary em uso	31
Figura 12 - Do esboço ao croqui de moda	35
Figura 13 - Gráfico de idade dos participantes	39
Figura 14 - Gráfico de gênero dos participantes	39
Figura 15 - Gráfico de perfil profissional / educacional	40
Figura 16 - Gráfico de nível de formação	41
Figura 17 - Gráfico de tempo de atuação profissional na área da moda	41
Figura 18 – Gráfico de frequência de uso do <i>sketchbook</i> durante o processo criativo	43

Figura 19 - Gráfico de preferência de formato para o uso do <i>sketchbook</i>	43
Figura 20 - Gráfico de elementos que os participantes incluem em seus <i>sketchbooks</i>	44
Figura 21 - Gráfico de percepção dos participantes sobre as contribuições do <i>sketchbook</i>	45
Figura 22 - Gráfico de importância que os participantes acreditam que o <i>sketchbook</i> tem para o desenvolvimento de projetos de moda	46
Figura 23 - Gráfico de importância que os participantes acreditam que o <i>sketchbook</i> tem para a organização e planejamento de ideias e produtos	47
Figura 24 - Gráfico de importância que os participantes acreditam que o <i>sketchbook</i> tem para o desenvolvimento da sua criatividade.....	48
Figura 25 - Comentários sobre o uso do <i>sketchbook</i> na moda	51

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	1
2	CRIATIVIDADE E PROCESSOS CRIATIVOS DE MODA.....	3
2.1	CRIATIVIDADE: CONCEITOS E DEFINIÇÕES	3
2.2	COMPREENDENDO O PROCESSO CRIATIVO	8
2.3	FERRAMENTAS FACILITADORAS PARA PROCESSOS CRIATIVOS DE MODA	10
2.3.1	<i>Brainstorming</i>	11
2.3.2	Mapa Mental.....	13
2.3.3	Painéis de Inspiração.....	14
2.3.4	<i>Sketchbook</i>	16
3	SKETCHBOOK.....	18
3.1	NOMENCLATURAS DO SKETCHBOOK.....	20
3.2	SURGIMENTO DO SKETCHBOOK.....	21
3.3	O SKETCHBOOK E A MODA	24
3.4	ESBOÇOS E DESENHOS NA MODA.....	32
4	COLETA E ANÁLISE DE DADOS.....	37
4.1	DISCUSSÃO E RESULTADOS.....	38
4.1.1	Perfil dos participantes.....	38
4.1.2	Sobre o uso do <i>Sketchbook</i>	42
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
	REFERÊNCIAS.....	54
	ANEXOS	58

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa surge da necessidade de compreender, de forma mais aprofundada, o que é a ferramenta *sketchbook*, como ela é utilizada e de que maneira pode potencializar a originalidade e a fluidez do pensamento e do processo criativo de estudantes e profissionais da área da moda.

Além disso, trouxe como motivação pessoal para o desenvolvimento deste trabalho o desejo em me aprofundar na temática do *sketchbook*. O interesse pelo tema surgiu ao longo da minha formação acadêmica, período em que, ao cursar disciplinas voltadas ao desenho e ao desenvolvimento de coleção, percebi a necessidade de investigar com maior atenção essa ferramenta. Através da busca pela compreensão do *sketchbook*, percebi uma lacuna nas pesquisas sobre o tema que conectassem a ferramenta ao processo criativo de moda. A partir dessa experiência, passei a me questionar sobre o potencial do *sketchbook* em influenciar e aprimorar os resultados criativos finais de um produto ou de uma coleção de moda.

Observa-se que poucos estudos abordam o *sketchbook* na moda, o que evidencia a principal problemática dessa área, uma vez que, apesar de sua utilização tanto no meio acadêmico quanto no profissional, há uma lacuna na literatura sobre o seu uso, bem como ausência de estudos empíricos sobre a percepção de estudantes e profissionais da moda sobre essa ferramenta.

Nesse sentido, o principal objetivo desta pesquisa é realizar uma síntese teórica sobre o *sketchbook*, bem como revisar o entendimento acerca da criatividade, dos processos criativos de moda e investigar brevemente algumas de suas outras ferramentas. Com isso, busca-se promover uma reflexão sobre o *sketchbook* e suas possibilidades no desenvolvimento de projetos e produtos de moda, evidenciando-o como uma ferramenta relevante para a busca por inspiração, para a experimentação, para o desenvolvimento de conceitos, a organização de ideias e para a criatividade.

Do ponto de vista metodológico, esta pesquisa caracteriza-se como de natureza qualitativa e exploratória. Como procedimentos de investigação, realizou-se uma revisão bibliográfica sobre criatividade, processos criativos de moda e o *sketchbook* como ferramenta de criação, além da aplicação de um formulário online, destinado a estudantes e/ou profissionais da área da moda, com o objetivo de compreender as percepções, usos e potencialidades atribuídas ao *sketchbook* no desenvolvimento de projetos e produtos de moda.

Este trabalho está organizado da seguinte forma: no segundo capítulo, são apresentados conceitos norteadores sobre o que é criatividade e como se deu o surgimento deste conceito, bem como sobre os processos criativos e as ferramentas facilitadoras de processos criativos de moda.

Em seguida, o terceiro capítulo apresenta uma revisão da literatura com o objetivo de analisar como as pesquisas da área da moda entendem o *sketchbook*, suas diferentes nomenclaturas e seus usos na moda, destacando-o, ainda, como uma ferramenta que se estende a outras áreas, como as artes plásticas e o design – embora estas não sejam o foco da pesquisa.

No que se refere ao quarto capítulo, apresenta-se e discute-se os resultados obtidos a partir da aplicação do formulário online, procurando interpretar como os participantes, entre eles profissionais e estudantes de moda, entendem e utilizam o *sketchbook*.

Por fim, no que se refere ao quinto capítulo, apresentam-se as considerações finais, nas quais, a partir do que foi explorado ao longo do trabalho, especialmente da revisão bibliográfica e dos resultados obtidos com a aplicação do formulário, realiza-se uma leitura final acerca dos resultados. Dessa maneira, apresenta-se a interpretação a que se chegou a respeito do uso do *sketchbook* nos processos criativos da área da moda, além de indicar encaminhamentos possíveis a partir deste resultado.

2 CRIATIVIDADE E PROCESSOS CRIATIVOS DE MODA

Neste capítulo serão explorados brevemente os conceitos de criatividade e processo criativo, considerando-os dentro de um contexto aplicado à moda – uma vez que tais conceitos estão presentes também em outras áreas criativas, como design e artes visuais.

Este trabalho, como explicitado anteriormente, surgiu do interesse da autora pelos processos registrados em cadernos e pelo uso desse material como ferramenta no processo criativo. Entretanto, como se verá no decorrer deste capítulo, desde o início da revisão bibliográfica, ao buscar compreender como os conceitos de criatividade e processo criativo são abordados na área da moda, identificou-se uma notável ausência de discussões desses conceitos na bibliografia da área. Portanto, tornou-se necessário recorrer, em grande parte, a autores da área de design e artes, pois pouco se esclarece quanto aos métodos criativos específicos da moda.

Outro ponto observado, e que será explorado com maior profundidade adiante é que, no campo da moda, a noção de processo criativo está frequentemente atrelada ao planejamento de coleção. Posto isso, a seguir, apresenta-se a revisão referente aos conceitos de criatividade e do processo criativo, fundamentada, principalmente, em autores como Ostrower (2024), Neves Filho (2018), Broega e Mazotti (2015), Tschimmel (2003) e Padilha (2017).

2.1 CRIATIVIDADE: CONCEITOS E DEFINIÇÕES

O desenvolvimento de um processo criativo na moda é uma etapa fundamental para a criação de um produto ou coleção e, como o nome já sugere, a criatividade é importante para o processo criativo de moda como um todo. Dentro desse contexto, a utilização de metodologias e suas ferramentas facilitam a organização do pensamento, permitindo a transformação de ideias em produtos, seja um editorial, um figurino, uma ilustração, uma produção de moda ou como normalmente é associado à noção de processo criativo, uma coleção.

Antes de abordar o surgimento e a evolução do conceito de criatividade, convém refletir sobre sua definição. Para isso, deve-se ter em mente que a criatividade é estudada por diversas áreas do saber, mas principalmente pela psicologia e

pedagogia. Assim, há muitas definições e discussões na literatura sobre a conceituação de criatividade, não existindo uma única visão sobre ela.

Tschimmel, da área de design com foco em criatividade, afirma que:

Compreende-se por criatividade, a capacidade de um sistema vivo (indivíduo, grupo ou organização) produzir novas combinações, dar respostas inesperadas, originais, úteis e satisfatórios, dirigidas a uma determinada comunidade. É o resultado de um pensamento intencional, posto ao serviço da solução de problemas que não têm uma solução conhecida, ou que admitem mais e melhores soluções que as já conhecidas (Tschimmel 2003, p. 1).

De modo semelhante, Broega e Mazzotti – respectivamente, pesquisadora da área técnica e criativa do design de moda, e educadora voltada ao estudo da criatividade – entendem a criatividade como “[...] a capacidade de gerar alguma coisa nova, ou seja, a produção de ideias originais e significativas, por uma ou mais pessoas. Cada um de nós, a seu modo, é criativo” (Broega e Mazzotti, 2015, p. 2).

Ainda, é interessante ressaltar que não existe somente um tipo de criatividade. O autor Hanson (2012), por exemplo, em seu trabalho sobre indústrias criativas, apresenta o relatório da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), publicado em 2008, no qual destaca-se três dimensões de criatividade nas indústrias criativas, sendo elas: criatividade artística, relacionada à imaginação e à geração de novas ideias e novas formas de interpretar o mundo, seja por meio de texto, som ou imagem; criatividade científica, relacionada à curiosidade, experimentação e novas formas de solucionar problemas; e criatividade econômica, que tem como base a inovação e é relacionada à obtenção de vantagens competitivas no mercado (UNCTAD, 2008, Apud Hanson, 2012, p.5).

Postos os esclarecimentos acerca das definições de criatividade apresentados até aqui, é necessário abordar o surgimento e evolução do conceito de criatividade, bem como sua atual relação com o desenvolvimento econômico. Para isso, compreende-se que todo ser humano nasce com a capacidade de ser criativo, ou seja, a criatividade não é um dom, mas algo próprio da condição humana. De acordo com a autora Ostrower, artista plástica e teórica da área de artes, “a criatividade é um potencial inerente ao homem, e a realização desse potencial uma de suas necessidades” (Ostrower, 2024, p.5).

O autor Neves Filho, por sua vez, pesquisador da área da psicologia, que busca entender a criatividade como um fenômeno comportamental, aponta que os

“indivíduos se comportaram criativamente durante toda a história da humanidade, indiferentes à existência ou não do termo [criatividade]” (Neves Filho, 2018, p. 17).

De modo semelhante, Tschimmel aponta que:

O homem é, desde sempre, um ser criativo, capaz de buscar soluções para quase tudo o que o instigue. Todo o indivíduo tem a capacidade de ser criativo e cada um tem uma maneira diferente de expressar a sua criatividade (Tschimmel 2003, p. 96).

A perspectiva dos autores citados acima, reitera o pensamento de Broega e Mazotti (2015), que afirmam que a origem do conceito de criatividade e seus princípios e definições são antigos. Portanto, entender que a criatividade sempre esteve intrinsecamente ligada ao homem, é fundamental para entender como este conceito é percebido e aplicado atualmente, já que esses princípios e definições “[...] levaram-nos a uma constante evolução sobre o conceito de criatividade que nos cercam atualmente” (Broega e Mazzotti, 2015, p. 2).

Desse modo, ao transpor o olhar para o contexto atual, é possível perceber que nas últimas décadas houve uma ampliação dos sentidos da palavra criatividade e de sua circulação. Atualmente o conceito ocupa tanto livros, artigos e pesquisas, quanto diferentes espaços na internet, nos ambientes profissionais e até mesmo nas políticas culturais, além de estar profundamente associada a áreas que envolvem a criação de produtos e a geração de valor por meio da criatividade, como a moda e o design.

Segundo Wiener, “o termo e o valor positivo da criatividade podem ser considerados produtos da sociedade moderna, secular, democrática e capitalista” (Wiener, 2000 apud Neves Filho, 2018, p. 17). Em consonância com essa percepção da criatividade como um conceito ao qual a sociedade moderna atribui valor positivo, Broega, ao explorar as raízes desse conceito – e, conseqüentemente, de seu crescimento – afirma que:

Os primeiros estudos científicos acerca da criatividade datam da década de 1950, quando os Estados Unidos, numa tentativa de se sobrepôr tecnologicamente à União Soviética, por uma razão puramente competitiva, se empenhou na investigação da criatividade, desenvolvendo testes psicológicos a fim de identificar e formar indivíduos criativos (Broega, 2018, p. 95).

Após a década de 1950, a noção de criatividade começou a ganhar notoriedade. Tschimmel (2003) explica que, a partir de 1970, os artistas vanguardistas passaram a utilizar o termo criatividade, a fim de representar o modo de vida libertário

que buscavam. Segundo a mesma autora, foi também nesse período que a noção de criatividade passou a assumir importância no contexto empresarial. Desse modo, tornou-se esperado que os profissionais, ao buscarem se distinguir e se afirmar no mercado de trabalho, desenvolvessem o pensamento criativo.

Conforme Broega e Mazzotti, é pertinente ressaltar que “desde a década de 1990, a criatividade tornou-se um assunto permanente nas agendas e atividades políticas e econômicas dos países mais desenvolvidos” (Broega e Mazzotti, 2015, p. 2). Isso porque, segundo Broega (2018) as mudanças dessa década, marcadas pela globalização e o impulso da tecnologia no mundo, passaram a exigir novas formas de pensamento e processos de ensino. Seguindo por essa perspectiva, Padilha, autor da área da administração, aponta que:

A partir das últimas décadas, com a troca do foco direcionado na industrialização pela economia baseada na alta tecnologia, bem como a globalização que ocorre decorrente dela, tem se expandido cada vez mais também a percepção e os estudos em relação às indústrias que baseiam-se de forma orgânica no capital intelectual para produzir bens e serviços com natureza econômica. Isto representa utilizar a criatividade para gerar valor, gerar riqueza (Padilha, 2017, p.2).

Posto isso, torna-se relevante discutir o termo economia criativa, uma vez que não se pode deixar de observar que este conceito também contribuiu com o valor positivo que a noção de criatividade tem ganhado na sociedade contemporânea, bem como com o caráter econômico a que o termo vem se associando cada vez mais, indo na direção das afirmações de Wiener (2000 apud Neves Filho, 2018), apresentadas a pouco, que aborda o valor positivo atribuído à criatividade como um aspecto da sociedade moderna e capitalista.

Embora não exista uma data específica para o surgimento desse conceito, Machado (2009), da área das ciências sociais, aponta que as origens do termo são difusas. Segundo ela, há profissionais da área cultural no Brasil que afirmam que o termo economia criativa surgiu em 1994 na Austrália, e aqueles que “[...] assinalam o seu aparecimento na matéria publicada na revista inglesa *The Economist* em 2000. De toda forma, todos o associam ao governo do primeiro-ministro britânico Tony Blair” (Machado, 2009, p.1).

O autor Miguez, da área das ciências econômicas, por sua vez, constata que “ao que tudo indica, a expressão economia criativa aparece pela primeira vez em 2001. Na matéria de capa da edição especial de agosto da revista *Business Week*, intitulada *The Creative Economy – the 21 century corporation (coy, 2001)*” (Miguez,

2007, p.99). Além disso, essa matéria é apontada por dar título ao livro *A economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas*, publicado em 2001, em Londres, por John Howkins.

Ademais, as discussões sobre economia criativa ganharam força no Brasil após a realização da XI Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD), que ocorreu em junho de 2004, em São Paulo. Segundo o portal Gov.br “a UNCTAD é reconhecida como o principal órgão do sistema das Nações Unidas para a integração entre comércio e desenvolvimento, assim como de assuntos correlacionados às áreas de finanças, tecnologia, investimento e desenvolvimento sustentável” (Brasil, 2024).

Dessa forma, mesmo que não haja uma data específica para o surgimento desse conceito, a economia criativa consolidou-se como um modelo de negócios baseado no uso do conhecimento e da criatividade, destacando a criatividade como ativo econômico estratégico. Segundo Padilha, trata-se de uma perspectiva em que é possível “gerar valor a partir do simples fato de conhecer ou ter a habilidade de fazer algo” Padilha, 2017, p.2).

