

## **UPCYCLING DE JEANS: COLEÇÃO INSPIRADA NAS TENDÊNCIAS DAS BALADAS DE GOIOERÊ-PR**

Eduarda Galhardo Mesquita<sup>1</sup>  
Maria Eduarda Rodrigues Rocha<sup>2</sup>  
Stefani Francisca da Silva<sup>3</sup>  
Betânia Vargas Oliveira<sup>4</sup>  
Bruno Sousa Furtado<sup>5</sup>  
Luciana Mayla de Aquino França<sup>6</sup>

**Resumo:** O *Upcycling* é um processo de reutilização e renovação de peças de roupas e tem como objetivo evitar o desperdício e poluição dessas peças na área têxtil, especificamente no jeans que é o foco do presente artigo. Analisou-se as formas de reutilização do tecido através do *Upcycling* em peças dirigidas para o público alvo específico que são mulheres jovens. Além disso, realizou-se uma pesquisa de campo em locais específicos onde estavam presentes o público alvo em ambientes de festa. Como resultado, criou-se a coleção “#roledofds”, com peças criadas a partir do *Upcycling* para jovens utilizarem nas baladas de Goioerê/PR.

**Palavras-chaves:** Upcycling de jeans, Reutilização, Sustentabilidade.

**Abstract:** Upcycling is a process of reuse and renewal of clothing pieces and aims to avoid waste and pollution of these pieces in the textile area, specifically in jeans which is the focus of this article. We analyzed the ways of reusing the fabric through Upcycling in pieces directed to the specific target audience that are young women. In addition, a field research was conducted in specific places where the target audience was present in party environments. As a result, it was created the collection “#roledofds”, with pieces created from the Upcycling for young people to use in the ballads of Goioerê/PR.

**Keywords:** Upcycling jeans, Reuse, Sustainability.

## **1 INTRODUÇÃO**

Segundo o dicionário Aurélio (2010, p. 733), tendência é “inclinação; vocação; propensão; queda, pendor, força que faz um corpo mover-se” ou aquilo que leva

---

<sup>1</sup> Discente do curso Técnico de Produção de Moda Integrado ao Ensino Médio, IFPR Câmpus Avançado Goioerê, dudagalhardo97@gmail.com

<sup>2</sup> Discente do curso Técnico de Produção de Moda Integrado ao Ensino Médio, IFPR Câmpus Avançado Goioerê, rochamariaeduarda253@gmail.com

<sup>3</sup> Discente do curso Técnico de Produção de Moda Integrado ao Ensino Médio, IFPR Câmpus Avançado Goioerê. stefaniesterf@gmail.com

<sup>4</sup> Orientadora e Docente, IFPR Câmpus Avançado Goioerê, Mestra em Engenharia Mecânica, betania.oliveira@ifpr.edu.br

<sup>5</sup> Co-orientador. Doutorando em Artes, Cultura e Linguagem - UFJ F, brufurtado88@gmail.com

<sup>6</sup> Co-orientadora e Docente, IFPR Câmpus Avançado Goioerê, Doutora em Desenvolvimento e Meio ambiente pela Universidade Federal de Pernambuco - UFPE. luciana.franca@ifpr.edu.br



uma pessoa a seguir direções e escolhas similares. Pela perspectiva de Erner (2015, p.9), a tendência é constituída por “Pontos focais do desejo, por meio dos quais indivíduos muito diferentes uns aos outros e sem comum acordo se descobrem nas mesmas vontades [...]”. Especificamente, a palavra tendência é polissêmica, que pode designar a extensão do âmbito das tendências, tendências não comerciais e comerciais, tendências do modo de vida, tendências e estatísticas, tendências confidenciais e massivas, tendências funcionais e não funcionais, tendências ideológicas e não ideológicas e uma sociologia dos gostos e das cores (ERNER, 2015).

Dentre essas categorias da tendência delimitadas por Erner (2015), o objeto de estudo foram as tendências comerciais. Essas funcionam dentro do modelo capitalista com a obtenção de lucro. Por exemplo a tiara colorida que se popularizou entre as crianças e foi comum encontrá-la na zona comercial das cidades brasileiras, usada pela personagem Valéria, interpretada pela atriz Maisa Silva na novela Carrossel, exibida no Sistema Brasileiro de Televisão -SBT de 2012 a 2013 (TERRA, 2021). Bem como, advindo das tendências dos anos 2000, tem-se no mercado a calça jeans *wide leg*, que tem a modelagem ampla e com cós alto, encontradas no comércio popular e em marcas de luxo, como a Gucci, apresentada na coleção *genderless* de 2020 (ESTEVÃO, 2020)

Dentre os vários materiais usados nas roupas, o jeans está presente na vida da maioria das pessoas e é utilizado em quase todos os estilos universais. Historicamente, o jeans iniciou em 1926 pela a marca de roupas Levi’s, com um modelo de calça próprio para os *cowboys*, apropriadas para a prática de montaria em cavalos (ZIBBETI, 2008). Na década de 1970, os *hippies* estavam dentre os grupos sociais que faziam grande uso do jeans.

