

Requisitos Projetuais para a aplicação do *upcycling* e *slow fashion* em uma coleção de bolsas

Project requirements for the application of upcycling and slow fashion in a bag collection

Laura Amboni Buzanello, Graduanda em Design, UFSC.

laurabuzanello@gmail.com

Ivan Luiz de Medeiros, Doutor em Design, UFSC.

Ivan.medeiros@ufsc.br

Resumo

Este artigo tem como objetivo apresentar a elaboração dos requisitos projetuais necessários para a aplicação dos conceitos de *upcycling* e *slow fashion* no projeto de uma coleção de bolsas. Para isso foi adaptada a metodologia de Design desenvolvida por Löbach (2001) e inserções conceituais de *Life Cycle Design* propostas por Manzini e Vezzoli (2002). Desta maneira foi possível apresentar as etapas de pesquisa bibliográfica fundamentando o tema abordado, juntamente com a aplicação das ferramentas projetuais específicas do Design, estudando características estruturais, ergonômicas e sustentáveis de bolsas. Por fim os requisitos são apresentados colaborando para um futuro projeto de bolsas.

Palavras-chave: Bolsas; *upcycling*; *slow fashion*

Abstract

This paper aims to present the elaboration of the necessary design requirements for the application of the concepts of upcycling and slow fashion in the design of a bag collection. For this, the Design methodology developed by Löbach (2001) and Life Cycle Design conceptual inserts proposed by Manzini and Vezzoli (2002) were adapted. In this way it was possible to present the steps of bibliographic research, grounding the theme addressed, together with the application of the specific design tools of the Design, studying structural, ergonomic and sustainable characteristics of scholarships. Finally the requirements are presented collaborating for a future scholarship project.

Keywords: Bag; *upcycling*; *slow fashion*

1. Introdução

É cada vez mais urgente que o debate sobre as questões ambientais seja pauta em todas as áreas do conhecimento, a fim de que se incentive novas soluções e abordagens para minimizar o impacto humano nas mudanças climáticas. Grande parte do impacto gerado pelo homem no meio ambiente é consequência do atual modo de consumo desenfreado, originado na Revolução Industrial. Segundo McDonough e Braungart (2002), este período foi marcado por uma rápida sucessão de novas tecnologias que resultaram em uma mudança no comportamento de consumo em massa. No ano de 1840, as fábricas que chegavam a produzir mil artigos por semana possuíam a capacidade e a motivação necessárias para produzirem a mesma quantidade de artigos no período de um dia.

Para Lipovetsky (2007), a produção em massa acompanhou um novo sistema de comércio representado pelo predomínio dos grandes magazines, sistema cujas características são marcadas por um grande volume de vendas a baixos preços, rotação rápida de estoques e uma política de vendas agressiva. Essa distribuição de massa foi absorvida pela indústria da Moda com o passar das décadas e ficou conhecida como *fast fashion*.

Neste novo sistema, as marcas deixam de produzir duas coleções anuais para trocar o seu portfólio de produtos semanalmente, ou até mesmo diariamente, como salienta Hoffmann (2011). Schulte (2015) aborda que o contexto atual da indústria da Moda apoia-se em um modelo insustentável de extração de recursos naturais em uma velocidade absurda, mas que situações de crise são oportunidades para reflexões e mudanças. Neste sentido, o *slow fashion* vem crescendo como uma alternativa para o consumo de moda. Segundo o site *Slow Down Fashion*, o *slow fashion* é um conceito que atribui à Moda mais responsabilidade socioambiental, além de incentivar um consumo consciente e ético em oposição ao consumo impulsivo encorajado pelo *fast fashion*.

Diante dos pontos levantados, este artigo busca responder a seguinte pergunta: Como aplicar os conceitos de *upcycling* e *slow fashion* em um projeto de produto de moda responsável com seu papel socioambiental?

