



16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

## ASPECTOS DA LINGUAGEM VISUAL CARACTERISTICAMENTE HUMANA NA CHAMADA “MODA PET”

*Aspects of Characteristically Human Visual Language in “Pet Fashion”*

Araujo, Gabriella Ribeiro da Silva e; doutoranda em design; Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP, [gabriellaaraujo@usp.br](mailto:gabriellaaraujo@usp.br)<sup>1</sup>

Nascimento, Luís Cláudio Portugal do; PhD; Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP, [claudioportugal@usp.br](mailto:claudioportugal@usp.br)<sup>2</sup>

**Resumo:** O artigo analisa, sob a óptica do campo do design de moda, manifestações de signos visuais típicos da linguagem da moda humana inseridos em peças de vestuário e acessórios voltados para animais de estimação. Com base em visão includente, em que animais não humanos seriam integrados ao espectro de usuários do design, também são discutidas delimitações teóricas de definições mais correntes do conceito de “design”.

**Palavras chave:** design centrado em usuários animais não humanos; design centrado no animal; moda *pet*.


**Abstract:** This paper analyzes, from the viewpoint of the discipline of fashion design, instances of visual signs which could be characteristic of the language repertoire of the human fashion industry, as applied to clothing geared towards pets. Based on an inclusive approach, in which non-human animals are also to be integrated into the spectrum of design users, theoretical delimitations of most current definitions of the concept of “design” are addressed as well.

**Keywords:** non-human centered design; animal centered design; fashion for pets.

---

<sup>1</sup> Mestre em Têxtil e Moda pela Each-usp (2016), tem experiência em docência em cursos técnico e de graduação na área de design de moda, e, atualmente, é aluna bolsista Capes do programa de doutorado em design da Fau-usp.

<sup>2</sup> Professor Doutor junto aos cursos de graduação e pós-graduação em design da Fau-usp, tem experiência em design gráfico e de produto, além de interesse de pesquisa nas áreas de: metodologia de pesquisa; metodologia de projeto; inovação tecnológica além de história, teoria, crítica e ética do design.





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021


## Introdução

Indícios de relações de humanos com outros animais remontam a centenas de milhares de anos. Nota-se, porém, já no século XXI, época em que o mercado global de produtos e serviços voltados para os chamados “animais de estimação” movimentou, em 2019, mais de US\$ 131 bilhões (SEBRAE, 2021), o fenômeno do design centrado em animais não humanos seria pouco investigado pela academia. Embora definições mais correntes dos termos “design” e “ergonomia” façam referência a indivíduos da espécie humana como sendo os únicos usuários a que corresponderiam esses dois conceitos, haveria ampla gama de produtos de design que apresentam interface significativa com animais não humanos.

Este cenário paradoxal (em que as definições aceitas de design e ergonomia deixam de abranger parcela significativa de seus usuários) sugere necessidade de revisão, expansão e atualização das fronteiras conceituais, pedagógicas e profissionais do campo do design. Neste sentido, o presente artigo analisa aspectos teóricos deste fenômeno, bem como apresenta e discute componentes mais explicitamente associados à presença de linguagens estético-formais tipicamente do universo humano em peças de vestuário para indivíduos não humanos.

Nesse contexto, o presente artigo expõe parcela dos resultados de um estudo qualitativo de reconhecimento de manifestações de design centrado em animais não humanos, já em fase de conclusão. Dentre diversas modalidades de produtos identificadas, classificadas e analisadas, este artigo limita-se à discussão de apenas uma das diversas nuances observadas neste universo: a presença de signos visuais típicos da linguagem humana em artefatos cuja utilidade e função não teria vínculo direto com necessidades inerentes a seus usuários precípuos.

Os resultados apresentados foram obtidos por meio de revisão bibliográfica e webgrafia, bem como após realização de pesquisas de campo e observações diretas em





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

clínicas veterinárias, *pet shops* e eventos públicos do segmento *pet*. Espera-se, assim, contribuir para ampliação da compreensão teórica do conceito de “design” e de “moda”, com base nessa visão mais inclusiva, centrada em sujeitos não necessariamente da espécie animal humana.


