

## METODOLOGIAS PROJETUAIS DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS E O SLOW FASHION

### *Product Development Design Methodologies and Slow Fashion*

Ribeiro, Luana C.; Mestranda; Universidade do Estado de Santa Catarina, luanaribeiro\_9@hotmail.com<sup>1</sup>  
Vandressen, Monique; Doutora; Universidade do Estado de Santa Catarina, mvandressen@gmail.com<sup>2</sup>

**Resumo:** O presente artigo aborda o conceito de metodologia projetual e como ela pode ser relevante para o desenvolvimento de projetos, estabelecendo paralelos entre os métodos usados para a criação de produtos de vestuário e como essas metodologias podem ser aplicadas no *Slow Fashion*. Para isso, apresenta-se os fluxos de processo de desenvolvimento de moda propostos por Doris Treptow e Maria Celeste Sanches. Além disso, apresenta-se os princípios acerca do *Slow Fashion* de Kate Fletcher e Lynda Grose a fim de identificar uma metodologia que incorpore práticas sustentáveis no desenvolvimento de produtos *Slow Fashion* no mercado.

**Palavras chave:** Metodologia Projetual. Design. Moda. *Slow Fashion*.

**Abstract:** This article addresses the concept of design methodology and how it can be relevant for project development, establishing parallels between the methods used to create clothing products and how these methodologies can be applied in *Slow Fashion*. To this end, the fashion development process flows proposed by Doris Treptow and Maria Celeste Sanches are presented. Furthermore, the principles of *Slow Fashion* by Kate Fletcher and Lynda Grose are presented in order to identify a methodology that incorporates sustainable practices in the development of *Slow Fashion* products on the market.

**Keywords:** Design Methodology. Design. Fashion. *Slow Fashion*.

### Introdução

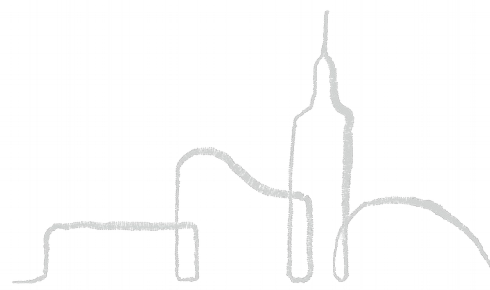
As metodologias projetuais são usadas no planejamento, desenvolvimento e execução de projetos a fim de fornecer diretrizes para a realização de estratégias e varia de acordo com a área em que será aplicada. Na moda, a metodologia projetual é usada por designers para criar coleções. Entender o contexto e como interagir com ele é essencial para projetar produtos de vestuário e é nesse sentido que ter uma metodologia estruturada é fundamental para que haja maior assertividade e responsabilidade no projeto final. Uma metodologia projetual estruturada ajuda a garantir que cada etapa do processo seja cuidadosamente planejada e executada, resultando em produtos de moda bem-sucedidos.

Esse estudo tem o objetivo de entender a metodologia projetual da produção de vestuário e como aplicar uma metodologia no modelo *Slow Fashion*, cujo processo enfatiza a sustentabilidade, a ética e a durabilidade em oposição à produção acelerada e ao consumo excessivo. Para que haja uma metodologia voltada à sustentabilidade outras questões além dos interesses comerciais devem ser levadas em conta e é nessa problemática que essa pesquisa terá foco. Optou-se pela abordagem de pesquisa qualitativa e bibliográfica e como estrutura, o artigo discorre sobre métodos projetuais, metodologia projetual no design de moda e como esse processo pode ser aplicado na produção *Slow Fashion*.

---

<sup>1</sup> Mestranda do PPGModa da Universidade do Estado de Santa Catarina.

<sup>2</sup> Orientadora e Professora do PPGModa da Universidade do Estado de Santa Catarina.



## 2 Metodologias Projetuais Para Desenvolvimento De Produtos

A metodologia projetual desempenha um papel importante na organização dos processos criativos fornecendo uma estrutura a fim de organizar ideias, conceitos e abordagens, garantindo que todas as etapas de um projeto sejam consideradas e desenvolvidas de maneira lógica e eficiente. Além disso, muitas metodologias projetuais enfatizam a importância de compreender as necessidades e expectativas do consumidor, isso leva a soluções mais centradas no usuário, resultando em produtos mais assertivos no mercado. Ao seguir uma metodologia, é possível identificar, prever riscos e antecipar desafios potenciais e assim implementar estratégias para minimizar impactos negativos. Isso é crucial em um mundo dinâmico, onde os projetos frequentemente enfrentam ajustes durante sua execução.

