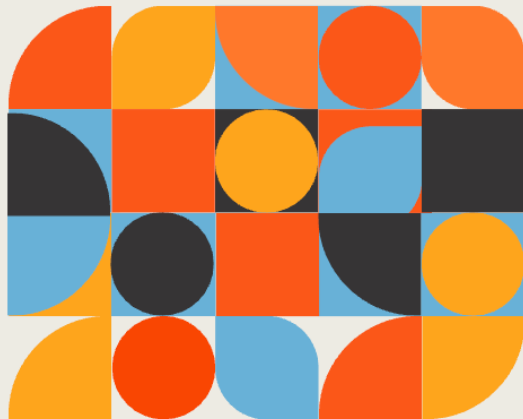




MÉTODOS PARA CONCEPÇÃO DE VESTUÁRIO SUSTENTÁVEL: UMA ANÁLISE DA REALIDADE ENTRE OS DESIGNERS DE MODA

Methods for sustainable clothing design: an analysis of the reality among fashion designers

Souza, Rosemeire Bulgarelli; Graduada; Faculdade de Ensino Superior do Interior Paulista – FAIP,
rosebulgarelli9@gmail.com¹;

Barbeiro, Letícia de Farias; Graduada; Faculdade de Ensino Superior do Interior Paulista – FAIP,
lety2003fb@gmail.com²;

Vilas Boas, Maria Heloisa Fioramonte; Graduada; Faculdade de Ensino Superior do Interior Paulista – FAIP,
mariaheloisafioramonte@gmail.com³;

Viggiani, Maria Fernanda Sornas; Doutoranda; Universidade Estadual Paulista – UNESP,
fernanda.sornas@unesp.br⁴.

Resumo: O artigo investiga os métodos utilizados por designers de moda na criação de produtos sustentáveis, com destaque para o *zero waste*. A pesquisa reúne revisão teórica e abordagem qualitativa, aplicando ferramentas como escada de abstração, mapa de *stakeholders* e entrevistas com profissionais atuantes. O estudo busca compreender os desafios enfrentados na adoção de práticas conscientes nas confecções. Os resultados apontam entraves como resistência empresarial, foco no consumo, ausência de políticas internas e baixa conscientização sobre sustentabilidade na cadeia produtiva.

Palavras chave: Entrevistas; Métodos; Sustentabilidade.

Abstract: The article investigates the methods used by fashion designers in creating sustainable products, with emphasis on zero waste. The research combines theoretical review and a qualitative approach, applying tools such as the abstraction ladder, stakeholder mapping, and interviews with active professionals. The study aims to understand the challenges faced in adopting conscious practices within fashion manufacturing. The results highlight obstacles such as business resistance, a focus on consumption, lack of internal policies, and low awareness of sustainability throughout the production chain.

Keywords: Interviews; Methods; Sustainability.

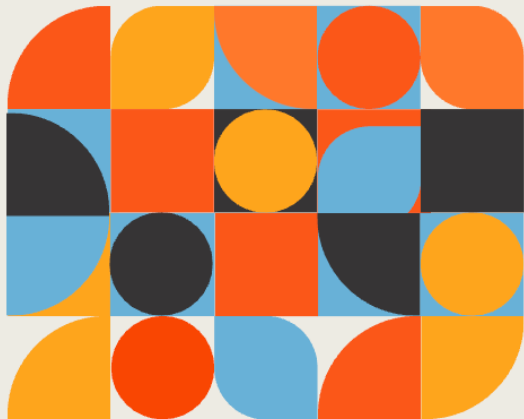
Introdução

¹ Graduada do Curso de Bacharelado em Moda e participante do Programa de Iniciação Científica da Faculdade de Ensino Superior do Interior Paulista – FAIP. Marília/SP.

² Graduada do Curso de Bacharelado em Moda e participante do Programa de Iniciação Científica da Faculdade de Ensino Superior do Interior Paulista – FAIP. Marília/SP.

³ Graduada do Curso de Bacharelado em Moda e participante do Programa de Iniciação Científica da Faculdade de Ensino Superior do Interior Paulista – FAIP. Marília/SP.

