

## MODA PEDAGÓGICA: A INFLUÊNCIA DAS CORES E ESTAMPAS NA APRENDIZAGEM

*Educational Fashion: The Influence of Color and prints in Learning*

*Keller; Jacqueline, Dra.; Senac/SC, jacquiekeller@yahoo.com.br<sup>1</sup>  
Martins; Carine Borba; Esp. Senac/SC, carinerebelldia@gmail.com<sup>2</sup>*

**Resumo:** Este artigo apresenta um olhar para o vestuário infantil sob a ótica da educação. Através de marcas já reconhecidas em apresentar coleções que estimulam as crianças em seu desenvolvimento, pretendeu-se explorar as técnicas em estamparia e a influência de seus traços e cores no desenvolvimento de produtos a fim de propiciar a este público a possibilidade de estimular seus sentidos e assim, aprender.

Palavras-chave: Vestuário Infantil. Educação. Técnicas de estamparia.

*ABSTRACT: This article presents a look at the children's clothing from the perspective of education. Through brands already recognized in presenting collections that encourage children in their development, it was intended to explore the techniques in printing and the influence of his strokes and colors in product development in order to provide this public the opportunity to stimulate your senses and so learn.*

*Keywords: Infant Clothing. Education. Stamping techniques.*

### Introdução

Das inúmeras tendências propostas para o mercado de moda infantil, destaca-se a que propõe a criação de peças que possibilitem a aprendizagem. Este tipo de vestuário se encontra no mercado, estimulando crianças através de cores e técnicas aplicadas nas peças por meio de estamparia. O objetivo é utilizar a roupa como um instrumento de ensino que contribui para a formação e para o desenvolvimento das crianças.

Sanches (2010) aponta que o desenvolvimento de produtos de moda, sob a perspectiva das metodologias do design ainda é pouco explorado nas indústrias do vestuário e até mesmo pelas escolas que formam os profissionais desta área. É neste sentido que este estudo busca contribuir, tendo como foco

---

<sup>1</sup> Doutora em Gestão do Conhecimento, atua como Docente no Senac/SC na área de Gestão de Moda.

<sup>2</sup> Formada em Design de Moda pela UDESC/SC e Especialista em Moda: Gestão e Marketing pelo SENAC/SC, atua como Estilista em Empresa de Grande Porte/SC, no segmento de moda infantil.

a abordagem de um nicho de mercado pouco explorado em estudos acadêmicos: a criança. (SANCHES, 2010)

O desenvolvimento de roupas infantis com possibilidades de aprendizagem através das cores e estampas é uma área do conhecimento que busca associar moda, design e educação.

A roupa faz parte do dia-a-dia do indivíduo humano desde o momento em que nasce. O primeiro elemento externo que vem ao olhar e aos sentidos da crianças é a roupa.

Quando se busca informação sobre temas relacionados ao universo da educação infantil, o que mais se observa é o papel do brinquedo e das brincadeiras na formação da criança. No entanto, pouco se escreveu sobre o papel das roupas na educação infantil, em particular, sobre as técnicas de estampas, as cores e os atributos que estes podem exercer na formação dos pequenos. Esta questão justifica que a moda infantil é uma área que requer uma atenção maior, pois está indiretamente ligada ao desenvolvimento da personalidade das crianças.

A utilização de técnicas de estampas que estimulem os sentidos e a curiosidade já se observa em algumas marcas atuantes no mercado de confecção, dentre elas: a ZigZigZaa, a Rabispixa, a Família Ovo e a Hering Kids. Todas elas demonstram em seus produtos o estímulo através das cores ou por vezes nas técnicas de estampas, texturas, desenhos e apliques.

Uma peça de roupa que contenha uma tinta especial que demonstre o efeito de brilhar no escuro, por exemplo, faz com que a criança queira apagar a luz para descobrir o desenho. Essa técnica também é bastante utilizada nos pijamas e roupas para dormir. Recentemente a marca Hering Kids apresentou uma campanha com as “camisetas mágicas”, onde as crianças usam a camiseta sob o sol e a estampa, que antes era de cor única, ao contato com a luz, fica totalmente colorida, justamente por ser fotossensível, e ao contrário, no escuro, a estampa tem o efeito de brilho.

Pensar na roupa como instrumento que auxilie no desenvolvimento da criança, seja através das cores para acalmar, ou em estampas que estimulem a criatividade e o universo do faz de conta, foi o que norteou este artigo.