A economia criativa configura-se como um conceito que reconhece não apenas o valor econômico da criatividade, mas também do “saber fazer” e da diversidade de saberes. Ela abrange setores que utilizam a criatividade como ferramenta para produzir bens e serviços, como é o caso da moda, mas também de outras áreas, que vão desde a criação de softwares e games, até a preservação do patrimônio cultural material e imaterial.

Ainda, de acordo com o Sebrae (2025), a moda se encaixa em uma das áreas criativas prioritárias propostas pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), uma vez que essa instituição reconhece a moda como uma área criativa estratégica para o crescimento econômico, geração de empregos e para promover o desenvolvimento sustentável no país. Essa perspectiva pode ser compreendida a partir do que Santos (2016), doutora em design, aborda ao apontar a necessidade de redirecionamento dos investimentos para áreas associadas ao setor terciário e às atividades criativas, as quais apresentam maior potencial de geração de empregos e renda. Nesse sentido, Santos afirma que:

No lugar de injetar recursos naqueles setores que representam os lugares comuns de investimento e que, nos últimos anos, não teriam retornado da maneira esperada na forma de empregos e renda para os trabalhadores, a

sugestão é que se invista nas colocações associadas ao setor terciário – prestadores de serviços criativos – e demais atividades que estão compreendidas sob a noção de “empreendedoras”, cujo sucesso econômico é recorrentemente anunciado como algo dependente essencialmente do empenho individual (Santos, 2016, p.7).

Diante do exposto, constata-se que a economia criativa atribui à criatividade um papel central não apenas no campo simbólico e cultural, mas também enquanto elemento fundamental para a geração de valor econômico. Nesse contexto, torna-se fundamental aprofundar a compreensão sobre como a criatividade se manifesta na prática, especialmente na área da moda. Assim, o próximo subcapítulo dedica-se à discussão do processo criativo, buscando compreender suas definições, características, bem como ferramentas facilitadoras para processos criativos de moda.

2.2 COMPREENDENDO O PROCESSO CRIATIVO

Feita esta breve contextualização a respeito das definições de criatividade e do surgimento do conceito destaca-se agora o processo criativo, ressaltando a importância da criatividade para seu desenvolvimento. Quando se fala em processo criativo, não existe apenas um padrão ou modelo, nem mesmo um único autor que explique esse conceito, a noção do que é um processo criativo é variável a depender dos propósitos desse processo, da área de criação, entre outros fatores. Isso é visível quando, Capelassi, autora da área de planejamento de produto e antropometria do vestuário considera que:

As propostas de metodologia de desenvolvimento de produto são diversas. Cada autor propõe um método para a concepção de produtos baseado nas suas percepções de como chegar a um resultado satisfatório com o menor esforço possível. Os processos metodológicos podem ter enfoques diferentes, dependendo da área de estudo do seu autor, da complexidade do produto e dos objetivos finais em relação ao produto (Capelassi, 2010, p. 33).

Baxter (2011), autor e pesquisador da área de design de produto que se dedicou ao estudo e à pesquisa do processo criativo, defende que o processo de criação é dividido em 5 etapas, sendo elas: inspiração inicial, que se refere ao contato inicial com o problema a ser solucionado, bem como as primeiras possibilidades de solução; preparação, etapa em que ocorre a coleta do maior número de informações possíveis do problema; incubação, quando há um certo distanciamento do problema; iluminação, considerado por Baxter uma das etapas mais importantes do pensamento

criativo, pois se refere a capacidade de realizar novas associações para surgir uma boa ideia; e, por fim, a verificação, que é a seleção das melhores ideias em busca da solução ideal.

Apesar de a ideia de Baxter ser bastante sistematizada e ser destinada ao desenvolvimento de produtos em geral, enfatiza-se que ao longo da revisão bibliográfica, houve uma grande dificuldade em encontrar pesquisas sobre processos criativos específicos para a área da moda. Isso porque os processos, as metodologias e as ferramentas do design e do design de produto, acabam por servir de apoio para o design de moda na criação de coleções e produtos específicos da área. Essa dificuldade percebida na revisão bibliográfica deste trabalho é reiterada por Montemezzo, pesquisadora com foco em metodologias projetuais de moda. Segundo a autora,

Constata-se uma lacuna, nos estudos de desenvolvimento de produtos e teorias do design, em relação à elaboração de produtos de moda/vestuário, principalmente quando se trata de identificar os mecanismos e metodologias aplicáveis ao processo de design de moda (Montemezzo, 2003, p. 13).

Além da presente dificuldade de pesquisas na área, quando se fala em processo criativo de moda, percebe-se uma associação recorrente com metodologias de planejamento de coleção. Isso pode ser observado nas pesquisas de Broega e Mazzotti, quando elas afirmam que o processo criativo de moda “faz uso de uma metodologia de criação para o desenvolvimento de coleções de design de moda, que de certa forma é comum tanto dentro do ambiente profissional quanto acadêmico” (Broega e Mazzotti 2012, p. 2).

Ainda na literatura de moda, essa associação entre processo criativo e planejamento de coleção é evidenciado pela pesquisadora Cunha (2016), cuja atuação é voltada à metodologia de projeto. Ela afirma que “o design de moda está relacionado ao planejamento da coleção (primeira etapa do processo produtivo de vestuário), sendo este uma das etapas mais importantes” (Cunha, 2016, p. 29).

Essas visões apontadas acima, também condizem com as ideias de Iglécias, licenciada em artes visuais, que analisa que “o processo criativo de moda, não é muito diferente do processo de criação em outras áreas, envolve pesquisa, inspiração, esboço, seleção de materiais, modelagem, confecção, acabamentos e lançamento de coleção” (Iglécias, 2024, p. 33).

Nesse sentido, considerando a frequente associação entre processo criativo de moda e metodologias de desenvolvimento de coleção, ressalta-se a proposição do sociólogo Godart, segundo a qual um processo de criação de moda possui três fases específicas: “em primeiro lugar, o diagnóstico estilístico das tendências; em seguida, a inferência, que se refere à definição de ideias e de temas de criação que correspondem a essas tendências e, finalmente, o processamento, que consiste em criar os designs que correspondem às tendências” (Godart, 2010, p. 95).

Essa leitura que Godart faz do processo de criação de moda parece localizar esse processo no interior de um sistema (da própria moda) que orienta essa criação, o que é sugerido pelo fato de o processo se iniciar pelo diagnóstico estilístico das tendências, apontando para um compromisso dessa relação da criação de moda com esse sistema e, eventualmente, explicando a relação constante entre processo criativo de moda e planejamento de coleção – este último muitas vezes iniciado pelo diagnóstico de tendências, assim como proposto por Godart.

Entretanto, considerando a amplitude do que se pode entender por criatividade, apesar dessa tendência de se relacionar processo criativo de moda com planejamento de criação, neste trabalho entende-se que o ato de “criar moda” em si, independentemente do contexto de criação, pode ser beneficiado por diversas outras metodologias e ferramentas, mesmo que de outras áreas criativas. Dessa maneira, pode-se compreender que a moda está intrinsecamente relacionada à criatividade, seja no desenvolvimento de ilustrações, na produção de moda, ou na criação de produtos ou coleções.

Nesse contexto, estudantes e profissionais da área lidam constantemente com o desafio de gerar ideias originais e coerentes com determinados conceitos e objetivos. Para isso, é necessário refletir sobre processos estruturados para auxiliar a criação, a organização das ideias e o desenvolvimento do pensamento criativo. Diante disso, a seção seguinte deste trabalho propõe-se a abordar diferentes ferramentas que visam facilitar os processos criativos de moda, aplicáveis tanto à criação de uma coleção quanto a outros projetos que envolvam práticas criativas no campo da moda. Dentre essas ferramentas encontra-se o *sketchbook*, foco deste trabalho.

2.3 FERRAMENTAS FACILITADORAS PARA PROCESSOS CRIATIVOS DE MODA

Um processo criativo bem-organizado e direcionado é fundamental para desenvolver uma coleção ou qualquer outro projeto dentro do campo da moda. Para além da criatividade, é importante conhecer metodologias e principalmente, ferramentas que facilitem esse processo. A importância da metodologia é evidenciada por Pazmino (2015, p. 12), doutora em design, que afirma que os métodos “[...] conduzem a soluções inovadoras, sendo que alguns métodos são técnicas específicas para auxiliar o pensamento criativo”. Outro autor que retrata essa importância dos métodos e processos é Munari ao considerar que a “criatividade não significa improvisação sem método” (Munari, 1981, p.21 apud Broega, Mazzotti e Gomes, 2012, p. 4).

Considerando a importância das ferramentas nos processos criativos, dentre as quais está o principal objeto de estudo deste trabalho, o *sketchbook*, nesta seção serão destacadas algumas ferramentas que podem facilitar o desenvolvimento de um processo criativo de moda, seja para uso de um estudante ou profissional da área, apenas a fim de situar o *sketchbook* entre outras ferramentas possíveis.

Ademais, enfatiza-se que tais ferramentas não representam a totalidade dentro dos processos criativos. Portanto, as ferramentas selecionadas – *brainstorming*, mapa mental, painel de inspiração, e *sketchbook* – serão abordadas a seguir por conta da recorrência ao longo da pesquisa bibliográfica e por se tratarem de ferramentas úteis à área da moda, além de colaborarem para situar o lugar do *sketchbook* dentre as possibilidades criativas mais mencionadas e sistematizadas na investigação bibliográfica feita para este trabalho.

2.3.1 *Brainstorming*

A primeira ferramenta abordada é o *brainstorming*, termo de origem inglesa que, traduzindo para o português significa “tempestade de ideias”. Essa ferramenta foi desenvolvida pelo publicitário Alex Faickney Osborn em 1939, que a apresentou em seu livro *O poder criador da mente*, publicado em 1953 e que segue sendo publicado atualmente.

Ainda, verifica-se que a técnica de *brainstorming* mais conhecida, é aquela baseada na geração do máximo de ideias por meio de uma nuvem de palavras. No entanto, a noção de *brainstorming* não se limita a esse formato, e atualmente existem

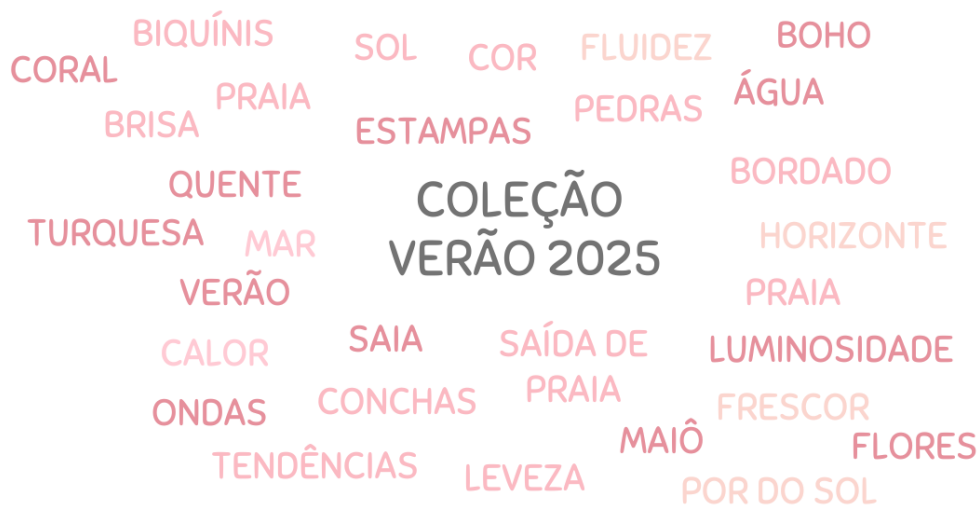
diversas técnicas criativas derivadas ou adaptadas a partir desse método. Desde seu surgimento, o *brainstorming* tem sido aplicado em áreas como o design e o design de moda, mas também se consolidou como uma ferramenta recorrente no ambiente corporativo e em diversas abordagens para gerenciamento de projetos, com o objetivo de estimular a criatividade e gerar ideias.

De acordo com a autora Granado, especialista em gerenciamento de projeto, o *brainstorming* “[...] é um instrumento associado a criatividade e comumente utilizado no planejamento de projetos, com o intuito de buscar soluções a um determinado problema” (Granado, 2020, p. 7). Ainda, King e Schlicksupp, destacam que a ferramenta é uma técnica que potencializa o processo criativo atuando “[...] como um estimulante da criatividade por permitir o compartilhamento verbal de ideias sem apresentar críticas no decorrer do processo geracional de ideias” (King e Schlicksupp, 2002, apud Granado 2020, p.7).

Broega, Mazzotti e Gomes (2012, p. 3) afirmam que “a técnica de *brainstorming* é utilizada com a finalidade de gerar o maior número de ideias possíveis acerca de um determinado tema ou questão”, isso de maneira livre sem pré-julgamentos ou críticas, mas mantendo uma organização do pensamento.

O *brainstorming* pode ser utilizado individualmente, mas tradicionalmente é realizado a partir da reunião de um grupo de pessoas, no qual um indivíduo do grupo fica responsável por anotar as ideias e discussões acerca de um tema. Além disso, Broega, Mazzotti e Gomes (2012) pontuam que as ideias geradas através do *brainstorming*, não são descartadas ou julgadas de primeira, elas são ouvidas e registradas, de modo a serem posteriormente lapidadas e desenvolvidas até a definição de uma solução. A Figura 1, apresenta um exemplo de *brainstorming* com a técnica de nuvem de palavras.

Figura 1 – Exemplo de *brainstorming* com a técnica de nuvem de palavras



Fonte: De autoria própria (2025).

2.3.2 Mapa Mental

A segunda ferramenta de destaque, é uma ferramenta gráfica e visual que pode ser utilizada em conjunto com outras, principalmente o *brainstorming*. O mapa mental foi desenvolvido pelo psicólogo Tony Buzan, na década de 1970, e de acordo com Pereira, Fonseca e Vallim, cujas pesquisas são voltadas ao processo criativo, “é uma estratégia de organização de ideias, que parte de uma ideia central que se desdobra em novas ideias, por meio de palavras, cores, imagens, símbolos e figuras” (Pereira, Fonseca e Vallim, 2019, p. 13).

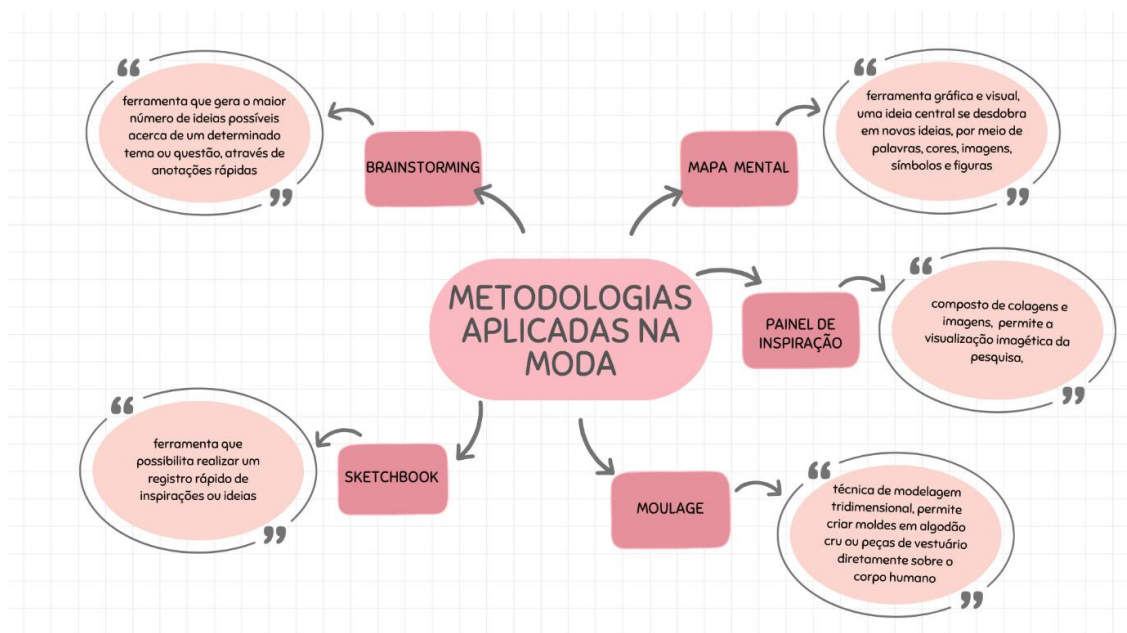
Assim como a ferramenta *brainstorming*, o mapa mental também pode ser feito individualmente ou em grupo. Entretanto, em um grupo geralmente se faz necessário um líder cuja função será selecionar as ideias. Além disso, o mapa mental é uma ferramenta bastante visual e segundo Mazzotti:

Todas estas referências visuais podem ser posteriormente apresentadas sob a forma de um quadro ou painel (Painéis Semânticos ou de Inspiração) que apoiam a criação de uma determinada atmosfera que servirá de inspiração ao designer e irá espelhar o tema de inspiração ou conceito da coleção (Mazzotti, 2012, apud Broega, Mazzotti e Gomes, 2015, p. 4).