⁴ Doutoranda e Mestre em Design pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC) da Universidade Estadual Paulista (UNESP). Especialista em Direito da Moda (2020) e Gestão Empresarial (2011) pelo UniCesumar e em Moda, Produto e Comunicação (2011) pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). Bacharel em Moda (2009) pelo UniCesumar. Professora na Faculdade do Interior Paulista (FAIP, Marília/SP), professora bolsista no Instituto Federal de São Paulo (Campus Bauru/SP) e professora no Centro Universitário Sagrado Coração (Unisagrado – Bauru/SP).



20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Desde a década de 1960, a sustentabilidade começou a ganhar espaço nas discussões globais, impulsionada pela crescente preocupação com a preservação da vida humana no planeta. Com o passar do tempo a ampliação do conhecimento e a complexidade das questões envolvidas tornaram evidente a necessidade de uma revisão mais profunda do tema. Assim, tornou-se essencial repensar os caminhos adotados até então, buscando construir estratégias mais sólidas e direcionadas para um desenvolvimento verdadeiramente sustentável.

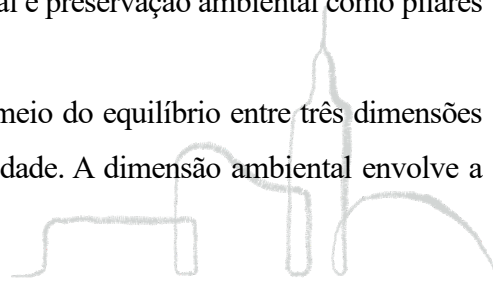
Considerando que a indústria da moda está entre as mais poluentes do planeta (Simões-Borgiani, 2021), alguns designers têm buscado soluções sustentáveis para minimizar os impactos ambientais, como a adoção do método *zero waste* (resíduo zero) nos processos de criação. Essa abordagem difere do modelo tradicional por não partir de um desenho pré-definido; ao contrário, o desenvolvimento da peça tem início diretamente na *moulage* sobre o manequim, priorizando o uso eficiente dos materiais e a eliminação de sobras desde as etapas iniciais da produção (Breve, 2018).

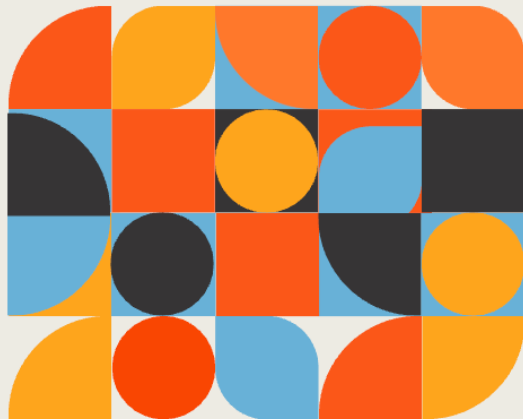
Este artigo tem o objetivo de analisar os métodos para desenvolvimento de produtos de moda dentro das confecções, a fim de analisar a realidade dos designers de moda visando a sustentabilidade. Para tanto, o artigo pautou-se em uma pesquisa bibliográfica para desenvolver a fundamentação teórica sobre a moda e a sustentabilidade, metodologias de desenvolvimento de produtos no design de moda e o método *zero waste* na moda, posteriormente desenvolveu-se uma pesquisa qualitativa a partir da ferramenta de escada de abstração, mapa de *stakeholders* e entrevistas semi-estruturadas, a fim de analisar a realidade dos designers de moda diante a sustentabilidade na moda. Esta pesquisa é fruto do trabalho desenvolvido no Programa de Iniciação Científica da Faculdade do Interior Paulista (FAIP, Marília/SP) para o curso de Bacharelado em Moda.

Sustentabilidade e Metodologias Projetuais na Moda

A noção de desenvolvimento sustentável ganhou reconhecimento global com a definição proposta pela Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (1983-1989), que destacou a importância de suprir as necessidades do presente sem comprometer as futuras gerações (Santos *et al.*, 2019). Na conferência Rio+20, em 2011, esse conceito foi ampliado para integrar crescimento econômico, inclusão social e preservação ambiental como pilares essenciais para um futuro equilibrado (Almeida; Moura, 2015).