Como objetivo principal procurou-se definir os requisitos projetuais para a aplicação do *upcycling* e *slow fashion* em uma coleção de bolsas. Já os objetivos específicos são (a) pesquisar estudos que abordem os conceitos de *upcycling* e *slow fashion*; (b) analisar marcas e produtos similares no mercado que aplicam os conceitos de *upcycling* e *slow fashion* em seus produtos; (c) identificar o comportamento do usuário, quanto ao seu estilo de vida e necessidades com o uso do produto; (d) pesquisar e estudar materiais a serem incorporados ao projeto; (f) determinar os requisitos de projeto;

2. Metodologia

Para a realização deste projeto o método utilizado será o modelo proposto Löbach (2001) que divide o processo de design em 4 fases distintas: **análise do problema** (fase de preparação), **geração de alternativas** (fase de geração), **avaliação das alternativas** (fase de avaliação) e **realização da solução** (fase de realização), ressaltando que apesar desta divisão as fases muitas vezes se entrelaçam umas às outras, permitindo avanços e retrocessos.

A primeira fase do processo, a **análise do problema**, constitui-se de quatro etapas: *conhecimento do problema* que é o ponto de partida para o processo de design, a *coleta de*

informações onde se recolhe todos os dados relevantes para o projeto, *análise das informações* onde é possível sintetizar os dados recolhidos e *definição do problema ou objetivos* a serem atingidos com o projeto.

Durante a etapa de coleta de informações, Löbach (2001) sugere algumas atividades que podem ser realizadas. O uso da ferramenta de *pesquisa das necessidades* será fundamental para compreender a análise da necessidade e análise da relação com ambiente. A partir das informações coletadas será possível sintetizar as relações entre usuário e produto através de *personas*.

Com a ferramenta *análise de similares*, pretende-se realizar uma análise dos produtos relacionados que hoje estão disponíveis no mercado e seus concorrentes, desta forma sendo possível abranger a análise comparativa do produto. Compreender a estrutura e formas de uso do produto também é fundamental. Assim, pretende-se abordar nesta etapa as *análises de uso do produto e análise estrutural*.

Por fim, serão incluídas na coleta de informações, estratégias de *Life Cycle Design*, propostas por Manzini e Vezzoli (2002) que nortearão todo o desenvolvimento do produto com o objetivo de ressaltar o papel socioambiental proposto pelo projeto. A figura 01 ilustra as estratégias propostas.



Figura 01: Estratégias de Life Cycle Design Fonte: MANZINI; VEZZOLI, 2002, pág.105. Adaptado pelos autores.

A fim de sintetizar os dados obtidos, serão definidos os *requisitos de projeto* com o objetivo de orientar a avaliação das alternativas. A figura 02 ilustra as etapas propostas por Löbach (2001) e as ferramentas que serão utilizadas no processo de design.



Figura 02: Etapas e ferramentas de projeto Fonte: Elaborado pelos autores.

Na segunda fase, de **geração de alternativas**, é onde se tem a produção de ideias baseando-se nas análises realizadas na etapa anterior. Técnicas de criatividade podem ser aplicadas nesta etapa como esboços de ideias, por exemplo. Durante a terceira fase, a **avaliação das alternativas** será pautada em critérios previamente estabelecidos durante a etapa de definição dos objetivos, permitindo que haja uma escolha que realmente irá corresponder com as necessidades que o produto deseja suprir.

O último passo é a materialização da alternativa escolhida e **realização da solução**. Segundo Löbach (2001), na maioria das vezes o resultado do processo de design é um modelo visual com todos os desenhos necessários e textos explicativos. Este projeto apresentará a *ilustração* final da alternativa escolhida, o *desenho técnico*, a *modelagem* e o *protótipo*.

Destaca-se, portanto, que neste artigo serão apresentadas as etapas até a definição dos requisitos de projeto.