Nesse sentido, é possível perceber que esse agrupamento de ideias e/ou conceitos, junto com suas ramificações e associações, permite a organização criativa de maneira visual. Dessa forma, essa ferramenta pode vir a facilitar a memorização, a comunicação e até mesmo a apresentação das ideias do indivíduo, pois estimula a

flexibilidade do pensamento a partir de associações e elaboração de novas ideias. A Figura 2 ilustra um exemplo de mapa mental.

Figura 2 – Exemplo de mapa mental



Fonte: De autoria própria (2025).

2.3.3 Painéis de inspiração

Outra ferramenta de grande destaque para a moda são os painéis de inspiração, também conhecidos como painéis semânticos, painéis temáticos ou *moodboard*. Essa ferramenta permite a visualização imagética da pesquisa e, de acordo com Sorger e Udale, autores do livro *Fundamentos do design*, "eles são compostos de colagens e geralmente são montados em um quadro, o que os torna mais duráveis. São utilizados pelo designer para comunicar os temas, os conceitos, as cores e os tecidos que serão utilizados para desenhar a coleção da estação" (Sorger e Udale, 2009, p. 26). Ainda, Broega afirma que:

Para a montagem do painel, a partir da inspiração escolhida, é necessário fazer pesquisa em diversas fontes, a fim de juntar o maior número de informações possíveis para serem usadas criativamente no desenvolvimento dos produtos (Broega 2018, p. 105).

Eles são criados através de colagens de fotos, recorte de revistas, internet, amostra de tecidos, desenhos, objetos, texturas, cores e palavras chaves, com o

objetivo de criar um conceito, que servirá de base para o projeto. Sendo digitais¹ ou manuais, esses painéis podem ser elaborados de diversas maneiras, uma vez que se modificam através de cores, formas, designs e visualizações diferentes, sempre de acordo com a criatividade e a própria estética do indivíduo que o cria.

Os painéis de inspiração são um dos métodos mais utilizados na criação de coleções e outros produtos da área da moda. Isso porque é bastante visual e criativo, e facilita a fluidez de organização de ideias, conceitos, materiais e identificação de público-alvo.

Geralmente, na criação de coleções são utilizados diversos painéis, como painel de tema, painel de público-alvo, painel de ocasião de uso, painel de estilo de vida, painel de cartela de cores, painel de matéria-prima e painel de silhueta. Todos esses painéis juntos facilitam a visualização da ideia e inspirações para o criador, de modo que o projeto ou produto se torna mais coeso e contempla as inspirações escolhidas, já que quanto mais elaborados os painéis, mais dados se tem para criar a coleção. Observa-se na Figura 3, um exemplo de painel de inspiração digital.

Figura 3 – Exemplo de painel de inspiração digital



Fonte: De autoria própria (2024).

¹ Atualmente, além das colagens manuais, é comum a elaboração de painéis digitais por meio da justaposição de imagens.

2.3.4 Sketchbook

O *sketchbook*, ferramenta que é o foco desta pesquisa que será melhor aprofundado no próximo capítulo, também pode ser denominado de caderno de esboços, caderno de desenhos, caderno de croquis ou caderno de artista (especialmente quando se concentra na área de artes). Nesse sentido, nota-se que comumente há uma associação entre o *sketchbook* e o *scrapbook*², dessa forma, aqui destaco que o *scrapbook* é um álbum de fotos e recortes, voltado para a memória, história e lembranças, se diferenciando do *sketchbook*, que consiste em um caderno de desenhos e geralmente é usado no desenvolvimento de uma ideia ou produto criativo. A Figura 4 apresenta um exemplo de uma página de um *sketchbook*.

Figura 4 – Página de um *sketchbook*



Fonte: Sorger e Udale (2009, p. 48).

A fim de melhor explicitar o que é um *sketchbook*, é pertinente considerar as observações de Iglécias:

Um sketchbook pode ser definido como um livro, caderno ou bloco com páginas brancas para esboços e é frequentemente usado por artistas para desenhar ou pintar como parte do processo criativo. Os cadernos de esboços, são ferramentas essenciais no processo de geração de ideias, portáteis e

² Os livros de pesquisa não são somente álbuns de recortes. Um álbum de recortes indica que as informações foram coletadas, mas não processadas (Sorger e Udale, 2009, p.22).

informais, grandes ou pequenos, espaços para experimentações e exercícios do livre pensamento, companheiros inseparáveis de profissionais criativos em geral (Iglécias, 2024, p.34).

Assim, o *sketchbook* é uma ferramenta que possibilita realizar um registro rápido de inspirações ou ideias, mas principalmente, uma ferramenta de documentação de seu processo criativo. Essa ferramenta se destaca nas fases iniciais da criação de um projeto ou produto de moda, pois através do desenvolvimento de um *sketchbook*, é possível gerar diversas ideias a partir de esboços e desenhos. Esses esboços e desenhos são realizados com certa rapidez nesse primeiro momento, mas depois são aprimorados a fim de ilustrar com detalhes a criação do projeto ou produto de moda.

A esse respeito, a autora Feijó, mestre em design, educação e inovação, argumenta que:

Além de auxiliar no amadurecimento de ideias para o desdobramento de um projeto, o uso do caderno de esboços, ou *sketchbook*, também permite a todos os envolvidos tornarem-se críticos diante das suas ideias. Assim, o *sketchbook* também servirá para que o designer mostre o seu processo de pensamento, dando pistas de qual é a origem das suas ideias de criação. (Feijó 2013, p. 78).

Considerando o uso recorrente dessa ferramenta para o processo criativo de moda, daqui em diante o *sketchbook* torna-se o foco central do presente trabalho. No próximo capítulo é realizada uma revisão bibliográfica com o objetivo de aprofundar a compreensão dessa ferramenta na moda, em especial, e em outras áreas, de forma secundária, bem como compreender suas possíveis contribuições no desenvolvimento de projetos de moda.

3 SKETCHBOOK

Neste capítulo, apresenta-se uma revisão bibliográfica sobre o *sketchbook*, abordando suas diferentes nomenclaturas, aproximações com outros tipos de cadernos e possíveis diferenciações. O objetivo consiste em analisar a função do *sketchbook* no contexto dos processos criativos, especialmente na área de moda, e evidenciar sua relevância como ferramenta de organização, registro e desenvolvimento de ideias.

O *sketchbook*, principal objeto desta pesquisa, não possui uma definição única. Ele é, grosso modo, um caderno. Entretanto, seu uso é extremamente diverso e individual, variando de acordo com o perfil e a necessidade do usuário. Diante dessa diversidade, Souza (2015), autor da área de comunicação, destaca:

Esse caderno atual, objeto usado de forma singular, chamado por muitos de sketchbook é definido de numerosas formas e tem os mais diversos usos. Não existe uma definição formal única ou mesmo que contemple todos os aspectos técnicos e criativos sobre o tema (Souza, L., 2015, p. 19).

Sob esta perspectiva, o *sketchbook* pode ser encontrado com diversos nomes e usos. Na literatura da moda, além do nome *sketchbook*, esses cadernos também podem ser encontrados como caderno de esboços, caderno de desenhos ou caderno de croquis. A ideia de Feijó (2013) corrobora que, na literatura de design de produto e design de moda, o uso do caderno de esboços é frequentemente recomendado como ferramenta para a representação por meio de desenhos.

A utilização de *sketchbooks* para registro do processo criativo também ocorre em outras áreas, como o design, as artes e a arquitetura, estando associado a nomenclaturas semelhantes. Dessa maneira, a diversidade de usos do *sketchbook* e o fato de essa ferramenta estar presente em diferentes áreas criativas dificultam a construção de uma definição unívoca, uma vez que cada área — e mesmo cada indivíduo — pode ressignificar e adaptar seus usos. Essa variedade de formas de uso e funções também contribui para a dificuldade de identificar e sistematizar aspectos como seu surgimento e sua evolução na moda, área que ainda carece de definições mais consolidadas acerca das ferramentas aplicadas no processo criativo, para além das estratégias tradicionais de planejamento de coleção.

Essa diversidade (de termos e usos) associada ao caderno, bem como suas diferentes funções, pode ser ressaltada na observação de Guaraldo, autora da área de linguagem visual e processos de criação, quando ela afirma que:

“a diversidade de termos que fazem referência a esses pequenos suportes, como cadernos de viagem, de trabalho, de criação, cadernos gráficos, de artista, cadernos de rascunhos (sketchbooks), cadernos de ideias são indicadores de sua diversidade funcional” (Guaraldo, 2012, p.1).

Embora essa ferramenta atravessasse diversas áreas, como artes, design e arquitetura, neste capítulo será investigado, sobretudo, seu uso na moda, uma vez que esse recorte constitui o foco central deste trabalho. A pesquisa compreende o *sketchbook* como uma ferramenta utilizada no processo criativo de moda, tanto por estudantes quanto por profissionais da área. Ressalta-se, ainda, que o *sketchbook* é comumente recomendado na literatura da moda, principalmente como parte da metodologia para o desenvolvimento de coleções.

Cabe destacar, ainda, a importância dessa ferramenta para o registro e o desenvolvimento dos processos criativos. Isso pode ser revelado por Iglésias, que explica que o “*sketchbook* é um documento de processo amplamente conhecido no meio de artistas e designers, pois permite o registro de memórias internas aleatórias à captura de elementos externos de inspiração” (Iglésias, 2024, p. 24). Do mesmo modo, a importância do *sketchbook* também é ressaltada por Brito, autora mestre em arte e cultura contemporânea, que evidencia que o *sketchbook* é “utilizado por designers, estilistas, artistas, arquitetos, permite uma liberdade desde sua construção, sem parâmetros ou padrões, a personalidade de seu autor é marca registrada em sua estética e design” (Brito, 2014, p.58).

Alinhando-se às perspectivas apresentadas anteriormente, Picoli (2012) também reforça a importância do *sketchbook* no processo de criação em design de moda, ao apontar que o registro contínuo do processo criativo contribui para o desenvolvimento do designer, na medida em que possibilita a visualização e a compreensão da evolução do projeto.

Ademais, cabe ressaltar que, embora haja diferentes nomenclaturas, e utilização em diversas áreas criativas, seja por designers ou por artistas, o *sketchbook* remete, de modo geral, à função de organizar e reunir pensamentos, pesquisas e ideias, por meio de um registro visual e criativo. A seguir, aprofunda-se a questão das nomenclaturas atribuídas a essa ferramenta.

3.1 NOMENCLATURAS DO *SKETCHBOOK*

A etimologia da palavra *sketchbook* deriva da junção dos termos ingleses “*sketch*”, que significa esboço, e “*book*”, que significa livro. Por essa razão, o termo *sketchbook* geralmente é associado a um caderno ou livro de esboços ou rascunhos. Ressalta-se, ainda, que não há registro da palavra *sketchbook* nos dicionários da língua portuguesa, uma vez que se trata de um vocabulário de origem inglesa. Contudo, neste trabalho, opta-se pelo termo *sketchbook*, por se tratar da nomenclatura técnica amplamente utilizada na área da moda, foco central desta pesquisa.

A revisão bibliográfica demonstra que diferentes autores utilizam nomenclaturas variadas para se referir ao *sketchbook*, tratando-as, em sua maioria, como variações de um mesmo conceito. No contexto brasileiro, observa-se a recorrência da tradução, caderno de esboços, especialmente em estudos vinculados às áreas do design, das artes e da moda, nos quais o *sketchbook* é associado à prática do desenho e do esboço como etapas fundamentais do processo criativo.

A partir dessa compreensão, Souza (2015) aponta o *sketchbook* como um objeto de uso singular, definido por múltiplas formas e finalidades, não havendo uma definição formal única capaz de contemplar plenamente seus aspectos técnicos e criativos. Essa compreensão é reforçada por Feijó (2013), ao afirmar que o caderno de esboços também pode ser denominado como caderno de desenhos, rascunhos, croquis ou *sketchbook*, reforçando a pluralidade conceitual e terminológica da ferramenta.

Além disso, Brito (2014), ao abordar o *sketchbook*, o moleskine e o livro de artista em suas diferentes variações, aponta que o *sketchbook* é frequentemente compreendido como uma espécie de caderno de artista contemporâneo. Essa leitura amplia o entendimento do *sketchbook* para além de um suporte técnico de desenho, reconhecendo-o como um espaço de experimentação, reflexão e construção de processos criativos.

Ao considerar as aproximações entre os autores analisados, observa-se que o *sketchbook* configura-se como uma ferramenta associada a usos variados, caracterizado pela ausência de definições únicas e pela sua importância no registro e no desenvolvimento do processo criativo. Tal compreensão mostra-se pertinente para

a moda, uma vez que o *sketchbook* contribui para a organização e planejamento de ideias, referências visuais e esboços.

Essa diversidade de nomenclaturas relaciona-se, também, à própria evolução histórica do *sketchbook*, marcada por diferentes usos ao longo do tempo. Nesse sentido, compreender o surgimento dos primeiros cadernos de registro e esboço torna-se fundamental para contextualizar sua evolução e, posteriormente, seu uso na moda, aspectos que serão discutidos nos próximos subcapítulos.

3.2 SURGIMENTO DO *SKETCHBOOK*

Diante da escassez de estudos específicos sobre o surgimento e a evolução do *sketchbook*, torna-se difícil estabelecer uma data precisa para o início de seu uso. De acordo com Porterfield e Woodbridge (2024), o *sketchbook* caracteriza-se como uma prática essencialmente orgânica, pessoal e processual, o que contribui para a ausência de registros históricos sistematizados sobre seu uso. Nesse contexto, esta pesquisa apoia-se nos estudos sobre o caderno de artista, compreendido como um importante precursor do *sketchbook* contemporâneo, uma vez que já contemplava práticas de registro, esboço, anotação e experimentação visual.

O caderno de artista³ configura-se como uma ferramenta amplamente utilizada por artistas e estudantes de diferentes áreas, como desenho, pintura, escultura e cerâmica. De acordo com Souza (2023), esse tipo de caderno, também denominado caderno de ideias ou *sketchbook*, é um espaço de manifestação de ideias, experimentação e registros aleatórios, sem a intenção inicial de que tais registros sejam encarados como obras acabadas. Ainda assim, em determinados contextos, esses cadernos podem adquirir elevado valor estético e simbólico.

Ainda, de acordo com a autora Souza (2023), não há um registro do período exato em que esses cadernos começaram a ser usados, embora seja possível compreender que se trata de uma prática antiga. Essa compreensão é reforçada pelas pesquisas de Sasaki (2023), autora da área de processos de criação em artes visuais, ao mencionar um artigo da artista estadunidense Evie Hatch que analisa um *sketchbook* de autoria de Villard de Honnecourt, datado de aproximadamente 1225–

³ o caderno de artista distingue-se do livro de artista, na medida em que o primeiro é utilizado como um espaço de desenvolvimento e registro espontâneo, enquanto o segundo pode ser compreendido como uma obra em si, uma vez que é necessária uma narrativa para direcionar a forma e o conteúdo.

1235. Esse caderno reúne mais de 250 desenhos de elementos arquitetônicos, animais e iconografia religiosa, distribuídos ao longo de 33 páginas de pergaminho, o que evidencia uma prática já estabelecida de cadernos como suporte para o registro visual.

Destacam-se também os registros de Leonardo da Vinci, frequentemente apontados como alguns dos exemplos mais antigos desse tipo de caderno, os quais, posteriormente, foram organizados e reunidos no conjunto conhecido como *Codex Atlanticus*. Souza, afirma que esses registros unem:

[...] diversos estudos e projetos realizados pelo artista entre os anos de 1478 e 1518. Leonardo Da Vinci utiliza de seus cadernos para registrar estudos de anatomia, elaborar projetos para seus inventos, além de realizar esboços preparatórios que viriam a se tornar algumas de suas pinturas na época (Souza, M., 2023, p.15).