O desenvolvimento sustentável busca resultados a longo prazo por meio do equilíbrio entre três dimensões interdependentes: ambiental, social e econômica — os pilares da sustentabilidade. A dimensão ambiental envolve a





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

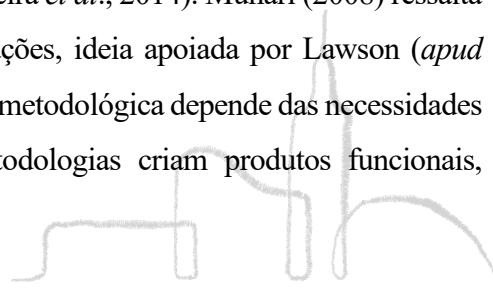
preservação do capital natural, abrangendo biodiversidade, mudanças climáticas e poluição. No setor da moda, os principais desafios são o uso intensivo de água e energia, emissão de poluentes, descarte inadequado de resíduos e uso de substâncias tóxicas. A dimensão econômica relaciona-se à geração de valor por meio da equidade na distribuição de recursos e modelos de negócio sustentáveis, priorizando serviços em vez do consumo excessivo. Já a dimensão social inclui direitos humanos, bem-estar e justiça social, revelando na moda condições precárias de trabalho, exploração e a necessidade de valorizar identidades culturais e produções locais (Salcedo, 2014; Santos *et al.*, 2019).

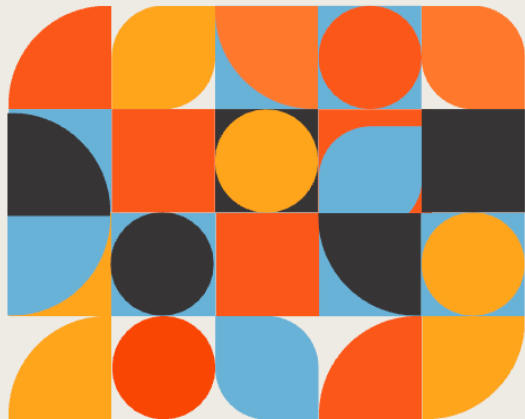
A adoção do desenvolvimento sustentável na moda exige a integração efetiva dessas três dimensões. Almeida e Moura (2015) enfatizam que projetos de design devem contemplar esses pilares diante da crescente demanda por práticas responsáveis. Entretanto, incorporar integralmente tais princípios em toda a cadeia produtiva é complexo, e a ausência de qualquer pilar compromete o resultado final.

De acordo com Simões-Borgiani (2021), a indústria da moda é uma das mais poluentes do mundo. O autor aponta que entre 1960 e 2016, os resíduos têxteis destinados a aterros cresceram 909%, de 1,76 milhões para 16 milhões de toneladas, evidenciando a urgência de repensar os modelos atuais. Para que uma marca seja considerada sustentável, seu sistema produtivo deve atender às demandas sociais usando significativamente menos recursos ambientais. Isso requer a integração transparente dos três pilares, com envolvimento de toda a cadeia, especialmente dos designers. Assim, metodologias como o ecodesign, definido como modelo projetual orientado por critérios ecológicos, são essenciais. Logo, o design deve acompanhar o avanço das metodologias sustentáveis, dominando ferramentas para criar produtos-sistemas comprometidos com a sustentabilidade (Manzini; Vezzoli, 2002).

É importante diferenciar termos do design: "método" é um caminho estruturado composto por técnicas; "processo" é o conjunto organizado de ações que levam a um resultado; "técnicas" são ferramentas que auxiliam na resolução de problemas e visualização criativa; e "metodologia" é o conjunto integrado dessas práticas para orientar soluções (Pazmino, 2015; Sanches, 2017).

A Metodologia de Design pode ser vista como um esquema de etapas que apoia o designer na criação de soluções por meio de métodos, técnicas e ferramentas (Vasconcelos *apud* Siqueira *et al.*, 2014). Munari (2008) ressalta que o método não é rígido, devendo ser ajustado conforme surgem informações, ideia apoiada por Lawson (*apud* Sanches, 2017), que enfatiza a não linearidade do processo projetual. A escolha metodológica depende das necessidades do projeto (Siqueira *et al.*, 2014). Pazmino (2015) reforça que tais metodologias criam produtos funcionais,





tecnológicos, sustentáveis e ergonômicos, sendo seu domínio essencial para a prática profissional e formação acadêmica, pois o projeto exige criatividade para resolver problemas.

