

POSSÍVEL CONTROLE DA EFEMERIDADE NA MODA: O DESGASTE CONSCIENTE COMO ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE

POSSIBLE CONTROL OF EPHEMERALITY IN FASHION:
CONSCIOUS WEAR AND TEAR AS A SUSTAINABILITY STRATEGY

Pedro Henrique Bambozzi
Graduado em Design pela FIB

Jacqueline Aparecida Gonçalves Fernandes de Castro
Professora Doutora. no curso do Design - FIB, Bauru/SP: designcali@gmail.com

RESUMO

Este projeto investiga o conceito de efemeridade na moda e propõe estratégias de design voltadas para o desgaste consciente das peças como instrumento de estímulo ao consumo sustentável. O problema de pesquisa consiste na cultura de descarte precoce e massivo de roupas, incentivada por modelos de produção *fast fashion* e pela percepção limitada sobre a durabilidade estética e funcional das roupas. O objetivo principal é desenvolver uma coleção cápsula de camisetas com dupla estampa, em que o desgaste superficial revele uma estampa inferior diferente, estimulando o uso prolongado da peça. A metodologia envolve um estudo exploratório, de abordagem qualiquantitativa, com aplicação de questionários a consumidores da moda contemporânea. Espera-se que os achados contribuam para ampliar a compreensão sobre práticas sustentáveis na moda e para o desenvolvimento de produtos mais conscientes e educativos.

Palavras-chave: Sustentabilidade, descarte, efemeridade, moda, estamparia.

ABSTRACT

This project investigates the concept of ephemerality in fashion and proposes design strategies focused on the conscious abrasion of clothing items as a way of stimulating sustainable consumption. The problem tackled in the research consists of a culture of hasty and massive disposal of clothes, incentivized by fast fashion production methods, and the limited perception of aesthetic and functional durability of clothing. The main objective is to develop a capsule clothing collection of t-shirts with a double layered print, where the superficial abrasion reveals a different inner print, incentivizing the prolonged use of the piece. The methodology involves an exploratory study, in a qualitative-quantitative approach, with the application of questionnaires to consumers of contemporary fashion. It is expected that the findings will contribute to the expanding comprehension of sustainable practices in fashion and in the development of more consistent and educational products.

Keywords: Sustainability, disposal, ephemerality, fashion, printing..

1 INTRODUÇÃO

A indústria da moda contemporânea tem incentivado padrões de consumo insustentáveis, promovendo um ciclo acelerado de compra e descarte. Segundo Puente (2022), o Brasil descarta anualmente mais de 4 milhões de toneladas de resíduos têxteis, o que representa cerca de 5% de todo o lixo gerado no país. Esse cenário está associado às rápidas mudanças nas tendências e à baixa durabilidade das peças (Mateus, 2024).

O modelo *fast fashion*, baseado em produção em massa de itens de baixa qualidade, tem gerado impactos ambientais severos. Conforme Bailey, et. al (2022), a indústria da moda é a segunda mais poluente do mundo, responsável por 8% das emissões globais de carbono e por 20% de toda a água residual.

Apesar do cenário, existem iniciativas para tornar a moda mais sustentável, como destaca Casotti e Torres (2011), que apontou a aceitação positiva de produtos ecológicos quando bem-posicionados no mercado.

Levando em consideração a situação atual do ramo da moda no Brasil, perante a grande quantidade de lixo produzido, pelos padrões de descartes de seus consumidores, e efemeridade cultivada de sua cultura, o estudo se justifica pela necessária idealização de produtos comercialmente viáveis que questionem e proponham a mudança destas mentalidades estabelecidas na indústria, valorizando o desgaste natural como parte da estética e funcionalidade. Como é possível desencorajar o descarte prematuro de roupas e oferecer aos consumidores uma proposta estética que incentive o consumo sustentável?

Se parte da hipótese que a aplicação de estratégias de design baseadas no desgaste consciente, como estampas sobrepostas que revelam camadas ocultas com o uso, pode promover uma nova percepção estética e simbólica das roupas, estimulando o apego emocional, prolongando o tempo de uso e reduzindo o descarte precoce, contribuindo para práticas mais sustentáveis.