Esta proposta faz parte da proposta de Mestrado para a área de Educação e é tratado aqui, somente do ponto de vista teórico. A ideia é justificar a relevância do estudo tanto para a área de Moda quanto para a de Educação a fim de tornar-se foco de um estudo maior, que é o desenvolvimento da dissertação de Mestrado.

### **Educação Infantil**

Nos dias atuais, a prática pedagógica na Educação Infantil tornou-se um grande e importante desafio. Talvez uma das alternativas para atender de forma criativa e levar a criança ao desenvolvimento de sua identidade e autonomia, seja a construção por meio da ação coletiva, atendo-se à necessidade de uma atitude pedagógica em buscar e construir, novos saberes e um novo olhar acerca de outros métodos de ensino, auxiliando o indivíduo no seu desenvolvimento. ( ROSMANN, 2010)

A prática pedagógica passa a ter um significado diferente quando é o objeto de reflexão. Muitos estudos vêm sendo realizados ao longo dos tempos e argumentados pela ciência e pensadores da educação ao investigarem o

processo de desenvolvimento da criança e perceberem que a inteligência se forma a partir do nascimento e se estende ao longo da infância. (ROSMANN, 2010).

Nesse sentido, Rosmann (2010) afirma que quanto mais estímulo e experiências as crianças receberem, maiores serão suas conquistas e capacidades de desenvolverem-se. Segundo ainda o mesmo autor, pensar na educação infantil hoje, requer, do profissional envolvido, uma visão histórica abrangente sobre as mudanças que vêm ocorrendo na sociedade como um todo. (ROSMANN, 2010).

Se por um lado a criança passou a ser reconhecida como um ser diferenciado do adulto, com característica singular própria, capaz de realizar determinadas tarefas e auto-realizar-se enquanto sujeito independente, autônomo e criativo, por outro, a própria sociedade impõe-lhe, muitas vezes, tarefas e responsabilidades outras, privando-a de brincar e até mesmo de ser criança. (ROSMANN, 2010)

Para Delors (2005) a educação é um processo humanamente histórico de longo prazo. Ela é constituída pelo passado, refaz-se no presente, objetivando o futuro da sociedade, uma vez que:

... aquilo que fazemos hoje será determinante para o tipo de sociedade que desejamos ver instaurar-se, tanto no que se refere aos seus valores quanto ao bem-estar material e cultural de seus cidadãos. A educação para o século XXI deve projetar no futuro a imagem dessa sociedade e antever as qualidades que as mulheres e os homens terão de ajudar a construir (DELORS, 2005, p. 33).

Muhl (2005) diz que para isso, a contemporaneidade exige que a educação, especialmente a primeira etapa da educação básica, seja uma ação coletiva, comprometida com a formação de cidadãos autônomos com sua própria geração. Nessa perspectiva, acredita-se que desde a Educação Infantil, seja possível levar o aluno a construção do seu próprio currículo, da sua identidade e autonomia.

A partir da modernidade, a principal tarefa da educação passou a ser transformar o ser humano e, conseqüentemente a criança num ser autônomo. Para tanto, a infância, assim como a fase juvenil, deixou de ser entendida apenas com fase de passagem de uma forma de vida incompleta para a forma de vida adulta, autônoma e racional. A filosofia, especialmente com Rousseau e Kant, passou a entender a criança e o jovem como seres que, em sua situação de vida concreta, podem e devem viver para a realização de sua própria autonomia e liberdade. (MUHL, 2005, p.306).

Para Rosmann (2010), a educação passa a ser um dos instrumentos pelo qual o homem fundamenta suas pesquisas permitindo abrir caminhos e possibilidades, tornando-o aprendiz da própria realidade e do progresso do conhecimento humanamente planejado, ao invés, de mero espectador.

#### **Vestuário como possibilidade de Aprendizagem**

No mercado de confecção infantil, atualmente, tem-se poucas opções de roupas em que as crianças possam interagir e aprender com elas. Um número

considerável de marcas são, em sua maioria, sempre voltadas para as tendências de moda e com temas da estação. De acordo com Renfrew; Renfrew (2010, p. 114):

As tendências nesta área da moda são sutis, mas cores, formas e influências temáticas se combinam para criar um movimento de moda de nicho que muitas vezes reflete o estilo atual de diferentes áreas de design. No entanto, uma abordagem tradicional persiste e os estilistas seguem.