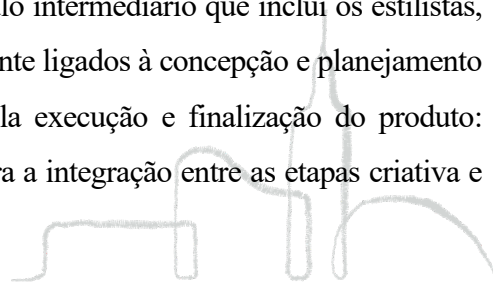
Na moda, ciclos curtos e constante renovação impõem a integração precoce de sustentabilidade e ergonomia. Porém, os métodos aplicados são menos inovadores, devido à lógica sequencial das coleções, exigindo adaptações ou novas abordagens. Sanches (2017) observa carência de métodos específicos para moda. As metodologias usadas derivam do design tradicional (Löbach, Munari, Bonsiepe).

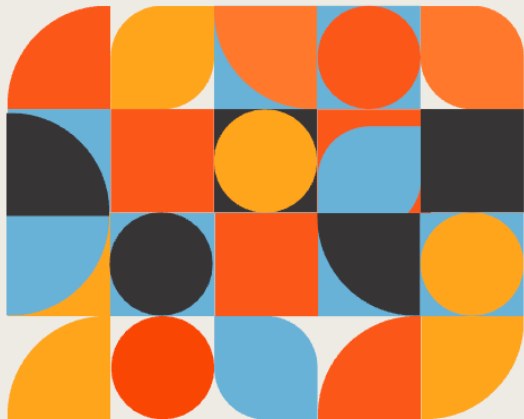
A metodologia *zero waste* propõe mudanças estruturais para eliminar resíduos têxteis, incorporando princípios de ecodesign e gestão consciente. Rissanen (2013) defende o planejamento do aproveitamento total do tecido desde o início, integrando criação, modelagem e corte. Diferente do método tradicional, o *zero waste* parte do molde como base, muitas vezes usando *moulage*, permitindo liberdade estética e exigindo alta técnica. Breve (2018) destaca que a sustentabilidade é incorporada na pré-visualização tridimensional, reposicionando o designer como agente transformador.

Materiais e Métodos

Este estudo foi realizado a partir do método indutivo, com pesquisa aplicada e quanto ao seu objetivo trata-se de uma pesquisa descritiva e exploratória. Para analisar a realidade dos designers de moda nas confecções, utilizou-se inicialmente a ferramenta “Escada de Abstração” (Figura 1), desenvolvida por S.I. Hayakawa (1990), cujo objetivo é exercitar os processos mentais de abstração, promovendo o trânsito entre níveis conceituais e práticos. Adaptada ao design, essa ferramenta aprofunda a compreensão dos processos, articulando conceitos e soluções. Ao “subir os degraus”, trabalha-se com pensamentos mais abstratos; ao “descer”, com abordagens mais práticas e estratégicas.

