

RELAÇÃO ENTRE DESIGN DE MODA E SUSTENTABILIDADE, OS MOTIVOS DA APROXIMAÇÃO E A NECESSIDADE DE MUDANÇA NOS PARADIGMAS

*The relationship between fashion design and sustainability, the reasons for approach
and the need for change in paradigms*

Resumo: Este artigo objetiva pesquisar e apresentar conceitos de design de moda e sustentabilidade e mensurar o impacto da mesma nas dimensões social, ambiental e econômica durante o processo projetual de design de moda, com abordagem qualitativa por meio de uma tabela proposta, apresentando indicadores visuais como resultado desta pesquisa e discussão.

Palavras chave: Design de Moda; Sustentabilidade; Paradigmas.

Abstract: *This article aims to research and present concepts of fashion design and sustainability and to measure the impact of the same in the social, environmental and economic dimensions during the design process of fashion design, with a qualitative approach through a proposed table, presenting visual indicators as a result this research and discussion.*

Keywords: Fashion design; Sustainability; Paradigms.

Introdução

O universo da moda contemporânea é veloz e mutante. Nem todos sabem, mas a indústria do vestuário e dos produtos de moda além de gerar muitos resíduos, vem se destacando negativamente em relação às dimensões da sustentabilidade, constituindo um problema o qual deverá ser superado pelo setor.

O processo do desenvolvimento industrial promoveu mudanças significativas no comportamento humano, principalmente em relação ao universo da moda, tornando-o efêmero.

Diante deste contexto, este artigo tem como objetivo pesquisar e apresentar teoricamente conceitos e definições de design de moda e sustentabilidade a fim de verificar fatores de aproximação e quebra de paradigmas entre tais assuntos, além de mensurar o impacto da sustentabilidade nas dimensões social, ambiental e econômica durante o processo projetual de design de moda.

O poder de comunicação que o universo da moda possui deve ser explorado principalmente pelos designers e estilistas devido a carga de signos no qual o vestuário carrega.

Portanto, a moda deve ter sua vertente sustentável e ser explorada nas coleções chegando à prática dos designers e estilistas, demonstrando que não se trata apenas de um modismo, mas de uma necessidade atual com muitos reflexos futuros.

Design de Moda e o Pensamento Projetual

O design de moda é uma vertente mercadológica do desenho industrial, o qual tem como objetivo projetar industrialmente, ou seja em larga escala. O Conselho Internacional de Sociedades de Design Industrial - ICSID -, atual World Design Organization - WDO - em sua 29ª Assembléia Geral em Gwangju (Coréia do Sul), o Comitê de Prática Profissional revelou uma nova definição de design industrial:

O Design Industrial é um processo estratégico de resolução de problemas que impulsiona a inovação, desenvolve o sucesso comercial e conduz a uma melhor qualidade de vida através de produtos, sistemas, serviços e experiências inovadoras. O design industrial supera a diferença entre o que é e o que é possível. É uma profissão transdisciplinar que aproveita a criatividade para resolver problemas e co-criar soluções com a intenção de tornar um produto, sistema, serviço, experiência ou uma empresa melhor. No seu coração, o Design Industrial fornece uma maneira mais otimista de olhar para o futuro ao reformular os problemas como oportunidades. Ele liga inovação, tecnologia, pesquisa, negócios e clientes para fornecer novos valores e vantagem competitiva em todas as esferas econômicas, sociais e ambientais (WORLD, 2017).

Já o termo moda, significa

[...] costume e vem do latim modus. É um fenômeno sociocultural que expressa hábitos e costumes de uma sociedade. Podemos considerar que é um fenômeno de mutação, que sempre está se reinventando [...] Ela é uma linguagem não verbal com significado de diferenciação, ou seja, maneiras diferentes de pensar, agir, vestir, comportar e comunicar. Como comunicação, ela tem significados variados como revolta, contestação e conformismo, mas como estilo de vida, é algo que adotamos nas roupas, sapatos, cabelos, músicas e tudo o que nos cerca (LOBO, p. 11, 2014).