Para Pereira; Andrade (2013), os processos de criação e desenvolvimento são semelhantes aos de outras áreas de produtos de moda em termos de tecidos, desenvolvimento de cores, formas, prototipagem e produção. Como consequência, o número de fabricantes que se dedicam, exclusivamente a moda para crianças, multiplicou-se, criando um espaço específico para o mundo infantil na moda.

Nesse sentido, Bezerra; Waechter (2008, p.25) afirmam que: ‘a exploração da mídia e a valorização do consumo, cada dia abrem novas oportunidades para o mercado da moda, e as peças criadas para as crianças não fogem a regra’.

Com um mercado competitivo e cada vez maior, criam-se nichos específicos, onde a necessidade de diferenciação resultará no sucesso ou fracasso de cada marca. Com isso observa-se a necessidade de desenvolver uma coleção infantil em que as crianças possam aprender e interagir com as roupas, tornando-as diferentes e divertidas, motivando e possibilitando o aprendizado de forma correta, brincando, com as pequenas coisas do seu dia a dia, através da sua roupa.

Dentre os fatores que interferem no processo de aprendizagem destaca-se ainda o fenômeno psicológico da motivação. Com isso, se faz necessário que a roupa além da função de vestir, tenha a função de impulsionar o indivíduo, neste caso as crianças a atuarem em direção à satisfação de uma curiosidade. (PINHEIRO, 1997)

Segundo Pereira; Andrade (2013), esse vertiginoso crescimento do mercado da moda para o universo infantil criou inúmeras tendências, entre elas, a do vestuário com possibilidades de aprendizagem, que propõe a utilização da vestimenta infantil como instrumento de ensino, o que contribui para a formação e para o desenvolvimento das crianças pelo ato de vestir-se e pela interação que essa ação possibilita. A interação com elementos das roupas permite que conteúdos e assuntos inerentes ao universo infantil sejam transmitidos às crianças de forma lúdica. (PEREIRA; ANDRADE, 2013)

O termo moda ou vestuário pedagógico foi cunhado por Fante (2010), que considera como educativas as roupas infantis que embutem fatores que, além de vestir, educam e divertem as crianças. A autora explica ainda, que: “seguindo orientações de pedagogos, os estilistas transportam a fantasia dos brinquedos para o tecido, eles criam detalhes curiosos que aguçam a visão, a audição, o tato, ou seja, os cinco sentidos da criança”. (FANTE, 2010, p. 1).

Para Pereira; Andrade (2013), esse novo conceito de vestuário infantil explora o processo de aprendizagem que ocorre pela consciência visual, tátil,

olfativa e auditiva, permitindo que a criança se desenvolva, dentro das etapas naturais e de forma lúdica, por meio de uma multiplicidade de unidades básicas de informação que atuam, simultaneamente, como um dinâmico canal de comunicação e um recurso pedagógico.

O mercado de roupas infantis oferece, atualmente, produtos com cores seguindo tendências de moda, de acordo com cada estação. Pensar na construção de produtos com cores de estampas que estimule as crianças é visível em algumas marcas. As informações aqui citadas foram obtidas nos sites das marcas. A primeira é a Família Ovo.

#### - Marca Família Ovo

A marca pernambucana família Ovo surgiu de um projeto da designer Roberta Leão em 2006, inspirada pela necessidade de vestir crianças com roupas mais confortáveis, alegres e divertidas. Com foco num forte trabalho de design e amparada pelo uso da estampa digital, as coleções têm como objetivo utilizar o design para comunicar e trazer conforto, praticidade e alegria para o dia-a-dia. A marca estimula a aprendizagem através do uso de cores fortes, principalmente com as cores primárias. Apresenta em seus produtos uma estampa com traços simples que estimula a curiosidade, o olhar e principalmente o imaginário. Observa-se muitas peças com estampas de fantasia, onde favorece a criança brincar de faz de conta. As figuras 01 e 02 demonstram este exemplo:

Figura 01: Vestido Família Ovo



Figura 02: Macacão Família Ovo



Fonte: Site FamíliaOvo.com (2015)

