

## **DISCIPLINAS DE PROJETO: O DESAFIO DE ENSINAR A DESENVOLVER PRODUTOS DE MODA**

## **SUBJECTS OF PROJECT: THE CHALLENGE OF TEACHING TO DEVELOP PRODUCTS FASHION**

CAMARGO, Cariane Weydmann; Mestre em Design, Universidade de  
Passo Fundo e Faculdade IDEAU; [carianewcamargo@hotmail.com](mailto:carianewcamargo@hotmail.com).

MEDEIROS, Ligia; DSc, Universidade do Estado do Rio de Janeiro;  
[ligia@esdi.uerj.br](mailto:ligia@esdi.uerj.br)

### **Resumo**

Neste artigo é apresentado um breve histórico do ensino superior na área da Moda no Brasil com a intenção de se refletir sobre as perspectivas de uma nova abordagem metodológica em disciplinas de Projeto. Além disso, uma experiência projetual em ambiente acadêmico é descrita.

**Palavras-Chave:** Design de Moda. Ensino Superior. Metodologia Projetual.

### **Abstract**

In this article is presented a brief history of the Fashion education in Brazil aiming at a reflection about the prospects of a new methodological approach in the design disciplines. Furthermore, a projectual experience in an academic environment is described.

**Key Words:** Fashion Design. Higher Education. Project Methods.

### **Introdução**

O crescimento do mercado da moda no Brasil, juntamente com o aumento do número de cursos superiores de Design de Moda, gera questionamentos em relação à qualidade da educação projetual. Por isso, um estudo focado no âmbito do ensino superior, direcionado para disciplinas de Projeto, mostra-se relevante e, possivelmente, poderá contribuir para a formação acadêmica dos designers de moda e, conseqüentemente, para o aprimoramento dos procedimentos metodológicos no mundo do trabalho.

Assim, neste artigo, inicia-se abordando a história, o estado da arte e as

perspectivas do ensino superior na área de Moda no Brasil. Posteriormente, refletiu-se sobre novas abordagens metodológicas em disciplinas de Projeto, apresentando fundamentação teórica e experiência projetual em ambiente acadêmico.

## **1 O Ensino Superior de Design de Moda no Brasil: breve histórico e perspectivas**

É recente a história dos cursos de Moda em Instituições de Ensino Superior (IES) do Brasil, somente no fim da década de 80 surgiu o primeiro curso de nível superior. Antes disso, os profissionais que atuavam nessa área, geralmente, contavam com o conhecimento tácito, pautado em experiências práticas, desenvolvidas com o exercício da profissão.

Segundo Pires (2002, p. 1936), foi somente em 1988, na Faculdade Santa Marcelina, em São Paulo, que surgiu o primeiro curso de Bacharelado em Desenho de Moda. Na década de 90, outras instituições ofereceram novos cursos na cidade de São Paulo: a Universidade Anhembi Morumbi (UAM), em 1990; a Universidade Paulista (UNIP), em 1991; o Centro de Educação em Moda, SENAC – Moda, em 1999.

Com a finalidade de atender as indústrias regionais, outras IES ofertaram cursos na área da moda, tais como: a Universidade de Caxias do Sul (UCS), em 1993, no Rio Grande do Sul; a Universidade Federal do Ceará (UFC), em 1994, em Fortaleza; a Universidade Veiga e Almeida (UVA), em 1995, na cidade do Rio de Janeiro; a Universidade Estadual de Santa Catarina (UDESC), em 1996, em Florianópolis; a Universidade Estadual de Londrina (UEL), em 1997, no Paraná; entre outras (PIRES, 2002, p. 1936).

Também é importante destacar que os primeiros cursos superiores com a nomenclatura “Design de Moda” surgiram apenas nos últimos anos da década de 90, como exemplo, pode-se citar o curso superior de Design de Moda da PUC, de 1999, em São Paulo (PIRES, 2002, p. 1937).

Nos últimos anos, percebe-se um significativo aumento do número de cursos superiores oferecidos na área da Moda. Já em 2004, Caldas (2004, p. 174) apontou a existência de 46 cursos de Moda, em sua grande maioria formando bacharéis. No final de 2006, o país contava com 112 cursos superiores (55 bacharelados; 42 tecnológicos; 15 sequenciais) e 26 de pós-graduação (um mestrado; 20 especializações; 5 MBA) (PIRES, 2007, p. 72).