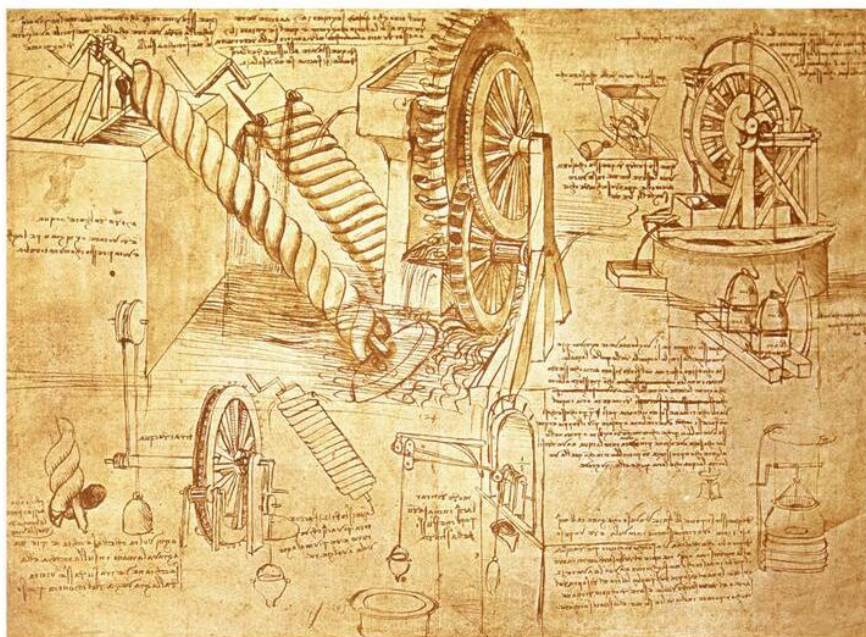
Ademais, Sasaki (2023) apresenta informações do Victoria & Albert Museum, o qual indica, que Leonardo Da Vinci provavelmente tinha o hábito de realizar anotações em folhas soltas, que posteriormente foram reunidas, encadernadas e receberam capas de couro. As Figuras 5 e 6 apresentam exemplos de cadernos e desenhos de Leonardo da Vinci.

Figura 5 – Volumes do *Codex Forster*, de Leonardo da Vinci



Fonte: Victoria & Albert Museum (2025).

Figura 6 – Leonardo Da Vinci (Itália 1452-1519), desenho de projetos mecânicos



Fonte: Cadernos de artista na construção da poética visual de Milena Rodrigues (Souza, M., 2023, p.16).

Segundo Brito (2014), a partir da Renascença Italiana, período no qual se insere Leonardo da Vinci, a popularização do papel contribuiu para transformações significativas nos cadernos de artistas. De acordo com ela, nesse período, esses cadernos passam a assumir um caráter progressivamente mais experimental, favorecendo o uso de traços rápidos e desenhos de observação realizados de maneira espontânea. Ao tornarem-se objetos portáteis e de uso pessoal, os cadernos de esboço consolidam-se como espaços de investigação e registro dos processos artísticos, funcionando como "laboratórios" de criação.

Sasaki (2023) refere-se ao artigo *The Nature of Notebooks: How Enlightenment Schoolchildren Transformed the Tabula Rasa*, de Matthew D. Eddy. Nesse artigo, o autor descreve a construção do caderno de anotações (incluindo gráficos, desenhos e encadernação) como uma ferramenta técnica para organizar o conhecimento, o que converge com os ideais do pensamento iluminista (Eddy, apud Sasaki, 2023, p.69).

A partir dessas perspectivas, nota-se que o uso de cadernos para anotações, rascunhos e desenhos é uma prática antiga, mas que se mantém presente até hoje. Entretanto, devido à escassez de estudos e registros sistematizado sobre essa prática, não é possível identificar com precisão a evolução do uso dessa ferramenta,

assim como determinar quando passou a ser comercializada ou de que forma ocorreu sua difusão. Nesse sentido, Sasaki, afirma em seus estudos que:

Não foi possível localizar, nos poucos textos existentes, desde quando cadernos prontos ou paperbooks, como descreve Eddy, passaram a ser vendidos em lojas ou papelarias, mas podemos perceber que, já no séc. XVIII, o formato de folhas soltas a serem encadernadas e cadernos prontos coexistiam no mercado, mas não me foi possível localizar quando estes "livros em branco",- passaram a ser vendidos como produto, assim como não foi possível encontrar detalhes de quando a prática da encadernação de manuscritos em folhas soltas foi se extinguindo (Sasaki, 2023, p.70).

Nesse sentido, de acordo com Souza (2015), embora o esboço sempre tenha existido, foi apenas no início do século XXI que ele passou a ser amplamente valorizado como parte da linguagem criativa. A partir dessa perspectiva, compreende-se que áreas como as artes, o design, a arquitetura e a moda continuam a utilizar os cadernos como instrumentos fundamentais de registro do processo criativo e de experimentação, uma vez que possibilitam a expressão visual, a organização de ideias e o desenvolvimento de projetos.

3.3 O SKETCHBOOK E A MODA

Como visto no início do capítulo, apesar de haver uma tradução do termo *sketchbook*, geralmente por "caderno de esboços", na área da moda, o termo grafado em inglês segue sendo mais usual, especialmente quando se trata de desenvolvimento de coleção.

Como este trabalho procurou deixar claro anteriormente, o *sketchbook* funciona como um espaço de experimentação para profissionais criativos em geral, encaixando-se como uma ferramenta facilitadora para processos criativos de moda, por permitir o registro rápido de ideias. A esse respeito, Iglécias (2024) explica que o *sketchbook* é considerado um método criativo, em que se pode registrar lembranças, memórias e inspirações “[...] podendo ser utilizado para fins profissionais e na educação” (Iglécias, 2024, p.35).

De acordo com o artigo *Fashion design students’ Self-Evaluation of Usage, Benefits, and Attitudes Toward Using Design Research Sketchbook Skills: A Scaffolded Pedagogical Approach* dos autores McKinney e Dong, “o desenvolvimento de novos conceitos é uma parte essencial do trabalho do designer de moda. Os designers frequentemente criam conceitos de design originais por meio de pesquisa

de design utilizando *sketchbooks* e *moodboards*” (McKinney e Dong, 2022, p.1). Sob esse ponto de vista, é possível perceber a importância do *sketchbook* no desenvolvimento de produtos e projetos de moda, seja para registro de ideias, desenvolvimento de pesquisa e novos conceitos, ou mesmo para comunicar algo.

Diante disso, torna-se relevante investigar como ele é elaborado, uma vez que pode incluir diversos materiais. O *sketchbook* é comprado pronto ou encadernado e, em geral, é composto por uma capa dura e folhas de papel com gramatura elevada, para permitir a utilização de diferentes técnicas de colagens e desenhos. Para Iglécias:

Os sketchbook são feitos de materiais, como capa, papel, cola, costura, encadernação, mas também de anotações, desenhos, pinturas, colagens, garatujas, rabiscos e esboços. De partes intangíveis, memórias, ideias, projetos, de práticas sociais e momentos culturais. De arte, vaidade, segredos, diários, intimidades, arquivos, exercícios. Poeticamente falando, de corpo e alma (Iglécias, 2024, p.56).

A partir de um melhor entendimento do que é o *sketchbook*, evidencia-se suas especificidades na moda. Conforme Feijó (2013, p. 78), “no caso da moda, esse caderno poderá também assumir diferentes formas, de um álbum portátil para colecionar pedaços de tecidos e referências pictóricas a um caderno de desenhos de observação e de ideias”. Além disso, Feijó (2013) afirma que na área da moda, o *sketchbook* é utilizado como uma ferramenta que serve para organizar diferentes tipos de materiais, como fontes alternativas de inspiração, incluindo o tema da coleção, desenhos, pesquisas realizadas pela internet ou em livros, colagens de tecidos, aviamentos e estudos de cor.

Dessa maneira, é possível compreender o *sketchbook* na moda como uma ferramenta de organização visual, que pode reunir diferentes materiais e técnicas para a representação de ideias, por meio de croquis, esboços, pesquisas de internet, anotações, referências pessoais, tecidos, aviamentos, estudos da cor, imagens, fotografias e colagens, entre outros elementos que possam servir de inspiração ou subsidiar a criação de um projeto de moda.

Sorger e Udale (2009) destacam a importância do uso do *sketchbook* por designers de moda, especialmente no desenvolvimento de coleções, ao apontarem que muitos profissionais utilizam cadernos de esboços nos quais imagens, tecidos e sobras de materiais são reunidos e colados, de modo a registrar a origem e a evolução de uma coleção.

Ainda, como abordado acima, na moda, o *sketchbook* é frequentemente utilizado para o desenvolvimento de coleções, uma vez que o processo criativo de uma coleção envolve etapas como pesquisas de tendências, silhuetas, cartela de cores, tecidos, aviamentos, croquis, ou seja, precisam contemplar um resultado, que é a produção de uma coleção. A esse respeito, Faerm observa que:

O sketchbook funciona como um espaço criativo, que permita ao designer experimentar, propor conceitos, esclarecer uma construção, comunicar sensações, refinar ideias, errar, e, por fim, chegar à criação de uma coleção de sucesso. Em outras palavras, o caderno de croquis é um documento visual (às vezes textual) do desenvolvimento de uma coleção. (Faerm, 2010, apud Feijó, 2013, p.79).

Sorger e Udale, também evidenciam a comunicação das ideias a partir da criação de um *sketchbook*, ao afirmarem que “mostrar a pesquisa a outras pessoas é útil na hora de transmitir os temas de uma coleção e para comunicar o conceito ao seu professor, seus empregadores, empregados ou a um estilista” (Sorger e Udale, 2009, p.22).

O *sketchbook* é uma ferramenta criativa, não há uma única forma de se usar e desenvolver um *sketchbook*, isso vai variar de pessoa para pessoa, já que a ideia é expressar a criatividade através da técnica com que estiver mais familiarizado. Ou seja, a maneira que esta ferramenta é utilizada e o que pode ou não ser incluído no *sketchbook*, vai depender de como o criador busca registrar seu processo criativo de moda e dos objetivos e contexto de uso do *sketchbook*. De acordo com Brum e Costa, autores da área de design estratégico:

Um sketchbook ou caderno de esboços é uma ferramenta de pesquisa valiosa, utilizada durante o processo projetual criativo para registro, compilação e análise de dados. Ao construir um caderno de esboços, cada designer imprime o seu estilo, dado que a própria apresentação visual do material já indica seu modo de pensar e valores (Brum e Costa, 2013, p.6).

Outra questão importante relacionada ao *sketchbook* e a moda, é o uso dessa ferramenta nos cursos de moda. Conforme destacado por Feijó, Jones explica que, nos cursos da área da moda, o *sketchbook* é considerado:

[...] uma prática regular, e que os professores costumam olhar os cadernos de seus alunos de tempos em tempos, ou também podem inclusive avaliá-los ao final de um projeto ou ainda em certas fases do curso. Para o autor, o uso desses cadernos é estimulado para que o aluno pratique o desenho, faça exercícios de observação, teste possibilidades de criação, use-o como suporte na organização de ideias, comunique um traço, um perfil ou um clima

específico com rapidez e estilo durante o processo de criação, sem que haja preocupações com a perfeição, cores ou com figuras completas (Jones, 2005, Apud Feijó, 2013, p.78).

Percebe-se que o *sketchbook* se constitui como uma ferramenta útil e versátil o suficiente, para colaborar com o processo criativo de diversos projetos de moda, sendo capaz de reunir todas as fontes, inspirações, pesquisas, materiais e processos envolvidos ao criar um produto de moda. Essa criação não envolve apenas a criatividade em si, mas também a escolha das matérias-primas disponíveis para planejar a materialidade de um projeto, além de tendências e outras informações culturais e de mercado, que podem ser consideradas na concepção de uma coleção ou produto.

Outrossim, um *sketchbook* pode ser construído em formatos variados, há quem prefira ele em tamanho pequeno, o que o torna mais portátil, tamanho médio, ou até mesmo grande, assim como pode haver também diferenças na gramatura e na cor do papel utilizado. Todas essas escolhas vão depender das técnicas que serão aplicadas para realizar o desenho, a escrita e as experimentações, já que são infinitas as possibilidades, desde um lápis grafite, lápis de colorir, até marcadores ou aquarela.

Deve-se considerar que, embora o formato do *sketchbook* físico seja o mais utilizado, atualmente existem novas alternativas. É possível construir um *sketchbook* digital, com ferramentas que permitem adicionar texturas de papel à tela do dispositivo digital utilizado, bem como texturas de diversas canetas que imitam materiais físicos e uma infinidade de cores. De acordo com Brito (2014):

Hoje em dia o sketchbook ultrapassou as fronteiras físicas do papel, para o mundo virtual, com programas de desenho como o "Sketchbook pro", que são utilizados com mesas digitalizadoras para desenho em computadores e os aplicativos para tablets e celulares (Brito, 2014, p.58).

Além do *Sketchbook pro*, citado por Brito (2014), nos últimos anos muitos outros recursos digitais no âmbito dos softwares e aplicativos surgiram, tornando o acesso e as possibilidades de criação de *sketchbook* digitais ainda mais amplos e com qualidade ainda mais refinada. Apesar de todos os recursos digitais, o *sketchbook* em papel não caiu em desuso e segue sendo amplamente utilizado.

Ademais, é interessante ressaltar que o *sketchbook* é utilizado por estilistas consagrados e contemporâneos. Esse é o caso do estilista brasileiro Ronaldo Fraga, que desenvolveu o livro *Caderno de roupas, memórias e croquis*, no qual traz seus desenhos, croquis e pesquisas feitos entre 1996 e 2014 por meio de cadernos de

desenho. Ao longo do livro, cada coleção é introduzida por um texto do estilista, que apresenta seus projetos e as referências a partir da música, dança, literatura, artes e de suas próprias memórias. As páginas formam um grande caderno no qual moda e arte são entrelaçadas e que reúne diversos desenhos e pesquisas de suas trinta e seis coleções. A seguir, as Figuras 7 e 8 ilustram o livro *Caderno de roupas, memórias e croquis*, de Ronaldo Fraga.

Feijó aborda essa produção de Fraga em seu trabalho:

Nessa obra Fraga faz o registro de todas as etapas do processo criativo de suas coleções, das temáticas de inspiração, até o detalhamento de tecidos, feitos em cadernos artesanais (sketchbooks). O estilista comenta que ao rever este material, pensou que era o momento de transformar suas inspirações em livro e, assim, dividir seu universo criativo com o público do formato impresso (Feijó, 2013, p.84).

Figura 7 – Ronaldo Fraga e seu livro *Caderno de roupas, memórias e croquis*



Fonte: Aqui Acolá Arte (2015).

Figura 8 – Páginas do livro *Caderno de roupas, memórias e croquis*



Fonte: Aqui Acolá Arte (2015).

Outro estilista que merece destaque quando se discute o uso do *sketchbook*, é Lee Alexander McQueen. De acordo com Oliveira, McQueen “construiu uma carreira brilhante, marcada pela sua capacidade de transmitir ao público mais do que simplesmente moda, mas sim obras de arte” (Oliveira, 2013, p.11). Seu talento era tanto que, um pouco depois do seu desfile de formatura no curso de designer de moda na Central Saint Martins College, McQueen assinou com Givenchy um contrato para o cargo de designer chefe da marca.

Em 2024, 14 anos após a morte de McQueen, um leilão realizado pela Kerry Taylor Auctions, em Londres, leiloou um conjunto de desenhos em tamanho A4 do estilista. De acordo com Benzine (2024), esse conjunto reunia 54 desenhos soltos feitos a lápis e caneta, incluindo 11 designs de moda masculina, provavelmente produzidos por McQueen quando estudava na Central Saint Martins, entre 1991 e 1992. Além disso, 43 croquis de moda feminina e mais 15 cópias de croquis masculinos completavam o conjunto de desenhos. Na Figura 9 pode ser observado um conjunto de desenhos de McQueen.

Ademais, de acordo com Benzine (2024):

Além dos 69 desenhos, o conjunto incluía todo o caderno de estúdio da coleção *Givenchy Haute Couture Primavera-Verão 2001* — intitulada *World Tour*. No interior, encontram-se amostras de materiais, imagens de

inspiração, designs xerocados e croquis. Embora apenas 34 looks tenham ido à passarela, o caderno apresenta 47, oferecendo um raro insight sobre como McQueen refinava e eliminava ideias durante o processo criativo (Benzine, 2024, n.p).