Objetiva-se desenvolver uma coleção cápsula de camisetas com base no conceito de desgaste consciente, buscando sensibilizar o consumidor para o uso prolongado de roupas, a percepção de vida útil de suas peças na moda. Especificamente: Investigar os hábitos de descarte e consumo de vestuário entre consumidores da moda atual, com foco na percepção de durabilidade e valor simbólico das peças; Analisar técnicas e materiais de estamparia adequadas à proposta de desgaste controlado e revelação de camadas gráficas; Desenvolver protótipos de camisetas com dupla estampa, em que o desgaste natural revele mensagens ou imagens

ocultas, agregando valor simbólico à peça; Aplicar testes de percepção junto ao público-alvo, por meio de pesquisa qualitativa com consumidores interessados em moda e sustentabilidade; e Estimular a reflexão sobre o consumo efêmero de roupas e sobre a possibilidade de transformação estética como estratégia do ciclo de vida dos produtos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A se contextualizar o presente projeto e se aprofundar nos elementos que compõem este campo de análise, buscando entender os elementos multifacetados que influenciam no seu esquema de produção e consumo, como o comportamento e hábitos dos consumidores deste ramo, os meios de construir sustentabilidade em sua linha de produção, e o sistema de desgaste natural de sua estamparia unido a sua proposta de venda.

2.1 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DA MODA

A análise dos comportamentos de engajamento dos clientes do ramo da moda é algo essencial para estabelecer a viabilidade de reajustes ou reflexões sobre a experiência consumo contemporânea.

De acordo com as observações do estudo de Pereira e Carneiro de Albuquerque (2021) foi notado que há uma variedade de desejos e necessidades que levam ao consumo da moda, sendo elas psicológicas e sociológicas, focadas em gerar satisfação e prazer no usuário; tendo isso em mente, é necessário reconhecer que para produtos de moda, é interessante desenvolver apelos práticos complementares a estética, a fim de se destacar melhor em um mercado competitivo com, neste caso uma característica experimental de sustentabilidade, o que pode levar a uma posição comercial única.

Como aponta Casotti e Torres (2011, pg.7), “a sustentabilidade já se tornou um discurso “obrigatório” para as empresas, mas através da criatividade e inovação ela ainda pode se tornar um diferencial”.

2.1.1 CONSUMO CONSCIENTE E *SLOW FASHION*

Perante a proliferação do estudo acadêmico e conhecimento popular sobre *fast fashion* e as consequências da falta de sustentabilidade instigando iniciativas de consumo consciente, surge-se a abordagem e apelo do modelo multifacetado de *slow fashion*. Como é descrito

por Coutinho e Kauling (2020, pg.6)” O *movimento slow*, nas mais diversas áreas, se baseia no desenvolvimento sustentável, de forma a desacelerar os impactos negativos que o *fast fashion* tem causado ao meio social e ao meio ambiental”.

2.1.2 IMERSÃO DO CONSUMIDOR

Existe atualmente um esforço por parte de produtores e varejistas da área da moda em gerar uma maior imersão do consumidor no produto que está sendo vendido, como forma de reforçar a identidade e estética da marca, de uma maneira que possa ser eventualmente convertida em fidelização.

Em análise em Queiroz (2025) verifica-se que um dos meios que está sendo usado para atingir estas metas de interação é o uso variado de tecnologias de imersão, como realidade aumentada para teste de roupas antes da compra ou desfiles, mostruários ou apresentações imersivas, focando propriamente na experiência deslumbrante de interação com a peça, mesmo antes da compra.

No entanto existe ainda formas de reforçar a fidelização além da criação de expectativa antes do uso do produto, e é por meio do reforço de interações pós compra; caso implementado adequadamente, é possível ainda se criar conexões além do processo de compra, se estendendo até mesmo a possíveis reflexões sobre os modos de consumo que o comprador está engajando.

2.2 SUSTENTABILIDADE EM PRODUÇÃO

A indústria da moda encontra-se em uma posição delicada, sendo que, mesmo se colocando como uma das mais poluentes do mundo, persiste em manter padrões de produção, distribuição e descarte que ignoram alternativas mais sustentáveis. O impacto é reconhecido até certas soluções propostas para sua reversão, como é apresentado no artigo do Parlamento Europeu (2020), “Para fazer face ao impacto ambiental, a União Europeia (UE) pretende reduzir os resíduos têxteis, aumentar o seu ciclo de vida e promover a sua reciclagem.”; colocando como riscos associados a indústria, consumo excessivo dos recursos naturais, poluição da água, emissões de gases com efeito de estufa, resíduos têxteis em aterros e taxas reduzidas de reciclagem (Parlamento Europeu, 2020).

Tendo em mente seus riscos e propostas de intervenção, é importante ressaltar também, como aponta o estudo de Andreatta et. al (2020), que analisou que o maior ponto de destaque para a implementações de sustentabilidade e economia circular na moda, seria de fato valorizar estas propostas ao mercado consumidor, demonstrando seus benefícios, compreensivamente e efetivamente.