### **Design: abrangente como campo, limitante enquanto conceito**

Seja projetados com foco em usuários animais não humanos, seja concebidos no intuito de atender aos interesses de humanos sobre animais não humanos ou, ainda, idealizados o propósito de solucionar problemas e necessidades de ambos, simultaneamente, ampla é a variedade de artefatos, incluindo roupas e acessórios, que tenham algum tipo de interface com animais não humanos.

Embora presuma-se que interfaces animal-objeto sejam, notadamente, partícipes do espectro do design, esta categoria de usuários estaria atualmente excluída da própria abrangência do conceito de design, limitada às interações com indivíduos humanos.

Com base nas definições mais tradicionais, aceitas e utilizadas para definir o conceito de ‘design’, pode-se inferir que, em geral, tendem a convergir para a compreensão do termo como sendo a interface entre informação, tecnologia e/ou capacidade operacional de serviço e seres humanos. Logo, o sujeito que caracteriza o ‘usuário’ de design tem sido, sempre e inequivocamente, associado a indivíduos da espécie humana.

Dentre os exemplos que corroboram com esta inferência está o conceito de “design” definido por Bernd Löbach (2001, p.14) em sua obra “Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais”, na qual apresenta, em diversos fraseados, tentativas de expressar a amplitude deste conceito. Os trechos a seguir, definidos pelo autor e selecionados, aqui, por apresentarem uma visão literalmente antropocêntrica a respeito dos sujeitos usuários de design, contribuem para esta compreensão: ‘Design é um processo de resolução de problemas atendendo às relações do homem com seu ambiente técnico. (...) Design é o processo de adaptação do ambiente ‘artificial’ às necessidades físicas e psíquicas dos homens na sociedade.’





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021


Mesmo que estes conceitos não estejam incorretos, a presença do fator humano poderia limitar a compreensão das fronteiras do design. Não obstante, ainda que em outras citações a espécie do sujeito “usuário” não esteja definida, subentende-se que seja a humana por correlação com alusões anteriores e ausência de especificações quanto à possibilidade de também haverem sujeitos animais não humanos, como é caso desta definição de “desenho industrial”, considerada por Löbach (2001, p.22) como sendo o ‘processo de adaptação dos produtos de uso, fabricados industrialmente, às necessidades físicas e psíquicas dos usuários ou grupos de usuários.’

Sem a pretensão de esgotar as ocorrências de definições do termo que parecem não contemplar usuários animais não humanos, a definição transcrita abaixo, do antigo *International Council of Societies of Industrial Design* e atual *World Design Organization*, foi selecionada por corroborar com a ideia de incompletude em função de sua presumível atualidade e notoriedade no campo:

Os designers industriais colocam o ser humano no centro do processo. Eles adquirem uma compreensão profunda das necessidades do usuário por meio da empatia e aplicam um processo de solução de problemas pragmático e centrado no usuário para projetar produtos, sistemas, serviços e experiências. (WORLD DESIGN ORGANIZATION, 2021)

Nota-se, mais uma vez, uma perspectiva não necessariamente incorreta, mas, sim, incompleta e excludente no que concerne a amplitude do espectro de usuários que o design pode abarcar. Por outro lado, nota-se, na página em que o conceito de “design industrial” é definido pela Industrial Designers Society of America (2021), no site da própria instituição, razoável progresso. Apesar de, inicialmente, aludir à ideia de “usuários” com o uso da palavra “pessoas”, há, entre outras coisas, uma espécie de adendo denotando a ocorrência de manifestações de design voltada para “*pets*” que, em português seria o equivalente a animais de estimação:

Design industrial (DI) é a prática profissional de projetar produtos, dispositivos, objetos e serviços utilizados por milhões de pessoas em todo o mundo todos os dias. Designers industriais geralmente se concentram na aparência física, funcionalidade e viabilidade de fabricação de um produto,





