

Moulage: Um exercício de criação

Moulage: The exercise of criation

Francys Peruzzi Saleh

Mestranda em Design – UniRitter

fpsaleh@gmail.com

Luis Folle

Professor do programa de pós-graduação em Design (mestrado) – UniRitter

luis_folle@uniritter.edu.br

Resumo

O presente artigo apresenta um estudo sobre a utilização da técnica de moulage como forma de criação e desenvolvimento de produtos inovadores para o design de moda. O objetivo é abordar a importância desta ferramenta no processo criativo e a geração de novos conceitos e formas a partir deste método. A eficácia da mesma na condução do processo dinâmico de transformar ideias e materiais em produtos de moda torna a criação realizável, na medida em que lhe atribui forma, induzindo a novas perspectivas construtivas traduzidas em formas inovadoras e configurando uma nova silhueta. Os resultados foram obtidos através do estudo empírico, com análise bibliográfica e exercício de experimentação. Assim, entendeu-se que o manuseio do tecido diretamente sobre o manequim possibilita a visualização rápida da forma, do volume e da silhueta. Ficou a proposta de fornecer uma técnica aditiva durante o processo, ou auxiliar os designers cuja habilidade para o desenho seja limitada.

Palavras-chave: Moulage, Inovação, Design, Criação.

Abstract

This article presents a study on the use of moulage technique as a way to create and develop innovative products for the fashion design. The goal is to address the importance of this tool in the creative process and the generation of new concepts and

forms from this method. The efficacy of the same in driving the dynamic process of transforming ideas and materials fashion products makes feasible the creation, insofar as it gives way to induce new perspectives translated into innovative constructive forms and configuring a new silhouette. The results were obtained through the empirical study with literature review and testing exercise. Thus, it was understood that the handling of the fabric directly on the dummy enables rapid visualization of shape, volume and silhouette. Was the proposal to provide an additive technique during the process, or assist designers whose ability to design is limited.

Keywords: Moulage. Innovation. Design. Creation

Introdução

Considerando o ritmo de vida da sociedade atual, no qual as pessoas são constantemente expostas a estímulos sensoriais, é relevante ao profissional da moda o trabalho com *moulage* – visto que esse auxilia na experimentação e na visualização imediata do resultado, eliminando alguns processos do ato da criação, como por exemplo, o desenho.

A *moulage* é uma ferramenta eficaz na condução do processo dinâmico de transformar ideias e materiais em produtos de moda, tornando a criação realizável, na medida em que lhe atribui forma, induzindo a novas perspectivas construtivas traduzidas em formas inovadoras e configurando uma nova silhueta.

O mercado da moda opera rapidamente. Cietta (2012) ressalta a importância das empresas desenvolverem de forma adequada seu processo criativo a fim de continuar no mercado competitivo e globalizado, oferecendo produtos inovadores, tanto na utilização da matéria-prima como, principalmente, na modelagem, que deve conciliar as necessidades e desejos do público, aliando design e moda.

De acordo com Sorger e Udale (2009), as regras na moda devem ser quebradas. Esta afirmação serve de incentivo para a criação de formas e detalhes inovadores. A roupa deve apresentar diversas características para tornar-se desejada, como por exemplo, a silhueta, o caimento adequado, o uso de detalhes decorativos e criativos. Normalmente, os detalhes das roupas são um bom argumento no momento da compra.

Por ser uma técnica interativa e dinâmica, a *moulage* é a forma de criação que melhor conversa com nosso tempo. Por esta razão, sua utilização na carreira de designer

de moda deve ser amplamente defendida (Souza, 2008). Acrescenta a autora que "quando a *moulage* é utilizada como instrumento de criação, em geral a trajetória do processo não é linear e a intenção inicial vai se modificando, diante das variáveis e alternativas que se apresentam durante a apresentação" (Souza, 2008, p. 339).