3 DESENVOLVIMENTO

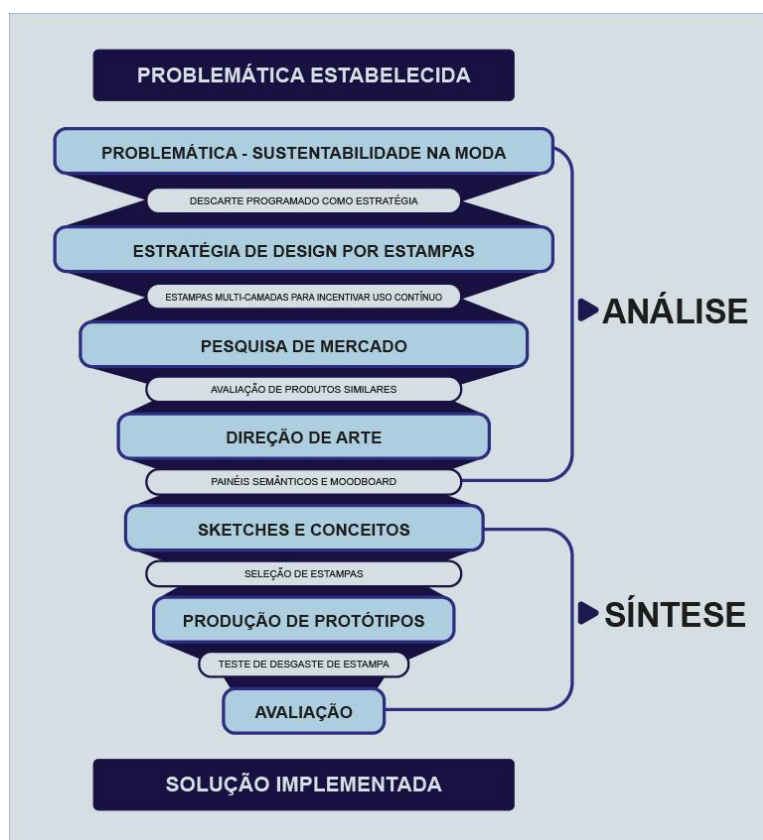
3.1 METODOLOGIA APLICADA

Sendo este foco na pesquisa e produção do produto apresentado, no qual é necessário a geração e seleção de alternativas dentro de certas restrições e requisitos de viabilidade, foi selecionado a metodologia de Baxter, voltada as especificações do contexto da moda, para atingir os resultados mais satisfatórios possíveis baseados na proposta.

3.1.1 FUNIL DE BAXTER

O funil é representativo dos processos utilizados e considerados em ordem de aplicação, visualizado em forma de funil e direcionando a resolução de etapas, constantemente referenciando etapas anteriores. Como é pontuado por Baxter (2000), o funil exerce o papel de pontuar e visualizar riscos e incertezas ao longo do processo, para que no seu processo de tomada de decisões convergentes, estes riscos sejam reduzidos, demonstrado na Figura 1.

Figura 1 - Funil de decisões adaptado



Fonte: Baxter (2000) adaptado pelo autor.

3.2 ANÁLISE

A etapa de análise reúne todos os dados recolhidos pela exploração, agrupando informações relevantes aos seguintes desenvolvimentos no projeto. Esta seção é dedicada a organização de conteúdos já existentes, a fim de contextualizar a produção seguinte.

3.2.1 BRIEFING

O briefing, dentro do contexto projetual propõe a reflexão sobre o que é necessário e esperado do produto ou serviço associado a ele, como foi registrado na visualização presente na Figura 2. Na situação presente, representa a associação as peças de roupas planejadas e a proposta de marca refletida na construção das peças, juntamente com sua posição dentro do mercado e no consciente dos consumidores.

Figura 2 - Briefing

BRIEFING PRODUTO - TAKE SHAPE	
<h3>1. Identificação Geral</h3> <ul style="list-style-type: none"> • Qual é o nome da marca/projeto? O projeto é de uma marca de roupas com o nome "TAKE SHAPE" (a tradução da frase é "tome forma"). • Qual é o propósito central da coleção/produto? O produto é uma iniciativa de abordar problemas de sustentabilidade e descarte da indústria da moda, e de como seus consumidores pensam e indiretamente contribuem para este problema, com índices altos de descarte pouco tempo após a compra de roupas novas. O produto propõe uma coleção de roupas com estampas que se desgastam com o tempo, e revelam uma camada adicional com outra estampa que não é visível inicialmente, incentivando o uso contínuo da peça após a compra, para desfrutar por completo o produto, e desincentivando o descarte prematuro, a efemeridade da moda contemporânea. É sustentável, mas sem afetar seu apelo estético e comercial. • Há algum slogan, frase ou ideia-chave que resuma a proposta? Não há uma frase principal de slogan. O próprio nome é simbólico do produto e dinâmica da marca "TAKE SHAPE" ou "Tome forma" é representativo do objetivo de revelar a estampa, onde o produto toma sua forma final pelo uso contínuo. 	<h3>2. Objetivos do produto</h3> <ul style="list-style-type: none"> • Quais problemas ou questões o produto busca abordar? Efemeridade na moda, práticas de descarte insustentáveis para a indústria da moda, abordagens de contribuição para sustentabilidade, moda contemporânea, sustentabilidade como apelo comercial. • Qual é a mensagem ou experiência que o produto deve transmitir ao consumidor? É possível ter um produto esteticamente interessante e único, e ao mesmo tempo abordar problemas da sustentabilidade da indústria da moda e seu alto número de descartes. Além de fazer o consumidor repensar seus próprios hábitos de consumo. • Qual o seu mercado? As peças da marca participam no ramo de peças de roupas da moda contemporânea, com inclinação ao estilo 'Street wear', posicionadas adicionalmente no mercado de moda sustentável.