A metodologia projetual de design teve início nos anos de 1960, através da Escola de Ulm, onde diversos métodos foram investigados e experimentados quanto à sua aplicabilidade para o desenvolvimento de produtos. A partir das pesquisas empreendidas, as metodologias que surgiram se fundamentaram com sutis variações, a partir de alguns princípios e diretrizes que geralmente encaminhavam o processo de uma forma linear: compreender e definir o problema, coletar informações, analisar as informações coletadas, desenvolver conceitos de produto, avaliar as alternativas, escolher a solução, testar e implementar (BÜRDECK, 2006). A aplicação de métodos garante a capacidade de ampliar a perspectiva em relação ao problema, assim como suas possíveis soluções. Além disso, a utilização de metodologias facilita a externalização de ideias e *insights* a fim de transformá-las em produtos.

De acordo com Vasconcelos (2015), a metodologia de design pode ser entendida como um processo esquematizado e apoiado em etapas distintas, com o objetivo de aperfeiçoar e auxiliar o designer no desenvolvimento ou concepção de soluções para um determinado problema através de um artefato (seja um produto ou um serviço), oferecendo um suporte de métodos, técnicas ou ferramentas.

Para Löbach (2001, p.16), o conceito de design compreende a concretização de uma ideia em forma de projetos ou modelos, mediante a construção e configuração resultando em um produto industrial passível de produção em série. Tal produto é resultado de um processo de pesquisa e desenvolvimento, que visa atender a uma determinada necessidade de um determinado público, sem deixar de atender aos interesses da empresa.

A metodologia projetual deve passar do modelo estático, no qual as fases de projeto são atravessadas apenas uma vez, ao modelo dinâmico, em que o designer faz verificações contínuas em todas as fases, inclusive nas já realizadas, como um modelo flexível em que as decisões tomadas podem ser reversíveis. Esta forma de pensar a metodologia projetual, proporciona ao designer maior oportunidade de inovação (MORAES, 2010)

## 2.1 Metodologias No Design De Moda

Para Sanches (2017) a inserção de uma metodologia de design para produtos de moda é relevante tendo em vista que o processo projetual depende da capacidade de controlar interações para que haja gerenciamento e visão panorâmica do processo. A metodologia projetual na construção de artefatos de moda é o processo que orienta os designers na concepção, desenvolvimento e produção das roupas de acordo com o posicionamento de mercado da marca.

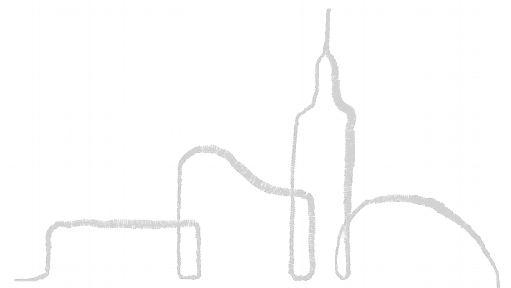
Bona (2019) destaca que produtos de vestuário também podem ser desenvolvidos a partir de uma metodologia de design, porém, visto que o contexto da moda engloba fatores adicionais como sazonalidade, obsolescência e tendências, tais fatores devem ser levados em consideração, com etapas que apresentam especificidades no decorrer do projeto.

A moda apresenta um ciclo bastante breve, e o desenvolvimento de produtos precisa atender a uma demanda crescente por novidades. As coleções têm curta duração nas fábricas e lojas, e algumas vezes os designers trabalham em mais de uma coleção ao mesmo tempo. Esta característica produtiva/comercial é muito marcante na moda: sua efemeridade. Por isso, os tempos necessários aos processos são mais curtos do que na maioria dos produtos de design, e em geral se obedece a uma lógica sequencial nas coleções. É um processo que, na maioria das vezes, não envolve inovações. É rotineiro e apresenta um fluxo constante, com datas definidas a partir de um calendário estabelecido nacionalmente (QUEIROZ; BASSO, 2016).