Em uma pesquisa recente, no site e-MEC<sup>1</sup>, constam 103 cursos superiores de Design de Moda, e outros 33 cursos de Moda, que não possuem o Design em sua nomenclatura. Ao todo, são 136 cursos com foco em Moda, sem mencionar os cursos de Design, Desenho Industrial, Design de Produto, Design de Calçados, entre outros. Atualmente, os quatro estados com maior número de cursos superiores de Design de Moda são: São Paulo, Santa Catarina, Rio Grande do Sul e Minas Gerais.

Deste modo, com o expressivo crescimento do setor educacional de Design de Moda; somado a um tempo de expectativas e novas possibilidades no ensino superior, constantes reflexões sobre a teoria e prática destes cursos se fazem necessárias. Novas abordagens para o ensino superior nessa área serão úteis para que se aperfeiçoem as práticas pedagógicas e potencialize-se a formação de profissionais em relação à responsabilidade ética, social e ecológica.

Além de novas abordagens teórico-metodológicas, nota-se o crescente uso de tecnologias informatizadas no ensino do Design de Moda, como resposta à necessidade de profissionalização e atualização do conhecimento nessa área.

Dentre essas novas tecnologias, a Educação a Distância (EaD), com o uso de tecnologias digitais e de ambientes virtuais, é uma das inovações no ensino superior. Isso porque, segundo Machado Junior (2008, p. 13), a Educação a Distância não é mais caracterizada como um paliativo ou como uma saída para complementação da aprendizagem, mas uma modalidade de educação de qualidade compatível ou até maior em relação aos cursos presenciais convencionais.

Atualmente, de acordo com consulta no Sistema e-MEC<sup>2</sup>, a área da Moda não possui nenhum curso de graduação na modalidade à distância, porém há muitos cursos livres, de qualificação, ou de extensão, com foco em Desenho de Moda, Marketing de Moda, Varejo de Moda, Planejamento de Coleção, História da Moda.

Os cursos de pós-graduação também fazem parte da realidade educacional à distância, tais como: a MBA em Gestão Estratégica de Vendas para o Mercado da Moda e de Têxteis, da Faculdade SENAI-CETIQT/ RJ<sup>3</sup>; e a Pós-graduação em Negócios do Vestuário, do SENAI/ SC<sup>4</sup>. Apesar desses dados ainda não serem tão

---

<sup>1</sup> O e-MEC é o site do Ministério da Educação que possui o cadastro dos cursos do Ensino Superior do Brasil. Disponível em: <<http://emec.mec.gov.br/>>. Acesso em: 07 fev. 2012.

<sup>2</sup> Disponível em: <<http://emec.mec.gov.br/>>. Acesso em: 29 jul. 2011.

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://www.cetiqt.senai.br/dcb/novox/port/educacao/pos/adistancia/index.asp>>. Acesso em: 29 jul. 2011.

<sup>4</sup> Disponível em: <<http://www.sc.senai.br/siteinstitucional/servicos/curso/show/curso/154348/unidade/4/nome/posgraduacao-em--negocios-do-vestuario--ead>>. Acesso em: 29 jul. 2011.

expressivos, se comparados a outras áreas, percebe-se que a educação a distância será cada vez mais utilizada.

Desse modo, com o desenvolvimento das novas tecnologias para informação e comunicação (NTICs); a necessidade de remir o tempo; e a exigência permanente de atualização do conhecimento teórico e técnico, sugere-se que a EaD se torne cada vez mais importante para formação de profissionais competentes e capacitados para atuar no mercado. Assim sendo, a expansão da EaD, na área de Design de Moda, aumentará a necessidade de materiais didáticos e recursos metodológicos adequados para qualificar o ensino projetual.

## **2 Disciplinas de Projeto: abordagens metodológicas**

A complexidade de ensinar o processo de desenvolvimento de produtos de moda é o foco deste estudo. Nesse sentido, entende-se que pesquisar novas abordagens metodológicas, que maximizem o processo ensino-aprendizagem, é imprescindível para a expansão e excelência da educação projetual.