O design de moda é um campo essencialmente híbrido que opera a junção entre corpo e informação. Neste caso, soluções criativas e inovadoras são o norte para este trabalho.

Beneficiando-se desta técnica, é possível sair do lugar comum e transportar-se para um universo de texturas e formas, onde o designer se confronta com o surpreendente, em que nada é premeditado. A modelagem é realizada sem esquemas prévios.

O presente artigo apresenta considerações a fim de incentivar o uso da *moulage* como principal método de criação, abandonando o tradicional croqui e proporcionando ao designer liberdade no processo criativo, que é restrito ao plano bidimensional.

Para a realização deste trabalho, elencou-se o objetivo geral de instigar o designer de moda a utilizar a *moulage* como método de trabalho. Neste sentido, para a operacionalização do trabalho, elaboraram-se os seguintes objetivos específicos: apresentar ao designer um processo de criação mais espontâneo através da técnica de *moulage* e enfatizar a possibilidade de descoberta e obtenção de silhuetas e formas inéditas através dos sentidos.

Moulage: processo e relação com o Design

O termo francês "*moulage*" vem de *moule*, molde, e originalmente significa "dar forma a um objeto com o auxílio de um molde", ou, de modo geral, moldar algo. *Moulage* significa, portanto, modelagem (Duburg; TOL, 2012).

A *moulage* é um fenômeno típico da história da roupa. Nossos ancestrais faziam uso de roupas que eram moldados diretamente sobre o corpo, sendo modelados, dobrados e enrolados de diversas maneiras, e seguindo algumas regras, como por exemplo, os gregos e romanos.

Laver (1989, p. 25) descreve a roupa da época da seguinte forma: "Era composta de retângulos de tecidos de vários tamanhos, drapeados sobre o corpo, sem cortes ou costuras. Havia variações consideráveis na maneira de ajustar ao corpo, porém as linhas essenciais permaneciam as mesmas".

Para Souza (2006, p. 26) a *moulage* pode ser usada para várias finalidades. Entre elas, [...] para a elaboração de bases de modelagem; para a interpretação e viabilização de modelos já concebidos, em especial os mais complexos; como auxílio à modelagem plana no desenvolvimento de modelos mais elaborados ou ainda como instrumento de criação.

O tecido utilizado na *moulage* é chamado de *toile*. Durante o processo de criação, o primeiro teste é realizado no *toile*. Normalmente o *toile* é confeccionado em tecido de algodão cru, na cor natural, o que facilita durante o processo de marcação do molde. A musselina pode ser um substituto para a maioria dos tecidos: porém, quando utilizado tecidos com elastano, o *toile* deve conter elastano - como o jérsei, por exemplo.

De acordo com Duburg e Tol (2012, p. 31), “quando o tecido definitivo for muito diferente do *toile* - como o tricô, por exemplo -, a *moulage* costuma ser feita no tecido definitivo ou similar”.

Embora a criação do *toile* seja considerada um exercício técnico, ela deve manter-se criativa. Pode-se partir da pesquisa de coleção direto para o trabalho no manequim e, após essa fase, as informações obtidas são usadas para então esboçar o modelo no papel, em forma de croqui. O croqui normalmente é o ponto de partida do designer que, após as pesquisas, o material é compilado, começando a criação no plano bidimensional. Ele serve para que o designer transfira para o papel uma série de ideias.

De acordo com Martin (2012, p. 72), O desenho de moda é a representação em duas dimensões de uma peça ou look. Explica melhor a autora:

O desenho de moda deve acima de tudo mostrar adequadamente as qualidades fundamentais do que se destina a representar; ou seja, representar precisamente silhueta, cores, texturas etc. [...] Para desenhar adequadamente uma figura de moda é necessário conhecer as proporções do corpo humano e as relações entre essas partes (Martin, 2012, p. 72).