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021


embora estejam frequentemente envolvidos em muito mais coisas durante uma etapa de desenvolvimento. Tudo isso, em última análise, se estende ao valor global duradouro e à experiência que um produto ou serviço oferece aos usuários finais. (...) Designers industriais projetam produtos para usuários - principalmente pessoas, mas, às vezes, animais de estimação - de todas as idades, raças, dados demográficos, rendas, etnias, habilidades e identidades ou expressões de gênero. Um designer empático é capaz de "colocar-se no lugar de outra pessoa" por meio de pesquisa e observação para coletar dados que informarão o resto do processo de design e, por fim, resultarão em uma solução de design que resolve um problema de uma forma benéfica e significativa. (INDUSTRIAL DESIGNERS SOCIETY OF AMERICA, 2021)

No entanto, para além de cães, gatos, aves e outras espécies de animais que se adequariam ao posto adjetivo de “animais de estimação” (para e no julgamento de humanos), haveria uma infinidade de espécies, como os chamados “animais de produção” ou “animais de trabalho”, por exemplo, que interagem diretamente com produtos de design, incluindo peças de vestuário e acessórios.

Não obstante, no que concerne à definição do conceito de “ergonomia”, disciplina intrinsecamente ligada ao design em sua essência, animais não humanos também não costumam figurar dentre os fraseados que demarcam a abrangência das partes que se beneficiariam de preocupações ergonômicas, como demonstra o seguinte trecho de Itiro Iida (2018, p.4), referência nacional no campo da Ergonomia:

Ergonomia (ou Fatores Humanos) é a disciplina que estuda as interações entre os seres humanos e outros elementos do sistema de trabalho, aplicando os princípios teóricos, dados e métodos, a fim de realizar projetos para otimizar o bem-estar humano e o desempenho geral desse sistema.

Na contramão de mais esta visão antropocêntrica, Willian S. Helton (2009, p. 4), em sua obra “*Canine Ergonomics: the Science of working dogs*”, apesar de abordar mais aspectos mais associados à psicologia e comportamento caninos, do que propriamente diretrizes ergonômicas para a adequação de interfaces de design com a espécie, demonstra-se vanguardista ao criticar a limitação das tradicionais definições de ergonomia:





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021


Ergonomia (também conhecida como fatores humanos) é o estudo do trabalho humano e sua interação com sistemas, normalmente máquinas. Embora o termo ‘humano’ seja empregado na definição e, portanto, possa descartar a consideração de trabalhadores não humanos, considero uma perspectiva errônea, baseada em crenças desatualizadas e excessivamente antropocêntricas. (...) Além disso, humanos não deveriam ser a espécie definidora, em termos do conceito de ergonomia.

Diante destes aspectos, preceitos como os da retificação dos nomes, cunhados por Confúcio, 551 anos de Cristo, revelam-se ainda atuais. Para o filósofo chinês, ‘um homem superior, em relação ao que não sabe, mostra uma reserva cautelosa. Se os nomes não são corretos, a linguagem não está de acordo com a verdade das coisas... O que o homem superior exige é apenas que em suas palavras nada haja de incorreto’ (LEGGE, 1991, p. 263-264). No contexto das definições do termo “design” (mais correntes e aceitas), tais princípios também se fariam pertinentes, considerando-se que a falta de clareza e especificidade poderia trazer implicações linguísticas associadas à perda de pontos de referência conceituais de design, à identidade do campo, bem como à definição do conceito como disciplina e profissão (NASCIMENTO, 2020, p. 23).

### **A linguagem tipicamente humana que veste corpos não humanos**

Tendo em vista que o campo do design possui natureza multidisciplinar, no qual várias competências se conjugam para formar a prática do design (NASCIMENTO, 2012), o “design de moda” seria uma subárea de especialização dentro do “design de produtos” que, por sua vez, juntamente com design visual e de serviços, configura uma das vertentes do campo do design.