Dentre as várias formas de ensinar o projeto, Bonsiepe et al. (1984, p. 10) destaca três: (i) O método de “abandono à própria sorte”, onde o docente limita sua participação a uma ocasional visita na sala de projeto; (ii) O método de “osmose”. Esse funciona na presença de um “grã-mestre”, ao qual trata de copiar. Distância crítica e autonomia dificilmente podem desenvolver-se num ambiente desse tipo; (iii) O método que se baseia na hipótese de que a “melhor forma de aprender a projetar é projetar mesmo”. Utiliza-se, nesse caso, um método de diálogo e o docente perde a “auréola” de saber tudo, oferecendo aos alunos maiores garantias de se obter autonomia e independência projetual.

O professor de projeto de produto, segundo Brod Jr. et al. (2010, p. 11), precisa esforçar-se para que a Pedagogia do Desenho Industrial apresente-se como o ramo da Praxiologia do Projeto de Produto, que pesquise e estude saberes relativos à educação projetual e ao ensino de Desenho Industrial, e a aplicação desse conhecimento no desenvolvimento de produtos. Logo, este docente necessita estar sensível e em contínua atualização, percebendo a melhor forma de ensinar a projetar, nas diferentes situações ocorridas em sala de aula, pois, somente um projeto bem executado poderá resultar em produtos eficientes e inovadores, compatíveis às exigências do mercado. A metodologia projetual é uma das

características definidoras da atuação profissional de desenhista industrial, e se transforma em um instrumento de trabalho do professor de projeto.

Em disciplinas de Projeto de Produto de Moda, o ensino baseado na fundamentação teórica e prática dos métodos projetuais ainda é algo desafiador, que requer maiores reflexões e pesquisa, objetivando o aperfeiçoamento dos processos concernentes à concepção de produtos no âmbito acadêmico e, posteriormente, no mercado.

Em relação às dificuldades encontradas no ensino de projetos, Medeiros (2002, p. 9) comenta:

A projeção inovativa [...] carece de uma pedagogia instrumental que dê suporte ao ensino e ao treinamento tanto em instituições de ensino quanto em ambientes de trabalho. Seus fundamentos, usualmente empacotados na figura da “caixa preta”, são tidos como idiossincráticos, instintivos, inconscientes, inacessíveis, inexplicáveis. Por isso, o detalhamento estrutural dos métodos do projetar, chegando aos níveis cognitivo e psicomotor do indivíduo, passa a interessar tanto à prática quanto ao ensino do projeto.

Outro ponto relevante, enfatizado por Medeiros (2002, p. 9), é que em cursos superiores de Desenho Industrial/Design, fundamentos como o desenvolvimento das habilidades de expressão e comunicação, exigem orientação e dedicação por parte do docente, principalmente em se tratando de equipes sem experiência prévia, o que se configura a situação típica de estudantes. Nesse sentido, é fundamental que os docentes, das disciplinas de Projeto, estejam atentos em desenvolver um método de ensino projetual que, efetivamente, capacite os seus estudantes a projetar de maneira completa e acadêmica, respeitando suas capacidades e habilidades (BROD JÚNIOR; GOMES; MEDEIROS, 2010, p. 2).

Portanto, aprofundar questões relacionadas às práticas pedagógicas, considerando as dificuldades, desafios e novos caminhos para o Ensino Superior de Design de Moda é pertinente e de total urgência, visto que, ainda é recente o surgimento desses cursos no Brasil e crescente o número de novos cursos nessa área.

### **3 Experiência projetual em ambiente acadêmico**

Nesta seção, são apresentadas duas propostas de métodos projetuais, que vem sendo aplicados em disciplinas de Projeto, no curso de Design de Moda, na Universidade de Passo Fundo. Na dissertação de mestrado intitulada “Princípios metodológicos do Design aplicados ao ensino de projeto de produto de moda” são

apresentados estes métodos e outros resultados obtidos a partir de pesquisa qualitativa realizada em ambiente acadêmico (CAMARGO, 2012).