Na visão de Rech (2002) os produtos desenvolvidos a partir de uma metodologia projetual apresentam um melhor desempenho se comparado aos desenvolvidos por métodos empíricos, além de serem obtidos em curto espaço de tempo, considerando conceito e cliente como pólos terminais do ciclo de desenvolvimento.

O produto de moda necessita de processos e planejamento de execução para o seu desenvolvimento, que inclui métodos e ferramentas visando maior assertividade. Um desses processos projetuais no design de moda é a pesquisa de tendências, onde o designer de uma marca identifica formas, cores, materiais e elementos de estilo que estão sendo utilizadas por outras marcas (TREPTOW, 2013).

Na indústria de confecção em larga escala, as fases de produção ocorrem de maneira vertical e nesse contexto, cada etapa implica a participação de diferentes setores, de acordo com a tabela feita a partir dos fluxos propostos por Treptow (2013) e Sanches (2017).



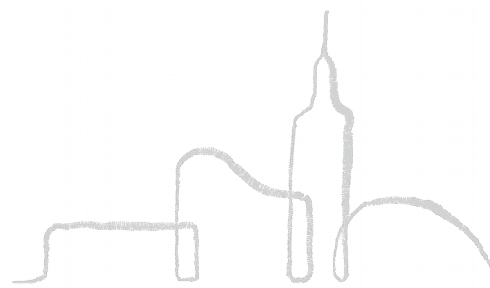
Quadro 1 - Metodologias projetuais em design de moda.

AUTORES	TREPTOW, 2013	SANCHES, 2017
<b>FASES</b>	<b>PLANEJAMENTO</b>	<b>DELIMITAR</b>
<b>ANALÍTICA</b>	Definição do perfil de consumidor, estratégias de produção e planejamento	Contextualizar: especificar diretrizes ↓ Interpretar e decodificar (moodboards, painel de tendências, mapa mental..)
<b>ANALÍTICA E CRIATIVA</b>	<b>PESQUISA</b> Pesquisa de comportamento, de mercado, tecnológica, regional e de tendências a fim de determinar o tema da coleção	<b>GERAR</b> Conceituar e Experimentar: possibilidades de conexão ↓ Compor e Codificar (painel semântico, esboços, croquis...)
<b>CRIATIVA E EXECUTIVA</b>	<b>DESIGN</b> Definição de elementos visuais e início da fase de desenho, croquis e escolha de estampas	<b>AVALIAR E CONSOLIDAR</b> Depurar: Avaliar eficácia das interações, detalhar e refinar a forma ↓ Transpor e Comunicar (registros fotográficos, plano de coleção, ilustração, editorial...)
<b>REFLEXIVA</b>	<b>AValiação</b> Avaliar as alternativas e definir diretrizes	
<b>EXECUTIVA</b>	<b>REALIZAÇÃO</b> Desenvolver fichas técnicas, modelagem, moldes prototipagem e aprovação final	

Fonte: A autora (2023).

No quadro 1, as metodologias propõem etapas analíticas, criativas, reflexiva e executiva do processo de desenvolvimento. Na concepção de Treptow, planejamento e pesquisa são etapas analíticas, onde se investiga questões externas como o mercado e o consumidor a fim de elaborar uma estratégia interna. A partir dessa geração de dados e *insights*, parte-se para a etapa criativa, o que denota a importância de conhecer bem o meio em que a marca está inserida para que os produtos sejam mais assertivos. Tendo tudo isso mapeado, a próxima etapa é reflexiva, onde se avalia todas as alternativas produtivas e financeiras para identificar se será viável a produção. Somente depois dessa etapa que os produtos são implementados.

Para Sanches, a primeira etapa é similar a visão de Treptow, onde se investiga o contexto da marca e o universo do usuário para identificar demandas e direcionar para a próxima etapa, que é a criativa. Para Sanches, essa é a fase para conectar ideias e identificar as possibilidades tangíveis e intangíveis. Em sua metodologia a fase de avaliação está dentro da etapa executiva, onde se depura as informações coletadas para implementar os produtos.



## 2.2 *Slow Fashion* e Metodologias

A transição para uma sociedade mais consciente ambientalmente está impulsionando mudanças em termos de tendências, especialmente na indústria da moda. O movimento *Slow Fashion* surge como uma resposta à necessidade de repensar a forma como se produz e se consome moda. Um dos maiores desafios desse movimento é produzir de forma mais sustentável em relação ao *Fast Fashion*, focando na sustentabilidade e em uma maior qualidade das peças, sem que haja tantos impactos ao meio ambiente.