O mercado de moda lança seus produtos duas vezes por ano por meio de coleções e mini-coleções (primavera/verão e outono/inverno) e por meio de mudanças de estilo, materiais e detalhes, oferece ao consumidor a cada

estação um look atual, relata Matharu (2011). Os designers trabalham temas diversos para criar conexão entre o produto e o público por meio de fatores estéticos e emocionais, inspirando-se em culturas, política, economia, tecnologia, identidade entre outros temas. A moda é comunicação e ajuda expressar a individualidade, caracterizando uma identidade de quem as veste e gostos, culturas e/ou religião.

Já o designer de moda, surge de forma humilde e é reconhecido junto do nascimento da alta costura com Charles Frederick Worth.

Depois de trabalhar em fábricas de tecido em Londres e Paris, Worth desenvolveu um conhecimento profundo sobre tecidos e técnicas de venda a medida que aprendeu a selecionar e manipular tecidos para adequá-los à personalidade e aos traços faciais de seus clientes. Worth abriu seu próprio ateliê de costura em Paris em 1858. Seu "salon" se tornou um paraíso da criatividade e da exclusividade (MATHARU, 2011, p.21).

Lobo (2014, p.13) diz que há diversos motivos que levam uma pessoa a escolher uma roupa, sendo estes por questões climáticas para proteger o corpo do frio, do calor e da chuva, por questões profissionais como os policiais, que utilizam coletes à prova de balas, por questões de identificação no caso do uso uniformes, por questões de religião, status social indicando a classe social ou grupos sociais, questões de conforto e praticidade, questões de ego tornando-se atraentes aos olhos dos outros, questões psicológicas e até questões de protesto.

Nesse sentido, para que o desenvolvimento sustentável se faça presente no universo da moda é preciso realizar tanto mudanças na indústria do vestuário e moda quanto conscientizar e criar uma nova cultura na sociedade. Martins (2007, p.02) propõe a constituição de um *'sistema alternativo de vida, com padrões de comportamento, de produção e de consumo que atendam ao menos às necessidades básicas de cada indivíduo e às prioridades coletivas mediante o processo democrático'*.

A autora ainda corrobora que o fato da moda planejar que seus produtos tenham menor tempo de vida por fatores diversos, tais profissionais da moda deveriam ter planejado soluções para que produto efêmero não fosse incompatível com moda sustentável.

Sustentabilidade, Princípios e Ciclo de Vida

Sherin (2009, p.12) diz que a “sustentabilidade é o uso equilibrado do capital natural, social e econômico para oferecer o bem-estar continuado do planeta e das gerações futuras”.

Em 2008, Sachs apresentou cinco pilares do desenvolvimento sustentável: o social, o ambiental, o territorial, o econômico e o político. O mesmo autor, em sua obra Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável (2009), acrescenta mais três critérios de sustentabilidade, sendo estes o cultural, o ecológico e o político. Este último se divide em política nacional e política internacional conforme pontuado a seguir.

Social: A meta é construir uma civilização com maior equidade na distribuição de renda e de bens, com qualidade de vida decente e igualdade no acesso aos recursos e serviços sociais.

Cultural: Equilíbrio entre respeito à tradição e inovação, incluindo a procura de raízes endógenas de processos de modernização que traduzam soluções específicas para o local, o ecossistema, a cultura e a área.

Ecológica: Relacionada à preservação do potencial do capital natural na sua produção de recursos renováveis e à limitação do uso dos recursos não renováveis.

Ambiental: Trata-se de respeitar e realçar a capacidade de restaurar suas características ambientais.

Territorial: Refere-se a melhoria das configurações e disparidades das áreas urbanas e rurais além de estratégias de desenvolvimento ambientalmente seguras para áreas ecologicamente frágeis.

Econômica: Desenvolvimento econômico intersetorial equilibrado, com segurança alimentar, modernização dos instrumentos de produção, razoável nível de autonomia na pesquisa científica e tecnológica e inserção soberana na economia internacional.

Política Nacional: Democracia definida em termos de apropriação universal dos direitos humanos; Coesão social entre empreendedores e projetos nacionais implementados pelo Estado.

