

18º ERGODESIGN  
& USIHC 2022

## Metodologia centrada no usuário para o Design de Moda: GODP- Guia de Orientação para o Desenvolvimento de Projetos

*User-centered methodology for the Fashion Design: GODP-  
Guidance for Project Development*

Giselle Schmidt Alves Díaz Merino; Universidade do Estado de Santa Catarina; UDESC

Thiago Varnier; Universidade Federal de Santa Catarina; UFSC

Elen Makara; Universidade Federal de Santa Catarina; UFSC

### **Resumo**

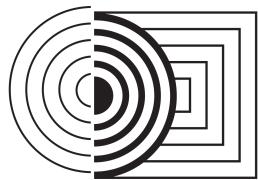
Os produtos de moda e vestuário desenvolvidos a partir de uma metodologia de projeto apresentam melhor desempenho se comparados aos desenvolvidos por métodos empíricos. No entanto, há poucos referenciais teóricos a respeito das metodologias de desenvolvimento de projeto de produto de vestuário. Dessa forma, este artigo tem como objetivo apresentar o Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos (GODP) aplicado a prática projetual do Design de Moda. Para tanto foi realizado uma pesquisa teórica, pela abordagem qualitativa com objetivo descritivo. Os resultados apontam que GODP aplicado a Moda pode facilitar a gestão dos processos operacionais de desenvolvimento do produto de vestuário, melhorando os fluxos informacionais e, consequentemente, a tomada de decisão projetual. A utilização da metodologia garante uma sistemática organizada e planejada, o que permite o levantamento, a organização e a análise dos dados de forma consciente, fornece informações relevantes para o projeto, otimiza o tempo e a produtividade, fortalece a qualidade dos produtos desenvolvidos, garantindo conforto, segurança e usabilidade.

Palavras-chave: design de moda; metodologia; desenvolvimento de produto de vestuário

### **Abstract**

*Fashion products developed from a project methodology perform better when compared to those developed by empirical methods. However, there are few theoretical references regarding clothing design development methodologies. Thus, this article aims to present the Guidance for Project Development (GODP) applied to the design practice of Fashion Design. Therefore, theoretical research was carried out using a qualitative approach with a descriptive objective. The results show that GODP applied to Fashion Design can facilitate the management of operational processes of clothing development, improving informational flows and, consequently, design decision making. In addition, the use of the methodology ensures an organized and planned systematic, which allows the conscious collection, organization, and analysis of data. It provides relevant information for the project, optimizes time and productivity, and strengthens the developed products' quality, ensuring comfort, safety, and usability.*

Keywords: fashion design; methodology; product development of clothing



## 18º ERGODESIGN & USIHC 2022

### 1. Introdução

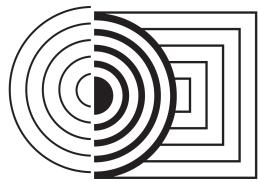
Gomes Filho (2006, p.29) conceitua o Design de Moda como uma “especialidade ou área de atuação que envolve a criação, o desenvolvimento e a confecção de produtos da Moda e atinge diversos segmentos de utilização, relacionados com o uso de objetos diretamente sobre o corpo”. Para Jones (2011) uma das formas mais eficazes de ensinar Moda é por meio da elaboração de projetos (desenvolvimento de produtos de Moda e vestuário), afinal, projeto é um trabalho sistemático que congrega pesquisa e atividades práticas. Neste particular, Rech (2002) apresenta que produtos de Moda e vestuário desenvolvidos a partir de uma metodologia projetual apresentam um melhor desempenho se comparado aos desenvolvidos por métodos empíricos, além de serem obtidos em curto espaço de tempo, considerando conceito e usuário como polos terminais do ciclo de desenvolvimento.

No que tange as metodologias projetuais, essas são formadas pelas bases teórico-práticas na trajetória educacional (RECH, 2002; MUNARI, 2008), podendo ser compreendida como uma estratégia que guia o olhar da equipe criativa âmbito profissional. Assim ao projetar uma coleção de Moda se faz necessária, uma metodologia que auxilie, sistematize e principalmente coordene todo o processo de desenvolvimento do produto (PDP) de vestuário (TREPTOW, 2013).

Dentro dessa realidade, os Designers de Moda, possuem poucos referenciais teóricos a respeito das metodologias de desenvolvimento de projeto de produto de vestuário (CAPELASSI 2010). Martins (2019) aponta a necessidade de sistematizar metodologias de projeto de produto para o setor de vestuário e produtos de Moda, considerando os critérios ergonômicos, de Usabilidade e de conforto. Isso porque a criação de uma metodologia, específica para a indústria do vestuário e adaptada às suas características, é uma forma de estruturar seu PDP, aperfeiçoando o processo de desenvolvimento do vestuário e, consequentemente, o desempenho mercadológico (MORETTI; BRAGHINI, 2017).

Sanches (2017) destaca que a competitividade sobre as empresas determina que os produtos de vestuário sejam melhor adaptados às necessidades e aos desejos dos consumidores. No entanto, ao criar, desenvolver e produzir produtos de vestuário que não consideram as necessidades dos usuários, estes tendem a ser descartados e ou rejeitados (MARTINS, 2008; MARTINS, 2012). Apesar de reconhecer a importância de considerar as necessidades do público alvo para o desenvolvimento de produtos de vestuários, poucas metodologias apresentam foco no usuário (VARNIER; FETTERMANN; MERINO, 2021; MERINO; VARNIER; MAKARA, 2020). Além disso, de acordo com Sanches (2008) o uso de metodologias da área do Design para o desenvolvimento de produtos de Moda ainda é pouco explorado por gestores empresariais e pelos cursos da área de Design de Moda e vestuário.

Mediante este contexto, é fundamental que o setor da Moda inove além do design do produto, nos processos gerenciais e operacionais (VARNIER; FETTERMANN; MERINO, 2021). Por isso, este



## 18º ERGODESIGN & USIHC 2022

artigo tem como objetivo apresentar o Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos (GODP) desenvolvido por Merino (2014, 2016) aplicado a prática projetual do Design de Moda.