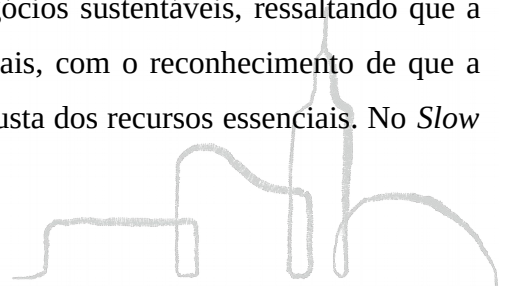
O *Slow Fashion* requer uma infraestrutura modificada e uma produção reduzida de produtos. Um dos principais aspectos desse modelo de produção é o ciclo de vida da peça, iniciado no processo criativo do designer, respeitando todas as sucessivas cadeias até ser produzido, consumido e descartado de volta para o meio ambiente. O *Slow Fashion* incentiva as mudanças que o setor da moda precisa adquirir para modificar os processos de produção, tornando-os mais sustentáveis e dinâmicos. É preciso encontrar um equilíbrio na cadeia de produção e consumo, esse ponto de partida deve começar na escolha das matérias-primas, selecionadas de forma consciente e o consumo deve ser realizado sem desperdício e sustentável, formando assim um ciclo que atinge o equilíbrio preservando o meio ambiente (FLETCHER; GROSE, 2011).

Essa abordagem valoriza a qualidade sobre a quantidade, a sustentabilidade ambiental e a responsabilidade social. Ele se esforça para transformar a indústria da moda em direção a práticas mais éticas e sustentáveis, incentivando a conscientização dos consumidores e promovendo uma mudança fundamental nos processos de produção.

Para Matilda Lee (2009) um negócio sustentável não significa que se valorize as questões ambientais e sociais acima dos lucros, na verdade, significa a combinação de estratégia de negócio que somem a realidade financeira e medidas que visam a proteção, a sustentação e a melhora dos recursos humanos e naturais que são necessários no futuro. Sanches (2017, p. 101) aponta que:

Se o processo de design constitui um sistema permeável que pode se transformar, constantemente, na interação com o entorno, é inegável que solicita do designer a competência integradora e habilidade de gestão para perceber e conectar as informações que participam do sistema, definindo estratégias que convertam as conexões em possibilidades de solução coerentes. Faz sentido argumentar, então, que este percurso é também um processo de gestão de informação e construção de conhecimento, no qual reside uma essência e pesquisa aplicada. A cada situação projetual existe a necessidade de desvendar universos, identificar questionamentos, formular objetivos, sintetizar conceitos, experimentar propostas e comunicar soluções.

Nesse sentido, destaca-se uma perspectiva fundamental sobre negócios sustentáveis, ressaltando que a sustentabilidade envolve a integração de preocupações ambientais e sociais, com o reconhecimento de que a lucratividade é um componente relevante, mas não deve ser alcançada à custa dos recursos essenciais. No *Slow*



*Fashion*, a criação de peças requer caminhos mais estruturados, onde se inclui produzir com responsabilidade ambiental, com recursos sustentáveis, minimizando os resíduos e sobras de tecido, com uma mão de obra com condições de trabalho justas e propósitos conscientes em toda a cadeia produtiva.

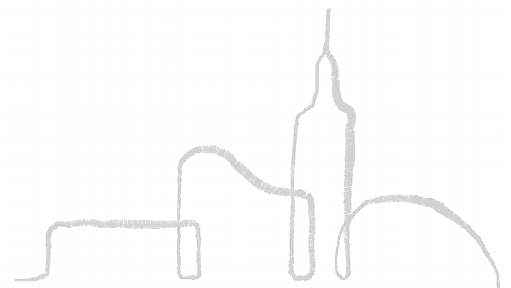
A metodologia projetual para o design sustentável na moda, com foco na fabricação em pequena escala examina o ambiente e os participantes da cadeia produtiva, destacando o papel crucial do designer na transição de práticas convencionais para abordagens inovadoras de criação e produção de vestuário alinhadas com as metas de desenvolvimento sustentável.