Política Internacional: Baseada na eficácia da ONU na gestão do patrimônio global, busca-se o controle institucional efetivo do sistema internacional financeiro e de negócios, prevenção das mudanças globais negativas, proteção

da diversidade biológica (e cultural), cooperação científica e tecnológica internacional e eliminação parcial do caráter *commodity* da ciência e tecnologia. como herança a humanidade.

Além do fator econômico, no que diz respeito aos empregos gerados, possuem responsabilidades, sociais e ambientais. Segundo Souza (2011, p.20) a moda é um “fenômeno organizado, disciplinado e sancionado”, por isso não pode ser considerada algo efêmero e de pouca importância.

A moda a muito tempo deixou de cumprir sua função primária de cobrir o corpo. Hoje está associada há aspectos históricos, sociais, artísticos, econômicos entre outros.

O que antes era produzido de modo artesanal, alterou-se para modo industrial o qual modificou o planejamento do produto, desde sua ideação, desenvolvimento até sua produção.

A sustentabilidade tem sido tema amplamente discutido em diferentes âmbitos da sociedade, seja acadêmico ou industrial. Suas três principais dimensões estão alicerçadas no tripé: desenvolvimento econômico, desenvolvimento social e gestão ambiental (MARTINS, 2010).

A sustentabilidade é uma variável no desenvolvimento do projeto. Seu conceito deve ser norteador e fundamental as atividades, refletindo sobre suas dimensões e utilizando ferramentas como por exemplo, análise do ciclo de vida no processo para o desenvolvimento do produto.

Apesar do *fast fashion*¹, funcionar como inclusor social, ao facilitar o acesso dos produtos de moda às classes menos favorecidas, por sua vez gera uma falsa promessa de felicidade, pois a obsolescência é tão rápida gerando uma insatisfação, por conta da constante sensação de falta, relata Marchioro (2010).

O consumo excessivo, fomentado pela moda de uso rápido, causa consequências diretas ao meio ambiente, pois para manter o ritmo acelerado de produção há gastos exagerados de energia, matéria prima, transporte, entre outros além de uma alta produção de lixo (MARCHIORO, 2010. p. 134).

Portanto, a obsolescência programada na moda possui um ritmo, muito mais nítido, rápido e desenvolvido, que em outras cadeias produtivas, ou seja,

¹ A expressão *fast fashion*, que em uma tradução literal significa *moda rápida*, é uma analogia aos tempos *fast food*, porque é feita para ser consumida, digerida e descartada em poucos meses (MARCHIORO, 2010. p. 130)

o descarte ocasiona impactos ambientais tão rápidos quanto o desenvolvimento do produto de moda, indo contra aos axiomas de design sustentável, na contramão das questões relacionadas à sustentabilidade, corrobora Martins (2010).

A criação de coleções sustentáveis,

é uma reação contra esse consumo em massa. As empresas estão considerando o impacto que seus tecidos e processos de fabricação têm no ambiente. Muitos estão escolhendo utilizar tecidos feitos de material reciclado, seja no vies da fibra ou do tecido. Muitas fibras vêm de fontes naturais e podem ser reutilizadas, assim como algumas fibras sintéticas. Por exemplo, o poliéster pode ser feito de garrafas plásticas anteriormente utilizadas para embalagens. As empresas que usam corantes sintéticos estão reduzindo a quantidade de substâncias químicas necessárias nos processos e reciclando a água que utilizam (...) o tingimento com corantes sintéticos muitas vezes é visto como antiético. Contudo, os corantes naturais precisam de fixadores que podem ser perigosos para o meio ambiente (...) (Fonte: UDALÉ, 2015, p.23)

O fato desta discussão ser considerada, é que o setor da moda é a terceira maior atividade econômica do mundo (...), logo a estética deve voltar a andar de mãos dadas com a ética, considerando o processo de forma cíclica e não linear, disserta Berlim (2012, p.10).