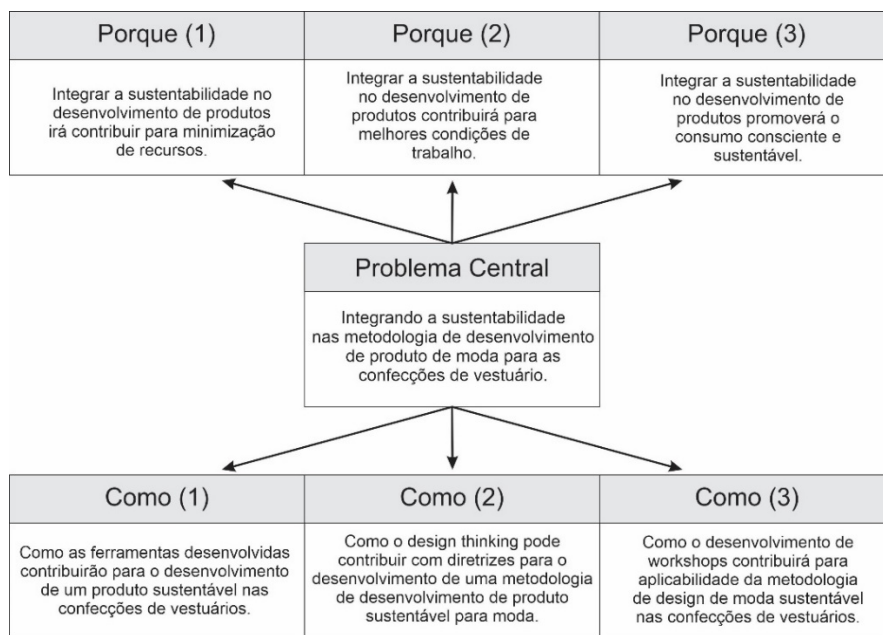
Também foi utilizado o “Mapa de *Stakeholders*”, que permite identificar os agentes direta ou indiretamente envolvidos no processo de desenvolvimento de produto. Este mapa apresenta um diagrama em formato de círculos concêntricos que representa os diferentes profissionais envolvidos no processo de desenvolvimento de um produto de moda. No centro está o “Desenvolvimento do produto”, cercado por um círculo intermediário que inclui os estilistas, modelistas, designers de moda e diretores de criação — profissionais diretamente ligados à concepção e planejamento das peças. No círculo mais externo, estão os profissionais responsáveis pela execução e finalização do produto: costureiras, cortadores e a equipe de acabamento das peças. O diagrama ilustra a integração entre as etapas criativa e





operacional no processo produtivo da moda.

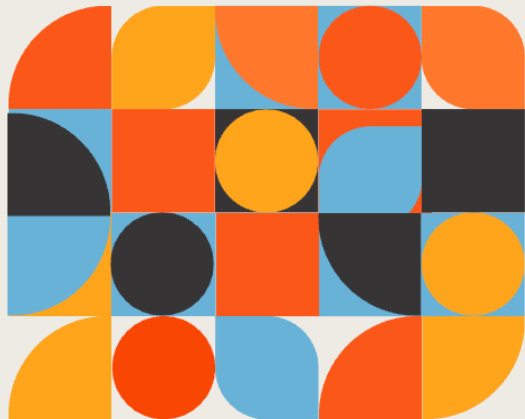
Figura 1: Escada de Abstração



Fonte: Autoria própria (2025).

A partir dessas análises, optou-se por entrevistar designers de moda, reconhecendo seu papel central no contexto investigado. Com o objetivo de analisar os métodos de desenvolvimento de produtos nas confecções e sua relação com a sustentabilidade, realizaram-se entrevistas com duas designers de moda atuantes em empresas do interior de São Paulo. A escolha dessas profissionais se justificou pelo reconhecimento e relevância de suas respectivas empresas no cenário local da cidade de Marília/SP. A pesquisa, de abordagem qualitativa, adotou a entrevista como principal instrumento de coleta de dados. Segundo Lakatos e Marconi (2003), a entrevista é um encontro entre duas pessoas, onde uma busca obter informações por meio de uma conversa profissional. Seu objetivo é investigar fatos, sentimentos, planos de ação e condutas. Logo, a entrevista é uma técnica eficaz em pesquisas qualitativas, pois possibilita a coleta de dados mais profundos e condizentes com a realidade estudada.

Optou-se pela entrevista semiestruturada, adequada para explorar percepções subjetivas de forma reflexiva. Esse formato permite que os participantes expressem livremente suas opiniões e experiências, favorecendo uma interação dialógica e confiável. Dessa maneira, foram elaboradas quatro questões abertas, com o objetivo de estimular



a expressão do modo de pensar e agir das entrevistadas. As entrevistas ocorreram via Google Meet, nos dias 30 de julho e 06 de agosto de 2024. A pedido das participantes, seus nomes e os das empresas foram omitidos, sendo identificadas como “empresa A” e “empresa B”.