Nesse sentido, vê-se que o processo de criação através do croqui pode ser intimidante, pois, nada mais frustrante para um designer encarar uma página em branco. Alguns profissionais, ou mesmo estudantes, não possuem destreza na hora de expressar suas ideias, tendo em vista que o desenho exige muita técnica. Segundo Sorger e Udale (2009), um croqui é uma forma figurativa utilizada para obter ideias rapidamente, estando relacionado com a captação do espírito da roupa.

Por outro lado, o exercício de *moulage* é uma forma de estimular a criatividade no momento da criação, pois sobrepondo e drapeando tecidos sobre o manequim, o designer tem a possibilidade de descobrir novas formas. Martin (2012) defende a ideia de que o processo criativo que leva ao sucesso é o resultado da capacidade de encontrar soluções originais para problemas concretos com talentos, dons individuais e certa metodologia de trabalho. Boas ideias, contribuições e novas soluções são consequência de procedimentos específicos nos quais análise, observação e propostas formam um só mecanismo englobando diferentes processos mentais.

Após o processo de criação, a roupa é equiparada a um objeto de design, já que ela passa pelos mesmos processos e práticas de projeto. Aqui a qualidade, o peso, a estrutura e o manuseio desempenharão um papel importante na maneira de como o tecido será trabalhado (Souza, 2008). Em geral, é difícil visualizar como um desenho bidimensional será traduzido para o corpo: por isso, modelar diretamente no manequim auxilia o designer a visualizar sua ideia com mais clareza. Diante do exposto, esclarece Fischer (2010, p. 121):

Para o designer que procura um corte mais excitante e está preparado para o surpreendente, a *moulage* é uma excelente forma de abordar o desenvolvimento do design e da modelagem. Deixe-se inspirar pela textura, cor e caimento do tecido e veja o modelo evoluir diante de seus olhos.

Ainda com base na teoria de Fischer (2010), compreende-se que o designer é responsável por todos os passos do sistema da ampliação de produto de moda, o qual abrange o corpo cumprindo o objetivo de preencher as necessidades que entram no universo de valores subjetivos.

A função do designer é produzir soluções novas, podendo ser considerado como um produtor de ideias, recolhendo informações e utilizando-as na solução de problemas que lhe são apresentados. Nesse sentido, explica Christo (2008, p. 27):

Podemos observar que, cada vez mais, a moda e o design se aproximam, e esta aproximação não está marcada apenas pela inserção da palavra designer para nomear o profissional que atua no campo da moda. De alguma forma, o design, não somente como palavra, mas como conceito, passou a fazer parte do universo da moda.

Embasando-se em Bernd (2001), design é uma ideia, um projeto ou um plano para a solução de um problema determinado. O design consiste na corporificação desta ideia para que, com a ajuda dos meios correspondentes, permita a sua transmissão aos outros. Já que a linguagem do homem não é suficiente para tal, a confecção de croqui,

projetos, amostras, modelos, constitui o meio de tornar visualmente perceptível para a solução de um problema. Ambrose e Harris (2011, p. 11) explicam a respeito do processo de design:

O desenvolvimento do design envolve um alto grau de criatividade [...]. Embora a criatividade seja importante, o design é uma atividade que serve tanto para objetos econômicos quanto criativos. O processo de design ajuda a satisfazer todos esses pontos; ele busca gerar certo número de soluções possíveis e utiliza diversas técnicas e mecanismos que estimulam os participantes a pensar com ousadia na busca de soluções criativas ou inovadoras.