#### - Marca Rabispixa

Rabispixa é uma camiseta infantil que resgata memórias da infância. Inspirada em elementos do universo infantil – histórias, fábulas, cantigas e versinhos – cria estampas exclusivas e interativas que ainda transformam a roupa numa grande brincadeira. A marca apresenta através das peças que estimulam a imaginação da criança, e ainda trazem pai, mãe, avô, avó, tia, tio,

dindas e amiguinhos, todos para brincar juntos, contando histórias, recitando versos ou ainda ensinando aquelas gostosas cantigas de roda ou trava-línguas. As figuras 03 e 04 representam a marca:

Figura 03: Camiseta Marca Rabispixa Figura 04: Marca Rabispixa



Fonte : Site Loja Rabispixa.com (2015)

#### - Marca ZigZigZaa

Está no seu *slogan* e em seu DNA. A primeira e única marca de roupas que contribui com o desenvolvimento saudável das crianças. É com esse posicionamento inovador que a ZigZigZaa surpreendeu o Brasil e se transformou em referência no segmento de moda infantil. Habilidades e percepções, aprendidas a cada dia, fazem desse período algo muito especial para a construção e desenvolvimento da criança.

A marca ZigZigZaa, tem como forte diferencial uma coleção colorida e lúdica. As estampas além de coloridas possuem técnicas que estimulam a curiosidade, um grande diferencial é a estampa em *puff* (técnica de estamparia) onde se utiliza muito o método Braille para crianças e pais com deficiência visual. Os produtos oferecem peças apliques com barulho que estimulam a interatividade. As peças são confortáveis e o principal atributo da marca é atrair o olhar para as peças a fim de estimular em diversos aspectos o aprendizado. As imagens das peças podem ser visualizadas na figura 05 e 06:

Figura 05: Menino ZigZigZaa Figura 05: Menina ZigZigZaa



Fonte: Site da Marca (2015)

A moda infantil apresenta em suas peças mais cores e formas e seguem um padrão tradicional que os estilistas seguem. Para Renfrew; Renfrew (2010), o processo de desenvolvimento é comparado com outra coleção de moda normal, seguindo normalmente as datas pré-definidas da coleção. O diferencial é justamente a inserção do aprendizado.

#### **A percepção das cores no Comportamento Infantil**

De acordo com Dondis (1997) as pessoas conhecem o mundo pela percepção dos seus sentidos. É por meio do tato, olfato, paladar e visão que se conhece, se sente e se vê os objetos e tudo ao redor. A forma e as cores são percebidas com a ajuda da visão. A visão é a primeira referência que se tem de uma comida, por exemplo, e depois vem o olfato e por último o paladar. Segundo Dondis (1997, p.6): praticamente desde nossa primeira experiência no mundo, passamos a organizar nossas necessidades e nossos prazeres, nossas preferências e nossos temores, com base naquilo que vemos’.

Para Janesch (2013) é pelo olhar que se escolhe muitas coisas, que se sabe se gosta ou não de determinado objeto. Mas para isso, o sentido da visão precisa do auxílio da luz, pois sem ela não vemos as cores ou a forma do objeto. Ainda para o mesmo autor, ao nascer, se tem percepção visual, capacidade de analisar um objeto e seus detalhes inatos, e com o passar dos anos se vai evoluindo e tornando essa percepção mais elaborada. As crianças veem com mais nitidez, pois, diferente dos adultos, elas tem seu campo visual para todas as direções. (JANESCH, 2013)

Conforme uma pesquisa realizada com adultos e crianças Brondani (2006), chegou a conclusão de que a cor da luz tem um apelo muito mais significativo para a criança do que para o adulto. Pois é por meio dela que se vê e conhece tudo, num ambiente sem luz tudo perde vida, não se conhece nada, nada tem forma.

Segundo Dondis (1997), ‘a experiência visual humana é fundamental no aprendizado para que possamos compreender o meio ambiente e reagir a ele(...)’. Sendo assim, a luz é responsável por dar forma e cor. (DONDIS, 1997)

Todos aqueles que trabalham com imagem, seja na criação de roupas ou na construção de qualquer objeto, se necessita da cor para se destacar e se fazer ser compreendido em sua forma. Perceber, transmitir, recordar, e

muitos outros fatores estão ligados aos efeitos psicológicos que a cor tem sobre o ser humano. (BRONDANI, 2006)

Farina (1990, p.112) confirma dizendo que: ‘as cores constituem estímulos psicológicos para a sensibilidade humana, influenciando no indivíduo, para gostar ou não de algo, para negar ou afirmar, para abster-se ou agir’.