A autora ainda diz que a sustentabilidade na moda, se sobrepõe a tendência, do “amor líquido”, relatado por Bauman, onde o frívolo e a preferência pelo efêmero é superficial, e que se vai e/ou acaba em um curto espaço de vida, tornando possível a busca pelo “*slow fashion*², que resgata o prazer da percepção de uma obra em progresso, em vez de um foco restrito ao resultado, ao produto”. (2012, p.11)

Nesse sentido a moda pode sim adotar práticas de sustentabilidade,

criando produtos que demonstrem sua consciência diante das questões sociais e ambientais que apresentam hoje em nosso planeta, e pode, ao mesmo tempo, expressar as ansiedades e desejos de quem a consome. Afinal, a moda não apenas nos espelha - ela nos expressa (BERLIM, 2012, p.13).

A autora ainda corrobora que a sustentabilidade,

não está apenas relacionada às ações de filantropia, gestão de resíduos ou plantio de árvores, mas a uma reorganização de visão de mundo de cada cidadão. É algo que requer uma profunda e íntima reflexão sobre o que é considerado desenvolvimento e para onde esse desenvolvimento está levando a humanidade, quais são suas

² O conceito *slow fashion* é usado para designar um processo de criação e produção dentro da linha de pensamento da cozinha lenta. (MARCHIORO, 2010. p. 137)

consequências, que preço estamos pagando por ele e como temos nos relacionado com a natureza, da qual fazemos parte (BERLIM, 2012, p.13/14).

Marchioro (2010, p.137) discute sobre alguns fatores que podem ser abordados para que a sustentabilidade não seja apenas uma utopia no universo da moda, buscando o desenvolvimento de peças com ênfase no design, que os profissionais utilizem matérias-primas selecionadas em seus projetos, com capricho e qualidade possibilitando um longo período de uso, ou seja, gerando um novo olhar sobre as coleções em todo seu ciclo de vida. Combinados tais fatores, a autora acredita que *“pode-se chegar a um ponto comum em que seja possível que a moda atue como um agente transformador da sociedade”*.

Pensamento projetual clássico do Design adaptado para o design de Moda

O pensamento projetual do design parte da resolução de um problema e/ou oportunidade mercadológica. Muitos autores da área possuem métodos que auxiliam na orientação do processo de design e pensamento projetual. Neste artigo foi selecionado o método de Löbach, por ser um método clássico e fechado no design, podendo utilizá-lo em diversas vertentes. Segue na figura abaixo a apresentação do método.

Figura 01: Método Lobach

Processo Criativo	Processo de solução de problema	Processo de design (des. de produto)
1. PREPARAÇÃO	Análise do Problema Conhecimento do problema Coleta de informações Análise das informações Definição do problema, clarificação do problema, definição de objetivos	Análise do problema de design Análise da necessidade Análise da relação social (homem-produto) Análise da relação com ambiente (produto-ambiente) Desenvolvimento histórico Análise do mercado Análise da função (funções práticas) Análise estrutural (estrutura de construção) Análise da configuração (funções estéticas) Análise de materiais e processos de fabricação Patentes, legislação e normas Análise de sistema de produto (produto-produto) Distribuição, montagem, serviço a clientes, manutenção Descrição das características do novo produto Exigências para com o novo produto
2. GERAÇÃO	Alternativas do problema Escolha dos métodos de solucionar problemas, produção de idéias, geração de alternativas	Alternativas de design Conceitos do design Alternativas de solução Esboços de idéias Modelos
3. AVALIAÇÃO	Avaliação/alternativas problema Exame das alternativas, seleção, Processo de avaliação	Avaliação / alternativas de design Escolha da melhor solução Incorporação das características ao novo produto
4. REALIZAÇÃO	Realização / solução do problema Realização da solução do problema, Nova avaliação da solução	Solução de design Projeto mecânico e estrutural Detalhamento Desenvolvimento de modelos Desenhos técnicos e de representação Documentação do projeto e relatórios