Criar é uma questão de misturar elementos conhecidos de uma maneira nova e estimulante para gerar combinações e produtos diferentes. Os principais elementos da criação de moda são silhueta, linha e textura, e as formas como esses elementos podem ser usados, chamadas de “princípios, são repetição, ritmo, gradação, radiação, contraste, harmonia, equilíbrio e proporção”. O uso dessas variantes causa uma reação - às vezes explícita às vezes subliminar - em quem veste e em quem vê. Entender e controlar essa reação são essenciais para criar moda. Os motivos para um modelo funcionar ou não nem sempre são claros. Em certos casos, a reação pode ser até de aversão ou choque, mas o elemento “choque” pode ser também positivo em termos de moda. Diante do exposto, Ambrose e Harris (2011, p. 11) acrescentam:

A criatividade carrega certa noção de inovação pura e de desconhecimento de limites. [...] Mesmo com a canalização do esforço criativo, o espaço para a originalidade e a inovação não diminui. Ideias de design podem ser geradas com o uso de diferentes métodos e pontos de referencia para permitir que a criatividade floresça e produza resultados continuamente como parte de uma atividade econômica.

Nesse ínterim, Puls (2003) mostra que a criatividade na moda visa meditar sobre a habilidade de converter ideias entendidas e experimentadas em expressões pela linguagem tanto visual como formal. É a arte original que torna o corpo mais belo, com maior sensibilidade estética. Portanto, é preciso que haja talento, técnica e sensibilidade para ser criativo para inovar. Acrescenta a autora:

Na moda a criação se dá partir do momento em que o designer, emprega como técnica suas mãos e seus olhos, a partir do momento que ele entrega seu corpo real ao mundo do qual faz parte, aonde a junção de visão e movimento vai mais além, encontrando a essência, que constitui a natureza íntima das coisas, é que ele consegue transformar o mundo em uma obra, onde as formas já não estão mais na obra, mas integradas ao corpo e ao

espírito, para ser contemplada. Esta experiência por que passa o designer de moda é que cria o diferencial, o dinamismo das novas cores a ousadia e inovação de bordados e estampas, nos cortes simples e elegantes de suas roupas, é o que o torna um grande estilista reconhecido por sua capacidade de inovar com criatividade (Puls, 2003, p. 43).

A palavra sensação deriva do latim *sensus* que quer dizer, sentido ou cada uma das formas de receber sensações, através de seus cinco órgãos: visão, audição, olfato, gosto e tato (De Carli, 2002). Assim, perceber a roupa não é uma experiência apenas visual, mas também tátil sensorial. É essencial manusear o tecido e testar suas sensações, propriedades e usos no corpo. Na moda, são combinados tecidos para ampliar as sensações e aparências causadas pelas roupas criadas.

Como processos intuitivos, os processos de criação interligam-se intimamente com o ser sensível, desse modo, a criação se articula principalmente através da sensibilidade. (Ostrower, 1987).

A *moulage* proporciona um grau considerável de liberdade no design, pois experimentando o tecido é possível utilizar vários sentidos e, pelas formas, o corpo é moldado, porque é reconstruído ou reinventado através do exercício de descoberta e intuição. As texturas, bem como o processo de produção e as propriedades dos tecidos são fatores que podem influenciar o resultado final da roupa. Portanto, torna-se essencial conhecer os materiais que serão trabalhados durante o processo.

As proporções de uma roupa são desenvolvidas a partir da silhueta. Ela é a concepção completa da roupa. Criar a partir das sutilezas de silhuetas, formas e cortes é um método interessante para a obtenção de formas extraordinárias. De acordo com Ambrose e Harris (2011), pensar em formas ajuda o designer a lidar com as relações espaciais entre os elementos do design. Cada elemento pode ser visto como uma forma que precisa ser posicionada em harmonia com outras formas dentro do desenvolvimento da roupa.

A harmonia é uma concordância de sensações entre os diferentes elementos do projeto. Se for agradável aos olhos é um indicador de um bom design. As habilidades sensoriais interferem, ou seja, são elementos decisivos no processo.