### 2. Referencial Teórico

O referencial teórico sobre a Prática Projetual do Design de Moda apresentado neste artigo é baseado em Treptow (2013), Montemezzo (2003) e Sanches (2008). Estas são autoras conceituadas na área do Design de Moda, cujas pesquisas descrevem com detalhes as fases e etapas do PDP, o que colabora com a apresentação do Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos (GODP) aplicado à prática projetual do Design de Moda.

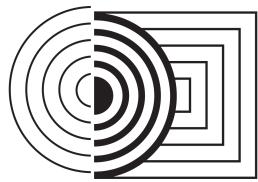
Para Treptow (2013) o PDP de vestuário é dividido em quatro etapas: 1) Planejamento, 2) Design, 3) Desenvolvimento, 4) Promoção e Comercialização. A proposta metodológica de Montemezzo (2003) é dividida em seis etapas: 1) Planejamento; 2) Especificação do Projeto; 3) Delimitação Conceitual; 4) Geração de Alternativas, 5) Avaliação e Elaboração; 6) Realização. Já Sanches (2008) organizou-o em quatro etapas: 1) Planejamento, 2) Geração de Alternativas, 3) Avaliação e Detalhamento, e 4) Realização.

De forma genérica o PDP de vestuário inicia-se na **etapa de Planejamento**, denominada assim por Treptow (2013), Montemezzo (2003) e Sanches (2008). Nesta etapa, os setores de marketing, vendas, desenvolvimento/criação e a gerência da empresa devem trabalhar juntos, buscando informações sobre o mercado, os produtos e os consumidores, as quais serão analisadas e servirão de bases para as futuras tomadas de decisões do processo (MONTEMEZZO, 2003; TREPTOW, 2013). Além disso, especifica-se o tamanho da coleção, *mix* de produtos, *mix* de moda, define-se o cronograma e o *briefing*, e realiza-se a pesquisa de tendências (TREPTOW, 2013).

Para a **etapa de Design**, iniciam-se os esboços dos modelos que irão compor a coleção, ou a Geração de Alternativas (MONTEMEZZO, 2003; SANCHES, 2008), levando em consideração todas as pesquisas e o planejamento da etapa anterior (TREPTOW, 2013). Nesta etapa também se define a cartela de cores e de materiais, que envolvem os tecidos e os aviamentos (TREPTOW, 2013). Ao finalizar a criação dos modelos, realiza-se uma avaliação e seleção das alternativas que farão parte da coleção (MONTEMEZZO, 2003; SANCHES, 2008).

A **etapa de Desenvolvimento** refere-se ao preenchimento das fichas técnicas dos modelos que foram selecionados para compor a coleção, e consequentemente ao desenvolvimento da modelagem, a confecção do protótipo, os testes de usabilidade e a aprovação final (TREPTOW, 2013; MONTEMEZZO, 2003; SANCHES, 2008). Por fim, a **etapa de Realização**, em síntese, trabalha com os protótipos aprovados, os quais devem estar acompanhados das respectivas fichas técnicas, de modo a auxiliar na produção em série (MONTEMEZZO, 2003; SANCHES 2008).

### 3. Metodologia



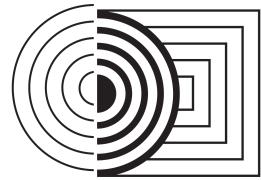
## 18º ERGODESIGN & USIHC 2022

Esta pesquisa caracteriza-se de natureza teórica, por objetivar o avanço científico e a ampliação de conhecimentos teóricos acerca de uma metodologia centrada no usuário para o Design de Moda, estabelecendo uma visão geral sobre a temática (MARCONI; LAKATOS, 2007). Quanto ao seu objetivo, denomina-se descritiva. Os estudos descritivos buscam especificar as características de processos, objetos ou qualquer outro fenômeno que se submeta a uma análise (SAMPLIERI; COLLADO; LUCIO, 2013). Nesta pesquisa, objetiva-se descrever os procedimentos de desenvolvimento dos produtos de vestuário nos três momentos e oito etapas da metodologia do GODP (MERINO, 2014, 2016).

No que se refere a abordagem do problema, foi utilizada a abordagem qualitativa, a qual busca obter dados que serão transformados em informação, para que possam ser analisados e compreendidos (SAMPLIERI; COLLADO; LUCIO, 2013) e, diante disso, buscou-se apresentar as etapas, técnicas, processos e/ou procedimentos de PDP do vestuário, a metodologia do GODP detalhando o percurso projetual do processo de desenvolvimento do produto de vestuário. Como procedimentos técnicos apresenta-se um roteiro de orientação, que possibilita compreender o funcionamento e operacionalização em cada etapa do GODP, na qual constam figuras de sínteses visuais, as quais detalham: O que é, O que fazer, e Como fazer.

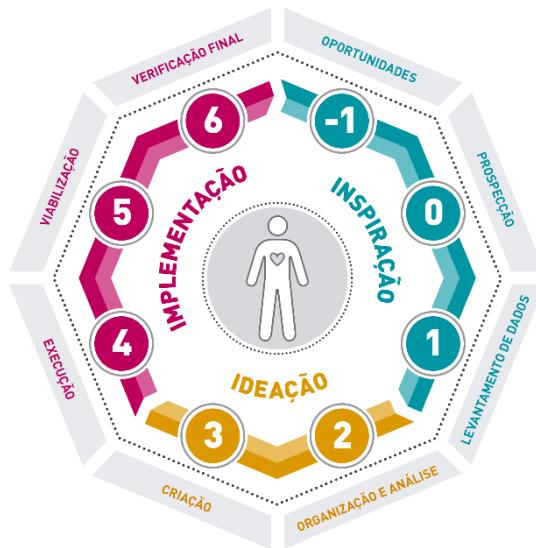
### 4. Resultados e Discussões

Merino, Varnier e Makara (2020) analisam e sugerem a gestão do PDP de Moda e vestuário a partir do Guia de Orientação para o desenvolvimento de Projetos – GODP (MERINO, 2014; 2016). O GODP (Figura 1) é uma metodologia cílica com abordagem centrada no usuário, configurada por oito etapas, divididas em três grandes momentos no processo de desenvolvimento de projeto: Momento Inspiração (etapa -1 - Oportunidade; etapa 0 - Prospecção; etapa 1 - Levantamento de Dados); Momento Ideação (etapa 2 - Organização e Análise; etapa 3 - Criação) e Momento Implementação (etapa 4 - Execução; etapa 5 - Viabilização; etapa 6 - Verificação final) (MERINO, 2014, 2016).