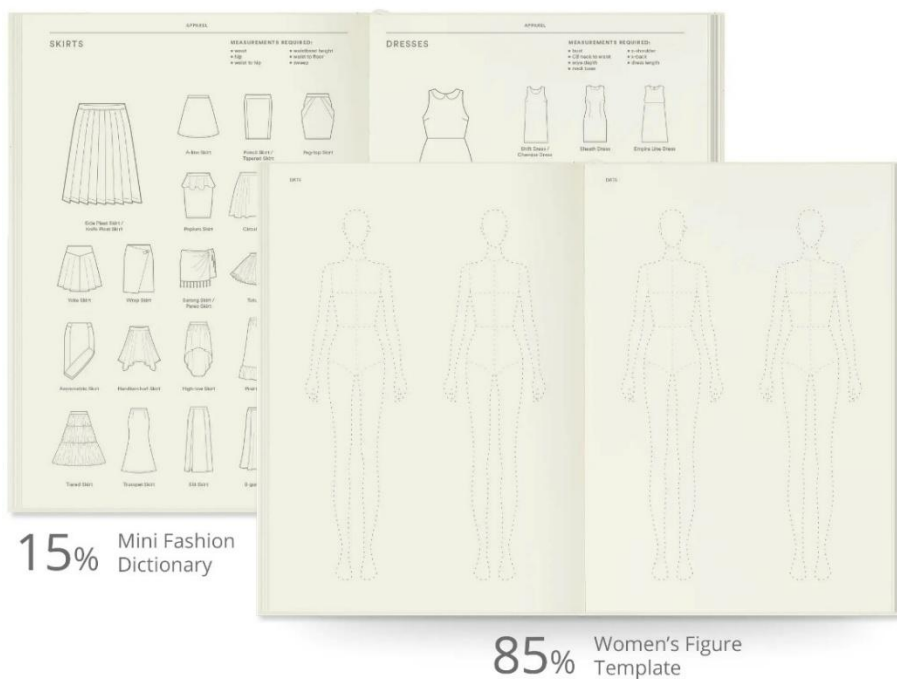
Figura 9 – Conjunto de desenhos de Lee Alexander McQueen



Fonte: Kerry Taylor Auctions (2024).

Ainda, ressalta-se que o uso do *sketchbook* é tão presente na moda, que atualmente existem marcas que comercializam cadernos específicos para a área. Esse é o caso da marca *Fashionnary*, fundada em 2008 em Hong Kong, que em seu catálogo de venda de produtos, inclui *sketchbooks* femininos e masculinos com diversas poses de croquis pontilhadas em papel resistente à marcadores e a aquarela.

Na descrição do produto, a marca afirma que seus cadernos, encontrados em formato A4 e A5, são feitos sob medida para designers de moda, e que estimulam esboços rápidos e o desenvolvimento de ideias, sendo uma ferramenta perfeita para *brainstormings* e esboços rápidos. Ainda, a marca se destaca por incluir nesses cadernos um minidicionário de moda, incluindo pontos de costura, exemplos de saias, vestidos, acessórios, padronagens de tecidos e mais de 270 modelos de bases de croquis. A seguir, nas Figuras 10 e 11, mostra-se alguns exemplos dos *sketchbooks* da Fashionnary.

Figura 10 – *Sketchbook* fashionary

Fonte: Fashionary (2025).

Imagem 11 – *Sketchbook* fashionary em uso

Fonte: Fashionary (2025).

Observa-se que o *sketchbook* é compreendido como uma ferramenta importante não apenas no âmbito acadêmico e profissional, mas também no mercado.

A presença de marcas especializadas, como a Fashionary, reforça sua consolidação como objeto capaz de reunir referências, experimentações e registros visuais ao longo do processo criativo. Diante disso, ao ser compreendido como um suporte para a materialização de ideias, o *sketchbook* estabelece uma relação direta com a prática dos esboços e desenhos de moda, tema que será abordado a seguir.

3.4 ESBOÇOS E DESENHOS NA MODA

Como visto anteriormente neste trabalho, os esboços são uma parte importante na construção de um *sketchbook*, sendo o desenho uma das técnicas mais utilizadas para o desenvolvimento dele. Iglécias (2024), ressalta que os registros feitos no *sketchbook* não se restringem necessariamente ao desenho de um projeto ou croqui de moda, em suas páginas, podem ser incluídos desenhos de animais, objetos, elementos da natureza ou mesmo anotações e frases. Segundo ela, esses registros devem ser rápidos, realizados com poucos materiais e em formatos menores, mas com qualidade suficiente para que a ideia possa ser reconhecida posteriormente.

Assim, pode-se afirmar que a espontaneidade presente no registro rápido de esboços é um ponto importante para o desenvolvimento de projetos e produtos de moda. Nessa perspectiva, o *sketchbook* configura-se como uma ferramenta e um espaço que possibilita tais registros, favorecendo a fluidez da criatividade e enriquecendo o trabalho de pesquisa. De acordo com Medeiros:

Os rascunhos criados no papel possuem a vantagem da velocidade, da facilidade de uso, prontidão, qualidade na resposta, qualidade expressiva, havendo limitação apenas quanto ao que diz respeito à imaginação e à habilidade de quem desenha (Medeiros, 2004, Apud, Feijó, 2013, p. 76).

Nesse sentido, considerando a importância dos esboços e desenhos para a construção do *sketchbook*, apresenta-se aqui uma breve introdução a esse tema, com o objetivo de compreender o papel do desenho no processo criativo, reconhecendo-o não apenas como forma de representação de ideias, mas também como um meio de expressão da criatividade. A esse respeito, Brito (2014) explica como as mudanças ocorridas ao longo da história da arte, mas especialmente ao longo do século XX, contribuíram para a ascensão do desenho e da experimentação processo criativo:

Embora já tenha despontado o Renascimento como item fundamental no processo de construção do conhecimento e do fazer artístico, o desenho

como processo se destaca a partir da segunda metade do século XX, em um ambiente de reflexão. As mudanças ocorridas na arte neste período - a valorização da ideia, do pensamento, no lugar da aptidão técnica ou do objeto/obra - contribuíram para criação de uma concepção do experimental enquanto meio de aflorar o potencial criativo. Uma busca constante na qual o resultado não tem relevância, apenas o exercício do ato criativo. (Brito, 2014, p.29).

A autora Brito (2014) também explica que durante os anos de 1950 e 1960 o campo artístico começou a se expandir, dando destaque ao processo, permitindo ao “[...] desenho afirmar-se também como uma disciplina artística por direito próprio. Esta mudança é, em parte, devida à desmaterialização do objeto artístico, quando se considerou o gesto do desenho como uma forma de registrar uma ação” (Brito, 2014, p. 56). Além disso, para Brito (2014), a inovação, a criatividade e a liberdade, são aspectos importantes para os desenhistas. Dessa forma, o *sketchbook* surge como um aliado àqueles que realizam desenhos e esboços, já que artistas, designers, estilistas e arquitetos, organizam ou arquivam esses desenhos e outras formas de experimentação através desta ferramenta.

Na área da moda, o desenho como esboço, por meio de croquis, é amplamente utilizado para o desenvolvimento de produtos de vestuário, incluindo estudo de silhuetas, volume, proporção, cores, modelagens, sequência de looks e criação de estampas, sendo essencial principalmente no desenvolvimento de coleções. Mastelini e Almeida (2016), mestres em têxtil e moda, destacam que os processos e práticas do desenho na moda são fundamentais para a indústria do vestuário, pois o desenho atua como instrumento de trabalho do designer, contribuindo para a definição da linguagem criativa e da identidade da marca, acelerando etapas do processo criativo e produtivo e orientando o caminho até a materialização do produto.

Os autores enfatizam ainda que o esboço de moda surge de linhas simples a lápis, evoluindo para desenhos e ilustrações mais elaboradas, permitindo visualizar as primeiras formas e estimular a fluidez e liberdade de criação. Além disso, Mastelini e Almeida (2016) ressaltam que frequentemente, o designer inicia o desenvolvimento de produtos por meio de esboços sem compromisso com o resultado, no entanto, esses registros visuais geram novas ideias, que são realizadas em cadernos de esboço conhecidos como *sketchbooks*. Assim, essas percepções reforçam a importância do desenho e do *sketchbook* como ferramentas centrais no processo criativo de moda, integrando pesquisa, experimentação e registro visual.

Em vista disso, é notável a importância dos desenhos para o *sketchbook* e vice-versa, já que esse caderno serve como uma maneira de arquivar e documentar todas

essas ideias expressas através de esboços, desenhos e ilustrações. Vale ressaltar que ao desenhar a fim de criar um produto ou projeto de moda, o criador não deve se importar em um primeiro momento em construir páginas e painéis bem estruturados, já que os rascunhos e os esboços enriquecem o desenvolvimento da pesquisa.

Feijó (2013), observa que em suas revisões de literatura, a maioria dos autores concorda que os desenhos registrados em *sketchbooks* são importantes para o desenvolvimento das ideias dos designers, servindo como uma espécie de guia ao longo do processo criativo, uma vez que esses registros nos cadernos auxiliam a elaboração de ideias nas etapas iniciais da criação de um produto. Ademais, Mastelini e Almeida afirmam que “o desenho de moda assume papel indispensável no processo criativo e é uma das ferramentas mais importantes na criação de uma coleção por ser a linguagem que concretiza a ideia, o meio de comunicação, entre quem cria e quem fabrica” (Mastelini e Almeida, 2016, p.5).

Ao analisar a imagem abaixo, é possível perceber a agilidade e a precisão dos traços, note que a princípio, o desenho não é detalhado, é justamente um esboço para entender o volume e a silhueta das peças de vestuário no croqui. Pode-se dizer que é o primeiro momento do desenvolvimento de uma ideia, não há um compromisso com a realidade de como o desenho de moda ficará no final. Entretanto, aos poucos os traços vão sendo lapidados, os detalhes, as formas e volumes vão sendo criados, e por fim, os detalhes de cor, sombra e luz criam a perspectiva necessária para visualizar a criação. Na Figura 12, ilustra-se um conjunto de desenhos que exemplificam a transição de um esboço a um croqui de moda acabado.

Figura 12 – Esboço ao croqui de moda



Fonte: Steven Stipelman (2015, p.52).

Mesmo que o exemplo evidenciado acima seja de um único croqui, ele permite compreender o desenvolvimento do *sketchbook* como um todo. Isso porque além de toda pesquisa de referências, estudos de cor, escolha de tecidos, aviamentos etc., as ideias são criadas através de rascunhos e esboços desenhados, que levam, posteriormente, a concepção de um produto. De acordo com Brito:

Após a fase de geração de alternativas, quando o designer julgar que possui ideias suficientes registradas, os esboços que melhor traduzem as soluções para o que projeto serão selecionados para que assim sejam tratados como um desenho de estilo (Brito, 2014, p.27).

A partir disso, pode-se concluir que o *sketchbook*, os esboços e os desenhos, são interligados e desempenham um papel central no desenvolvimento de projetos e produtos de moda. A compreensão dessa ferramenta passa, inicialmente, por sua origem como cadernos de artistas, usados principalmente para observação e experimentação visual, até sua evolução para diferentes áreas criativas, como é o caso do uso do *sketchbook* na área da moda, que se constitui como um espaço de experimentação, registro e comunicação visual e criativa.

Posto isso, a seguir apresenta-se a pesquisa realizada por meio de um formulário online, bem como a análise dos dados obtidos, com o objetivo de analisar como os estudantes e profissionais da área da moda utilizam o *sketchbook*, assim

como as potencialidades e as limitações dessa ferramenta no processo de criação de moda.

4 COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Neste capítulo apresenta-se a etapa de coleta e discussão de dados da pesquisa realizada por meio de um formulário online. Esta etapa teve como objetivo investigar e compreender se o uso do *sketchbook*, regularmente utilizado por acadêmicos e profissionais da área da moda, configura-se como uma ferramenta potencialmente significativa para seus processos criativos, seja no desenvolvimento de coleções ou outros produtos da área.

A metodologia de pesquisa deste trabalho foi composta tanto por uma revisão bibliográfica, que abrange os capítulos apresentados até aqui, quanto pela aplicação de um formulário de pesquisa. A elaboração do formulário seguiu a proposta de Gil (2002). Para o autor, nos formulários o pesquisador deve elaborar previamente as questões, anotar as respostas e realizar uma análise desses dados. Ainda, para Gil, essa técnica é uma das mais práticas e eficientes para coleta de dados, isso por ser aplicável aos mais diversos segmentos da população e por possibilitar a obtenção de dados facilmente tabuláveis e quantificáveis. Dessa maneira, o formulário “constitui hoje a técnica mais adequada nas pesquisas de opinião e de mercado” (2002, p. 119).

Para a realização desta etapa da pesquisa e coleta de dados deste trabalho, optou-se pela utilização da plataforma Google Forms, uma plataforma que permite criar e disponibilizar formulários online. Essa escolha se justifica principalmente pelo amplo alcance e pela facilidade de distribuição desses formulários, já que é possível serem compartilhados e acessados de diversas formas, sem se limitar geograficamente aos profissionais de uma única região, o que está alinhado com o objetivo deste trabalho.

Ademais, a plataforma Google Forms oferece ferramentas de tratamento dos dados quantitativos e organização automática das respostas, o que facilita a análise. Assim, essa análise foi conduzida de maneira interpretativa, considerando aspectos quantitativos, mas principalmente qualitativos dos dados obtidos.

Desse modo, a aplicação do formulário teve como objetivos: compreender como o *sketchbook* é utilizado por acadêmicos e profissionais criativos da área da moda; verificar se é possível entendê-lo como uma ferramenta de processo de criação; e identificar as suas limitações, bem como as possíveis potencialidades da ferramenta para a formação e atuação profissional na área da moda.

4.1 DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Como mencionado anteriormente, esta pesquisa foi realizada através da plataforma Google Forms e seus dados foram analisados quantitativamente, mas principalmente qualitativamente. O formulário foi elaborado contendo 19 perguntas e permaneceu aberto por 30 dias, durante o período de 06 de novembro de 2025 a 06 de dezembro de 2025, para receber respostas. Ao final do período, foi contabilizado um total de 28 respondentes.

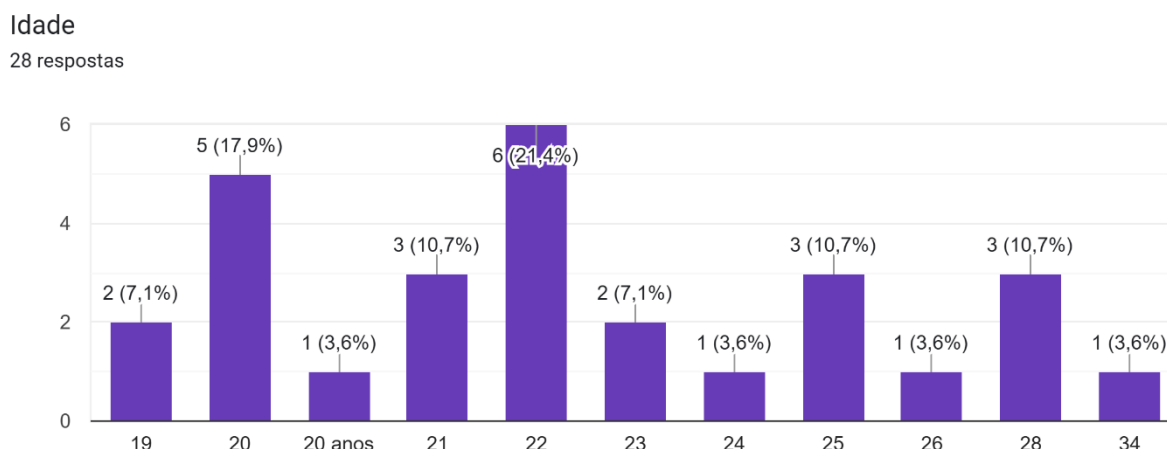
Essas perguntas se dividiram em questões fechadas, questões de múltipla escolha, caixas de seleção, escala linear – capaz de medir opiniões de forma mais aprofundada –, além de questões abertas e opcionais, nas quais os participantes poderiam detalhar suas opiniões, de modo que uma análise mais qualitativa pudesse ser realizada.

A partir dessa metodologia, os resultados foram analisados e organizados conforme as seções do formulário, sendo elas: dados demográficos, que se referem ao perfil dos participantes, na qual foram reunidos dados tais como faixa etária, gênero e local de residência; perfil profissional e educacional, a fim de perceber o nível de escolaridade dos participantes, identificando se eram profissionais ou estudantes, assim como tempo e área de atuação na moda; uso do *sketchbook*; cujo objetivo foi identificar qual a frequência com que os participantes utilizam a ferramenta, bem como formato preferido, o que os participantes incluem dentro do *sketchbook* e quais são as contribuições trazidas por sua utilização; percepções sobre a ferramenta, a fim de identificar o nível de importância do uso do *sketchbook* no processo criativo dos participantes; e, por fim, as preferências e desafios, com o intuito de identificar quais as vantagens e dificuldades que os participantes sentem ao utilizar o *sketchbook*.