Nesse contexto, chamamos de “moda *pet*” a classe de peças de vestuário e acessórios voltadas para cães, gatos e outros animais considerados, por humanos, como sendo de estimação. Tais artefatos também figuram dentre as diversas manifestações de produtos design voltadas para usuários não humanos identificadas na pesquisa mais abrangente, da qual este artigo deriva, a respeito de um “Estudo de reconhecimento do design centrado em usuários



16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

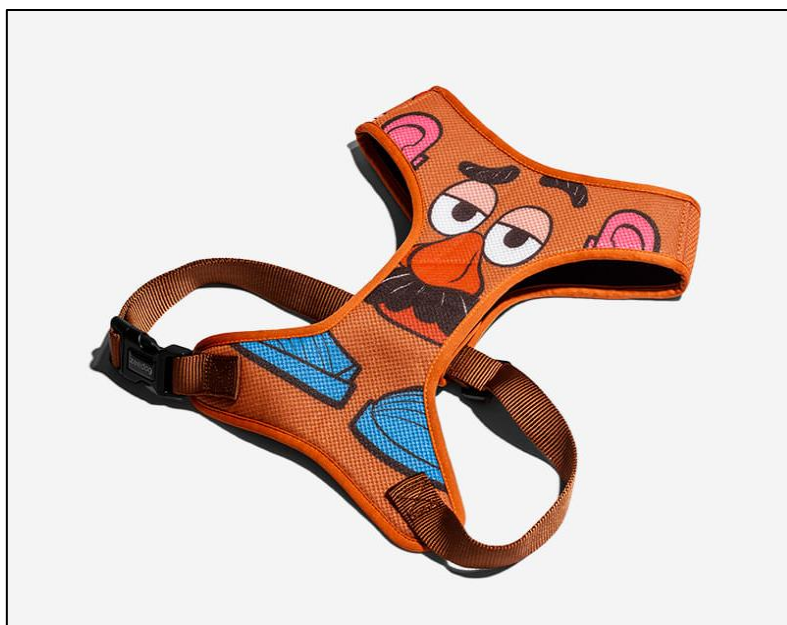
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

constituídos por animais não humanos”, em desenvolvimento pela autora no Programa de doutorado em Design da Fau-usp.

Quanto ao fenômeno das manifestações de linguagens tradicionais do universo humano, identificáveis em peças de vestuário voltadas para *pets*, foram selecionadas, aqui, cinco imagens que ilustram a utilização de signos que fazem alusão ao repertório de animais que não necessariamente são os principais usuários destes produtos. Levando-se em consideração que, em muitos casos, há dependência de humanos para que essas peças possam ser vestidas ou utilizadas, como no caso de coleiras acopladas a guias, por exemplo, a presença de interface com humanos pode fazer destes seus usuários secundários.

O acessório abaixo, um peitoral para cães que, ao ser acoplado a uma guia, serve tanto como dispositivo de segurança, como para cerceamento de liberdade, cumpre, além destas funções práticas, a decorativa, em virtude da existência de estampa com ilustração do personagem “Senhor Cabeça de Batata”, do desenho animado *Toy Story*. Presume-se que esta última função seria uma forma de apelo à memória afetiva de humanos que adquirem estes produtos.

Figura 1: Peitoral para cães estampado com ilustração de personagem do filme *Toy Story* 2021.



Fonte: <https://www.zeedog.com.br/peitoral-para-cachorros-mesh-plus-toy-story-potato-head--014463/p>, 2021

16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Considerando-se que esta classe de usuários animais não humanos teria pouca ou nenhuma influência em processos decisórios de aquisição desses artefatos dotados de significados mais exclusivamente humanos, o fator humano desempenharia papel crucial também nesta modalidade de consumo. Isto justificaria a existência de objetos como uma “fantasia de unicórnio para gatos” (figura dois) cuja função é meramente decorativa e designada a proporcionar gratificação estético-afetiva para os humanos que adquirem estes produtos.

Figura 2: Fantasia de unicórnio para gatos da marca “Cansei de ser gato”, 2021.