Rüthschilling e Anicet (2014) enfatizam que em cada fase deve-se observar a incorporação das diretrizes sustentáveis com o intuito de desenvolver produtos mais *ecofriendly*. Dentre as estratégias estão: design para o bem estar social, design para minimizar o desperdício, design para a desaceleração do consumo, design para participação do usuário, design para sistema de produto-serviço e design para desmontagem.

No design para a desaceleração do consumo pode-se pensar novas formas de produção, como as alinhadas ao sistema *Slow Fashion*, que significa trabalhar no ritmo certo, e desenvolver peças com características atemporais. Assim evita a obsolescência, garantindo qualidade estética e técnica, o que resulta em maior durabilidade (RUTHSCHILLING; SANTOS, 2012).

Em seu livro *Shaping Sustainable Fashion*, Gwilt (2011), defende a ideia que o designer do futuro deve ter a sustentabilidade presente em todos os seus processos e não como apenas uma peça do quebra-cabeça. Desenvolvendo um pensamento paralelo entre as estratégias de design para sustentabilidade e o modo de criação convencional.

Berlin (2012) enfatiza que é preciso entender que os novos modelos de desenvolvimento sustentável não devem ser considerados um projeto já com prazo de validade estipulado, mas sim, incorporado ao espírito da empresa. A caminhada em direção à sustentabilidade, requer também uma ressignificação de valores, uma vez que, o modelo capitalista ao qual estamos habituados, também passa por mudanças, adotando princípios mais humanos, não visando apenas crescimento e lucro. Fletcher e Grose (2011, p. 38), destacam como princípios gerais para boas práticas como aponta o quadro 2.



Quadro 2: Boas práticas para a produção de moda sustentável.

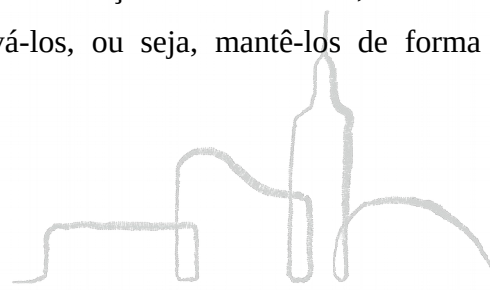
OBJETIVO	AÇÃO
Usar recursos naturais com critério	Minimizar o número de etapas de processamento
Reduzir o risco de poluição	Minimizar a quantidade e a toxicidade das substâncias químicas usadas e eliminar processos nocivos
Minimizar o consumo de energia	Combinar processos ou usar processos que demandem baixa temperatura
Minimizar o consumo de água	Eliminar os processos que consomem muita água
Reduzir o volume em aterros sanitários	Minimizar a geração de resíduos em todas as etapas

Fonte: A autora (2023)

Se faz necessário um modelo projetual de design de moda que saia do tradicional modo sazonal e que seja pensado a longo prazo, priorizando questões ambientais e de sustentabilidade além da geração de lucros. Além de pensar na aceitação que o produto terá no mercado e seus números em venda, existe uma necessidade de pensar nos insumos e nas matérias primas, para que elas permitam um produto com maior duração, na geração de resíduos durante a produção e como esse produto será descartado no futuro.

Segundo Fletcher e Grose (2011), a escolha dos materiais torna a moda ecológica, verde ou ética. O caráter renovável da matéria-prima não garante sustentabilidade, pois a capacidade de um material regenerar-se rapidamente nos diz muito pouco sobre as condições em que é gerado – energia, água, substâncias químicas utilizadas, impacto sobre o ecossistema e os trabalhadores. As autoras também enfatizam a importância da responsabilidade estendida, ou seja, desenvolver estratégias para usar e reutilizar fibras que já estão no nosso guarda-roupa estendendo seu uso até o limite mais próximo possível do tempo que levam para se regenerar e preferir fibras renováveis de baixo impacto a fibras virgens não renováveis.

Segundo Rech e Souza (2009), o universo da sustentabilidade abrange, além da evolução no processo de produção, um novo estilo de vida: o de um consumidor ativo, engajado nos problemas da humanidade, preocupado com valores éticos e que procura, através de seus atos e compras, trazer o consumo consciente para sua vida. Seus valores essenciais influenciam suas escolhas de consumo. Em relação ao consumidor, deve ter maior consciência ao adquirir produtos mais duráveis e saber preservá-los, ou seja, mantê-los de forma sustentável (RUTHSCHILLING; SANTOS, 2012).