Na disciplina Projeto Integrador Multidisciplinar I, desenvolvida no segundo semestre do curso, com apenas 2 créditos teóricos, se desenvolve um projeto de mini coleção de moda baseado nas fases do Processo Criativo (GOMES, 2001; 2011). O foco deste projeto encontra-se em estimular a criatividade dos alunos, introduzindo-os à metodologia projetual. O detalhamento das fases, procedimentos e técnicas podem ser visualizados na Figura 1.

| PROJETO INTEGRADOR MULTIDISCIPLINAR I – NÍVEL II |                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                  |                                       |
|--------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| FASES DO PROJETO                                 | ORGANIZAÇÃO DO PENSAMENTO                                                                                                                                       | AÇÕES (procedimentos e técnicas)                                                                                                                                                                                                 |                                       |
| Identificação                                    | Definir o problema – <i>problematização</i>                                                                                                                     | Definir a Situação Inicial (SI) e delimitar a Situação Final (SF) do problema de projeto.                                                                                                                                        |                                       |
|                                                  | Delimitar o projeto – <i>contextualização</i>                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                  |                                       |
| Preparação                                       | Buscar soluções para problemas percebidos num produto ou sistema de produtos.                                                                                   | Pesquisa em Moda                                                                                                                                                                                                                 | Público-Alvo                          |
|                                                  |                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                  | Análise denotativa de termos          |
|                                                  |                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                  | Tendências de moda                    |
|                                                  |                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                  | Materiais (tecidos, aviamentos, etc.) |
|                                                  |                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                  | Temática (tema e subtema da coleção)  |
| Incubação                                        | Descansar para deixar o inconsciente fazer o seu trabalho de associação de ideias.                                                                              | Intercalar o trabalho, necessariamente, com atividades diferentes, sem ligação com o problema de projeto. Sugere-se: Ver filme relacionado com a proposta temática ou público-alvo. Preencher sketchbook com esboços e colagens. |                                       |
| Esquentação                                      | Volta ao problema projetual através da <b>representação gráfica</b> .                                                                                           | Gerar o máximo de ideias/ esboços dos produtos da coleção. O desenho ainda não precisa estar em forma de croqui, mas deve estar de acordo com o que foi definido e delimitado na Identificação.                                  |                                       |
| Iluminação                                       | <b>Comparação</b> com os parâmetros de orientação projetual, presentes na Etapa de Identificação; e <b>seleção</b> das melhores ideias.                         | Selecionar as melhores ideias, que sejam coerentes com o público-alvo, as tendências de moda e o subtema da coleção. Além disso, devem estar de acordo com a definição e delimitação do problema de projeto.                     |                                       |
| Elaboração                                       | Refinamento das ideias e esboços escolhidos na Etapa de Iluminação.                                                                                             | Fazer ilustrações (croquis) dos produtos escolhidos.                                                                                                                                                                             |                                       |
|                                                  |                                                                                                                                                                 | Definir cartela de materiais.                                                                                                                                                                                                    |                                       |
|                                                  |                                                                                                                                                                 | Definir cartela de cores.                                                                                                                                                                                                        |                                       |
|                                                  |                                                                                                                                                                 | Fazer desenho técnico dos produtos que serão confeccionados.                                                                                                                                                                     |                                       |
| Verificação                                      | Verificação da qualidade técnica de manufatura ou maquinofatura; e se o produto atende aos requisitos que foram tomados como parâmetros à condução do processo. | Modelagem e confecção dos protótipos dos produtos escolhidos (em tamanho miniatura).                                                                                                                                             |                                       |
|                                                  |                                                                                                                                                                 | Montagem da apresentação do projeto.                                                                                                                                                                                             |                                       |

Figura 1: Fases detalhadas do Projeto Integrador Multidisciplinar I  
Fonte: Camargo (2012).

Na disciplina Projeto Integrador Multidisciplinar II, do terceiro semestre, com 4 créditos teóricos, é desenvolvido um projeto de coleção para uma marca já reconhecida no mercado brasileiro, simulando a realidade industrial. Este projeto apresenta maior complexidade e é fundamentado em Bonsiepe (1984); Gomes (2001; 2011); Brod Jr., Gomes e Medeiros (2010); Montemezzo (2003); Fornasier, Martins e Demarchi (2008), Medeiros e Gomes (2010); Sanches (2008); e Treptow

(2005). O detalhamento pode ser visualizado na Figura 2.