2.1 Moda e Consumo

Para Lipovetsky (1989), a moda como conhecemos é um fenômeno ocidental e da sociedade moderna, quase não aparecendo antes da metade do século XIV, quando surgiu um tipo de vestuário novo e diferenciado para os sexos. Durante o período aristocrata, a alta sociedade foi tomada pela febre das novidades, entretanto essa expansão da moda atingiu apenas suas camadas. Foi somente quando uma nova classe social começou a emergir, a partir do século XIX, que a moda passou a se espalhar por todas as camadas sociais.

Durante os séculos XIX até os anos 60, a moda dividiu-se em dois sistemas, como ressalta Lipovetsky (1989): a alta costura e a confecção industrial. Esses sistemas baseiam-

se no antagonismo onde a alta costura ostentava uma criação de luxo e sob medida comandada por grandes costureiros e estilistas, opondo-se a produção de massa, em série e mais barata promovida pela indústria.

A globalização que ocorreu na economia e nas informações, como aponta Delgado (2008), possibilitou na década de 1990 o nascimento de um novo sistema de moda: o *Fast Fashion*. Fazendo uma referência ao termo *fast food* (comida rápida, em inglês) este sistema propunha uma aceleração da indústria e do consumo e foi responsável pelo crescimento dos grandes magazines e de marcas como a Zara e a H&M.

Delgado (2008) ressalta que este é um sistema que trabalha com uma quantidade limitada de mercadorias que se renovam freneticamente com dois objetivos: reduzir perdas de estoque e dar a impressão que são produtos semi-exclusivos. Assim, ao mesmo tempo em que cria a necessidade de consumo frequentemente trazendo modelos novos, as empresas que aderem ao sistema conseguem faturamentos exorbitantes possibilitando que as mesmas atinjam um território global.

Para Schulte (2015), o *Fast Fashion* envolve o consumidor pela estética do produto, reproduzindo aquilo que ele deseja em um determinado período de tempo oferecendo que o mesmo possa compor sua identidade como indivíduo. Entretanto, para que isso seja possível em uma cadeia industrial é preciso um modelo de produção e comercialização que sacie a busca por novidades de uma forma muito rápida. A autora ainda ressalta que o *fast fashion* é a representação máxima da moda efêmera que consome descontroladamente recursos naturais, e em oposição a este sistema de produção, surge um movimento denominado *slow fashion*.

2.1.2 Slow Fashion

À medida que a sociedade se desenvolveu, surgiram novas aspirações e formas de consumo. Lipovetsky (2007) define a atual etapa histórica do capitalismo como sociedade de hiperconsumo. Para ele, nessa sociedade o consumo é dividido em dois eixos: de um lado a compra prática referente às necessidades básicas do ser humano e de outro, a compra hedônica. Neste último, o consumo está ligado às questões emocionais buscando consolo e felicidade no ato de compra, a fim de preencher um vazio ou uma frustração.

O *fast fashion* incentiva esse tipo de consumo por impulso ao passo que apresenta frequentemente uma nova cartela de produtos, preços baratos e que não possuem o compromisso do uso por um longo período de tempo.

Em oposição a este sistema surge o *slow fashion*, que segundo Pereira e Nogueira (2013), não é marcado por lançamentos constantes estabelecendo um sistema produtivo onde as peças são perenes, possuem um design atemporal e são produzidas com materiais duráveis e de alta qualidade, trazendo mais responsabilidade ao ato de compra e uma visão consciente do processo de moda. Além disso, alguns conceitos são comumente aplicados ao *slow fashion*, como a utilização de mão de obra com justa remuneração, matéria prima de qualidade ou aspectos da cultura local em oposição à moda globalizada.

Schulte (2015) ressalta que o *Slow Fashion* está ressignificando o conceito de luxo na moda, uma vez que o mesmo não está apenas ligado ao preço do produto e sim à sua disponibilidade e acesso. Incentivando o que a autora chama de “luxo simples”, um produto sem exageros de recursos ambientais e financeiros, mas com enfoque único e exclusivo que dificilmente se encontraria em um grande magazine.