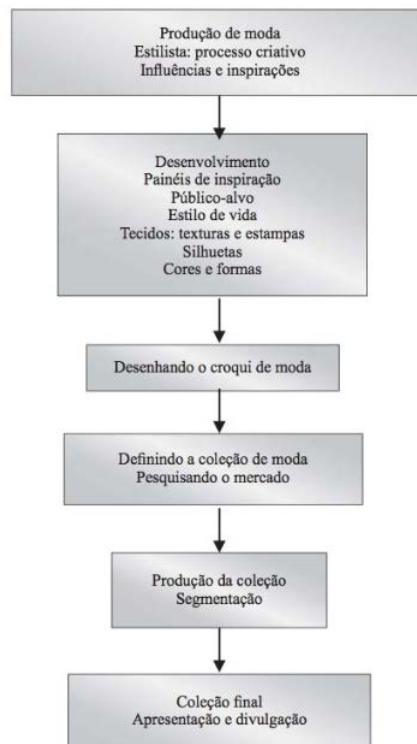
Fonte: Lobach, 2001.

A indústria da moda e vestuário possui uma grande cadeia produtiva e é segmento potencial na economia mundial, como já citado anteriormente. Com tal responsabilidade, ter consciência se torna essencial para os profissionais da área tanto na criação quanto no desenvolvimento e produção do produto de moda. Ainda não se tem métodos específicos para o design de moda, mas o ensino na área reforça todo o processo e importância de interpretar os pontos de vista de cada autor, identificando cada etapa processual, possibilitando então a utilização de ferramentas adequadas que melhorem o desempenho do projeto como um todo.

A indústria da moda trabalha com prazos curtos e grande número e produtos para compor as coleções e as mini coleções de acordo com a atuação de mercado. Nesse sentido é essencial o entendimento do processo de design para que se torne viável mercadologicamente e completo projetualmente, fortalecendo tanto o segmento do design quanto a marca que gerou a demanda, além de alcançar um resultado mais satisfatório, identificar falhas e analisar custos em cada etapa do processo.

Segundo Silva (2014, p.22), a sequência da cadeia produtiva de design de moda é contemplada por diversas etapas. Segue abaixo um esquema visual apresentando-as:

Figura 02 - cadeia produtiva do design de moda.



Fonte: Silva (2014, p.22).

As etapas da cadeia produtiva podem ser alteradas conforme o produto e processo de cada empresa.

Procedimentos Metodológicos

A pesquisa se caracteriza como exploratória com abordagem quali-quantitativa, utilizando de técnicas, como pesquisa bibliográfica e instrumentos de entrevistas semi-estruturada e formulário (tabela) .

Para este estudo foram entrevistados, quatro especialistas na área de design de moda, afim de verificar sua relação projetual com a sustentabilidade, nas dimensões social, ambiental e econômica. Para tanto foi elaborado, uma tabela, a qual se originou por meio do método proposto por Lobach, já apresentado detalhando cada etapa projetual conforme o processo da cadeia produtiva do design de moda.

A partir da tabela proposta, cada especialista, mensurou por meio visual o impacto da sustentabilidade nas três dimensões já citadas.

Após a coleta dos dados, foi realizada a análise dos mesmos e apresentado os resultados obtidos por meio de indicadores visuais, identificando quais etapas do processo devem ser repensadas, propondo mudanças e quebrando atuais paradigmas da indústria do vestuário e da moda.

Foram feitos 4 quadrados, para cada uma das três dimensões, totalizando 12 quadrados por etapa sendo estes coloridos. Cada respondente deveria preenchê-los conforme impacto da sustentabilidade gerada na etapa específica, conforme legenda abaixo.

Quadro 01: Legenda da Coleta de Dados

	Social	
	Ambiental	
	Econômico	

Fonte: Autoras, 2017

Serão somados os dados coletados dos quatro respondentes, gerando uma tabela única. Em seguida será apresentado uma tabela que demonstra o impacto da sustentabilidade gerada na fase específica.

Apresentação dos Dados e Resultados

Segue o tabela com o resultado somado dos quatro respondentes.