## 18º ERGODESIGN & USIHC 2022

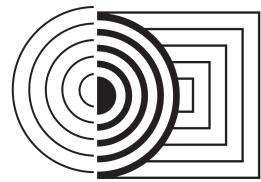
Figura 1 – GODP- Guia de orientação para o Desenvolvimento de Projeto



Fonte: Merino (2016, p.15).

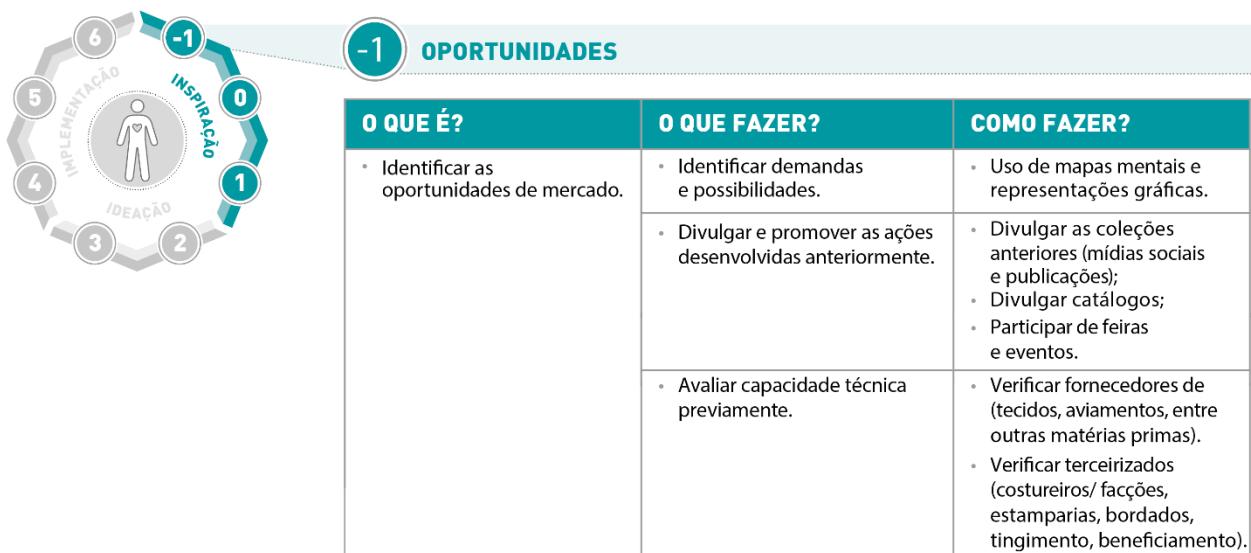
O **GODP aplicado ao Design de Moda** visa detalhar o “percurso projetual do processo de desenvolvimento de produto de vestuário [...] abordando as especificidades da área da Moda, ou seja, as técnicas, ferramentas e procedimentos utilizados para o desenvolvimento do vestuário, bem como a linguagem específica da área” (MERINO, VARNIER, MAKARA, 2020, p. 15).

Seguindo a metodologia, o percurso projetual do processo de desenvolvimento do produto de vestuário, inicia pelo Momento Inspiração – momento em que a equipe de projeto realiza as coletas de informações em todas as fontes possíveis. Esse momento é organizado em três etapas (-1: Oportunidades; 0: Prospecção e 1: Levantamento de dados). A **Etapa -1 de Oportunidade** (Figura 2) está relacionada as oportunidades do mercado e setores, considerando um panorama local, nacional e internacional.



## 18º ERGODESIGN & USIHC 2022

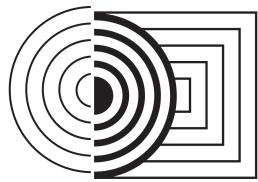
Figura 2 – Momento Inspiração – Etapa -1: Oportunidades



Fonte: Merino; Varnier; Makara (2020, p.23).

Sabe-se que a característica essencial das empresas que produzem vestuário é a diversificação e renovação dos produtos em curtos espaços de tempo. Por esse motivo, é necessário estudar as condições de mercado para compreender como o comportamento do consumidor é influenciado pela sociedade, economia, tecnologia e meio ambiente; observar o estilo de vida do público-alvo; pesquisar as estatísticas de venda; avaliar as coleções anteriores; pesquisar as publicações de moda, catálogos, e serviços de design; observar o que as pessoas estão usando; e manter-se atualizado com os acontecimentos atuais, as artes, humor ou clima do público.

Após identificada a oportunidade, deve ser definida a demanda ou a problemática central que norteará o projeto, bem como os Blocos de Referência (MERINO, 2016) - Produto, o Usuário e o Contexto, que organizam as informações durante todo o processo de projeto. No desenvolvimento do vestuário, os **Blocos de Referência** (Figura 3) referem-se: Produto - vestuário / coleção que será desenvolvida; Usuário - público-alvo do vestuário, aquele que utilizará as vestimentas; e o Contexto - ambiente de uso das vestimentas, sua relação com à estação do ano e o segmento de moda (MERINO, VARNIER, MAKARA, 2020).