Fonte: <https://www.canseidesergato.com/unicornio>, 2021

Mesmo que confeccionado em tecido de malha aparentemente confortável, aos olhos de leigos humanos, tal acessório interfere no desempenho natural de função sensorial em felinos: a audição. Ainda que este objeto não impeça, completamente, o gato de ouvir, traria implicações de ordem ergonômica cognitiva, uma vez que, entre outros aspectos, a mobilidade das orelhas possibilita a detecção precisa da origem dos

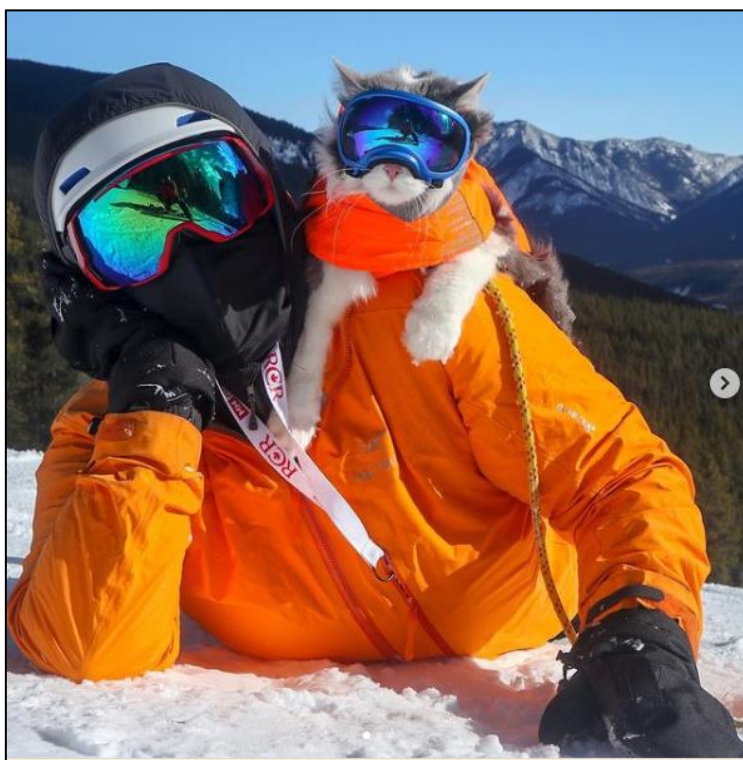


sons (DALL'ANGNOL, 2017) além uma forma de expressão corporal característica do comportamento felino que possibilita a comunicação e interpretação de seu estado de espírito entre indivíduos da mesma espécie (RODAN, 2010).

Neste caso, em que as características físicas e comportamentais do usuário precípuo deste artefato foram negligenciadas em função da satisfação de interesses supérfluos de humanos, pode-se inferir que, do ponto de vista ético, este exemplo materializaria a antítese do conceito de design.

Já no exemplo do “gato esquiador”, representado na imagem a seguir, vestindo peitoral acoplado à guia com dispositivo isolante térmico, bem como óculos de proteção contra o vento e raios solares, além de configurar espécie de equipamento de proteção individual durante a prática esportiva, ao combinar com o *dress code* do humano que o acompanha, representa, de certa forma, uma tentativa de união interespécies.

Figura 3: Gary, o gato influenciador digital, vestindo agasalho e óculos próprios para a prática de Esqui, 2021.



Fonte: [https://www.instagram.com/p/COpzyTHppo\\_/?utm\\_medium=share\\_sheet](https://www.instagram.com/p/COpzyTHppo_/?utm_medium=share_sheet), 2021

16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Outro recurso muito utilizado para aludir a signos visuais característicos da indumentária humana é a utilização de tecidos e aviamentos funcionais ou decorativos em roupas cuja modelagem alude a trajes humanos miniaturizados, como é o caso dos agasalhos vestidos pelo cão demonstrado na figura quatro:

Figura 4: Plínio, o cão da cantora Anitta, vestindo agasalho que alude a trajes tipicamente humanos, 2020.