O descarte – no cesto de lixo e depois no aterro sanitário – é o destino final de muitas roupas. Estatísticas revelam que, na Inglaterra, quase três quartos dos produtos têxteis acabam em um aterro sanitário depois de usados, um padrão que se repete em muitos países ocidentais. Mas os recursos usados na fabricação de roupas (também conhecidos como “energia incorporada” da peça de vestuário ou de qualquer outro produto) quase nunca são plenamente aproveitados antes de nos deixarem. Os materiais, a energia e a mão de obra que compõem uma peça têm o potencial de satisfazer nossas necessidades criativas e operacionais várias vezes – em alguns casos, um número infinito de vezes. Com efeito, o que se descarta no aterro sanitário não são apenas roupas: oportunidades de design e de negócio também terminam enterradas (FLETCHER; GROSE, 2011).

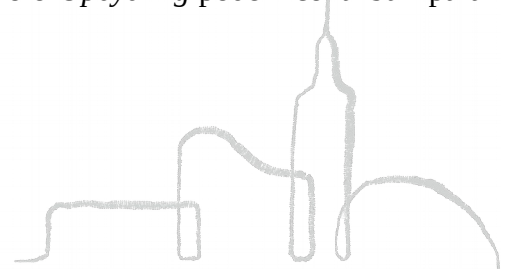
Dessa forma, o *Upcycling* na moda pode ser trabalhado de maneira a reutilizar os resíduos, transformando em novos produtos com valor agregado sem que se tenha a necessidade de despender mais energia em outro processo. Muitas vezes o *Upcycling* é considerado uma ação mais sustentável que a reciclagem por que a reciclagem prevê não só o gasto de energia como as matérias primas tendem a perderem qualidade na medida em que passam por um novo processo. Por outro lado, em alguns casos os resíduos são tão pequenos que a única solução sustentável é a reciclagem (JENSEN; DAHL, 2008, p.149).

### 3 Considerações Finais

Esse artigo buscou entender como a metodologia projetual desempenha um papel importante na construção de artefatos e a importância da flexibilidade em cada projeto. Cada projeto é único e diferentes contextos podem exigir abordagens adaptadas. A capacidade de ajustar e personalizar a metodologia para atender às necessidades específicas de um projeto é fundamental para um resultado final assertivo.

Com base na pesquisa feita, podemos elencar algumas etapas como indispensáveis na metodologia para design de moda: as etapas de planejamento, de pesquisa, de criação e de reflexão. Cada uma dessas engloba processos importantes na construção de artefatos, pois permite que se conheça mais sobre as necessidades do mercado e do consumidor, proporcionando soluções mais centradas no usuário.

Contudo, esse modelo se baseia no modo sazonal e não leva em consideração questões sustentáveis, dessa forma, se faz necessário um modelo projetual de design de moda que saia do tradicional e que seja pensado a longo prazo, priorizando questões ambientais. Assim, é importante que haja uma preocupação com a escolha dos materiais para que sejam mais duráveis e *eco friendly*, além de como esse produto chegará ao consumidor, como será descartado e como novas formas de produção, como o *Upcycling* podem contribuir para que a vida útil desta peça seja maior, diminuindo a produção de resíduos.





A consideração das questões sustentáveis no design de moda é essencial para a evolução da indústria em direção a práticas mais responsáveis e conscientes. A mudança para um modelo projetual mais sustentável não apenas aborda as preocupações ambientais, mas também ressoa com uma crescente conscientização social.

## Referências

BERLIM, Lilyan Guimarães. **Transformações no campo da moda: Crítica Ética e Estética**. 2016. 342 p. Tese (Doutorado em Ciências Sociais). Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2016.

BONA, Sheila Fernanda. **Método de Projeto de Coleção em Design de Moda: uma configuração para micros e pequenas empresas**. 2019. 136 p. Dissertação - Mestrado. Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2019. Disponível em: [https://www.udesc.br/arquivos/ceart/id\\_cpmenu/6295/Disserta\\_\\_o\\_Sheila\\_Fernanda\\_Bona\\_15816930311845\\_6295.pdf](https://www.udesc.br/arquivos/ceart/id_cpmenu/6295/Disserta__o_Sheila_Fernanda_Bona_15816930311845_6295.pdf). Acesso em 14 nov 2023.