Fonte: Elaborado pelo autor.

3.2.2 CONCORRENTES E SIMILARES

É importante para implementação, além de oferecer os conhecimentos necessários para estabelecer uma presença competitiva perante seus possíveis concorrentes. Em um processo projetual, a análise de concorrentes e similares, exerce a função de denominar os produtos mais próximos a aquele que está sendo idealizado, e então desconstruir suas qualidades e diferenciais.

3.2.2.1 CHECKLIST

A compilação foi feita em itens de moda contemporânea/ sustentáveis diretas ou indiretas, como Nike Air Force 1 Reveal, Jaquetas SwapWear, coleções sustentáveis da Osklen, e itens veganos da marca Veja, e destrinchando seus melhores e piores diferenciais no checklist, da Figura 3.

Figura 3 - Checklist de concorrentes

MARCA E PRODUTOS	CARACTERÍSTICAS	AValiação
	Tênis com camada superior feita para ser desgastada ou raspada, revelando cores e padrões inicialmente ocultos.	(Melhor diferencial) 1º - Sustentabilidade 2º - Estética 3º - Ergonomia 4º - Funcionalidade 5º - Preço (Pior diferencial)
	Jaquetas com painéis traseiros removíveis e intercambiáveis, permitindo personalização visual dinâmica.	(Melhor diferencial) 1º - Funcionalidade 2º - Estética 3º - Sustentabilidade 4º - Preço 5º - Ergonomia (Pior diferencial)
	Coleções da marca com estética moderna, feitas com uso de materiais reciclados e processos menos poluentes.	(Melhor diferencial) 1º - Estética 2º - Sustentabilidade 3º - Ergonomia 4º - Preço 5º - Funcionalidade (Pior diferencial)
	Peças feitas em produção ética, com uso de algodão orgânico e borracha natural.	(Melhor diferencial) 1º - Sustentabilidade 2º - Ergonomia 3º - Estética 4º - Preço 5º - Funcionalidade (Pior diferencial)

Fonte: Google Imagens (2025) adaptado pelo autor

3.2.3 PAINÉIS SEMÂNTICOS

Foi feita uma organização/ síntese de informações, referências e inspirações visuais, com o propósito de detalhar formalmente o processo de design que seguirá este preparo. Uma pontuação feita sobre a ferramenta do painel semântico seria que de acordo com Reis e Merino (2020, p. 188) “é percebido como uma ferramenta de referência estético-simbólica e como um espaço adequado para produzir alinhamento conceitual e inspiração sensorial para designers.”

3.2.3.1 PAINEL DE ESTILO DE VIDA

Sendo uma representação dos valores e estéticas do produto desenvolvido, o painel de estilo de vida representa as associações feitas ao consumidor ideal do produto e uma abstração

do seu cotidiano. Neste caso, representando o público jovem ligado a expressões de autenticidade e identidade, como na Figura 3.

Figura 3 - Pannel de estilo de vida do consumidor

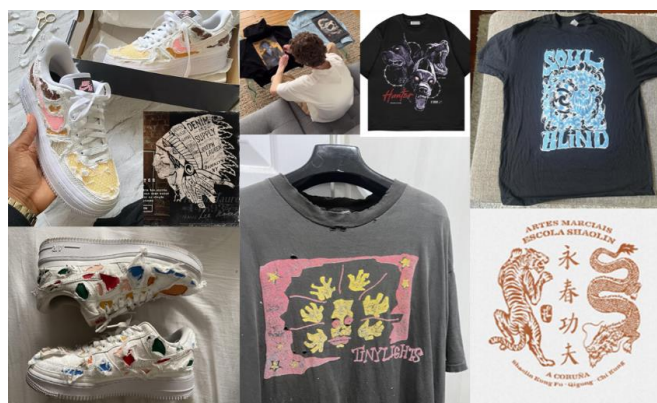


Fonte: Google Imagens (2025) adaptado pelo autor

3.2.3.2 PAINEL DE EXPRESSÃO DE PRODUTO

O Pannel de expressão do produto representa visa organizar o esquema de influências, símbolos e associações da forma almejada na produção. As referências da Figura 4, buscam demonstrar os atributos táteis e associações físicas ao produto e os materiais característicos ao ato literal e simbólico do uso prolongado, juntamente com produtos similares já existentes.