Fonte: [https://www.instagram.com/p/B8U64Z7njzN/?utm\\_medium=share\\_sheet](https://www.instagram.com/p/B8U64Z7njzN/?utm_medium=share_sheet), 2021

Um mero agasalho de moletom com capuz para cães, quando utilizado por raças de pelos curtos em situações e ambientes cuja temperatura seja inferior ao limiar confortável para sua constituição corporal, cumpre função de manutenção da temperatura orgânica. Já em cachorros de pelo longo, este mesmo agasalho poderia causar, por exemplo, hipertermia. Em meio à ampla variedade de espécies, raças, linguagens, características fenotípicas e comportamentais distintas, do ponto de vista da necessidade de um usuário canino de pelos longos, esta mesma peça de vestuário, na ausência de necessidade de proteção térmica, poderia, não apenas ser antiergonômica, como, também, supérflua.

16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Partindo-se do pressuposto de que cães não teriam necessidade de utilização de roupas e acessórios como forma de reconhecimento, distinção ou adequação social, nota-se presumível ocorrência dos chamados “simulacros funcionais” (BAUDRILLARD, 1996), em que o fútil se confunde com o útil. Para o sociólogo francês, os objetos supérfluos, decorativos “(...) nunca se esgotam naquilo para que servem, e é neste excesso de presença que ganham a sua significação de prestígio” (BAUDRILLARD, 1996: p.12). Ainda segundo o autor,

“(...) o objeto funcional aparenta ser decorativo, reveste-se de inutilidade ou dos disfarces da moda – o objeto fútil e gracioso carrega-se de função prática... estaríamos perante um simulacro funcional, por detrás do qual os objetos continuariam a desempenhar seu papel de discriminantes sociais” (BAUDRILLARD, 1996: p.13)

Figura 5: Registro do desfile de roupas inspiradas em trajes de casamento de humanos, confeccionados por alunos do curso de Modelagem e Confeção de Moda Pet do Senai Têxtil e Moda de São Paulo, 2021.



Fonte: [https://www.instagram.com/tv/CTHw-WEhisD/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/tv/CTHw-WEhisD/?utm_medium=copy_link), 2021



16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021


A presença de elementos estético-formais não correspondentes com funções diretamente relacionadas a presumíveis interesses de animais não humanos sugere, então, que a função destes elementos seria, neste caso, essencialmente semântica, no sentido de comunicar algo para e sobre os donos de seus usuários primários. Desta forma, pode se inferir que o conceito de “consumo conspícuo”, caracterizado por Veblen (1974) como suntuoso, abundante, ostensivo e supérfluo, praticado no intuito de ser identificado pelos outros, a fim de impressionar o próximo, pode-se estender à aquisição e utilização de determinados produtos voltados para animais não humanos.

Outro ponto digno de observação é o fato de que a utilidade de um produto voltado para animais não humanos pode variar de acordo como o contexto, ambiente e características físicas e comportamentais do animal que o utiliza. Contudo, estas variáveis estariam sujeitas às motivações, noção sobre as necessidades e características da espécie, além da presença ou ausência de bom senso dos humanos que os adquirem e participam, ainda que de maneira coadjuvante, desta prática de consumo.

### **Considerações Finais**

Considerando-se que o usuário de design teria papel central e norteador, em termos de requisitos de projeto, no que concerne ao universo de produtos de vestuário voltados para indivíduos animais não humanos, do ponto de vista da ética do design, preocupações quanto às necessidades, sobretudo funcionais e ergonômicas, não deveriam ser negligenciadas em virtude de atributos meramente estéticos e ornamentais incorporados aos produtos no intuito de satisfazer interesses de humanos, ainda que subjetivos, em detrimento do conforto e bem-estar físico e psicológico de usuários animais não humanos.

Diante de tantas espécies, raças, biotipos e, ao mesmo tempo, carência de estudos em ergonomia voltados para animais não humanos, além da ausência de regulamentações que orientem o projeto e/ou a comercialização de produtos (incluindo os de vestuário)





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021


para os chamados *pets*, há um solo abundante e fértil em que soluções para problemas de design podem frutificar.

Contudo, tais soluções demandam genuína empatia por parte dos designers que se propõem a considerar as necessidades de usuários de espécies e linguagem distintas daqueles que as projetam. Muito além da incorporação de elementos característicos da linguagem humana, que se traduzem em atributos extremamente atrativos para consumidores humanos, em produtos cujos usuários precípuos não seriam animais humanos, as análises apresentadas sugerem que projetar para animais não deveria se resumir à mera adaptação de artefatos humanos à escala de corpos de animais não humanos.