Resultados e Discussões

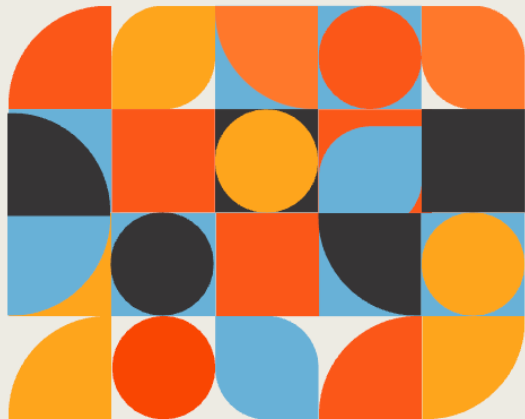
A entrevista teve início com a pergunta: “De modo simplificado, como é o processo de desenvolvimento de produtos da sua empresa?”, com o objetivo de compreender os métodos aplicados pelas indústrias de vestuário. As duas empresas analisadas seguem processos similares no desenvolvimento de coleções, iniciando com pesquisa de tendências e desenvolvimento do *moodboard* inspiracional, definição do *mix* de produtos, compra de matéria-prima, criação de desenhos técnicos, modelagem, prototipagem, prova e correção da peça-piloto, gradação, corte, costura e distribuição para pontos de venda. Contudo, a Empresa A realiza pesquisa de tema, definição de cartela de cores, desenvolvimento de estampas e estratégias de produto, enquanto a Empresa B não trabalha com tema, atua apenas com *jeans* cujas cores são definidas na lavanderia, não desenvolve estampas, mas realiza escolha da lavanderia, beneficiamento e tingimento. Além disso, apenas a Empresa A acompanha as vendas. Dessa maneira, evidencia diferenças entre as empresas, sendo a Empresa B mais ágil e com menos etapas. Em ambas, porém, não há preocupação específica com sustentabilidade.

A segunda questão investigou: “Quais são suas principais preocupações como designer durante o desenvolvimento de um novo produto?”. A empresa A destacou a aceitação do produto no mercado e a preocupação com resíduos têxteis. A empresa B demonstrou foco exclusivo na aceitação e venda. Ambas priorizam o consumo, sem integrar efetivamente práticas sustentáveis ao processo de criação.

Na terceira questão, sete afirmações foram apresentadas para análise das entrevistadas. As respostas foram reunidas no Quadro 1:

Quadro 1: Terceira questão da entrevista

	Questão	Empresa A	Empresa B
1	Para desenvolver um produto de moda são necessários apenas informações de público-alvo e tendências.	Discorda	Concorda
2	As metodologias de design para desenvolvimento de produtos de moda servem apenas para fins educacionais, não sendo aplicado na indústria.	Discorda	Discorda
3	A indústria da moda é uma das que mais polui o meio ambiente.	Concorda	Concorda



20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

4	As condições de trabalho dos funcionários, seja interno como terceirizados, não estão atreladas aos aspectos sustentáveis da empresa.	Concorda	Discorda
5	O resíduo têxtil é uma das causas de maior impacto ao meio ambiente e um dos maiores problemas para as empresas de confecção.	Concorda	Discorda
6	A geração de resíduo têxtil está associada com o aproveitamento do tecido no encaixe.	Concorda	Concorda
7	Uma alternativa sustentável para reduzir o resíduo têxtil é utilização de métodos <i>zero waste</i> .	Concorda	Concorda

Fonte: Autoria própria (2025).

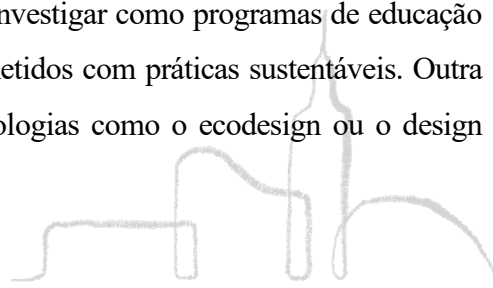
A empresa A acredita que o desenvolvimento de um produto exige mais que informações de público-alvo e tendências. Discorda também da ideia de que metodologias são apenas educacionais, considerando-as aplicáveis à prática, ainda que com adaptações. A empresa B, por sua vez, discorda da quarta afirmação, argumentando que as condições de trabalho refletem diretamente nos aspectos sustentáveis da empresa, inclusive em casos de terceirização.