Figura 4 - Pannel de expressão do produto



Fonte: Google Imagens (2025) adaptado pelo autor

3.2.3.3 PAINEL DE TEMA VISUAL

Em específico o pannel de tema visual, seu objetivo é de apresentar a direção de arte e influências gráficas representativas do produto. Implementando formas e símbolos sobrepostos

a formas com cores nítidas, criando imagens simples e complexas sobre uma base colorida facilmente legível, presentes na compilação da Figura 5.

Figura 5 - Painel de tema visual do produto



Fonte: Google Imagens (2025) adaptado pelo autor

3.2.3.4 MOODBOARD

Após síntese visual dos elementos planejados do produto, por meio da compilação das imagens, cores, fontes e representações esperadas do projeto. Sua utilização é focada em estabelecer uma base técnica e formal para a consulta e execução das seguintes etapas, que é ressaltado também na análise sobre o *moodboard* como auxílio no design, de Federizzi, Halpern, Machado e Gerenda, “Uma ferramenta muito complexa e efetiva no contexto em que foi aplicado, tanto como através de suas abordagens inspiracionais quando de comunicação.” (Federizzi et al., 2014, p.11) Segue o *moodboard* na Figura 6.

Figura 6 - Moodboard do produto



Fonte: Google Imagens (2025) adaptado pelo autor

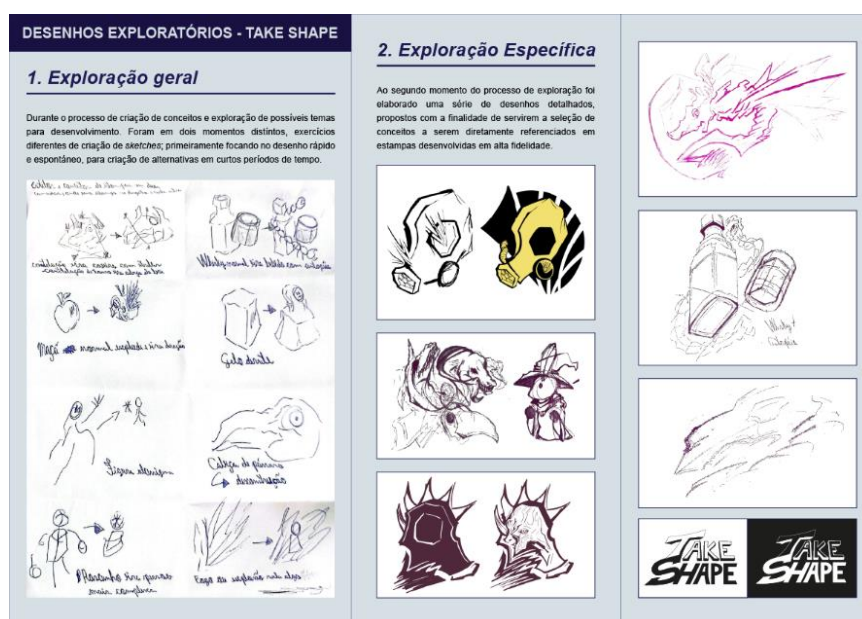
3.4 SÍNTESE

O processo de síntese dos elementos explorados anteriormente no processo de análise, ligados e aplicados na criação de novos conteúdos, que iniciam na idealização de conceitos e encerram nos protótipos produzidos.

3.4.1 SKETCHES E CONCEITOS

Uma série de 14 rascunhos para os produtos foram desenvolvidos para ideação de peças possíveis, a propósito de expandir diversos conceitos variados, e em seguinte selecionar apenas aqueles de maior interesse e potencial no seu apelo. Como inclusos na compilação presente no Figura 7 são catalogadas as explorações visuais e funcionais dos produtos vindos a serem produzidos, em variações na fidelidade de prototipação inicial.

Figura 7 – Sketches e conceitos



Fonte: Elaborado pelo autor.

3.4.1.1 ESTAMPAS DESENVOLVIDAS

Tendo se desenvolvido diversos modelos exploratórios dos conceitos propostos, foi elaborado 3 pares de estampas baseados em versões refinadas de desenhos anteriores, focando em temáticas de contraste e reinterpretação, como é detalhado nas representações visuais do Figura 8. Propõe-se de acordo com as funcionalidades da estampa, um processo de desenvolvimento físico e prático, vindo da transformação sofrida, sendo ela uma estampa que após sua camada superficial ser desgastada com uso contínuo, revela uma camada inferior não vista inicialmente, a qual, devido a identidade estética presente, reflete também um aspecto simbólico de expressão visceral e genuína trazida pelo ato físico da mudança que a peça sofre.