## 18º ERGODESIGN & USIHC 2022

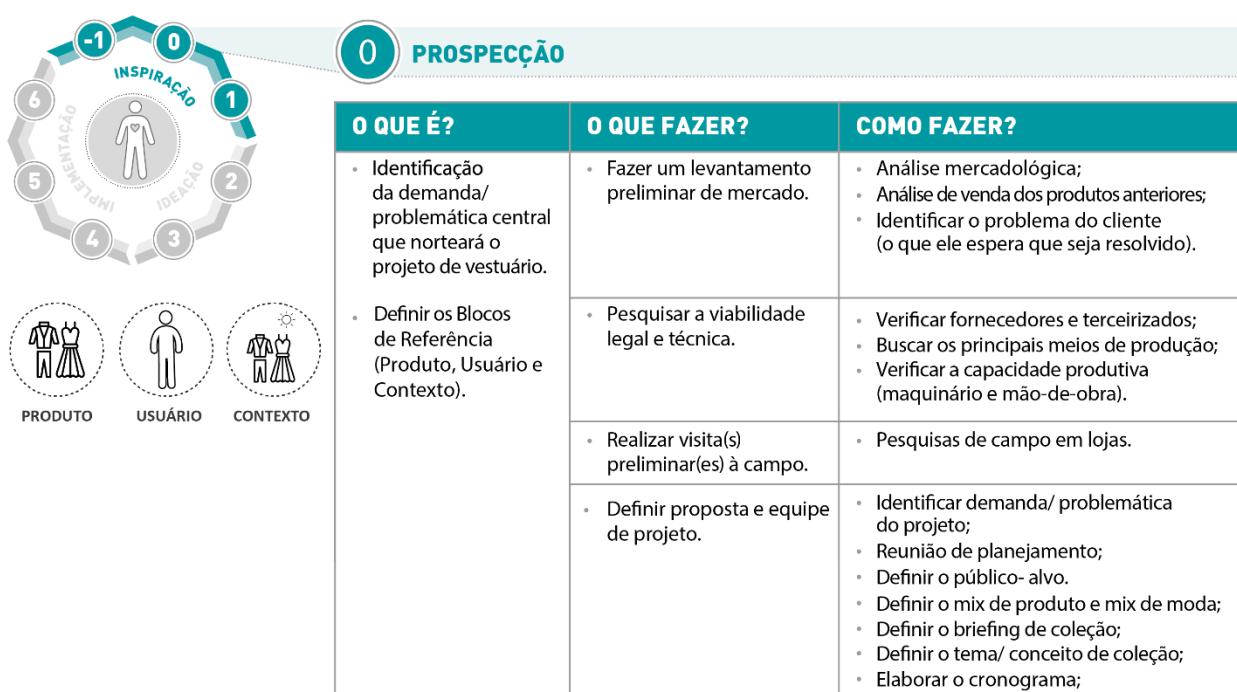
Figura 3 – Blocos de Referência para o desenvolvimento do produto de vestuário



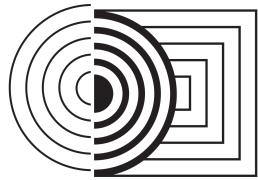
Fonte: Merino; Varnier; Makara (2020, p.21).

Durante a **Etapa 0 de Prospecção**, podem ser realizadas as análises de informações obtidas com o mercado e histórico de vendas dos produtos anteriores, ou seja, são as análises mercadológicas a fim de verificar o que o usuário prospecta nesses novos produtos. Essas análises e discussões sobre o novo projeto de coleção se iniciam com uma reunião de planejamento. A Figura 4, apresenta a síntese das atividades para esta etapa.

Figura 4 – Momento Inspiração – Etapa 0: Prospecção



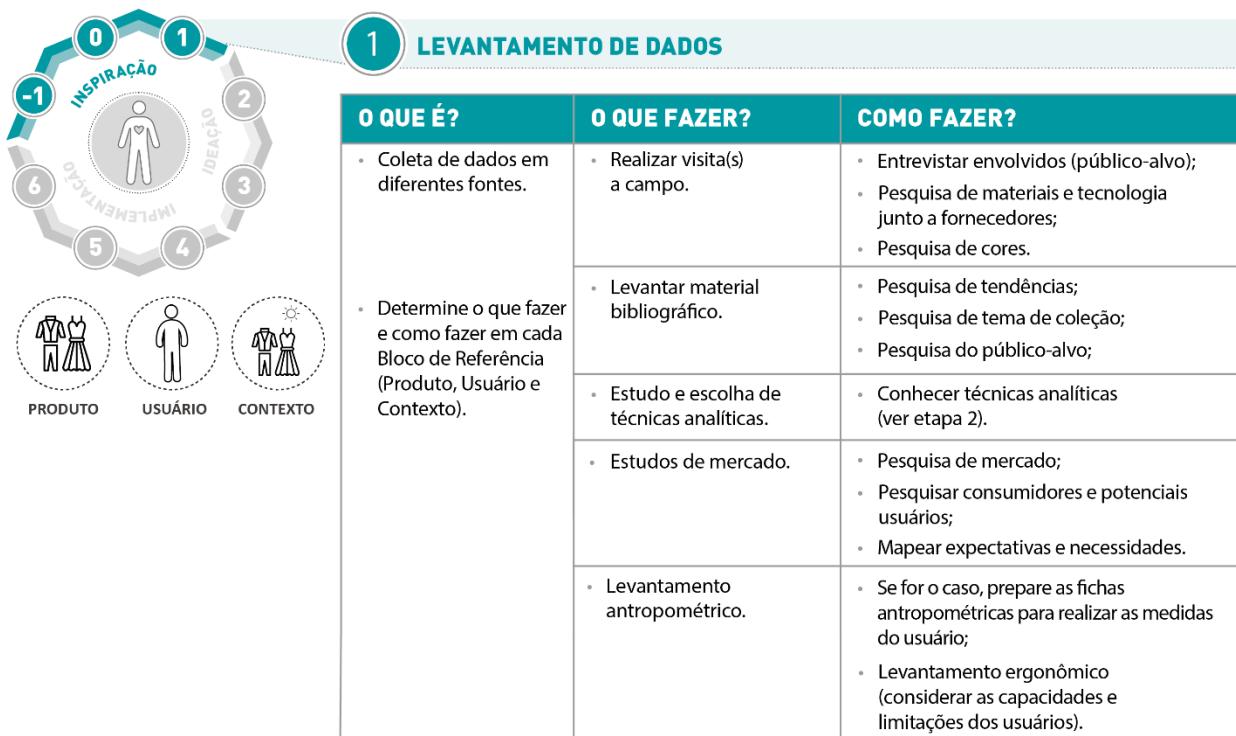
Fonte: Merino; Varnier; Makara (2020, p.25).