2.2 Desenvolvimento Sustentável

Para Manzini e Vezzoli (2002), o desenvolvimento sustentável trata acerca de quatro esferas: o tratamento da poluição, a fim de neutralizar os danos ambientais; a criação de tecnologias e processos produtivos limpos; o *design* de produtos limpos e a conscientização e debate do comportamento social acerca de um consumo limpo. Neste âmbito, o papel do Design comumente está apenas na criação de produtos sustentáveis relacionando o que é tecnicamente possível, ecologicamente necessário e culturalmente atraente. Entretanto, os autores ressaltam que considerar o papel do Design isoladamente não é suficiente e que é preciso que os profissionais da área também estejam envolvidos em questões que correspondam ao surgimento de novos cenários, estilos de vida e consumo.

Apesar de seu conceito bastante difundido, a reciclagem nem sempre apresenta vantagens para o desenvolvimento sustentável. Em sua obra, McDonough e Braungart (2002), enfatizam que a maior parte dos processos de reciclagem são na verdade processos de sub ciclagem (*downcycling*) pois reduzem a qualidade do material ao longo do tempo.

Além disso, a reciclagem também pode aumentar a contaminação ambiental, já que não são raras as vezes que para reciclar certo material é necessário a utilização de muito mais aditivos do que para a fabricação do mesmo a partir da matéria virgem. Assim, a reciclagem de um material não o torna necessariamente sustentável, principalmente porque a maioria dos materiais não são projetados para serem reciclados.

Nesse contexto, McDonough e Braungart (2002) sugerem a adoção de um novo processo como alternativa à reciclagem: o *upcycling*, que utiliza resíduos descartados no desenvolvimento de novos materiais ou produtos de igual ou maior valor, evitando o desperdício de materiais que ainda têm utilidade.

Atualmente, com o sistema *cradle to grave* (Do berço à cova) muitos materiais, que exigiram esforço e dinheiro para serem extraídos, são descartados em aterros ou incinerados tendo seu valor desperdiçado. McDonough e Braungart (2002) propõem um sistema cíclico, o *cradle to cradle* (Do berço ao berço) que considera os resíduos como alimento para um novo ciclo.

2.3 Materiais e Processos

A análise dos materiais e processos de fabricação a serem incorporados na construção de um projeto é uma etapa importante, principalmente quando se debate acerca da temática do desenvolvimento sustentável. Para Manzini e Vezzoli (2002), o designer tem papel fundamental na escolha e aplicação dos recursos em um produto, mesmo que o mesmo não esteja envolvido nas etapas de extração e descarte do material, ressaltando a importância de analisar todo o ciclo do produto.

Atualmente, alguns dos materiais comuns utilizados na confecção de bolsas, sapatos e mochilas são o couro animal, os laminados sintéticos e os tecidos. Além desses, esta pesquisa propõe o uso de materiais pouco usuais e inusitados na indústria da moda como uma forma criativa de reintroduzi-los no sistema de produção, evitando que componentes valiosos sejam descartados em aterros ou incinerados. A figura 03 apresenta alguns dos materiais que poderão ser utilizados nas próximas etapas do desenvolvimento projetual. A escolha do material deve levar em conta aspectos físicos, estéticos e ambientais do mesmo.