Figura 8 – Estampas desenvolvidas



Fonte: Elaborado pelo autor.

3.4.2 CROQUIS

A ilustração dos croquis, presentes na Figura 9 são implementados com o propósito de expressar as peças da forma na qual foram idealizadas, para uso referencial durante seu

projeto industrial, sendo que, “dessa forma, o desenho é a linguagem usada pelo designer para realizar a comunicação visual de ideias que ainda não se concretizaram.” (Gagnato, 2008, p. 4)

Figura 9 – Croquis

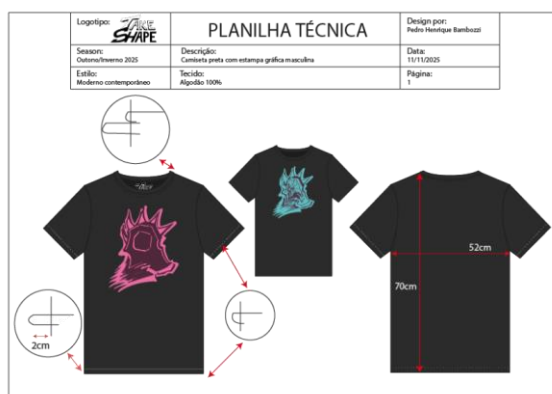


Fonte: Elaborado pelo autor.

3.4.3 DESENHO TÉCNICO

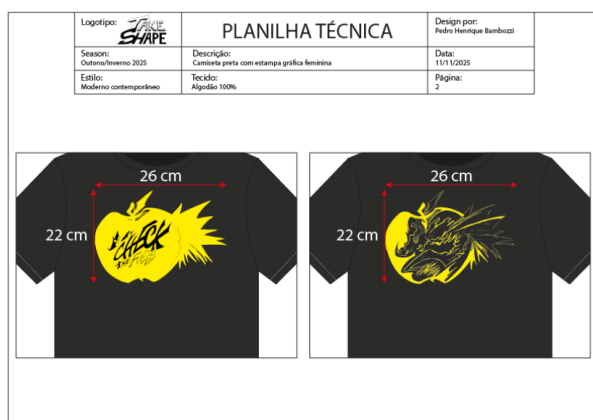
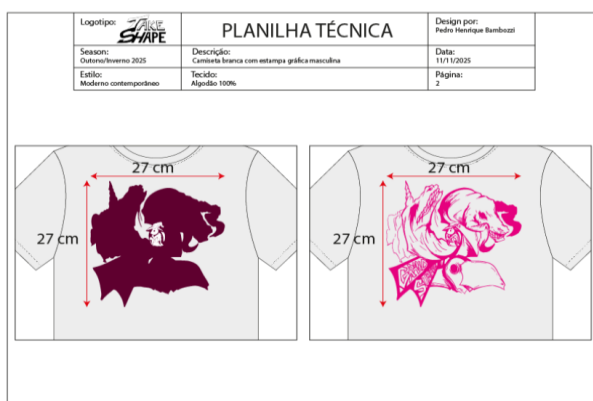
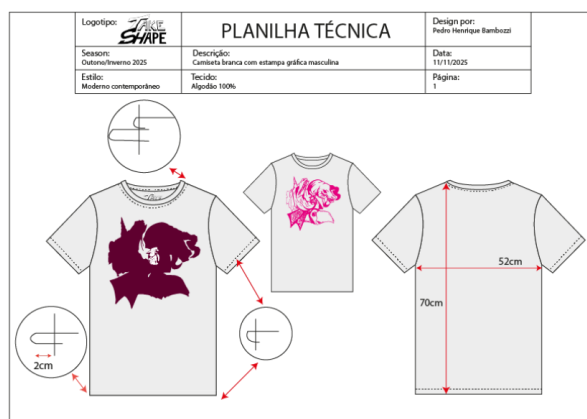
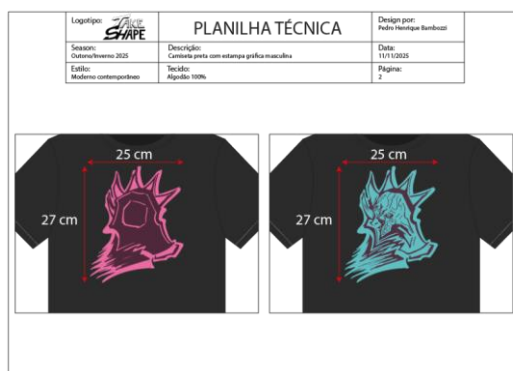
Como parte do processo formal de produção dos modelos físicos representativos da coleção cápsula em que estão inseridas, é produzido um desenho técnico em formato de planilha, também conhecido como tech pack. Estes arquivos são a referência técnica no meio de produção, e são utilizados para se produzir diversas cópias da mesma peça sem grandes inconsistências, como são demonstrados na Figura 10.