## 18º ERGODESIGN & USIHC 2022

A **Etapa 1** (Figura 5) refere-se ao **Levantamento de dados**, onde serão desenvolvidas as definições do projeto em conformidade com as necessidades e expectativas do usuário, a fim de contemplar os quesitos de usabilidade, ergonomia e antropometria.

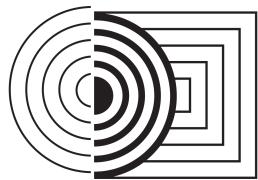
Figura 5 – Momento Inspiração – Etapa 1: Levantamento de dados



Fonte: Merino; Varnier; Makara (2020, p.29).

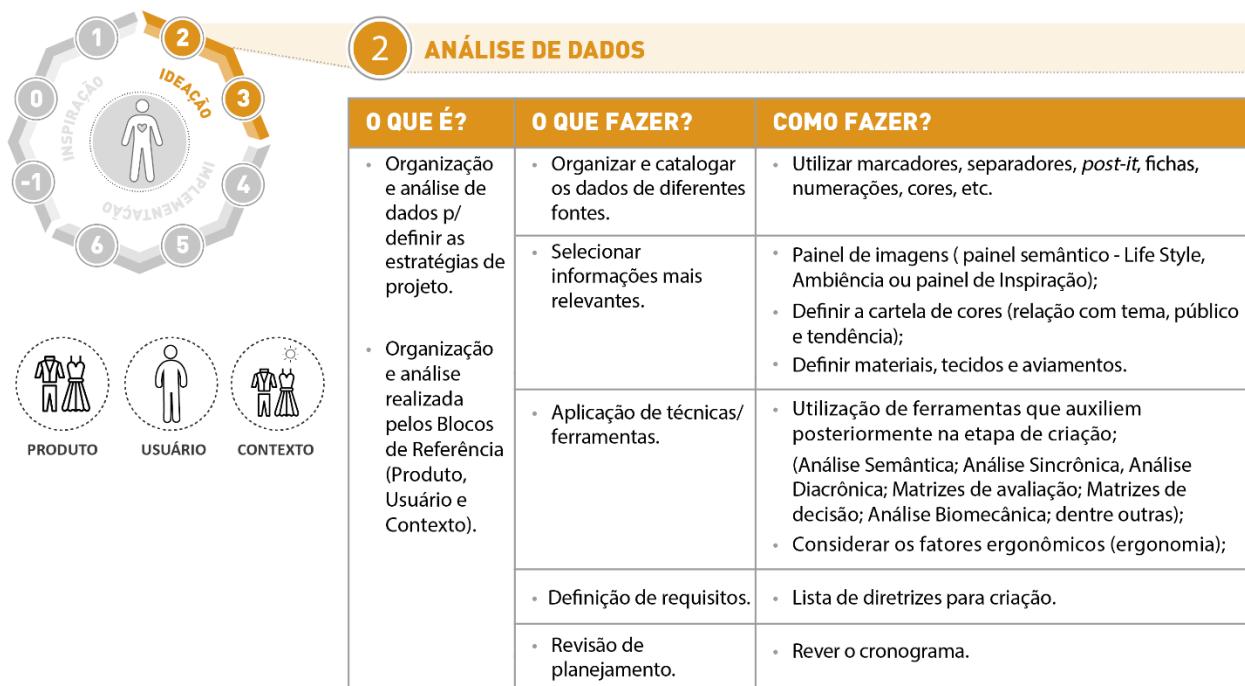
Nessa etapa, o Designer de Moda, deve estar atento ao comportamento do mercado, as novas tecnologias e tendências de moda. A pesquisa deve ser um processo contínuo durante o desenvolvimento do projeto, por isso, faz-se necessário consultar diferentes fontes de informação, desde visita à campo em lojas concorrentes e dos fornecedores, observação nas ruas e vitrines, participação em feiras e desfiles, viagens e pesquisas bibliográficas em revistas, livros e sites. Ao final é necessário interpretar e adaptar as informações ao contexto da empresa ao público-alvo.

Ao finalizar o levantamento dos dados, inicia-se o momento ideação, onde a equipe de projeto transforma as informações e todos os dados coletados em ideias de projeto. Este momento está organizado em duas etapas (2: Organização e Análise e 3: Criação). A **Etapa 2 de Organização e Análise** (Figura 6) refere-se ao momento de organizar todos os dados coletados pelos Blocos de Referência, a fim de transformá-los em informações para o projeto. Neste momento podem ser utilizadas ferramentas analíticas que permitirão definir as estratégias de projeto.



## 18º ERGODESIGN & USIHC 2022

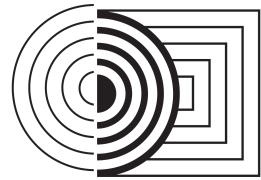
Figura 6 – Momento Ideação – Etapa 2: Organização e análise



Fonte: Merino; Varnier; Makara (2020, p.32).