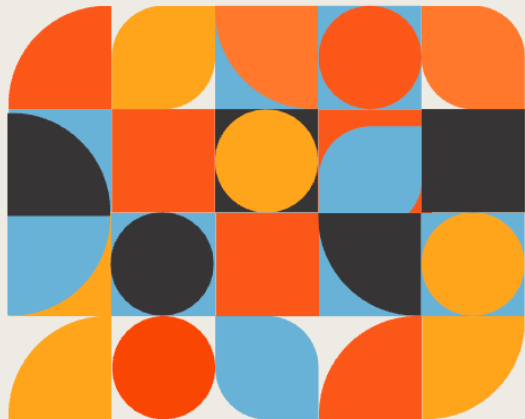
Na última questão – “Você vê caminhos para a sustentabilidade nas empresas de confecção? Como poderia ser aplicado?” – ambas as empresas acreditam que há caminhos possíveis, mas apontam obstáculos. A empresa A menciona a resistência de empresários que priorizam lucro e incluem os resíduos no custo do produto. A empresa B ressalta a necessidade de conscientização desde as indústrias até os consumidores, reforçando a importância de uma mudança cultural para a adoção de práticas sustentáveis.

Considerações Finais

As entrevistas evidenciaram a distância entre o discurso sobre sustentabilidade e sua aplicação prática nas confecções. Embora os designers reconheçam a relevância do tema e apontem possibilidades como o uso do *zero waste*, ainda prevalece a lógica de produção orientada pelo consumo e pela agilidade, dificultando a adoção de métodos sustentáveis. A resistência empresarial, a ausência de políticas internas e a falta de conscientização dos consumidores foram identificadas como barreiras relevantes. Tais fatores revelam a necessidade de uma mudança sistêmica e cultural para que a sustentabilidade se torne parte integrante dos processos criativos e produtivos da moda.

Para pesquisas futuras, sugere-se ampliar o número de entrevistados e incluir outros atores da cadeia têxtil, como modelistas, costureiras, gestores e consumidores. Também é relevante investigar como programas de educação em design podem contribuir para a formação de profissionais mais comprometidos com práticas sustentáveis. Outra possibilidade é explorar comparativamente empresas que já aplicam metodologias como o ecodesign ou o design circular em seus processos.





Referências

- ALMEIDA, Mariana Dias; MOURA, Mônica. O conceito de sustentabilidade aplicado pelas empresas de vestuário. In: **Moda Palavra E-periódico**. Ano 9, edição especial, out 2015, p. 78-103. Disponível em: <http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/2216/1/sustentabilidadeempresasvestuario.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2021.
- BREVE, Danilo Gondim. **Zero waste**: design sustentável aplicado ao ensino de moda. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Programa de Pós-graduação em Têxtil e Moda, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, 2018.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5ª edição. São Paulo: Atlas, 2003.
- MAZINI, Ézio; VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**: os requisitos ambientais dos produtos industriais. Tradução: Astrid de Carvalho. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.
- MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo, Ed. Martins Fontes. 2008.
- PAZMINO, Ana Verônica. **Como se cria**: 40 métodos para design de produtos. São Paulo: Blucher, 2015.
- RISSANEN, Timo. **Zero-waste fashion design**: a study at the intersection of cloth, fashion design and pattern cutting. 313f. Tese (Doutorado). Curso de Filosofia – Design. University of Technology, Sydney, 2013.
- SALCEDO, Elena. **Moda ética para um futuro sustentável**. Tradução: Denis Fracalossi. Barcelona, Espanha: Gustavo Gili, 2014.
- SANCHES, Maria Celeste de F. **Moda e projeto**: estratégias metodológicas em design. 1ª Edição. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.
- SANTOS, Aguinaldo dos; *et. al.* **Design para a sustentabilidade**: dimensão social. Curitiba, PR: Insight, 2019.
- SIMÕES-BORGIANI, Danielle S.; ANDRADE, Tassiane F. Inovação e sustentabilidade em coleção experimental do vestuário com uso da técnica zero waste. In: **Brazilian Journal of Development**. Curitiba, v.7, n.3, p. 23743-23763 mar 2021.
- SIQUEIRA, Otavio Augusto Guerra; *et. al.* Metodologia de projetos em design, design thinking e metodologia ergonômica: convergência metodológica no desenvolvimento de soluções em design. In: **Cadernos UniFOA**, Edição Especial Design, v.9, n.1, 2014. Disponível em: <http://revistas.unifoa.edu.br/index.php/cadernos/article/view/1112>. Acesso em: 09 maio 2021.