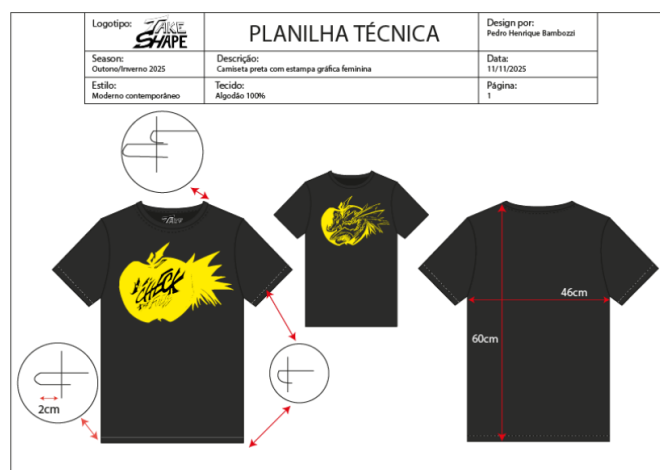
Figura 10 – Planilhas técnicas



Possível Controle da Efemeridade na Moda: O Desgaste Consciente como Estratégia de Sustentabilidade

Pedro Henrique Bambozzi, Jacqueline Ap. Gonçalves Fernandes de Castro





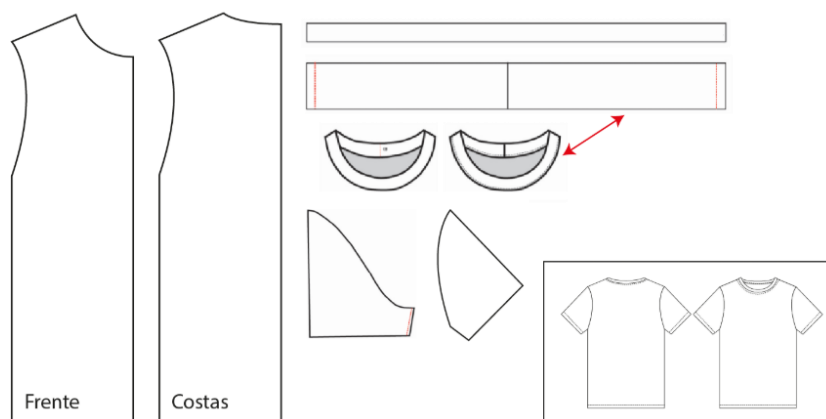
Fonte: Elaborado pelo autor.

3.4.4 MODELAGEM

O arquivo da modelagem representa as faces de corte e costura destrinchadas, segmentando os planos planejado para o tecido proposto, apresentado no Figura 11.

Figura 11 – Modelagem

Logotipo: 	MODELAGEM	Design por: Pedro Henrique Bambozzi
Season: Outono/Inverno 2025	Descrição: Camiseta manga curta	Data: 11/11/2025
Estilo: Moderno contemporâneo	Tecido: Algodão 100%	Página: 1



Fonte: Mood Fabrics (2025) adaptado pelo autor.

3.4.5 LISTA DE MATERIAIS

Como parte dos requisitos de produção, é incluso no Figura 12 a listagem dos materiais presentes na produção dos protótipos.

Figura 12 – Lista de materiais

LISTA DE MATERIAIS - TAKE SHAPE
<p>1. Tecido principal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tecido 100% algodão penteado. • Cores em tonalidades variáveis de acordo com cada protótipo idealizado (Branco em tecido cru, e preto em tecido tingido).
<p>2. Insumos para estamparia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pó / cola para estamparia DTF. • Tinta variável em CMYK, a cada tom proposto aos modelos. • Prensa térmica. • Papel de transferência a partir de impressão digital.
<p>3. Acabamentos e adicionais</p> <ul style="list-style-type: none"> • Linha 100% poliéster. • Etiqueta interna com logotipo e informações técnicas (instruções de lavagem, certificação indústria brasileira).

Fonte: Elaborado pelo autor.

3.4.6 SHOOTING

A projeção das peças finalizadas é documentada pelo processo de shooting, a sessão de fotos representativa dos protótipos finalizados, presente na Figura 13, é compilado as estampas sobre as peças em vestimenta por possíveis usuários.

Figura 13 – Shooting



Fonte: Mockupworld (2025) adaptado pelo autor.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Após o processo aplicado de prototipação com a produção de modelos representativos da função esperada, o projeto toma a posição de ser uma proposta conceitual, devido a

certas limitações tecnológicas com a implementação de duas camadas de estampas que se sofrem abrasão independentemente, a fim de revelar uma camada inferior previamente oculta. Perante as limitações apresentadas com a simulação do efeito de abrasão, aplica-se camadas de tintas para tecido acima das estampas inseridas em DTF, simbolizando o efeito que foi almejado durante o projeto, de maneira apenas representativa.