Para Myers (1999) sensação e percepção se misturam num processo contínuo. Os receptores sensoriais se mantêm alertas às novidades, focalizando a atenção na mudança do estímulo. Todos os sentidos recebem estímulos e a pessoa é afetada diretamente por eles. A ideia central é beneficiar-se dos estímulos na hora da criação. A percepção das cores é também um item a ser analisado no processo do design, pois é

sabido que a cor influencia na percepção, atrai a atenção e torna os elementos mais atraentes. Ao ser movimentado o corpo, o cérebro também é movimentado. Para tanto, enquanto são utilizadas ferramentas tradicionais como lápis e papel ou o computador, tais manifestações fisiológicas estariam sendo privadas. Essas sensações incrustadas no ser devem ser exploradas e manipuladas no momento da criação, como a razão e a emoção.

O ato projetivo aproveita-se da dimensão perceptiva, instigando o exercício visual reflexivo, capaz de visualizar novos ângulos e possibilidades de apropriação e uso do espaço, de vislumbrar transformações morfológicas geradas pela interação entre os movimentos do corpo e do têxtil; de sugerir formas a partir de outras formas.

Para isso, deseja-se obter inovação nos produtos de moda através da descoberta de formas inusitadas, onde a novidade produtiva está no processo e não na acumulação de dados que antecedem o projeto.

Resultados

Acredita-se que o desenvolvimento de produtos inovadores está baseado na criatividade. Nesse ínterim, com o propósito de aplicar e desenvolver tal processo propõe-se um exercício experimental, ou seja, seguir um *briefing*. Na visão de Phillips (2007, p.11) *briefing* é “uma etapa inicial no processo, visando influenciar todo o projeto, estimulando o processo criativo”. Para tanto, aclara o autor que a criatividade em design só tem valor quando visa a gerar conceitos que resolvam o problema proposto.

Dentro deste contexto, a referida proposta visava desenvolver uma peça de vestuário de acordo com o tema previamente apresentado, cujo título era “Sustentabilidade”.

Na elaboração do tema, iniciou-se a pesquisa de coleta de materiais e fontes de inspiração. Assim, Munari (2002), esclarece que projetar é fácil quando se sabe o que fazer. Tudo tornar-se fácil quando se conhece o modo de proceder e alcançar a solução de algum problema. Complementa ainda que não seja aconselhável projetar sem um método, pensando somente na forma artística, procurando logo a solução sem antes ter feito uma pesquisa para documentar e descobrir o que já foi feito de semelhante ao que se quer projetar. De igual modo, conhecer o assunto e ter visão de moda, parte essencial durante o processo de pesquisa.

ModaPalavra E-periódico

Logo, o método projetual para o designer não é nada de absoluto e nem definitivo, é algo que se modifica encontrando outros valores que melhorem o processo. Assim, é preciso durante esse processo, compreender que uma necessidade deve ser identificada, então coleta-se informações em busca de soluções, gerando alternativas através do processo criativo, até que se torne uma ideia concreta.

Com a pesquisa em andamento elencou-se vários subtemas. A escolha do tema para a coleção, neste caso, depende da sensibilidade do designer, cujo papel é o de colocar-se frente ao seu tempo, prevendo previsões futuras. Uma escolha precisa ser algo que estimule e que gere curiosidade e motivação. Enfoques visuais ou abstratos auxiliam no processo de geração de ideias. À vista disso, optou-se por trabalhar com a escassez da água, tema recorrente nos dias atuais.

Assim sendo, com os dados da pesquisa documental, passou-se à compilação em formato de *mood board* (Figura 1) ou painel de inspiração.



Figura 1. Imagem do Mood board
Fonte: Foto de Rafael Dias

Para Sorger e Udale (2009, p. 26), “painéis de inspiração, temáticos e conceituais são essencialmente uma destilação da pesquisa” e devem apresentar os processos de reflexão e a abordagem pessoal em relação ao objeto de inspiração. As imagens escolhidas representam um conjunto de estímulos visuais que inspiram juntamente palavras-chave que transmitam sentimentos, auxiliando o processo onde o designer encontra elementos que serão transpostos na roupa.