<p style="text-align: center;">Couro</p>  <p>Origem do descarte Retalhos da indústria Bolsas descartadas</p> <p>Pontos positivos Durabilidade e resistência Material comum em bolsas</p> <p>Pontos negativos Impacto ambiental do curtimento Retalhos são pequenos</p>	<p style="text-align: center;">Borracha</p>  <p>Origem do descarte Câmara de ar de pneu Tapete de carro Piso emborrachado</p> <p>Pontos positivos Durabilidade</p> <p>Pontos negativos Dificuldade de encontrar o material Material projetado para não ter contato com o corpo</p>
<p style="text-align: center;">Lonas de PVC</p>  <p>Origem do descarte Banners de Comunicação Visual. Cobertura de barracas e cargas de caminhão Cortina blackout</p> <p>Pontos positivos Disponibilidade Facilidade de trabalhar Resistência e durabilidade</p> <p>Pontos negativos Toxinas liberadas pelo PVC</p>	<p style="text-align: center;">Neoprene</p>  <p>Origem do descarte Retalhos de confecções Roupas de surf descartadas</p> <p>Pontos positivos Facilidade de trabalhar</p> <p>Pontos negativos Retalhos são pequenos</p>
<p style="text-align: center;">Lona de algodão</p>  <p>Origem do descarte Cobertura de barracas e cargas de caminhão Mochilas e bolsas descartadas</p> <p>Pontos positivos Durabilidade Material de origem orgânica</p> <p>Pontos negativos Pouca disponibilidade de cores Muitas vezes é encerado</p>	<p style="text-align: center;">Tecidos</p>  <p>Origem do descarte Retalhos de confecções Roupas descartadas</p> <p>Pontos positivos Disponibilidade Uso em forros</p> <p>Pontos negativos Retalhos são pequenos Pouca resistência</p>

Figura 03: Materiais Fonte: Elaborado pelos autores.

Segundo o site Sebrae (2017), o processo de produção de bolsas e acessórios em couro abrange seis grandes etapas: modelagem, armazenamento da matéria-prima, corte, costura, pré-montagem e montagem. Máquinas têm sido cada vez mais utilizadas na produção, entretanto muitos dos processos ainda são feitos manualmente, como por exemplo, a colagem de todos os componentes.

A figura 04 sintetiza os principais processos envolvidos na produção de uma bolsa e as ferramentas necessárias para realização de cada etapa.



Figura 04: Processos de confecção de bolsas Fonte: Elaborado pelos autores.

2.4 Análise de similares

Para Pazmino (2015), a análise de similares consiste em uma comparação crítica de produtos concorrentes ou similares ao projeto em desenvolvimento. Também conhecida como sincrônica, essa análise parte de aspectos quantitativos e qualitativos dos produtos relacionando características como tamanho, preço, materiais, estilo, conceitos e o que mais for pertinente para uma melhor compreensão do mercado.

Primeiramente, a fim de promover uma análise mais focada, irá delimitar-se modelos coleção de acordo com categorias vistas em concorrentes. Em seguida serão analisados quatro produtos que possuem características e propostas semelhantes ao que se deseja obter. A figura 05 organiza as categorias de bolsas, mochilas e acessórios mais encontrados durante a análise de similares e concorrentes.



Figura 05: Categoria de bolsas Fonte: Desenvolvido pelos autores.

A partir desta categorização, as análises seguintes se basearão nos modelos tiracolo, executivo e sacola para compras. A análise comparativa de quatro produtos similares pode ser vista na figura 06, a seguir.



Modelo/ Marca	CAROLUS, da Freitag	OTTENDORFER, da Freitag	Rocklane damestas da Ecowings	Post bag da Elvis & Kresse
Valor	CHF \$453,70	CHF \$203,70	€ 79,95	GBP £150,00
Dimensões	410 x 280 x 120 mm (L x w x h)	230 x 130 x 40 mm (L x w x h)	380 x 340 mm (L x h)	260 x 150 x 170 mm (L x w x h)
Forma/ Estrutura	Retangular, modelo carteira, pouco estruturada.	Retangular, modelo tiracolo, tamanho médio	Quadrada, modelo sacola.	Retangular, modelo baú, estruturada
Características	Muitos compartimentos internos e externos, 2 alças, suporte de ombro, alça regulável, fivelas decorativas	Alça única e regulável, forro de tecido, compartimento interno e externo	Poucos bolsos, alça dupla, impermeável	Poucos bolsos, alça dupla, profunda.
Materiais	Lona de caminhão reaproveitadas (pet), forro de tecido não especificado	Lona de caminhão reaproveitadas (pet), forro de tecido não especificado	borracha (câmara de ar de pneu) forro de tecido não especificado	mangueira de incêndio, blanqueta de impressão offset, forro de seda de pára-quedas
Cores	Cores e estampa variadas próprias do material.	Cores e estampa variadas próprias do material.	Borracha preta e texturizada, forro e zíper com cores diversas	Vermelho, amarelo e preto, texturas verticais da mangueira
O que cabe	Celular e pequenos itens pessoais. Folhas A4, roupa, Macbook 15"	Celular e pequenos itens pessoais	Celular e pequenos itens pessoais, livros, roupa	Celular e pequenos itens pessoais, livros, roupa
Pontos de contato	Mãos, ombros, costas	Ombros	Mãos, ombros, antebraço	Mãos, ombros, antebraço