Segundo Lacy (1996) a cor pode transformar, animar e modificar totalmente um ambiente; todos nós reagimos a cor, e atualmente é possível levá-la a todas as áreas da vida pelo uso de materiais, tecidos e tintas. Desde que existam produtos químicos, é possível tingir-se a maior parte das coisas com qualquer cor que se queira. Sabe-se que a cor oferece infinitas possibilidades de ser trabalhada como elemento criativo. Pode-se combinar tons, misturar as matizes e produzir infinitas reações impactantes ou tranquilizantes. (LACY, 1996)

Fazendo-se uma ligação entre a influência das cores no processo de aprendizagem das crianças e o momento em que ela está ingressando no ambiente escolar conhecendo pessoas que estão fora do seu meio de convívio, implica, segundo Lacy (1996, p. 41) que: ‘ tons quentes de rosa, pêssego e damasco ajudarão a proporcionar a sensação de segurança que é tão importante para as crianças.(...), os tons claros de verde combinam bem com essas cores quentes e ajudam a criar uma atmosfera calma e relaxante’.

A respeito do laranja e do amarelo, Lacy (1996, p.41) diz que : ‘O laranja é benéfico para as crianças tímidas, mas também para as extrovertidas, porque canaliza suas energias para a criatividade (...). Não use o amarelo na decoração, uma vez que essa cor só faria deixar a criança insegura e perdida’. Tomando como base a utilização das cores e sua influência positiva ou negativa no cotidiano das pessoas e a importância no processo educacional das crianças, observou-se que cada vez mais a aplicação desse recurso é utilizado como diferencial para estampas em tecidos e roupas, principalmente, no mercado infantil.

Outra técnica relevante para criar figuras ornamentais em um tecido é o bordado. Callan (2007) afirma que pode ser utilizado para realçar a superfície do tecido, obtendo por meio da sua aplicação, texturas fascinantes, que criam desenhos trabalhando com linhas, alterando escalas, espaçamentos e pontos, além de permitir a aplicação de pequenas peças e outros artefatos decorativos

De acordo com Bezerra; Waechter (2008), aplicações externas, como cores e cheiros, são utilizadas, nas roupas infantis, para atrair esse público. Para entrar no mundo da diversão, os acessórios como: chaveiros, aviamentos aparentes e até estímulos sonoros, são aplicados ao vestuário infantil e utilizados, hoje, por confecções, como auxiliares no desenvolvimento das crianças.

### **Considerações Finais**

Entender as técnicas pedagógicas e a importância da utilização das cores e o poder que exercem sobre as pessoas a ponto de influenciar na personalidade, instigam um pensamento sobre como o design e a moda utilizam-se desses recursos no desenvolvimento criativo de roupas e acessórios infantis.

Diante desta situação, o conceito de design introduzido no vestuário infantil reforça a importância de se trabalhar no âmbito das necessidades



humanas, com o objetivo de encontrar propostas viáveis e, ao mesmo tempo, inovadoras. Logo, o vestuário infantil e seus acessórios devem considerar, além dos aspectos estéticos e simbólicos. A importância do uso das cores no vestuário, principalmente para as crianças é uma reflexão que por intermédio das marcas apresentadas, estimulam o olhar ao produto.

A marca Família Ovo por se tratar de produtos para dormir, apresenta como diferencial o design e a qualidade da estampa digital. A estampa digital oferece maior qualidade e resolução em suas estampas. Quando se pensa no imaginário infantil, a empresa Rabispixa apresenta produtos com estampas com traços simples, porém com histórias literárias que fazem parte do ensino, transmitidas nas escolas para educação infantil.

Já a marca Zig Zig Zaa, além de estimular através do seu colorido, apresenta diversas técnicas junto com a estampa, através de apliques e efeitos como a tinta especial que brilha no escuro, o *puff* e o uso da técnica do Braille em praticamente todas as peças, sempre pensando no bem-estar das crianças e pais com deficiência visual.

Portanto, mais do que identificar o processamento que é aplicado em cada marca, este estudo proporciona como instrumento, um olhar avançado para as roupas das crianças. Fazer pensar na roupa como método de estímulo e aprendizagem.

Nesse sentido, prestar atenção nas roupas infantis é um modo de entender a educação que se está praticando ou a que pode ser praticada.