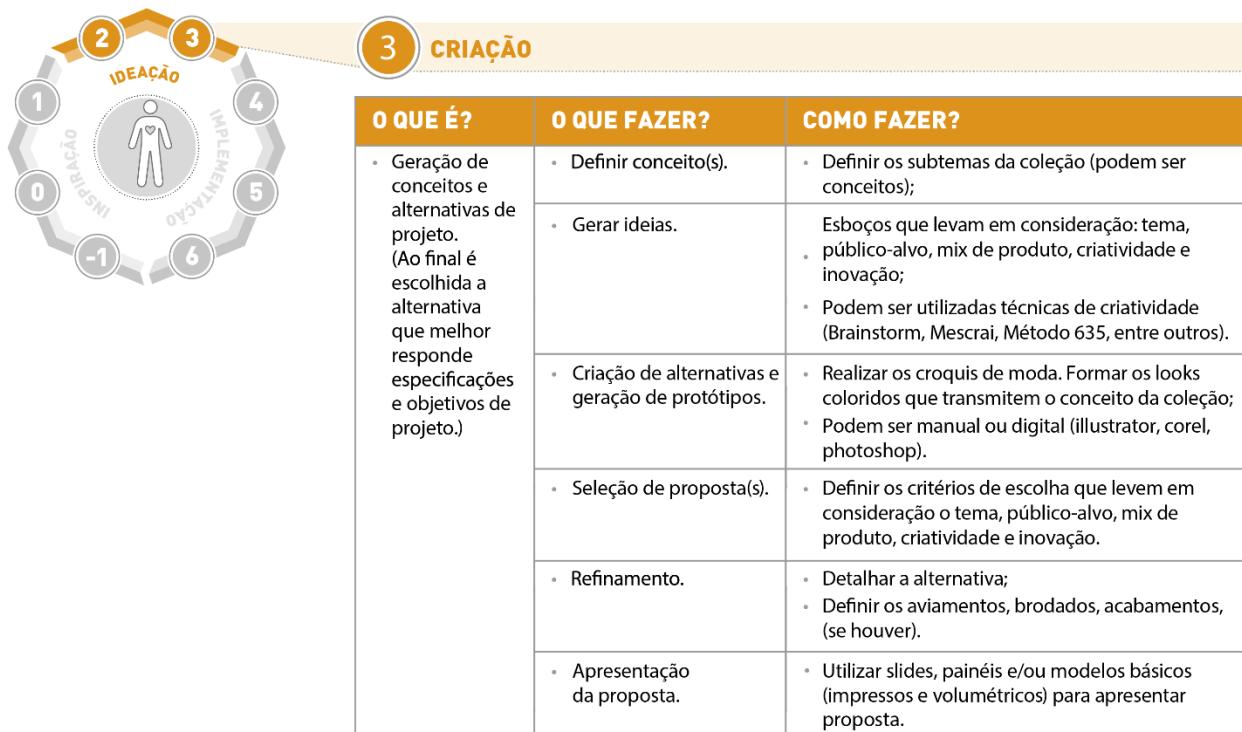
Nesta Etapa 2, realizam-se os painéis imagéticos (digitais ou manuais) do público alvo/ *lifestyle*, painéis de inspiração e do tema de coleção, sendo definida as cartelas de cores, materiais, tecidos e aviamentos. É o momento de pensar nos fatores humanos (Ergonomia) ciência que integra o produto, usuário e contexto, considerando suas necessidades e habilidades, as quais irão influenciar diretamente nas vestimentas. Por isso, nesse momento as questões de usabilidade, conforto e funcionalidade das peças, determinam os requisitos de projetos para o desenvolvimento do produto de vestuário. Além disso, é o momento de realizar as diretrizes ou estratégias para a criação (com a definição dos requisitos) e também rever todo o cronograma.

Já na **Etapa 3 de Criação** (Figura 7) são definidos os conceitos globais do projeto (subtemas da coleção), e são geradas as alternativas preliminares. Essa etapa inicia com a exploração do tema de coleção para estabelecer uma uniformidade entre os modelos, de como que eles possam conversar entre si, ou seja, devem ser considerados os elementos do Design de Moda (cor, linha, silhueta e textura). Com base nisso, se iniciam os desenhos da coleção (materialização das referências, momento em que as ideias começam a tomar uma forma concreta), expressando tanto a inspiração como o tema de coleção. Pro fim, realiza-se a seleção da proposta (baseada em critérios de escolhas), refinamento das alternativas escolhidas e a apresentação da proposta.



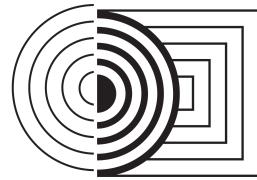
## 18º ERGODESIGN & USIHC 2022

**Figura 7 – Momento Ideação – Etapa 3: Criação**



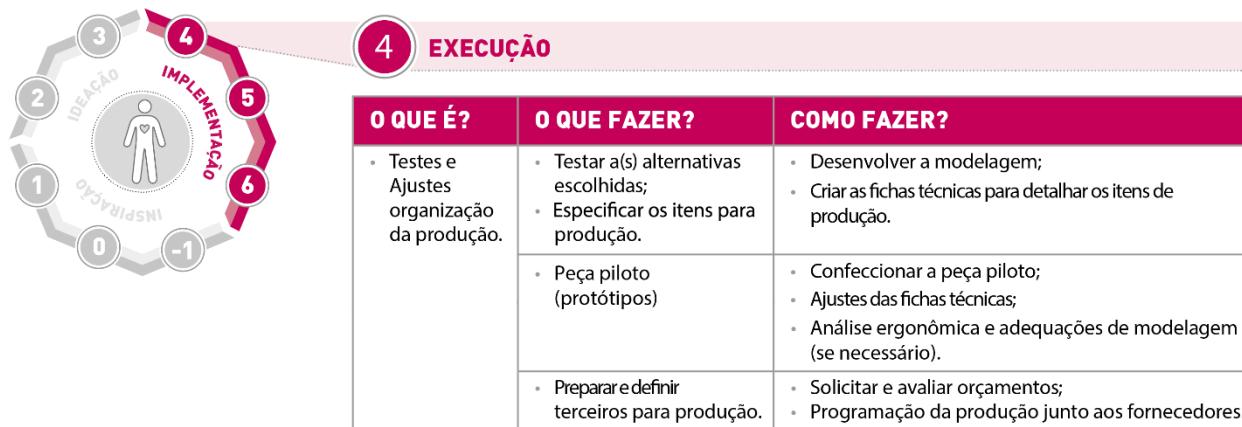
Fonte: Merino; Varnier; Makara (2020, p.34).

Ao finalizar a seleção das propostas, inicia-se o momento de implementação, ou seja, momento em que a equipe de projeto realiza a materialização das ideias. Esse momento está estruturado em três etapas (4: Execução; 5: Viabilização e 6: Verificação Final).



## 18º ERGODESIGN & USIHC 2022

Figura 8 – Momento Implementação – Etapa 4: Execução



Fonte: Merino; Varnier; Makara (2020, p.36).