Figura 06: Análise Comparativa Fonte: Desenvolvido pelos autores.

A partir das informações coletadas com a análise é possível estabelecer boas soluções apresentadas em modelos similares e que podem servir de inspiração para o desenvolvimento do produto. O fechamento mais comum analisado é a partir de zíper, mas a presença de fivelas é recorrente, ainda que utilizada apenas como um recurso estético. Também percebe-se a utilização da matéria-prima com poucos processos de beneficiamento ressaltando as cores, texturas e marcas do tempo adquiridas pela função original do material utilizado. Ainda, de acordo com o material utilizado, observa-se a necessidade de incluir recortes no modelo. Eles têm a função de agrupar possíveis retalhos e interferem esteticamente no produto final.

Quanto às formas, pode-se notar que os produtos analisados possuem inspiração em modelos clássicos que dificilmente terão uma estética datada, reforçando características do movimento *slow fashion* e permitindo maior tempo de utilização do produto pelo usuário.

2.5 Análise de Uso

Segundo Pazmino (2015), a análise de uso de um produto compreende o estudo da interação entre determinado produto e seu usuário por meio da observação da tarefa proposta. Assim, é possível detectar dificuldades ergonômicas e de funcionamento a fim de promover uma melhoria.

Neste artigo será analisada a interação entre produtos similares ao que se pretende desenvolver e seu usuário. O registro foi realizado por um homem e uma mulher em um ambiente controlado. Foi solicitado que ambos interagissem com os produtos como estão acostumados a fazer. Por meio de registros fotográficos observou-se a realização do uso observado na figura 07 a seguir.



Figura 07: Análise de uso da tarefa carregar Fonte: Desenvolvido pelos autores.

É durante a ação de carregar os objetos que se pode notar maior a influência do peso. A linha amarela na figura demonstra o desalinhamento ocasionado quando o peso fica localizado em um dos lados do corpo. No modelo tiracolo, utilizar a alça na transversal diminui essa interferência na coluna, o modelo deve ficar na altura do quadril.

2.6 Análise Estrutural

Para Löbach (2001), a análise estrutural (figura 08) permite uma melhor compreensão acerca da estrutura de um produto, sendo possível entender sua complexidade. É com esse tipo de análise que se pode mais facilmente obter avanços na tecnologia, uma vez que é possível analisar quais componentes são essenciais ou não para cada produto.



Figura 08: Análise estrutural Fonte: Desenvolvido pelos autores.

3. Definição dos Requisitos

Segundo Löbach (2001), a partir da coleta e análise das informações é possível compreender uma visão global do projeto, possibilitando analisar a importância de cada um dos fatores que podem ser incorporados para a solução do problema. Os requisitos, sua origem e classificação como obrigatório e desejável podem ser verificados na figura 19, a seguir.