#### Referências

BEZERRA, M. F.; WAECHTER, H. **Brincando com a roupa um estudo sobre a compreensão do uso de elementos lúdicos na moda infantil**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 80., 2008, São Paulo. Anais... São Paulo, 2008.

BRONDANI, Sergio A. **A percepção da luz artificial no interior de ambientes edificados**. Tese de Doutorado. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis: 2006. Disponível em: <  
<http://www.iar.unicamp.br/lab/luz/ld/Arquitetural/Pesquisa/A%20PERCEP%C7%C3%20A%20LUZ%20ARTIFICIAL%20NO%20INTERIOR%20DE%20AMBIENTES%20EDIFICADOS.pdf>>. Acessado em 24 de maio 2015.

CALLAN, G. O. **Enciclopédia da moda**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007

DELORS, Jacques (org.) **Educação para o século XXI**. Porto Alegre: ArtMed, 2005.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. Editora Martins Fontes. São Paulo: 1997. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/7772959/Sintaxe-Da-Linguagem-Visual-Donis-ADondis-72dpi> Acessado em 26 de maio 2015.

FANTE, V. G. S. **Moda pedagógica**. B D Revista, ago. 2010. Disponível em: <<http://www.erechim.ifrs.edu.br>>. Acessado 24 de maio 2015.

FANTACHOLI, Fabiane das Neves. **A importância do Brincar na Educação Infantil**. Universidade Candido Mendes - Instituto A vez do mestre, Pós – Graduação Latu Sensu - 2014 . Disponível em:<<http://monografias.brasilescola.com/educacao/a-importancia-brincar-na-educacao-infantil.htm>> Acessado em 24 de maio 2015.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 4 ed. São Paulo: Edgard Blücher, 1990.

JANESCH, Mônica . Educação infantil: a importância da iluminação e cor no desempenho e aprendizado da criança /Pós-graduação em Iluminação e Design de Interiores Instituto de Pós-graduação – IPOG – 2013 Disponível em : [file:///C:/Users/User/Downloads/abf83118b5f4963e699f17fd791668d5%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/abf83118b5f4963e699f17fd791668d5%20(4).pdf) Acessado em 24 de maio 2015.

LACY, Marie L. **O poder das cores no equilíbrio dos ambientes.** A cor nos estabelecimentos de ensino. P. 41-45. São Paulo: editora Pensamentos – Cultrix, 1996.

MÜHL, Eldon Henrique. **A criança e a educação para a maioria: considerações a partir de Walter Benjamin.** IN: DALBOSCO, Claudio Almir. Educação e maioria: dimensões da racionalidade pedagógica. São Paulo: Cortez; Passo Fundo: UPF. 2005.

RENFREW, E; RENFREW C. **Desenvolvendo uma coleção.** Porto Alegre: Bookman, 2010.

ROSMANN, Márcia Adriana: **Desafio da educação de crianças de zero a cinco anos na sociedade do conhecimento.** Disponível em : [http://www.unicruz.edu.br/15\\_seminario/seminario\\_2010/CCHC/DESAFIO%20DA%20EDUCA%C3%87%C3%83O%20DE%20CRIAN%C3%87AS%20DE%20ZERO%20A%20CINCO%20ANOS%20NA%20SOCIEDADE%20DO%20CONHECIMENTO.pdf](http://www.unicruz.edu.br/15_seminario/seminario_2010/CCHC/DESAFIO%20DA%20EDUCA%C3%87%C3%83O%20DE%20CRIAN%C3%87AS%20DE%20ZERO%20A%20CINCO%20ANOS%20NA%20SOCIEDADE%20DO%20CONHECIMENTO.pdf) Acessado em 24 de maio 2015.

SANCHES, M. C. F. **Projetando moda: diretrizes para concepção de produtos.** In: PIRES, D. B. (Org.). Design de moda: olhares diversos. 2. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

PINHEIRO, Beatriz Maria de A. DN SENAC. **O processo de ensino- aprendizagem.** Ed. Senac Nacional, 1997. 80 p. Inclui bibliografia.

PEREIRA, Livia Marsari , ANDRADE, Raquel Rabelo . **Vestuário infantil com conceitos de aprendizagem: o design como condutor projetual .** Projética, Londrina, v.4, n.1, p. 101-120, Jan./Jun. 2013 Disponível em : <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/viewFile/14647/13422> Acessado em 25 de maio 2015.