| PROJETO INTEGRADOR MULTIDISCIPLINAR II – NÍVEL III |                                                                                                                                                                 |                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                       |
|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| PROJETAÇÃO                                         | FASES DO PROJETO                                                                                                                                                | ORGANIZAÇÃO DO PENSAMENTO                                                          | AÇÕES (procedimentos e técnicas)                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                       |
| DOCTRINAÇÃO                                        | Reconhecer Necessidade                                                                                                                                          | Reconhecimento das necessidades projetuais.                                        | Reconhecer necessidade de projeto<br>Definir tema (subtema) para projeto<br>Revisão de literatura<br>Iniciar pesquisa de imagens                                                                                                                                                                                                            |                                                                       |
|                                                    | Planejamento Estratégico                                                                                                                                        | Planejamento estratégico para desenvolvimento do projeto. Definição de parâmetros. | Percepção do mercado: definir para qual marca (grife) será desenvolvido o projeto; missão e visão; porte; gênero; segmento/ nicho de mercado; estilo; definir público-alvo; promoção; pontos fortes e pontos fracos; oportunidades e ameaças; preços praticados; objetivos específicos; objetivo geral; definir cronograma.                 |                                                                       |
| DESENHAÇÃO                                         | Identificação                                                                                                                                                   | Definir o problema – <i>problematização</i>                                        | Analisar as duas últimas coleções apresentadas pela marca. Observar e registrar pontos fracos a serem superados.<br>Delimitar as ênfases projetuais que devem ser dadas ao Projeto.<br>Problematização: Perguntas “Bonsiepanas” (O quê? Por quê? Como?).<br>Definir a Situação Inicial e delimitar a Situação Final do problema de projeto. |                                                                       |
|                                                    |                                                                                                                                                                 | Delimitar o projeto – <i>contextualização</i>                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                       |
|                                                    | Preparação                                                                                                                                                      | Buscar soluções para problemas percebidos num produto ou sistema de produtos.      | Pesquisa em Moda                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Temática (tema e subtema da coleção)                                  |
|                                                    |                                                                                                                                                                 |                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Público-Alvo                                                          |
|                                                    |                                                                                                                                                                 |                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Análise denotativa e conotativa de termos                             |
|                                                    |                                                                                                                                                                 |                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Análise Diacrônica                                                    |
|                                                    |                                                                                                                                                                 |                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Macrotendências                                                       |
|                                                    |                                                                                                                                                                 |                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Tendências de moda                                                    |
|                                                    |                                                                                                                                                                 |                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Materiais (tecidos, aviamentos, etc.)                                 |
|                                                    |                                                                                                                                                                 |                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Análise de Mercado                                                    |
| Incubação                                          | Descansar para deixar o inconsciente fazer o seu trabalho de associação de ideias, seguir o trabalho por analogia.                                              |                                                                                    | Intercalar o trabalho, necessariamente, com atividades diferentes, sem ligação com o problema de projeto. Sugere-se: Ver filme relacionado com a proposta temática ou público-alvo. Preencher sketchbook com esboços e colagens.                                                                                                            |                                                                       |
|                                                    |                                                                                                                                                                 |                                                                                    | Esquentação                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Volta ao problema projetual através da <b>representação gráfica</b> . |
| Iluminação                                         | Comparação com os parâmetros de orientação projetual, presentes na Etapa de Identificação; e <b>seleção</b> das melhores ideias.                                |                                                                                    | Selecionar as melhores ideias, que sejam coerentes com o público-alvo, as tendências de moda e o subtema da coleção. Além disso, devem estar de acordo com a definição e delimitação do problema de projeto.                                                                                                                                |                                                                       |
| Elaboração                                         | Refinamento das ideias e esboços escolhidos na Etapa de Iluminação.                                                                                             |                                                                                    | Fazer ilustrações (croquis) dos produtos escolhidos.                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                       |
|                                                    |                                                                                                                                                                 |                                                                                    | Definir cartela de materiais.<br>Definir cartela de cores.<br>Fazer desenho técnico dos produtos que serão confeccionados.                                                                                                                                                                                                                  |                                                                       |
| Verificação                                        | Verificação da qualidade técnica de manufatura ou maquinofatura; e se o produto atende aos requisitos que foram tomados como parâmetros à condução do processo. |                                                                                    | Fazer ficha técnica dos produtos a serem confeccionados.<br>Modelagem e confecção dos protótipos dos produtos selecionados.<br>Montagem da apresentação do projeto.                                                                                                                                                                         |                                                                       |

Figura 2: Fases detalhadas do Projeto Integrador Multidisciplinar II  
Fonte: Camargo (2012).