Origem	Requisito	Classificação
Introdução	Produto consciente e sustentável	Obrigatório
Introdução	Produto possível de ser produzido em pequena escala	Obrigatório
Metodologia	Reduzir o uso de materiais e energia	Desejável
Metodologia	Reaproveitar materiais descartados	Obrigatório
Metodologia	Escolha de recursos e processos de baixo impacto ambiental	Obrigatório
Metodologia	Facilitar a desmontagem	Desejável
Metodologia/ Slow Fashion	Otimização da vida dos produtos; projetar artefatos que perdurem	Obrigatório
Materiais e Processos	Material resistente	Obrigatório
Ergonomia	Adequado aos dados antropométricos do usuário	Obrigatório
Ergonomia	Permitir o uso de no máximo 10% de peso em relação ao usuário	Desejável
Público-alvo	Permitir o transporte dos itens pessoais do usuário	Obrigatório
Análise de Similares	Ser uma minicolecção com forte identidade de marca entre si	Obrigatório
Análise de Similares	Utilizar de mecanismos que facilitem a organização dos objetos	Obrigatório
Análise de Similares	Utilizar duas opções de alças	Desejável
Painel semântico	Adequar ao conceito de simplicidade	Obrigatório

Figura 09: Requisitos de Projeto Fonte: Desenvolvido pelos autores.

4. Considerações Finais

O presente artigo apresenta a construção de requisitos de projeto a partir da aplicação do processo de Design em um produto de moda com foco no desenvolvimento sustentável. Nesta fase de coleta e análise informacional foi possível demonstrar como cada etapa pode contribuir expressivamente para a construção de atributos necessários ao desenvolvimento de produto.

Ressalta-se aqui a importância do papel do Design não apenas de forma isolada no desenvolvimento de novos produtos, mas também na análise e provocação sobre novos sistemas e formas de consumo.

Entende-se também que, além da urgência, há complexidade no debate sobre o desenvolvimento sustentável, uma vez que não se trata de uma ciência exata. Ainda assim, é válido todo e qualquer incentivo ao debate que procure questionar a relação entre o homem e o meio ambiente.

Referências

DELGADO, Daniela. Fast Fashion: Estratégia para conquista do mercado globalizado. Modapalavra: e-periódico, Florianópolis, v. 1, n. 2, p.1-8, 2008. Semestral. Disponível em: <<http://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7598/5101>>. Acesso em: 04 set. 2017.

HOFFMANN, Maria Gorete. Fast fashion: risco ou oportunidade. Relatório de inteligência. Sistema de Inteligência Setorial, 2011. Disponível em: http://api.ning.com/files/mc9Mhd-81sMVkwmMJfXKfWIss*tv4Vtpoc2Bp Ry8hcIXGo JZ7jhJW*tJiKAmkmapWlBY2cXbYw4DTBzu07BdxYctjsWvIsSC/FastFashion Risco ouoportunidadederelatorio_692.pdf

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destinos nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989

_____. A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007

LÖBACH, Bernd. Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais. Edgard Blücher, 2001.

MANZINI, E; VEZZOLI, C. O desenvolvimento de produtos sustentáveis. São Paulo: EDUSP, 2002.

MCDONOUGH, William; BRAUNGART, Michael. Cradle To Cradle: Criar e Recriar Ilimitadamente. São Paulo: G.Gili, 2013. Tradução de: Frederico Bonaldo.

PAZMINO, Ana Veronica. Como se Cria: 40 Métodos para Design de Produtos. São Paulo: Blucher, 2015.

PEREIRA, Dilara Rubia; NOGUEIRA, Márcia Ferreira. MODA SOB MEDIDA UMA PERSPECTIVA DO SLOW FASHION. 9º Colóquio de Moda, Fortaleza, v. 9, n. 1, p.1-10, set. 2013. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/9-Coloquio-de-Moda_2013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-1-DESIGN_COMUNICACAO-ORAL/Moda-sob-medida-uma-perspectiva-do-slow-fashion.pdf>. Acesso em: 04 set. 2017.

SCHULTE, Neide Köhler. Reflexões sobre moda ética: Contribuições do biocentrismo e do veganismo. Florianópolis: Editora da Udesc, 2015. 160 p.

Sebrae disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-fabrica-de-bolsas-em-couro-e-acessorios.a9f87a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acessado em: 28 nov.2017.