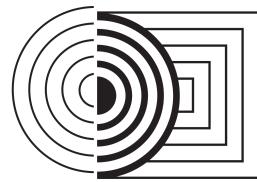
Conforme demonstra a Figura 8, a **Etapa 4 de Execução** refere-se aos testes das alternativas escolhidas e a especificação dos itens para a produção, ou seja, é realizado o desenvolvimento dos moldes (modelagem da peça) e criado as fichas técnicas de modo a detalhar os itens de produção. Neste momento é confeccionado o protótipo (peça piloto) para realizar os testes de usabilidade, testes ergonômicos, e se necessária adequação da modelagem. Ainda, verifica-se os serviços terceirizados (é indicado solicitar e avaliar orçamentos) a fim de programar a produção junto com os fornecedores.

Na **Etapa 5 de Viabilização** (Figura 9), refere-se à avaliação final do produto e a produção do mostruário a fim de avaliar a qualidade de produção.

Figura 9 – Momento Implementação – Etapa 5: Viabilização



Fonte: Merino; Varnier; Makara (2020, p.39).

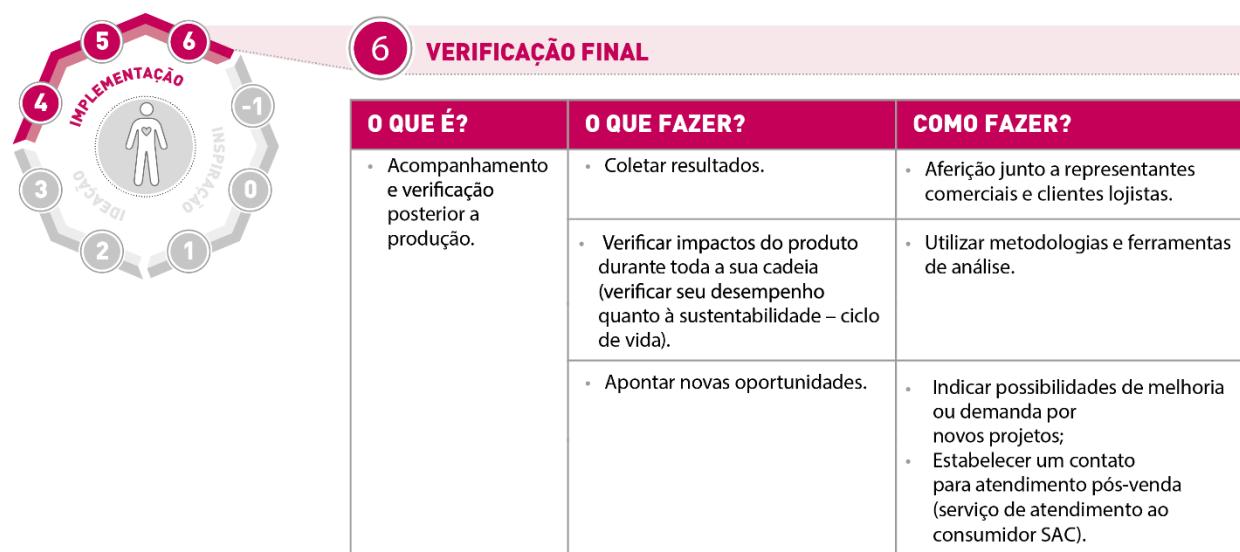


## 18º ERGODESIGN & USIHC 2022

Nesta etapa 5, recomenda-se realizar as provas dos vestuários em manequins estáticos, ou modelos vivos, de preferência que sejam o público da coleção. Esse procedimento é fundamental para avaliar a qualidade de produção, bem como realizar os testes, as correções e as possíveis adequações das peças. Além disso, são desenvolvidas as fichas técnicas definitivas, os desenhos técnicos, a graduação da modelagem, e definidos os materiais utilizados, a sequência operacional da costura, os acabamentos, e as orientações das peças (etiquetas).

Por fim, a **Etapa 6 de Verificação Final** (Figura 10), refere-se ao acompanhamento e verificação da comercialização da coleção, que normalmente ocorre junto aos representantes comerciais e clientes lojistas. Cabe ressaltar que por se tratar de uma metodologia centrada no usuário, é relevante buscar a interação com o consumidor (usuário) real das vestimentas. Verificar, a partir dos comentários e *feedbacks* recebidos, é muito positivo para retroalimentar as oportunidades futuras de novos projetos, a fim de organizar a próxima coleção de maneira mais adequada às demandas e necessidades dos usuários.

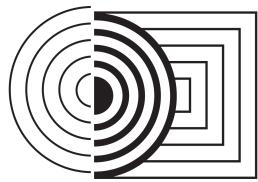
Figura 10– Momento Implementação – Etapa 6: Verificação Final



Fonte: Merino; Varnier; Makara (2020, p.41).

## 5. Conclusões

Este artigo apresentou o Guia de Orientação para o Desenvolvimento de Projetos (GODP) aplicado ao Design de Moda. Esta metodologia possui uma abordagem centrada no usuário, o que permite projetar produtos do vestuário considerando o usuário como ponto de partida. O GODP aplicado a Moda, pode facilitar a gestão dos processos operacionais de desenvolvimento



## 18º ERGODESIGN & USIHC 2022

do produto de vestuário, melhorando os fluxos informacionais e, consequentemente à tomada de decisão projetual. O método, além de considerar o usuário como o ponto de partida, garante uma sistemática organizada e planejada, o que permite o levantamento, a organização e a análise dos dados consciente, fornecendo informações relevantes para o projeto, e assim consequentemente, favorece o direcionamento criativo e mercadológico no desenvolvimento do vestuário.