4.1.1 Perfil dos participantes

Quanto ao perfil dos participantes, observa-se que a maioria dos respondentes é composta por jovens adultos. A faixa etária predominante é de 19 a 22 anos, representando 60,7% do total de participantes, seguida por 23 a 28 anos que correspondem a 35,7%, enquanto a faixa etária acima de 30 anos apresentou participação pouco expressiva, com apenas uma pessoa de 34 anos (3,6%). A Figura 13 apresenta o gráfico de idade dos participantes.

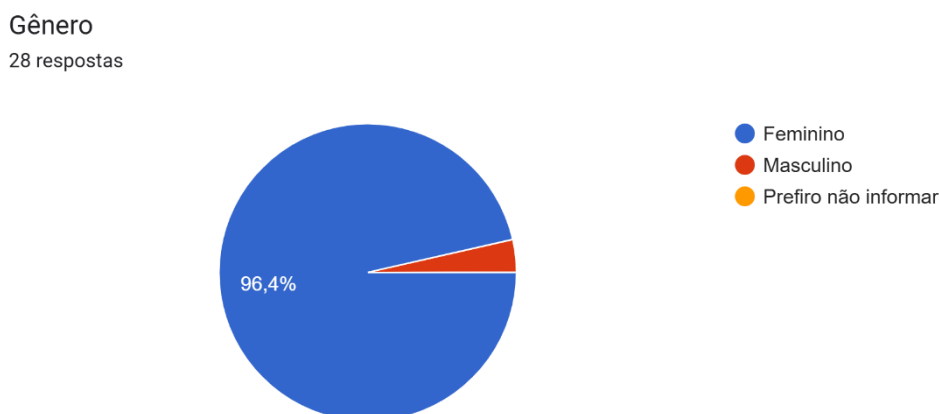
Figura 13 – Gráfico de idade dos participantes.



Fonte: De autoria própria (2025).

Em relação ao gênero, a maioria dos participantes se identificou como mulher (96,4%), enquanto apenas 3,6% se identificou como homem, ou seja, o público foi predominantemente feminino, o que pode estar relacionado com a realidade comum dos cursos de moda no Brasil, em que a maioria dos estudantes são do gênero feminino, mesmo que isso esteja mudando aos poucos. A seguir, observa-se na Figura 14 o gráfico de gênero dos participantes.

Figura 14 – Gráfico de gênero dos participantes



Fonte: De autoria própria (2025).

Quanto ao local de residência, observa-se que a maioria reside no estado de Minas Gerais representando (60,7%) do total, sobretudo da cidade de Juiz de Fora, seguido pelo estado de São Paulo (17,9%) e do Rio de Janeiro (14,5%). Somado a isso, participantes dos estados do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina apresentam participação menos expressiva, ambos com (3,6%) dos respondentes. Dessa forma,

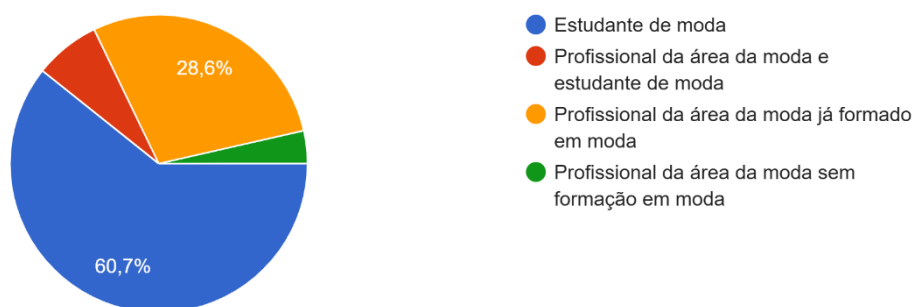
revela-se uma predominância de participantes da região Sudeste, especialmente de Minas Gerais, o que reflete o contexto geográfico da instituição de ensino onde esta pesquisa foi desenvolvida e evidencia a concentração regional dos estudantes e profissionais que contribuíram para o estudo.

No que se refere à relação dos participantes com a área da moda, nota-se que a maioria é composta por estudantes, representando 60,7% do total. Por sua vez, 7,1% afirmaram ser simultaneamente estudantes e profissionais atuantes da área da moda. Os respondentes formados em moda e que declararam atuar profissionalmente na área representam 28,6%, enquanto apenas 3,6% trabalham na área sem formação específica em moda. Assim, esses dados apontam que a pesquisa abrange, em sua maioria, indivíduos em fase de formação acadêmica, mas que também inclui profissionais atuantes na área, o que possibilita a diversidade de perspectivas sobre o uso do *sketchbook* no processo criativo de moda. A Figura 15 mostra o gráfico de perfil educacional / profissional dos respondentes.

Figura 15 – Gráfico de perfil educacional / profissional

Em relação a moda, você é estudante, profissional da área ou ambos?

28 respostas



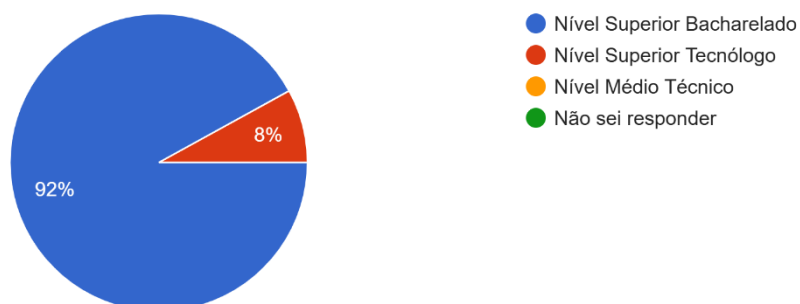
Fonte: De autoria própria (2025).

Ademais, no que se refere ao nível de formação acadêmica dos participantes que declararam possuir formação na área da moda, 92% afirmaram ter formação em nível superior de bacharelado, enquanto apenas 8% relataram ter formação superior em nível de tecnólogo. A Figura 16 apresenta o gráfico de nível de formação.

Figura 16 – Gráfico de nível de formação

Se estudante ou formado na área da moda, qual o nível da formação?

25 respostas



Fonte: De autoria própria (2025).

Ainda, entre aqueles que já trabalham na área, 20,8% afirmaram atuar profissionalmente há no máximo 2 anos, o que indica uma presença significativa de profissionais nos primeiros anos de atuação da sua carreira. Já 12,5% possuem entre 3 e 5 anos de experiência, enquanto outros 12,5% afirmaram atuar de 6 a 10 anos na área. É importante destacar que não houve respostas que assinalaram a opção “mais de 10 anos”. Diante disso, os dados ressaltam que, apesar dos respondentes terem uma certa diversidade em termos de experiência profissional, prevalece uma participação majoritária de estudantes e de profissionais relativamente jovens na área da moda. A seguir, na Figura 17 apresenta-se o gráfico de tempo de atuação profissional na área.

Figura 17 – Gráfico de tempo de atuação profissional na área da moda

Se profissional: Há quanto tempo trabalha na área de moda?

24 respostas



Fonte: De autoria própria (2025).

Quanto às áreas de atuação mencionadas pelos participantes que atuam profissionalmente, destaca-se a predominância da área de criação e design — incluindo estamparia — que concentram 63,6% do total das respostas. Em decorrência disso, pode-se perceber que a maioria dos participantes está diretamente relacionada ao desenvolvimento criativo de um produto de moda. Em seguida, 45,5% dos respondentes afirmaram atuar em áreas relacionadas à comunicação de moda, como jornalismo, publicidade e marketing. A área de modelagem também se mostra relevante com 36,4% dos participantes. Já as áreas de produção/*styling*, pesquisa de tendências e figurino representam 9,1% cada, indicando serem estas atuações mais específicas e menos convencionais dentro do quadro de participantes da pesquisa.

4.1.2 Sobre o uso do *Sketchbook*

Para compreender se os participantes utilizam o *sketchbook* e apreender a relevância que ele tem para seus processos criativos, a pesquisa analisou a ferramenta a partir da frequência de uso durante o processo criativo, assim como a preferência do formato do *sketchbook*.

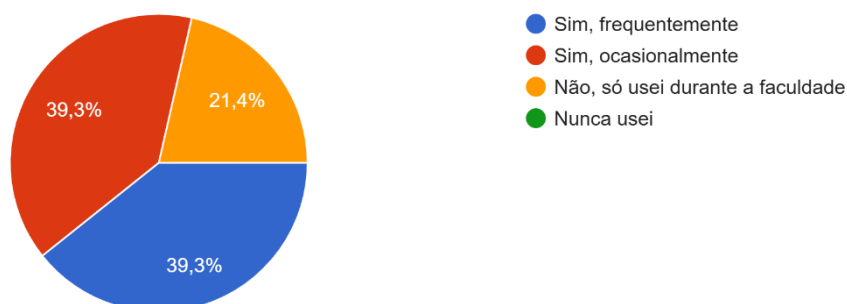
Com relação ao uso do *sketchbook* durante o processo criativo, observa-se que a maioria dos participantes faz uso da ferramenta, ainda que com diferentes frequências. Entre os respondentes, 39,3% afirmaram utilizá-la frequentemente, enquanto outros 39,3% a utilizam apenas ocasionalmente. Ainda, 21,4% relataram não fazer uso do *sketchbook* atualmente, indicando que o utilizaram somente durante o período de formação acadêmica.

A partir desses dados, nota-se que o *sketchbook* se mostra uma prática recorrente no processo criativo dos participantes, seja regularmente ou em usos pontuais. E, ainda que tenha aqueles que não utilizam atualmente, é possível notar que em algum momento de sua formação a ferramenta esteve presente, não havendo nenhuma resposta que indicasse o desconhecimento ou o não uso do *sketchbook*. A Figura 18 a seguir mostra o gráfico de frequência de uso do *sketchbook* durante o processo criativo.

Figura 18 – Gráfico de frequência de uso do *sketchbook* durante o processo criativo

Você utiliza o sketchbook em seu processo criativo?

28 respostas



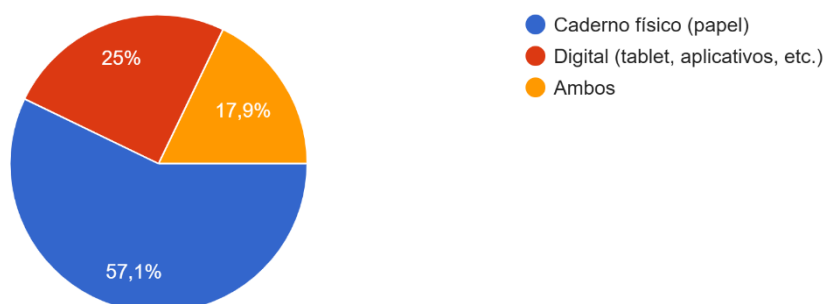
Fonte: De autoria própria (2025).

Quando perguntados sobre a preferência de formato para o uso do *sketchbook*, 57,1% do total dos respondentes afirmaram que preferem usar o caderno físico, com folhas de papel, enquanto 25% relataram preferir utilizar somente a versão digital, através de aplicativos. Observa-se também que 17,9% dos participantes relataram utilizar ambos os formatos, combinando o *sketchbook* digital e o físico conforme a necessidade. Dessa forma, esses dados indicam que, embora os recursos digitais estejam quase sempre presentes, o caderno físico permanece como o formato predominante. Na Figura 19 é exibido o gráfico de preferência de formato para o uso do *sketchbook*.

Figura 19 – Gráfico de preferência de formato para o uso do *sketchbook*

Qual formato você prefere para o uso do sketchbook?

28 respostas



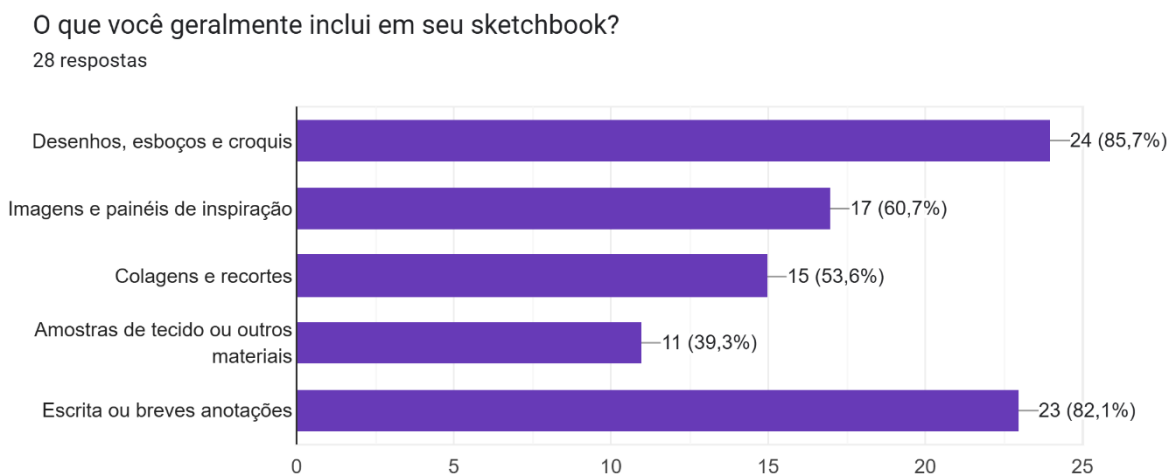
Fonte: De autoria própria (2025).

No que se refere aos elementos que geralmente os participantes incluem em seus *sketchbooks*, a maioria (85,7%) relatou incluir desenhos, esboços e croquis, seguido por escrita ou breves anotações (82,1%). Outros elementos também

aparecem com frequência, como imagens e painéis de inspirações (60,7%), colagens e recortes (53,6%) e, por fim, amostra de tecidos ou outros materiais, estes últimos mencionados por 39,3% dos respondentes. Esses dados evidenciam o que foi apontado ao longo do capítulo 3, sobre o *sketchbook*, no qual ele é mencionado como uma ferramenta criativa que permite a organização visual através de diferentes materiais e técnicas, a fim de representar uma ideia e apoiar o processo criativo.

Além disso, esses dados também destacam o papel que os esboços e os desenhos representam no desenvolvimento de um *sketchbook*, já que a maioria dos participantes (85,7%) afirma incluir desenhos, esboços e croquis. A partir desses resultados, é possível perceber a importância do registro rápido de esboços para os estudantes e profissionais de moda, bem como a importância dos desenhos para o desenvolvimento e materialização de ideias, algo que foi mencionado no capítulo anterior. A Figura 20 apresenta o gráfico de elementos que os participantes incluem em seus *sketchbooks*.

Figura 20 – Gráfico de elementos que os participantes incluem em seus *sketchbooks*



Fonte: De autoria própria (2025).

Em relação à percepção dos participantes sobre as contribuições do *sketchbook* para o processo criativo, percebe-se que a ferramenta exerce papel central em diferentes etapas do processo. A pesquisa de referências e o registro de ideias foram mencionados por 82,1% dos respondentes. Ainda, 78,6% afirmaram utilizar o *sketchbook* para o planejamento de ideias, enquanto 75% o consideraram importante para o desenvolvimento de conceitos. Sob essa perspectiva, comprova-se

que para a maioria dos participantes, o *sketchbook* contribui para registrar ideias, assim como desenvolver pesquisa e novos conceitos.

Ainda em relação à percepção dos participantes sobre as contribuições do *sketchbook*, foram destacadas o uso para registro de materiais, tecidos e cores (71,4%) e para o desenvolvimento de coleções (67,9%), o que evidencia que o *sketchbook* acompanha o processo criativo desde as primeiras referências e ideias até a elaboração final de projetos e produtos de moda. Outras contribuições, como experimentações (60,7%) e o registro de referências visuais (57,1%), enfatizam seu papel como um espaço de testes e explorações de projetos e produtos. Ainda, contribuições relacionadas à pesquisa de tendências (42,9%) e à comunicação de ideias com outras pessoas (35,7%) aparecem com menor frequência, sugerindo que, embora presentes, não são os usos predominantes entre os respondentes. A seguir, observa-se na Figura 21 o gráfico de percepção dos participantes sobre as contribuições do *sketchbook*.