A etapa seguinte consistiu em explorar as formas, utilizando o *mood board* como auxílio para a geração de ideias de texturas e silhuetas.

A silhueta de uma peça de roupa é muitas vezes a primeira coisa que o observador verá e a qual reagirá quando a peça for exposta. Silhueta significa o contorno ou a forma que é delineada em volta do corpo por uma peça. É algo essencial para a o desenvolvimento de uma roupa (Seivewrigh, 2009). A inspiração da silhueta deve vir dos diferentes elementos da pesquisa, tornando possível que as formas abstratas sejam examinadas e aplicadas em um modelo. Esse é, portanto, um dos primeiros passos no processo. Importante enfatizar que a silhueta é afetada pelas qualidades e propriedades do tecido, logo, analisar os diferentes caimentos, pesos e estruturas de tecidos auxilia o trabalho e a escolha das formas. Nesta etapa, o desenvolvimento é feito diretamente no busto, utilizando o manequim de *moulage*, tecido de algodão cru, tesoura e alfinetes. Aqui, o designer fica livre para explorar sua criatividade através da modelagem, de acordo com suas habilidades na técnica de *moulage*.

Como afirma Ostrower (1987, p. 39) a criatividade “[...] nasce do interesse, do entusiasmo de um indivíduo pelas possibilidades maiores de certos materiais ou realidades”, porém, é preciso exercitar o lado criativo, porque este não nasce do nada.

Colocando o tecido sobre o manequim, começam a surgir os direcionamentos do modelo, e pode-se manipular o tecido em função das imagens de inspiração. No modelo desenvolvido, buscou-se salientar através da rugosidade as formas nas laterais, fornecendo uma breve lembrança do craquelado presente na imagem.

Foram utilizadas como técnica as pregas que, segundo Sorger e Udale (2009), é um procedimento que visa arrepanhar o tecido de forma sistemática ou irregular, sendo que, de algum modo, a prega é linear. Cria-se neste momento, uma ideia de ornamento na peça, cujas vantagens destinam-se à criação de um efeito tridimensional e decorativo.

Por tratar-se de um modelo conceitual, as formas são levadas ao extremo, proporcionando, portanto, um resultado diferenciado à construção da peça.

Na Figura 2 pode-se ver o início da criação, o surgir das primeiras formas. No momento da criação para a exploração de ideias, é possível idealizar de que maneira a peça será costurada, qual tipo de costura será utilizado, qual maquinário necessário para sua elaboração.



Figura 2. Tecido colocado sobre o manequim para a exploração das formas
Fonte: Foto de Rafael Dias

Importante também o acabamento da peça no decote, mangas, bainhas. Aqui, o modo de como a roupa é finalizada afeta o estilo e compromete o visual final, imprescindível, portanto, a escolha do acabamento por tratar-se de um elemento importante do design (ver Figura 3).



Figura 4. Novos volumes são explorados
Fonte: Foto de Rafael Dias

Neste momento o designer deve decidir acerca dos itens como pespontos, bainhas, debruns, forros e entretelas. A *moulage* favorece esta etapa, porque a ideia é criar algo estruturado, podendo analisar o caimento do tecido e decidir se necessário ou não o seu uso (Figura 4).



Figura 4. Novos volumes são explorados
Fonte: Foto de Rafael Dias

Com o trabalho concluído (Figura 5), percebe-se que existe um conjunto de técnicas e experimentações que fornecem ao trabalho uma forma inovadora.



Figura 5. Resultado final do estudo de volume e formas
Fonte: Foto de Rafael Dias

Considerações finais

Ao mesmo tempo em que o presente estudo proporcionou a possibilidade de consolidar conhecimentos por meio da revisão literária, aprimorando habilidades e competências em relação à *moulage*, mostrou ao designer que faz uso da importante

ferramenta de criação, as novas possibilidades para criar, desprendendo-se de antigos conceitos. O fato é que, a *moulage* induz à inovação através de intervenções construtivas e de estímulos, instigando a descoberta de novas formas que o campo tridimensional possibilita.