Outro ponto a ser destacado nesta metodologia, é que desde o início projeto de vestuário as informações são divididas e organizadas nos Blocos de Referência (Produto, Usuário e Contexto) o que permite maior organização e sistematização, possibilitando extraír e converter os dados obtidos em informações de projetos. Assim, pode facilitar o PDP do vestuário para os Designers de Moda, minimizando as fragilidades ao longo do levantamento, interpretação e a organização do grande volume de informações do projeto. Favorece a visão panorâmica das informações durante todo o processo de desenvolvimento do produto de vestuário, considerando o usuário do produto e seu contexto de uso. Por fim, acrescentamos que o GODP aplicado a Moda, também contribui com o usuário final, o colocando como elemento central de todo o processo de desenvolvimento do produto, considerando suas expectativas no que tange ao conforto, a segurança e à Usabilidade das vestimentas, afinal o vestuário, deve ser confortável e funcional.

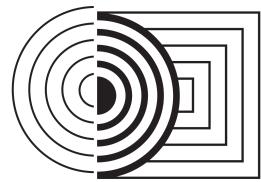
Como futuros estudos, já estão sendo realizadas aplicações práticas do GODP ao Design de Moda em contextos reais, tanto no meio acadêmico (projetos de conclusão de cursos, mestrado e doutorado), como no ambiente empresarial. Não obstante, podem ser desenvolvidas ferramentas que possam ser incorporadas nas diferentes etapas do GODP, com o intuito de auxiliar a prática projetual, tanto na fase inicial com as construções dos painéis e pesquisas de referências, como no levantamento de dados com os usuários, e até mesmo na consideração da Ergonomia ou fatores humanos durante o processo de criação.

### Agradecimentos

Agradecemos ao Programa de Pós-graduação em Design da UFSC (PósDesign/UFSC), ao Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção (PPGEP/UFSC), ao Núcleo de Gestão de Design e Laboratório de Design e Usabilidade (NGD-LDU/UFSC), à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001, e a todos os envolvidos direta ou indiretamente no desenvolvimento dessa metodologia.

### 6. Referências Bibliográficas

CAPELASSI, Carla Hidalgo. **Metodologia projetual para produtos de Moda e a sua interface com as tabelas de medidas do vestuário.** 2010. 102 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-graduação em Design, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2010. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/89747>> Acesso em: 20 maio. 2020.



## 18º ERGODESIGN & USIHC 2022

GOMES FILHO, João. **Design do objeto:** bases conceituais. São Paulo: Escrituras Editora, 2006. p. 255.

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design:** manual do estilista. 3. Ed. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisas.** 6.ed. rev. e ampl. São Paulo: Editora Atlas SA, 2007.

MARTINS, Suzana Barreto. **Ergonomia, Usabilidade e conforto em projeto de produto de Moda e vestuário.** In: MARTINS, Suzana Barreto (Org.). Ergonomia, Usabilidade e Conforto no Design de Moda: A Metodologia OIKOS. 1. ed. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2019. p. 56-79.

MARTINS, Suzana Barreto. Ergonomics and fashion: The OIKOS methodology for usability and comfort evaluation in clothing and fashion. **Work**, v. 41, n.1, p. 6059-6067, 2012. Disponível em: <<https://content.iospress.com/articles/work/wor1061>>. Acesso em: 12 set. 2020.

MARTINS, Suzana Barreto. Metodologia OIKOS para avaliação da Usabilidade e conforto no vestuário. In: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 8., 2008, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil (AEND/Brasil), 2008. p. 2811-2818.

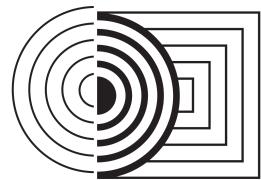
MERINO, Giselle Schmidt Alves Díaz. **GODP – Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos:** Uma metodologia de Design Centrado no Usuário. Florianópolis: NGD/UFSC, 2016. Disponível em:< <http://ngd.ufsc.br/godp/>>. Acesso em: 18 set. 2020.

MERINO, Giselle Schmidt Alves Díaz. **Metodologia para a Prática Projetal do Design com base no Projeto Centrado no Usuário e com ênfase no Design Universal.** 2014. 212 f. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Florianópolis, 2014. Disponível em:< <http://ngd.ufsc.br/teses-dissertacoes-e-pcc/>> Acesso em: 10 jul. 2020.

MERINO, Giselle Schmidt Alves Díaz; VARNIER, Thiago; MAKARA, Elen. Guia de Orientação Para o Desenvolvimento de Projetos – GODP – Aplicado à Prática Projetal no Design de Moda. **ModaPalavra e-periódico**, v.13, n.28, p.8-47, 2020. Disponível em <<http://www.revistas.udesc.br/index.php/Modapalavra/article/view/15386/11294>>. Acesso em: 09. Ago. 2020.

MONTEMEZZO, Maria Celeste de Fátima Sanches. **Diretrizes metodológicas para o projeto de produtos de moda no âmbito acadêmico.** 2003. 98 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Desenho Industrial, Universidade Estadual Paulista Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2003.

MORETTI, Isabel Cristina; BRAGHINI, Aldo Junior. Reference model for apparel product development. **Independent Journal of Management & Production**, v. 8, n. 1, p. 232-262, 2017. Disponível em: <<http://www.ijmp.jor.br/index.php/ijmp/article/view/538>>. Acesso em: 04 jun. 2019.



## 18º ERGODESIGN & USIHC 2022

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas.** São Paulo: Martins Fontes, 2008.

RECH, Sandra Regina. **Moda:** por um fio de qualidade. Florianópolis: Udesc, 2002.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, María del Pilar Baptista. **Metodología de pesquisa.** 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SANCHES, Maria Celeste de Fátima. **Moda e Projeto:** Estratégias Metodológicas em Design. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2017.

SANCHES, Maria Celeste de Fátima. Projetando moda: diretrizes para a concepção de produtos. In: PIRES, D.B. **Design de Moda:** olhares diversos. Barueri: Editora Estação das Letras e Cores, p. 289- 302, 2008.

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda:** planejamento de coleção. 5 ed. São Paulo: Edição da autora, 2013.

VARNIER, Thiago; FETTERMANN, Diego; MERINO, Giselle Schmidt Alves Díaz. Processo de desenvolvimento de produtos no vestuário: uma revisão sistemática de modelos de auxílio à prática projetual de produtos de Moda. **Gestão & Tecnologia De Projetos.** São Carlos, v. 16, n. 2, p. 41-58, 2021.