Figura 03: Resultado da Coleta de Dados

CRIAÇÃO E PRODUÇÃO	METODOLOGIA LÖBACH	SUBETAPAS LÖBACH	PENSAMENTO PROJETUAL DESIGN DE MODA	TÉCNICAS E FERRAMENTAS	IMPACTO DIMENSÕES SUSTENTABILIDADE
criação e desenvolvimento de moda	Fase de Preparação	Identificação do Problema	Identificação/ Necessidade Mercadológica	Análise do Problema	
		Pesquisa	Público - Alvo	Persona e Cenário	
			Coleta de Informações	Briefing	
			Inspiração	Moodboard	
criação e desenvolvimento de moda	Fase de Geração	Conceitualização	Definição de Conceito	Brainstorming	
			Tema da Coleção	Título da Coleção Texto Conceito	
			Trad. Visual Conceitual	Painel Semântico	
		Diretrizes projetuais	Materiais, Tecidos, Aviamentos, Cores, Shapes, Estampas	Matriz Projetual	
		Definição da Coleção	Mix de Coleção	quantidade de produtos (básico, fashion, vanguarda)	
		Geração de Alternativas	Geração de Alternativas	Esboço Croquis Técnicas de processo lógico	
Ciclo de Vida	Etapas do Ciclo de vida	Concepção, Desenvolvimento, Uso e Descarte Estratégias de Sustentabilidade			
criação e desenvolvimento de moda	Fase de Avaliação	Avaliação e Seleção de Alternativas	Avaliação e Seleção da Coleção	Matriz de avaliação Matriz de seleção	
		Alternativa Adotada	Coleção Final	Desenho de Moda	
produção de moda	Fase de Realização	Documentação	Documentação Técnica	Desenho Técnico Ficha Técnica	
		Prototipagem	Modelagem	Modelagem 3D/Toile Modelagem 2D	
			Construção do Vestuário	Pilotagem	
		Teste de Usabilidade	Prova	Peça Piloto	
		Refinamento (quando necessário)	Prova	Desenho Técnico Modelagem 3D/ Toile Modelagem 2D Peça Piloto	

Produção Linha de Produção	Pré-Produção	Gradação dos moldes Encaixe Enfesto Corte	
	Confeção	Costura	
	Beneficiamento	Estamparia Bordadoria Lavanderia Tingimento	
	Acabamento	Aviamentos Limpeza da Peça Passadoria Etiquetagem Embalagem	
	Controle de Qualidade	setorial - conferência subetapas geral - conferência do produto acabado	
	Expedição/ Distribuição	Empacotamento saída do produto	
	Venda	Lojista	PDV

Fonte: Autoras, 2017

Segue apresentação dos dados obtidos a partir da soma de cada etapa que existe nas fases de preparação, de geração, de avaliação e de realização.

Quadro 02: Impacto da sustentabilidade gerada na fase específica

Fase de Preparação	Fase de Geração	Fase de Avaliação	Fase de Realização

Fonte: Autoras, 2017

Discussão e Considerações Finais

Diante da tabela utilizada para coleta de dados com os especialistas e dos indicadores visuais com a mensuração dos resultados em relação ao impacto da sustentabilidade nas dimensões social, ambiental e econômica, percebe-se o quanto é relevante esta consideração para o desenvolvimento do pensamento projetual no design de moda.

Verifica-se que na primeira fase ou seja, fase de preparação as três dimensões obtiveram o mesmo nível de impacto, tornando-se essencial a reflexão sobre cada uma delas perante as etapas do método para o design de moda. Pois, no design quando se tem um problema bem esclarecido e um

público alvo identificado com informações comportamentais, psicológicas, demográficas entre outras, ficando menos complexo sua resolução e/ou aumentando o percentual de assertividade.

Já na segunda fase ou fase de geração, é preciso ter todas as informações levantadas para definição de conceitos, definição das diretrizes projetuais, análise de ciclo de vida do produto e posteriormente gerar alternativas desse produto. Nesta fase é primordial ter clareza de como o designer pode gerenciar tais etapas levando em consideração as três dimensões, pois é neste momento a tomada de decisão que influenciará em todo restante do processo projetual. Percebe-se então que o maior impacto se dá nas dimensões ambientais e econômicas, por fatores ligados diretamente a matérias-primas, ciclo de vida e desenvolvimento, os quais exigem conhecimento prévio dos processos de produção que poderão ser aplicados.