Compreendeu-se que os designers são pessoas ligadas às percepções sensoriais, cabendo-lhe a tarefa desafiadora de maior aprofundamento e beneficiamento na técnica a fim de construir novas possibilidades para o design de moda.

Ficou bem claro que o manuseio do tecido diretamente sobre o manequim possibilita a visualização rápida da forma, do volume e da silhueta. Nesse contexto, diferentes caminhos e respostas são obtidos por meio desta experimentação.

Por fim, cabe salientar que a técnica da *moulage* não visa excluir o momento do desenho por reconhecer que o processo é essencial para alguns designers, além do fato de auxiliar no processo rápido de geração de ideia. A proposta é, portanto, fornecer uma técnica aditiva durante o processo, ou auxiliar os designers cuja habilidade para o desenho é limitada.

Referências

AMBROSE, G.; HARRIS, P. *Design Thinking*. Tradução Mariana Belloli. Porto Alegre: Bookman, 2011.

BERND, L. *Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais*. Tradução Freddy Van Camp. São Paulo: Blucher, 2001.

CHRISTO, D. C. Designer de moda ou estilista? Pequena reflexão sobre a relação entre noções e valores do campo da arte, do design e da moda. In: PIRES, B. D. (Org.). *Design de moda: olhares diversos*. São Paulo: Estação das letras e cores editora, 2008. p. 27-35.

CIETTA, E. *A revolução do fast fashion: Estratégias e modelos organizados para competir nas indústrias híbridas*. Tradução Kathia Castilho. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012

DE CARLI, A. M. S. *O sensacional da moda*. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.

DUBURG, A.; TOL, R. *Moulage: arte e técnica no design de moda*. Tradução Bruna Pacheco. Porto Alegre: Bookman, 2012.

FISCHER, A. *Fundamentos de design de moda: construção de vestuário*. Tradução Camila Scherer. Porto Alegre: Bookman, 2010.

LAVER, J. *A roupa e a moda*. São Paulo: Cia. das Letras, 1989.

MARTIN, M. S. *Curso prático: Designer de moda*. Tradução Maria Ricci. São Paulo: Escala, 2012.

MUNARI, B. *Das coisas nascem as coisas*. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2002.

MYERS, D. *Introdução à Psicologia Geral*. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

OSTROWER, F. *Criatividade e processos de criação*. 12. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1987.

PHILLIPS, P. L. *Briefing: a gestão do projeto de design*. Tradução Itiro Lida. São Paulo: Editora Blucher, 2007.

PULS, L. M. *Desenho de moda: paradigma para a construção de uma abordagem pedagógica*. 2003. [Dissertação]. 123 fls. Mestrado em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina. 2003. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/84993/227649.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 28 abr. 2014.

SEIVEWRIGH, S. *Pesquisa e Design: Coleção Fundamentos de Design de Moda*. Porto Alegre: Bookman, 2009

SORGER, R.; UDALE, J. *Fundamentos de design de moda*. Tradução Joana Figueiredo, Diana Aflalo. Porto Alegre: Bookman, 2009.

SOUZA, P. M. *A moulage, a inovação formal e a nova arquitetura do corpo*. In: PIRES, Baduy Dorotéia (Org.). *Design de moda: olhares diversos*. São Paulo: Estação das letras e cores editora, 2008. p. 337-45.

SOUZA, P. M. *A modelagem tridimensional como implemento do processo de desenvolvimento do produto de moda*. 2006. [Dissertação]. 116 fls. Mestrado em Desenho Industrial. Universidade Estadual Paulista. 2006. Disponível em: <<http://www.faac.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/Design/Dissertacoes/patricia.pdf>>. Acesso em: 28 abr. 2014.