Ao apresentar estes métodos, apontando as fases, procedimentos e técnicas, não se tem a pretensão de padronizar, ou tornar-se modelo metodológico preponderante; mas deseja-se apresentar possibilidades projetuais aplicadas na academia, no sentido de reflexionar e contribuir para este importante tema, que refletirá diretamente na atuação profissional dos designers de moda.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao tratar sobre o desafio de ensinar a desenvolver produtos de moda, buscou-se revisar conceitos sobre metodologia projetual, e compartilhar experiência metodológica em ambiente acadêmico.

Entendeu-se que, para contínuo aperfeiçoamento das práticas projetuais, em disciplina de Projeto, cabe aos docentes: (i) embasarem suas práticas em sólidas bases teóricas; (ii) saberem os limites de intervir no processo de projeção; (iii) utilizarem ferramentas didáticas adequadas à educação projetual; (iv) desenvolverem métodos de ensino projetual; (v) pesquisarem, de forma sistemática, os métodos mais adequados para uso na academia.

Sabe-se, portanto, que o ensino projetual na área da Moda ainda é um desafio, e há um longo caminho a trilhar na busca por métodos específicos para o desenvolvimento de produtos de moda (SANCHES, 2008), porém, a adequação dos métodos projetuais do Design para as necessidades específicas das disciplinas de Projeto de Produto de Moda se configura como uma possibilidade de auxiliar no processo de ensino-aprendizagem.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

BONSIEPE, Gui. (Coord.). **Metodologia experimental: desenho industrial**. Brasília: CNPq, 1984.

BROD JÚNIOR, Marcos; et al. Educação do Design: ensino de projeto de produto à moda clássica. In: VI Sepesq - Semana de Extensão, Pesquisa e Pós-graduação, 6, 2010, Porto Alegre. *Anais...* Porto Alegre: Editora UniRitter, 2010. 1 CD-ROM.

\_\_\_\_\_.; GOMES, Luiz A. V. de N.; MEDEIROS, Ligia M. S. de. Os Logogramas na prática da Educação Projetual. In: 9º CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 9, 2010, São Paulo. *Anais...* São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2010. 1 DVD.



CALDAS, Dario. **Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências.** Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2004.

CAMARGO, Cariane Weydmann. **Princípios metodológicos do design aplicados ao ensino de projeto de produto de moda.** 2012. Dissertação (Mestrado em Design) – Faculdade de Design, Centro Universitário Ritter dos Reis, Porto Alegre, 2012.

FORNASIER, Cleuza B. R; MARTINS, Rosane F. de F; DEMARCHI, Ana P. P. O ensino da disciplina de desenvolvimento de projetos como sistema de gestão de conhecimento. In: PIRES, Dorotéia B. (Org.). **Design de Moda: olhares diversos.** São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

GOMES, Luiz V. N. **Criatividade: projeto, desenho, produto.** Santa Maria: sCHDs, 2001.

\_\_\_\_\_. **Criatividade e Design: um livro de desenho industrial para projeto de produto.** Porto Alegre: sCHDs, 2011.

MACHADO JUNIOR, Felipe S. **Interatividade e interface em um ambiente virtual de aprendizagem.** Passo Fundo: Ed. IMED, 2008.

MEDEIROS, Ligia M. S. de. **O Desenho Como Suporte Cognitivo nas Etapas Preliminares do Projeto.** 2002. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2002.

\_\_\_\_\_; GOMES, Luiz A. V. de N. **Ideias, ideais e ideias: para design/desenho industrial.** Porto Alegre: Ed. UniRitter, 2010.

MONTEMEZZO, Maria C. F. S. **Diretrizes metodológicas para o projeto de produtos de moda no âmbito acadêmico.** 2003. Dissertação (Mestrado em Desenho Industrial) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2003.

PIRES, Dorotéia B. A história dos cursos de design de moda no Brasil. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 5, 2002, Brasília, DF. Anais... Brasília: Fundação Universidade de Brasília, 2002. p. 1935-1943. 6 v.

\_\_\_\_\_. Design de moda: uma nova cultura. **DObra[s]**, Barueri, Estação das Letras e Cores v.1, n.1, p. 66-73, out. 2007.

SANCHES, Maria C. de F. Projetando moda: diretrizes para a concepção de produtos. In: PIRES, Dorotéia B. (Org.). **Design de Moda: olhares diversos.** São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda: planejamento de coleção.** 3. ed. Brusque: Ed. do Autor, 2005.