Na terceira fase, ou fase de avaliação a dimensão mais impactada é a econômica, pois mesmo se preocupando com as outras duas dimensões, a probabilidade de aumento de custo do produto e de viabilidade projetual por fatores produtivos, de matéria prima, durabilidade e aceitação mercadológica sobre caem diretamente sobre a dimensão econômica.

Na quarta fase ou de realização, novamente a dimensão mais impactada é a econômica, sendo a ambiental em segundo lugar e a social em terceiro. Esta fase de realização se torna mais complexa porque se divide em finalização do processo criativo e o processo produtivo do produto de moda, etapa que possui impacta negativamente o segmento da moda por fatores que são insustentáveis gerando prejuízos principalmente ao meio ambiente. Conseqüentemente possui um prejuízo econômico na tentativa de melhorias futuras, evitando poluição, controlando formas de trabalho, utilizando menos produtos químicos e tóxicos, reaproveitando ou reciclando após descarte entre outros.

Conclui-se então que o design de moda e a sustentabilidade possuem muitas aproximações como dissertadas por estudiosos da área e profissionais participantes da pesquisa, porém ainda precisa quebrar muitos paradigmas para que possa ter um processo projetual e produtivo na indústria de modo saudável por meio de atitudes de profissionais e do sistema de ensino, além de proporcionar uma sociedade consciente pelo próprio produto de moda, que

possui um poder potencial de comunicação e que é tão discutido no meio desse universo.

Referências

BERLIM, L. **Moda e Sustentabilidade** - Uma Reflexão Necessária. Estação das Letras e Cores, 2012.

ICSID. International Centre for Settlement of Investments Disputes. Disponível em:<<https://icsid.worldbank.org/en/>>. Acessado em 08/07/2017.

LOBO, R. N. História e Sociologia da Moda - Evolução e Fenômenos Culturais. Érica, 06/2014.

MARTINS, S. B. O paradoxo do design sustentável na moda: diretrizes para a sustentabilidade em produtos de moda e vestuário. In: ANA MERY SEHDE DE CARLI; MERCEDES LUSA MANFREDINI. (Org.). **Moda em Sintonia**. Caxias do Sul, RS: Educs, 2010. p.80-89.

_____. ; SAMPAIO, C. P. **Ecodesign e design sustentável**: proposta de método para um workshop. In: CONGRESSO BRASILEIRA DE PESQUISA EM DESIGN, 7, 2006. Curitiba, Anais. Curitiba, 2006.

_____. CASTRO, M. **Moda sustentável**: trajetória da criação, produção e comercialização. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO EM DESIGN SUSTENTÁVEL, SBDS, 1., 2007, Curitiba. *Anais...* Curitiba, 2007.

MARCHIORO, C. O consumo e os sistemas de produção de moda: reflexões sobre o fast e o slow fashion. In: ANA MERY SEHDE DE CARLI; MERCEDES LUSA MANFREDINI (Org.). **Moda em Sintonia**. Caxias do Sul, RS: Educs, 2010. p.126-141.

MATHARU, G. **What is Fashion Design?**. Mies, Switzerland: RotoVision. 2011.

SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento Sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

SACHS, I. **Desenvolvimento: incluyente, sustentável, sustentado**. Rio de Janeiro Garamond, 2008.

SHERIN, A. **Sostenible**: um manual de materiales y aplicaciones practicas para los diseñadores gráficos y sus clientes. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2009.

SOUZA, G. M. e. **O espírito das roupas: a moda no século dezenove**. São Paulo: Cia. das Letras 2001.

13°

COLÓQUIO
DE MODA

11 a 15 OUTUBRO DE 2017 - UNESP Bauru - SP

UDALE, J. **Tecidos e moda: explorando a integração entre design têxtil e o design de moda.** 2ed - Porto Alegre: Bookman, 2015.



APOIO



REALIZAÇÃO