5 CONCLUSÃO

Com a finalização e análise dos protótipos produzidos, é possível identificar que o projeto finalizado engaja com o problema identificado na indústria da moda contemporânea, e propõe uma solução aplicada e com apelo comercial plausível e justificado com o comportamento de consumo moderno, sem instigar descarte rápido, por meio de suas estampas em múltiplas camadas. Reconhece-se, no entanto, que há certas limitações na implementação do desgaste específico das estampas, de maneira que ainda deixe visível a estampa inferior após a abrasão da superior; existindo então ainda possíveis melhoras na execução da fabricação de uma peça completamente funcional da maneira planejada. Propõe-se por meio desse projeto, a possibilidade de uma forma viável de se unir design, estética e iniciativas para sustentabilidade de maneira conceitualmente viável ao mercado.

REFERÊNCIAS

ANDREATTA, Tanice; TOILLIER, Bruna Heinen; CAMARA, Simone Bueno. *Consumo, moda e efemeridade: o comportamento de compra de vestuário em São Luís/MA*. Revista InterAção, Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Palmeira das Missões, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/interacao/article/view/45354> Acesso em: 16 ago. 2025.

BAILEY, Kerrice; BASU, Aman; SHARMA, Sapna. *The Environmental Impacts of Fast Fashion on Water Quality: A Systematic Review*. Water, York University, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/w14071073> Acesso em: 16 ago. 2025.

BAXTER, Mike. *Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos*. 2. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

CASOTTI, Lílían Gonring; TORRES, Vanessa Melo. *Moda sustentável e consumidores Osklen*. Faculdades Integradas de São Pedro, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/expocom/EX24-0622-1.pdf> Acesso em: 16 ago. 2025.

COUTINHO, Marina; KAULING, Graziela Brunhari. Fast fashion e slow fashion: o paradoxo e a transição. *Revista Memore*, Tubarão, v. 7, n. 3, p. 83–99, 2020. Disponível em:

https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/memorare_grupep/article/view/10211 Acesso em: 16 ago. 2025.

FEDERIZZI, Carla Link; HALPERN, Marcelo; MACHADO, Taís Lagranha; GERENDA, Felipe. O moodboard como ferramenta metaprojetual: um estudo sobre o caso Smart!. *Blucher Design Proceedings*, v. 1, n. 4, p. 11 (artigo de evento, 2014). Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/o-moodboard-como-ferramenta-metaprojetual-um-estudo-sobre-o-caso-smart-12721>. Acesso em: 16 ago. 2025.

GRAGNATO, Luciana. *O ensino do desenho no design de moda*. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE PESQUISA EM DESIGN. 2007.

MATEUS, Maria Octávia Gonçalves. *Desperdício têxtil – O consumo e descarte de vestuário*. Universidade do Minho, 2024. Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/94717> Acesso em: 16 ago. 2025.

PARLAMENTO EUROPEU. *O impacto da produção e dos resíduos têxteis no ambiente*. Parlamento Europeu, 2020. Disponível em: <https://www.europarl.europa.eu/news/pt/headlines/society/20201208STO93327/o-impacto-da-producao-e-dos-residuos-texteis-no-ambiente> Acesso em: 16 ago. 2025.

PEREIRA DA SILVA, Marcelo; CARNEIRO DE ALBUQUERQUE, Vyllena Victória. *Consumo, moda e efemeridade: o comportamento de compra de vestuário em São Luís/MA*. *Revista Panorama - Revista de Comunicação Social*, 2021. Disponível em: <https://revistas.cesmac.edu.br/index.php/panorama/article/view/641> Acesso em: 16 ago. 2025.

PUENTE, Beatriz. *Brasil descarta mais de 4 milhões de toneladas de resíduos têxteis por ano*. CNN Brasil, 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/brasil-descarta-mais-de-4-milhoes-de-toneladas-de-residuos-texteis-por-ano/> Acesso em: 16 ago. 2025.

QUEIROZ, Leticia Pattini Rosa. *Design de moda sustentável: uma reflexão sobre consumo, produção e descarte*. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design de Moda) — Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2020. Disponível em: <http://repositorio.uem.br:8080/jspui/handle/1/9121>. Acesso em: 4 out. 2025.

REIS, Marcos Roberto dos; MERINO, Eugenio Andrés Díaz. Painel semântico: revisão sistemática da literatura sobre uma ferramenta imagética de projeto voltada à definição estético-simbólica do produto. *Estudos em Design – Revista (online)*, Rio de Janeiro, v. 28, n. 1, p. 178–190, 2020. Disponível em: <https://www.estudosemdesign.ufrj.br>. Acesso em: 16 out. 2025.