BÜRDECK, B. E. **História, teoria e prática do design de produtos**. Tradução Freddy Van Camp. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

FLETCHER, Kate & GROSE, Lynda. **Moda & Sustentabilidade: design para mudança**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

GWILT, Alison; RISSANEN, Timo. **Shaping Sustainable Fashion: changing the way wemake and use clothes**. London: Earthscan, 2011. Disponível em [https://www.academia.edu/35416369/Alison\\_Gwilt\\_Timo\\_Rissanen\\_Shaping\\_Sustainable\\_Fashion\\_Changing\\_the\\_Way\\_We\\_Make\\_and\\_Use\\_Clothes](https://www.academia.edu/35416369/Alison_Gwilt_Timo_Rissanen_Shaping_Sustainable_Fashion_Changing_the_Way_We_Make_and_Use_Clothes). Acesso em 26 nov 2023.

JENSEN, Tina Hjort; DAHL, Eva Himmelstrup. **Guidelines in Beyond Green: Sustainability and Fashion**. Control Union World Group, ArtEZ Press: Arnhem, Netherlands, 2008. Disponível em <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/estudo-para-construo-de-metodologia-de-design-de-moda-sustentvel-12716>. Acesso em 26 nov 2023.

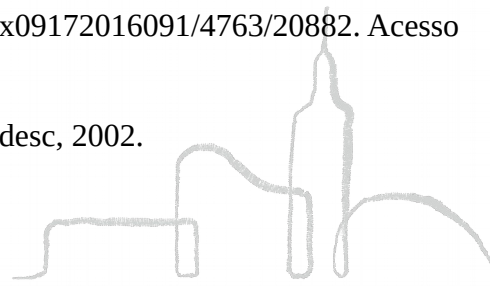
LEE, Matilda. **Eco Chic**. São Paulo: Editora Larousse do Brasil, 2009.

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

MORAES, D. de. **Metaprojeto: o design do design**. São Paulo: Blucher, 2010.

QUEIROZ, Cyntia T. M.; BASSO, Aline T. **Moda e metodologia: o Design como mediador**. ModaPalavra. Ano 9, n.17, jan-jun 2016. 118 p. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/download/1982615x09172016091/4763/20882>. Acesso em 26 nov 2023.

RECH, Sandra Regina. **Moda: por um fio de qualidade**. Florianópolis: Udesc, 2002.



RECH, Sandra Regina; SOUZA, Renata, Karoline Rodrigues. **Ecoluxo e Sustentabilidade: um novo comportamento do consumidor.** In: **XIX Seminário de Iniciação Científica.** CEART: Udesc, 2009. p. 01-07. Disponível em <https://revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/download/14232/9303/47736>. Acesso em 26 nov 2023.

RÜTHSCHILLING, Evelice A.; ANICET, Anne. **Estudo Para Construção De Metodologia De Design De Moda Sustentável.** Blucher Design Proceedings. V. 1, n. 4. set-out 2014. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/301425344\\_ESTUDO\\_PARA\\_CONSTRUCAO\\_DE\\_METODOLOGIA\\_DE\\_DESIGN\\_DE\\_MODAL\\_SUSTENTAVEL](https://www.researchgate.net/publication/301425344_ESTUDO_PARA_CONSTRUCAO_DE_METODOLOGIA_DE_DESIGN_DE_MODAL_SUSTENTAVEL). Acesso em 26 nov 2023.

RUTHSCHILLING, Evelise .; SANTOS, Aguinaldo dos. **Design para consumo sustentável de roupas.** Anais 1st International Fashion and Design Congress – CIMODE– Universidade do Minho, Portugal, 2012. Disponível em <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/8>. Acesso em 26 nov 2023.

SANCHES, M. C. F. **Moda e projeto: estratégias metodológicas em Design.** São Paulo: Estação das letras e Cores, 2017.

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda: planejamento de coleção.** 5. ed. São Paulo, 2013.

VASCONCELOS, L. A. **Um Modelo de Classificação para Metodologias de Design.** 2015. Disponível em: [https://www.academia.edu/357586/Um\\_Modelo\\_de\\_Classificacao\\_para\\_Metodologias\\_de\\_Design](https://www.academia.edu/357586/Um_Modelo_de_Classificacao_para_Metodologias_de_Design). Acesso em 19 out 2023.