Figura 21 – Gráfico de percepção dos participantes sobre as contribuições do *sketchbook*



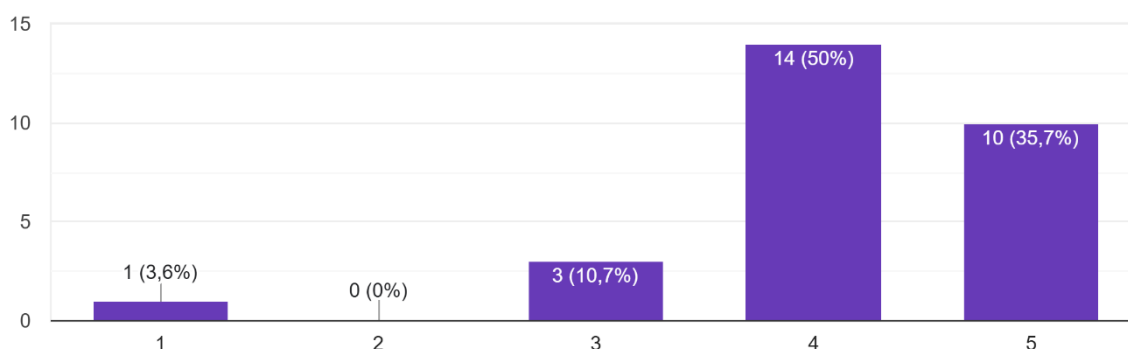
Fonte: De autoria própria (2025).

Quanto às percepções de importância do uso do *sketchbook* para o desenvolvimento de projetos de moda, utilizou-se, para essa questão, uma escala de avaliação de 1 a 5, em que 1 corresponde a não importante, 2 a pouco importante, 3 a indiferente, 4 a importante e 5 a extremamente importante. Observou-se que 50% do total dos participantes consideram seu uso importante, enquanto 35,7% consideram extremamente importante. Apenas 10,7% dos respondentes foram indiferentes ao uso do *sketchbook* para o desenvolvimento de projetos de moda, e

uma quantia ainda menor de participantes (3,6%) afirmaram que o *sketchbook* não é importante. A seguir, na Figura 22, apresenta-se o gráfico de importância que os participantes acreditam que o *sketchbook* tem para o desenvolvimento de projetos de moda.

Figura 22 – Gráfico de importância que os participantes acreditam que o *sketchbook* tem para o desenvolvimento de projetos de moda

Você considera o uso do sketchbook importante para o desenvolvimento de projetos de moda?
28 respostas



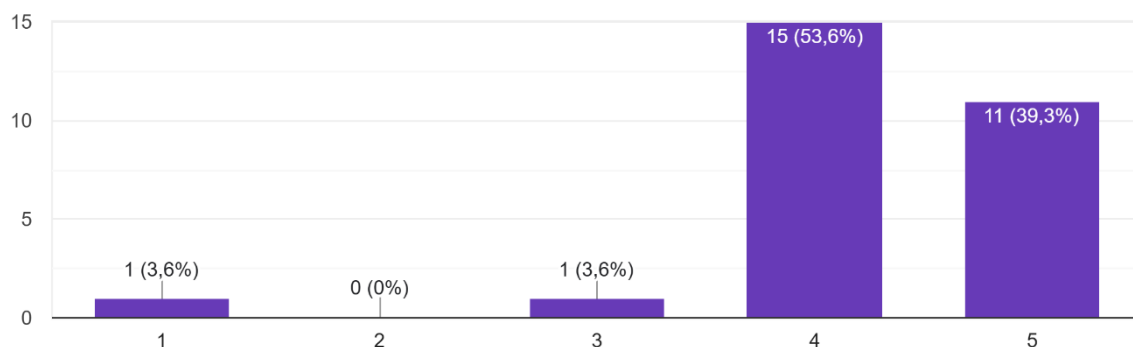
Fonte: De autoria própria (2025).

Ainda, em relação à percepção dos participantes sobre a importância do *sketchbook* para a organização e o planejamento de ideias e produtos, utilizou-se, para essa questão, uma escala de avaliação de 1 a 5, em que 1 corresponde a não importante, 2 a pouco importante, 3 a indiferente, 4 a importante e 5 a extremamente importante. Observa-se que a maioria das avaliações indicou uma concordância quanto à relevância da ferramenta nesse aspecto. A maior parte dos respondentes (53,6%) considerou importante, enquanto (39,3%) extremamente importante, o que deixa claro como essa ferramenta pode contribuir para o desenvolvimento de processos criativos em moda. Além disso, apenas 3,6% se mostraram indiferentes à ferramenta, e 3,6% consideraram que o *sketchbook* não é importante para a organização e o planejamento de ideias. Nesse sentido, é possível observar que esses resultados demonstram que, para a ampla maioria dos participantes, o *sketchbook* desempenha papel significativo na estruturação, organização e planejamento das etapas criativas em moda. A Figura 23 ilustra o gráfico de importância que os participantes acreditam que o *sketchbook* tem para a organização e planejamento de ideias e produtos.

Figura 23 – Gráfico de importância que os participantes acreditam que o *sketchbook* tem para a organização e planejamento de ideias e produtos

Você considera o uso do sketchbook importante para a organização e planejamento de ideias e produtos?

28 respostas

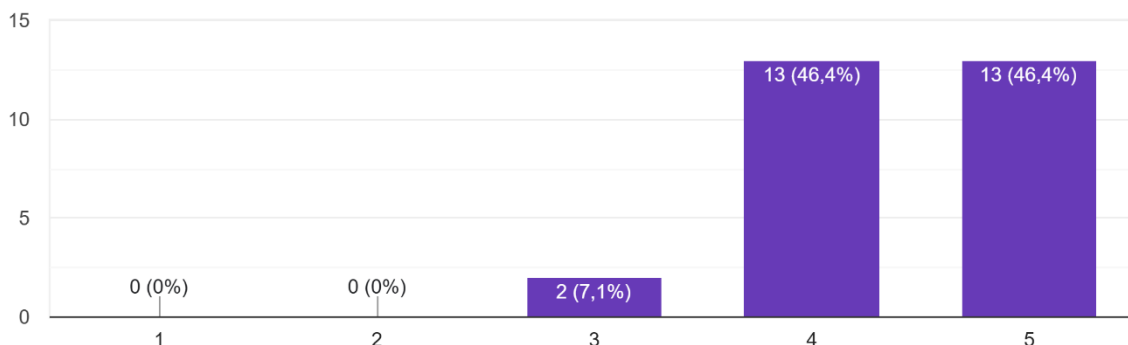


Fonte: De autoria própria (2025).

No que se refere à percepção dos respondentes sobre a importância do *sketchbook* para o desenvolvimento da criatividade, utilizou-se, para essa questão, uma escala de avaliação de 1 a 5, em que 1 corresponde a não importante, 2 a pouco importante, 3 a indiferente, 4 a importante e 5 a extremamente importante. Dessa forma, as avaliações indicam que a maioria dos participantes reconhece a relevância dessa ferramenta. Assim, 46,4% dos participantes consideraram o *sketchbook* extremamente importante para o desenvolvimento da criatividade, enquanto a mesma quantidade (46,4%) considerou importante. Apenas (7,1%) dos respondentes afirmou indiferença ao relacionar o *sketchbook* como sendo importante para o desenvolvimento criativo. A Figura 24 mostra o gráfico de importância que os participantes acreditam que o *sketchbook* tem para o desenvolvimento da sua criatividade.

Figura 24 – Gráfico de importância que os participantes acreditam que o *sketchbook* tem para o desenvolvimento da sua criatividade

Você considera o sketchbook importante para o desenvolvimento da sua criatividade?
28 respostas



Fonte: De autoria própria (2025).

Por fim, nesta etapa são avaliadas as questões abertas (que eram opcionais). A primeira questão buscou compreender quais vantagens e benefícios são percebidos a partir do uso do *sketchbook*. Dessa forma, entre os participantes que optaram por comentar em tais questões foi possível observar que o *sketchbook* é percebido, de um modo geral, como uma ferramenta de destaque para o processo criativo de moda. A seguinte resposta evidencia essa importância: “[o *sketchbook*] deixa meu processo criativo mais sólido, consigo ir além de coisas que estão na moda, ou são uma tendência na hora que crio minhas coleções. Ele permite aprofundar e lapidar minhas ideias”.

Outra resposta que converge com essa ideia, é a do participante que afirma que: “[o *sketchbook*] me ajuda a ir afundo nas ideias, consigo pensar mais nos conceitos que quero trazer em minhas coleções, fazer uma busca detalhada de tecidos, aviamentos, caimento e volume das peças”. Essa resposta sugere que a ferramenta é significativa para a pesquisa, o aprofundamento e lapidação de conceitos, além da seleção de materiais e outros aspectos estéticos de uma coleção.

Nessa direção, a partir das respostas à primeira questão, foi possível perceber que há uma contribuição significativa do *sketchbook* para a organização e clareza das ideias. A maioria dos respondentes relataram que ao visualizar as ideias e os conceitos no papel, é possível compreender e materializar um produto ou projeto de moda. Aqui cabe destacar a seguinte resposta, em que o participante afirmou que a ferramenta é uma facilitadora do processo e colaboradora na organização de ideias para uma posterior materialização: “percebo que para esboçar as ideias, colocar no

papel e então organizar realmente os pensamentos, o *sketchbook* facilita muito, pois nos momentos de inspiração é possível registrar todas as ideias para depois colocá-las em prática de maneira factível”.

Ainda a respeito, um dos aspectos mais recorrentes nas repostas diz respeito à função amplamente conhecida e discutida ao longo do trabalho, que é a de registro e planejamento de ideias, algo que foi mencionado por grande parte dos participantes. A partir das respostas, o entendimento do *sketchbook* como um acervo pessoal de referências foi reforçado, cabe apontar aqui o relato de um dos respondentes que afirmou que um dos benefícios do *sketchbook* é “anotar, colar e desenhar coisas que possam ser utilizadas para projetos futuros”.

Outro ponto importante revelado a partir dos dados obtidos na primeira questão é a função comunicativa do *sketchbook*, principalmente para a comunicação de ideias e conceitos para clientes, o que permite, segundo os respondentes, que o cliente visualize referências, cores, croquis e materiais que serão usados. Aqui, destaca-se a seguinte resposta: “[o *sketchbook*] facilita a comunicação das ideias e conceitos para o cliente, agrega valor ao trabalho criativo ao materializar um processo que eles não têm muito noção que existe por trás do nosso trabalho”. Assim, pode-se afirmar que essa percepção reforça o *sketchbook* como ferramenta que conecta o designer e o cliente, ajudando a tornar visível um processo que muitas vezes permanece abstrato para quem está fora da criação. Em vista disso, entende-se que, do ponto de vista do usuário, a utilização do *sketchbook* pode permitir a visualização do processo criativo, justificando escolhas e fortalecendo o conceito do produto ou projeto de moda que será criado.

A segunda questão aberta e opcional, buscou compreender quais eram as dificuldades ou limitações encontradas pelos participantes ao utilizarem o *sketchbook*. Uma parcela significativa dos respondentes mencionou que não considera o uso do *sketchbook* prático para o dia a dia, seja pela escolha de tamanho, já que frequentemente na moda se utiliza o *sketchbook* em tamanho A4, ou pela necessidade de carregar o caderno e os materiais adicionais, como lápis ou canetas.

Além disso, a maior parte dos respondentes relatou a falta de tempo para criar um *sketchbook*. A esse respeito evidencia-se a seguinte resposta: “sinto que para encaixar no meu dia a dia às vezes demanda muito tempo e acabo não conseguindo dar a devida atenção necessária para pensar com calma, principalmente por conta da correria do dia a dia”. Ainda, outra resposta corrobora a queixa de falta de tempo para

o desenvolvimento do *sketchbook*: “não encontro dificuldades no caderno em si, mas sim de separar um tempo para essa atividade”.

Diante dessas respostas ao questionário, foi possível perceber que, embora o uso do *sketchbook* seja valorizado e percebido como uma ferramenta em potencial para o processo criativo de moda, a falta de tempo e as dificuldades em transportar o *sketchbook* no dia a dia dentro da bolsa, para anotar ideias e esboços quando surgem inspirações, são as maiores limitações e desafios encontrados para tornar o uso dessa ferramenta um hábito.

Outro aspecto interessante de se abordar, que foi percebido através das respostas, é a limitação que o perfeccionismo gera. Aqui destaco duas respostas sobre as dificuldades ao utilizar o *sketchbook*: “[a limitação é] o perfeccionismo, acabo me prendendo demais em deixá-lo bonito ao invés de pensar somente em deixá-lo útil e funcional”; e “as vezes foco em ter tudo finalizado, colorido, tudo ‘perfeitinho’ o que as vezes gera um bloqueio na mente na hora de criar”. Portanto, pode-se perceber que as vezes a busca estética pode se sobrepor à função principal da ferramenta, que é o registro rápido e espontâneo de ideias, relevando que, para alguns, o produto “*sketchbook*” é que deve ser valorizado, não a beleza do processo criativo. Nessa perspectiva, enfatiza-se as considerações de Matharu, citada por Feijó, que propõe que o usuário do *sketchbook* “lembre-se sempre de que seu *sketchbook* é um lugar reservado para descobrir novas ideias e registrar de forma dinâmica pensamentos e alternativas - nesse ponto a ideia não é atingir a perfeição.” (Matharu, 2011, p.102, Apud, Feijó, 2013, p.81).

A terceira questão aberta e opcional do questionário foi destinada a comentários adicionais sobre o *sketchbook* e sua relação com a moda. Entre os participantes que optaram por registrar observações nessa etapa, percebe-se um conjunto de percepções que reforçam a relevância da ferramenta. Os comentários evidenciam que, para muitos, o uso do *sketchbook* deveria ser mais incentivado, considerando-o uma ferramenta muito importante e extremamente necessária para o processo criativo. A Figura 25 reúne os comentários dos participantes que evidenciam e confirmam essas percepções sobre o uso do *sketchbook* no processo criativo de moda.

Figura 25 – Comentários sobre o uso do *sketchbook* na moda

PARA MIM O SKETCHBOOK FUNCIONA COMO UMA VÁLVULA DE ESCAPE DO PROCESSO FORMAL, SUAVIZA O TRABALHO CRIATIVO DE FORMA LÚDICA E ARMAZENA IDEIAS QUE CASO NÃO FOSSEM DOCUMENTADAS SERIAM ESQUECIDAS OU DESPERDIÇADAS.

SEU USO DEVERIA SER MAIS INCENTIVADO.

ACHO SUPER IMPORTANTE, FACILITA MUITO A EXPERIMENTAÇÃO CRIATIVA E PERMITE UMA SENSIBILIDADE MAIOR NO CONTATO COM O CONCEITO EXPLORADO, ALÉM DE APRIMORAR MUITO A COMUNICAÇÃO DAS IDEIAS PRA TERCEIROS.

EXTREMAMENTE NECESSÁRIO PARA O PROCESSO CRIATIVO PODENDO ENTENDER OS CAMINHOS QUE FORAM TOMADOS ATÉ O PRODUTO FINAL, E PRINCIPALMENTE PARA COMPROVAR QUE O PROCESSO FOI REALIZADO POR VOCÊ E NÃO PLAGIADO DE TERCEIROS, MOSTRANDO ENFIM SUA AUTENTICIDADE.

EXTREMAMENTE ESSENCIAL PARA SE TER IDEIAS FORA DO ÓBVIO.

ACREDITO QUE PENSANDO EM UM DESENVOLVIMENTO IDEAL, ELE É MUITO IMPORTANTE, POIS AJUDA MUITO A ORGANIZAR E ESBOÇAR AS IDEIAS, DEIXAR A CRIATIVIDADE FLUIR.

Fonte: De autoria própria (2025).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho de conclusão de curso “O *sketchbook* como ferramenta nos processos criativos de moda” reuniu, ao longo de sua extensão, um referencial teórico introdutório acerca da criatividade, do processo criativo e de ferramentas aplicadas ao desenvolvimento criativo em moda. Nesse contexto, o *sketchbook* foi abordado como a ferramenta de destaque, sendo analisado por meio de revisão bibliográfica e de uma pesquisa, no formato de questionário online, realizada com estudantes e profissionais da área, o que possibilitou a compreensão de suas potencialidades e limitações relacionados à utilização da ferramenta na área da moda.

A partir das reflexões teóricas sobre criatividade e processo criativo, observou-se que ambos ocupam um papel central no desenvolvimento de projetos de moda, assim como de outras áreas criativas. Também pode-se observar que, apesar de este trabalho ter como destaque o *sketchbook*, existem uma variedade de ferramentas que facilitam esse processo e que podem ser utilizadas conjuntamente com o *sketchbook*.

No que se refere à fundamentação teórica sobre o *sketchbook*, foi possível compreender que essa ferramenta ultrapassa a concepção de um simples caderno que reúne desenhos e esboços. Trata-se de um espaço para explorar a criatividade, através do registro de ideias, desenhos, anotações escritas, colagens e, principalmente, a experimentação, por meio de registro visual e criativo.