Embora processos decisórios de aquisição e uso partam de consumidores humanos, responsáveis pela iniciativa de vestir animais não humanos, bons designers, como ponte entre informação e/ou tecnologia e seus usuários, poderiam se valer da linguagem humana para também comunicar a humanos consumidores como e em que contextos a utilização destes produtos é adequada, de modo a proporcionar a melhor experiência possível aos usuários animais, seja por meio de etiquetas, estampas, ou o que a criatividade permitir.

Por outro lado, para que designers tenham conhecimento das reais necessidades de usuários de comportamento e fenótipo tão distintos, pesquisas que fomentem e instituem o campo da ergonomia voltada para espécies além da humana se fazem necessárias. Igualmente imprescindível é a necessidade de revisão e ampliação das atuais e mais correntes definições de “design” e/ou “desenho industrial” e, consequentemente, de “design de moda”, no intuito de ampliar a compreensão teórica do campo do design, contribuindo para melhorar o entendimento de suas relações com seus usuários e, consequentemente, o projeto desta modalidade de produtos.

\*O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

## Referências

BAUDRILLARD, J. **Para uma crítica da economia política dos signos**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 1996.

DALL'AGNOL, G. **Equipamento de consumo de água para gatos domésticos urbanos**. Porto Alegre: Lume UFRGS, 2017. Disponível em: < <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/174489> >. Acesso em: 29 ago. 2021

HELTON, W. *Canine Ergonomics: the Science of working dogs*". Boca Raton: CRC Press, 2009.


INDUSTRIAL DESIGNERS SOCIETY OF AMERICA. *What is industrial design?*. 2021. Disponível em: < <https://www.idsa.org/what-industrial-design> >. Acesso em: 29 ago. 2021

LEGGÉ, J. Confucian analects: *The great learning and The doctrine of the mean*. EEUU: Dover Publications. 1991.

LÖBACH, B. Design Industrial: bases para a configuração dos produtos industriais. São Paulo: Edgard Blücher, 2001.

NASCIMENTO, Luis Cláudio Portugal do. **A multidisciplinaridade imprescindível e a multidisciplinaridade disfuncional na prática e no ensino do design**. Buenos Aires: Actas de Diseño, 2012.

NASCIMENTO, Luis Cláudio Portugal do. *Design amidst Feuds and Fields: The timeliness of the "rectification of names" proposed by Confucius in the contemporary Babel of newlyforged, cat*. Buenos Aires: Actas de Diseño, 2020. Disponível em: < [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/archivos/704\\_libro.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/704_libro.pdf) >. Acesso em: 29 ago. 2021





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

RODAN, I. *Understanding Feline Behavior and Application for Appropriate Handling and Management*. [s.l.]: *Topics in Companion Animal Medicine*: 2010. Disponível em: < <https://doi.org/10.1053/j.tcam.2010.09.001> >. Acesso em: 29 ago. 2021

SEBRAE. **Mercado pet fatura quase 35 bi ao ano e tende a crescer**. [s.l.], 2021.

Disponível em: < [https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/mercado-pet-fatura-quase-35-bi-ao-ano-e-tende-a](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/mercado-pet-fatura-quase-35-bi-ao-ano-e-tende-a-crescer,455330d72b628710VgnVCM100000d701210aRCRD)

[crescer,455330d72b628710VgnVCM100000d701210aRCRD](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/mercado-pet-fatura-quase-35-bi-ao-ano-e-tende-a-crescer,455330d72b628710VgnVCM100000d701210aRCRD)>. Acesso em: 29 ago. 2021

VEBLEN, T. **A Teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições**. São Paulo: Ed. Ática, 1974.

WORLD DESIGN ORGANIZATION. *Definition of industrial design*. 2021.

Disponível em: < <https://wdo.org/about/definition/> >. Acesso em: 29 ago. 2021