A aplicação do questionário reforçou as reflexões teóricas apresentadas ao longo deste trabalho, ao destacar o *sketchbook* como uma ferramenta relevante no processo criativo tanto de estudantes quanto de profissionais da área da moda. Isso é percebido através dos dados que demonstram que a maioria dos participantes reconhece o *sketchbook* como uma ferramenta importante para o desenvolvimento de projetos de moda, para a organização e planejamento de ideias e produtos e para o desenvolvimento da criatividade.

Ainda no que se refere aos resultados da aplicação do questionário, apesar das limitações identificadas, como a falta de praticidade ao transportar o *sketchbook* no dia a dia e a falta de tempo para o seu desenvolvimento, foi possível perceber que os participantes que conseguem fazer o uso frequente da ferramenta reconhecem suas potencialidades. Entre os principais aspectos apontados estão o registro, planejamento e organização de ideias, aprofundamento de conceitos e a comunicação dessas ideias e conceitos.

Dessa maneira, conclui-se que o *sketchbook* pode ser compreendido como uma ferramenta relevante para estudantes e profissionais da área da moda, que buscam uma maneira espontânea e sistemática de desenvolver seus processos criativos, contribuindo para a criação de projetos e produtos de moda.

Por fim, ressalta-se que as preposições apresentadas neste trabalho não se esgotam, uma vez que ainda se mostram incipientes e demandam um maior aprofundamento. Assim, espera-se que esta pesquisa contribua para futuras investigações que ampliem a compreensão da relação entre moda, criatividade, processo criativo e suas ferramentas, bem como estudos que busquem explorar o *sketchbook* como relevante para o processo criativo de estudantes e profissionais da área da moda.

REFERÊNCIAS

- BARRETO, Iranei. **“Arte Moda” – Ronaldo Fraga: Caderno de roupas, Memórias e Croquis**. Revista Aqui Acolá, 19 set. 2015. Disponível em: https://aquiacola.net/2015/09/19/artemoda-ronaldo-fraga-caderno-de-roupas-memorias-e-croquis/?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 5 dez. 2025.
- BAXTER, Mike. **Projeto de produto**: guia prático para design de novos produtos. São Paulo: Blucher, 2011.
- BENZINE, Vittoria. **A Trove of Alexander McQueen Drawings Was Just Snapped Up at Auction**. 12 dez. 2024. Disponível em: <https://news.artnet.com/art-world/alexander-mcqueen-drawings-london-fashion-auction-2585735>. Acesso em: 11 dez. 2025.
- BRASIL, Governo Federal. UNCTAD, Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento. Disponível em: <https://www.gov.br/cade/pt-br/centrais-de-conteudo/internacional/cooperacao-multilateral/conferencia-das-nacoes-unidas-sobre-comercio-e-desenvolvimento-unctad-1>. Acesso em: 20 nov. 2025.
- BRITO, Daniela de Oliveira. **Projeto croqui**: vestígios e atravessamentos poéticos do caderno de artista. 2014. Dissertação (Mestre em Processos artísticos e Contemporâneos) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.
- BROEGA, Ana Cristina Luz; MAZZOTTI, Karla. O desenvolvimento da criatividade, através da utilização de técnicas de mapas mentais e analogias, no processo de criação em moda. **Anais da conferência internacional moda global**. Madrid, 2012, p. 1-11. Disponível em: <https://hdl.handle.net/1822/21905>. Acesso em: 01 jun. 2025.
- BROEGA, Ana Cristina Luz; MAZZOTTI, Karla. Metodologias facilitadoras da criatividade em design de moda: uma experiência acadêmica. **Anais do XXI Colóquio de Moda**. Curitiba, 2015, p. 1-13. Disponível em: <https://hdl.handle.net/1822/39584>. Acesso em: 03 jun. 2025.
- BROEGA, Ana Cristina Luz; MAZZOTTI, Karla; GOMES, Luiz Vidal Negreiros. A exploração da criatividade, através do uso da técnica de brainstorming, adaptada ao processo de criação em moda. **Anais do I CIMODE, Congresso Internacional de Moda & Design**. Portugal, 2012, p. 1-9. Disponível em: https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/21798/2/330%20_%20ORIGINAL.pdf. Acesso em: 03 jun. 2025.
- BRUM, Camila; COSTA, Filipe Campelo Xavier da. Sketchbook e Planejamento de Cenários no Design de Moda. **Revista Costura Perfeita**. [s.l.], 2013. Disponível em: [PDF] Sketchbook e Planejamento de Cenários no Design de Moda - Free Download PDF. Acesso em: 25 mai. 2025.
- CAPELASSI, Carla Hidalgo. **Metodologia projetual para produtos de moda e a sua interface com as tabelas de medidas do vestuário**. 2010. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2010.

CUNHA, Ana Caroline. **Design de Moda e Metodologia para Desenvolvimento de Produto**. 2016. Monografia (Especialização em Estética e Gestão de Moda) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

FEIJÓ, Marioara Gralha. **Caderno de esboços: um estudo no design de moda**. 2012. Dissertação (Mestrado em Design) – Laureate International Universities, Porto Alegre, 2013.

FASHIONARY. Fashionary, 2025. *Womenswear Sketchbook A5*. Disponível em: <https://fashionary.org/collections/all-products/products/womenswear-sketchbook-a5>. Acesso em: 15 nov. 2025.

FONSECA, Annelise Nani da; VALLIM, Cibelle; PEREIRA, Clauciane, FONSECA, Carina Seron da. **Processo Criativo**. Unicesumar, Maringá, 2019.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas, 2002.

GODART, Frédéric. **Sociologia da Moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

GRANADO, Graziane Correa da Silva. Brainstorming e a aplicação do modelo clássico. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**. [s.l.], 2010, p. 05-20. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/engenharia-de-producao/brainstorming>. Acesso em: 25 mai. 2025.

GUARALDO, Laís. A diversidade de processos nos cadernos de criação. **Anais do X Congresso Internacional da Associação de Pesquisadores em Crítica Genética – RS**. Porto Alegre, 2012, p. 653-662. Disponível em: <https://editora.pucrs.br/anais/apcg/edicao10/Lais.Guaraldo.pdf>. Acesso em: 28 out. 2025.

IGLÉCIAS, Daisiane Santos Robaina. **Pensando fora da caixa: Sketchbook como Metodologia Ativa para potencializar a Competência (Cri)ativa no Curso Técnico em Vestuário**. 2024. Dissertação (Mestrado em Ciências e Tecnologias na Educação) – Instituto Federal Sul-Rio-Grandense, Pelotas, 2024.

KERRY Taylor Auctions. **An important collection of Alexander McQueen original sketches, and Givenchy haute couture studio book, 1990s–2001**. 10 dez. 2024. Disponível em: <https://www.kerrytaylorauctions.com/auction/lot/lot-125---an-important-collection-of-alexander-mcqueen-original-sketches-and-givenchy-haute-couture-studio-book-1990s-2001/?lot=38581&sd=1>. Acesso em: 10 dez. 2025.

MACHADO, Rosi Marques. Da indústria cultural à economia criativa. **ALCEU**. Rio de Janeiro, v. 9, n. 18, jan./jun. 2009, p. 83-95.

MASTELINI, Fabíola; ALMEIDA, Ricardo Brito. Os diversos desenhos no design de moda: a comunicação no processo criativo. **IARA**. São Paulo, v. 8, n. 2, jan. 2016, p. 73-86.

MCKINNEY, Ellen; DONG, Huanjiao. Fashion design students' self-evaluation of usage, benefits, and attitudes toward using design research sketchbook skills: a

scaffolded pedagogical approach. **International Journal of Fashion Design, Technology and Education**. Estados Unidos, v. 15, mai. 2022, p. 407- 417. Acesso em: 7 dez. 2025.

MIGUEZ, Paulo. Economia criativa: uma discussão preliminar. In: NUSSBAUMER, Gisele Marchiori (Org.). **Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: Editora EDUFBA, 2007. p. 95 – 113.

MONTEMEZZO, Maria Celeste de Fátima Sanches. **Diretrizes metodológicas para o projeto de produtos de moda no âmbito acadêmico**. 2003. Dissertação (Mestrado em Desenho Industrial) – Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2003.

NEVES, Hernando Borges Filho. **Criatividade**: suas origens e produtos sob uma perspectiva comportamental. Fortaleza: Imagine Publicações, 2018.

OLIVEIRA, Tassia Priscila de. **Alexander McQueen**: L'enfant terrible. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso – Faculdade de Tecnologia de Americana, Americana, São Paulo, 2013.

OLIVEIRA, Tassia Priscila de. **Alexander McQueen**: L'enfant terrible. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso – Faculdade de Tecnologia de Americana, São Paulo, 2013.

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e processos de criação**. Petrópolis: Editora Vozes, 2024.

PADILHA, Nyeur Dihefiri da Silva. Indústrias criativas: vislumbrando a importância do capital intelectual na sociedade e na economia. **Anais do VI FÓRUM internacional Ecoinnovar – RS**. Santa Maria, 2017, p. 1-6. Disponível em: <https://www.ecoinnovar.com.br/cd2017/arquivos/resumos/ECO1760.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2025.

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

PICOLI, Julia. Ensinando a projetar uma coleção de moda. **Competência**. Porto Alegre, v.5, n. 2, jul./dez 2012, p. 101-111.

PORTERFIELD, Anne; WOODBRIDGE, Janie. *The design sketchbook as an extension of the learning process*. **Anais da XXVI IFFTI Annual Conference – South Korea**. Seul, 2024, p. 409-415. Disponível em: <https://iffti.org/downloads/iffti-publication/annual-proceedings/proceedings-2024/PDF-409-415.pdf>. Acesso em: 05 nov.2025.

SANTOS, Heloisa Helena de Oliveira. A definição da moda em contextos de economia criativa: o relatório da UNCTAD/ONU e suas repercussões no Brasil. **IARA**. São Paulo, v. 9, n. 1, set. 2016, p. 93-113.

SASAKI, Nair Rika. **Caderno de artista como obra**. 2023. Dissertação (Mestre em Poéticas Visuais) – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2023.

SEBRAE Play. **Economia criativa: o que é e que áreas compreende**, 28 out. 2025. Disponível em: <https://sebraeplay.com.br/content/economia-criativa-o-que-e-e-que-areas-compreende>. Acesso em: 15 nov. 2025.

SORGER, Richard; UDALE, Jenny. **Fundamentos do Design de Moda**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

SOUZA, Luciano Mendes. **Do objeto à camada intersubjetiva: O *sketchbook* como estrato do pensar gráfico**. 2015. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

SOUZA, Milena Rodrigues de. **Cadernos de artista na construção da poética visual de Milena Rodrigues**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso – Faculdade de Artes, Letras e Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2023.

STIPELMAN, Steven. **A ilustração de moda**. Porto Alegre: Editora Bookman, 2015.

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda: Planejamento de Coleção**. Santa Catarina: Brusque, 2007.

TSCHIMMEL, Katja Christina. **Sapiens e demens no pensamento criativo do design**. 2010. Tese (Doutorado em Design) – Universidade de Aveiro, Portugal, 2010.

ANEXOS

Formulário de Pesquisa: O uso do *sketchbook* no processo criativo de moda

Este formulário faz parte de uma pesquisa de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do Bacharelado em Moda da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). O estudo busca compreender como o *sketchbook* — ou caderno de esboços — é utilizado por estudantes e profissionais da área da moda como ferramenta no processo criativo.

Nos interessa compreender se esse recurso é incorporado às práticas de criação, quais funções ele cumpre (registro de ideias, experimentação, planejamento etc.) e qual é a sua relevância no desenvolvimento de projetos da área da moda.

A participação é voluntária e anônima. As informações coletadas serão utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos e poderão ser apresentadas em trabalhos e publicações científicas, sempre de forma coletiva, sem qualquer identificação individual dos participantes.

Agradecemos a colaboração! Sua contribuição é fundamental para ampliar a compreensão sobre o uso do *sketchbook* como ferramenta de pesquisa na moda.

Este trabalho é desenvolvido pela discente Melissa Flores, sob orientação da Prof.^a Dr.^a Gabriela Andrade de Oliveira.

(Tempo estimado de resposta: cerca de 5 a 10 minutos)

*Indica uma pergunta obrigatória

Dados demográficos

1. Idade *

2. Gênero *

Marcar apenas uma opção.

- ☐ Feminino
- ☐ Masculino
- ☐ Prefiro não informar
- ☐ Outro:

3. Local de residência (cidade, estado e país) *

Perfil profissional / educacional

4. Em relação a moda, você é estudante, profissional da área ou ambos? *

Marcar apenas uma opção.

- ☐ Estudante de moda
- ☐ Profissional da área da moda e estudante de moda
- ☐ Profissional da área da moda já formado em moda
- ☐ Profissional da área da moda sem formação em moda
- ☐ Outro:

5. Se estudante ou formado na área da moda, qual o nível da formação?

Marcar apenas uma opção.

- ☐ Nível Superior Bacharelado
- ☐ Nível Superior Tecnólogo
- ☐ Nível Médio Técnico
- ☐ Não sei responder

6. Se estudante de moda: em qual instituição e período está?

7. Se profissional: Há quanto tempo trabalha na área de moda?

Marcar apenas uma opção.

- ☐ Até 2 anos
- ☐ 3 a 5 anos
- ☐ 6 a 10 anos
- ☐ Mais de 10 anos
- ☐ Não atuo profissionalmente, sou apenas estudante

8. Qual é a sua área de atuação na moda?

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Criação / design (inclusive estamparia)
- ☐ Modelagem
- ☐ Produção / styling
- ☐ Figurino
- ☐ Comunicação de moda (jornalismo, publicidade, marketing)
- ☐ Outro:

Uso do *sketchbook*

Sketchbook — ou caderno de esboços — possui um uso específico para a área da Moda. Ele serve para auxiliar o processo criativo, através da organização de ideias, e principalmente, reunir fontes alternativas que possam servir de inspiração para a criação de um projeto ou produto de moda. Assim, este caderno geralmente é composto por desenhos de observação, temas de coleção, pesquisas da internet ou de livros, pesquisa de tendências, anotações, imagens, colagem de tecidos, aviamentos e estudos da cor.

9. Você utiliza o *sketchbook* em seu processo criativo? *

Marcar apenas uma opção.

- ☐ Sim, frequentemente
- ☐ Sim, ocasionalmente
- ☐ Não, só usei durante a faculdade
- ☐ Nunca usei - pular para a pergunta 19

10. Qual formato você prefere para o uso do *sketchbook*?

Marcar apenas uma opção.

- ☐ Caderno físico (papel)
- ☐ Digital (tablet, aplicativos, etc.)
- ☐ Ambos

11. O que você geralmente inclui em seu *sketchbook*?

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Desenhos, esboços e croquis
- ☐ Imagens e painéis de inspiração
- ☐ Colagens e recortes
- ☐ Amostras de tecido ou outros materiais
- ☐ Escrita ou breves anotações
- ☐ Outro:

12. Em sua percepção, o *sketchbook* contribui para: (marque todas as alternativas que se aplicam)

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Pesquisa de referências
- ☐ Pesquisa e registro de tendências
- ☐ Desenvolvimento de conceitos
- ☐ Registro de ideias
- ☐ Planejamento de ideias
- ☐ Registro de Referências visuais
- ☐ Registro de materiais, tecidos, cores e texturas
- ☐ Desenvolvimento de coleções
- ☐ Comunicação das suas ideias para outras pessoas
- ☐ Experimentações
- ☐ Outro:

Percepções sobre o *sketchbook*

Para esta avaliação de percepção de importância, considere como:

- 1- Não é importante
- 2- Pouco Importante
- 3- Indiferente
- 4- Importante
- 5- Extremamente Importante

13. Você considera o uso do *sketchbook* importante para o desenvolvimento de projetos de moda? considere

Marcar apenas uma opção.

	1	2	3	4	5	
Não é importante	☐	☐	☐	☐	☐	Extremamente importante

14. Você considera o uso do *sketchbook* importante para a organização e planejamento de ideias e produtos?

Marcar apenas uma opção.

	1	2	3	4	5	
Não é importante	☐	☐	☐	☐	☐	Extremamente importante

15. Você considera o *sketchbook* importante para o desenvolvimento da sua criatividade?

Marcar apenas uma opção.

	1	2	3	4	5	
Não é importante	☐	☐	☐	☐	☐	Extremamente importante

Preferências e desafios

16. Quais vantagens e benefícios você percebe no uso do *sketchbook*?

17. Quais dificuldades ou limitações você encontra ao utilizá-lo?

18. Comentários adicionais sobre o uso do *sketchbook* na moda:

Bloco final (consentimento da pesquisa)

19. Você autoriza o uso das informações fornecidas neste questionário para fins acadêmicos e científicos, de forma anônima e coletiva?

Marcar apenas uma opção.

- ☐ Sim
- ☐ Não