No aspecto ambiental, o jeans contém resíduos não degradáveis e tóxicos, podendo durar até 200 anos na natureza, conseqüentemente causa grandes impactos no meio ambiente, provoca mudanças climáticas e efeitos deletérios (NAKATANI, 2022). Além disso, gasta-se 5,2 mil litros de água desde a plantação da fibra até na confecção do jeans (GUEDES, 2020). Diante desses dados, percebe-se que o jeans é usado e descartado de forma incorreta por centenas de anos e é importante conscientizar as pessoas sobre a reutilização, reciclagem ou

restauração desse material. O projeto é relevante pelo fato de pensar em diminuir o impacto ao meio ambiente, o social e ressignificá-lo por meio do *upcycling* (GROSE; FLETCHER, 2019).

Dentre as práticas da restauração, o *upcycling* é o ato de reaproveitamento das peças de roupas que não são mais usadas ou que o consumidor queira inova-las. Igualmente, traz um visual novo, aumenta o tempo de duração e deixa a peça mais personalizada.

Em síntese, o objetivo foi desenvolver uma coleção *upcycling* de jeans feminina, para o público de 18 a 25 anos, inspirada nas tendências comerciais usadas por mulheres na Skymix e Expogoio de Goioerê-PR.

## 2 METODOLOGIA

A pesquisa parte da compreensão que Goioerê-PR é o município que está localizado no centro ocidental do estado do Paraná, no sul do Brasil, e foi fundado em 1943, quando foi instalada uma fazenda de café por Francisco, Carlos e Vlademir Scarpari. Contemporaneamente, o município se expandiu, abrigando o Parque do povo, Parque ecológico, o Parque de exposições, que é um local que acontece a Expogoio para comemoração do aniversário da cidade, a Biblioteca municipal que concentra 18 mil livros, dentre outras estruturas públicas e privadas de lazer e cultura (IBGE, 2022).

A pesquisa se constitui pela revisão bibliográfica baseada em livros e artigos científicos, com autores que estudam sobre tendências, sustentabilidade, *upcycling* e o jeans. Bem como, aprofundou-se o estudo sobre o jeans, detectou-se informações visuais sobre a tendência em meio a um espaço de entretenimento noturno de Goioerê-PR e colocou-se em prática fundamentos teóricos do *upcycling*. (OLIVEIRA, 2022).

O caráter da pesquisa é qualitativo, visto que estão sendo observadas as tendências usadas nas peças jeans por mulheres que frequentam a Skymix e Expogoio, no período de junho a agosto de 2022 (GODOY, 1995). O critério do levantamento das fotos foi registrar os *looks* usados pelas mulheres de 18 a 25 anos, que são frequentadoras das festas da cidade de Goioerê-PR. A primeira análise foi realizada no show do Luan Pereira, que aconteceu no dia 18 de junho

de 2022, no Sky Mix, lounge, bar e casa noturna localizada em Goioerê/PR, que começou a partir das 22h a movimentação no local dos jovens para assistir o show do cantor. A primeira ação das autoras do artigo foi a abordagem nas mulheres que se adequam ao público alvo escolhido. Assim que se apresentavam como estudantes de Produção de Moda no Instituto Federal do Paraná da cidade, explicamos sobre o que se tratava e pedimos autorização para que a foto fosse tirada. O segundo registro foi feito durante os quatro dias de Expogoio, que aconteceu entre os dias 04 a 08 de agosto de 2022. Essa é uma das festas mais importantes, que movimenta Goioerê e os municípios adjacentes. Para Expogoio, as pesquisadoras fotografaram as pessoas que estavam na praça de alimentação, feira, parque e no espaço dos shows. Para proteger a identidade das mulheres fotografadas e evidenciar roupas e acessórios, optou-se por enquadrar somente o *look*, do pescoço para baixo. Posteriormente, separou-se em grupos as tendências evidenciadas nas fotografias, como brilho, blusa manga nula, calça Wide Leg, destroyed e strass.

Para o desenvolvimento da coleção, inicialmente realizou-se as pesquisas de moda, que reúne fotografias das tendências, modelagens e comportamentos referentes ao público alvo da marca.

Concomitante ao desenvolvimento da pesquisa, criou-se um *moodboard* para inspiração da coleção, paleta de cores escolhidas para as peças, pesquisa de comportamento do consumidor e criação da persona da marca.

No final, foram desenvolvidos uma coleção *upcycling* com o total de 33 croquis, sendo 30 comerciais e três conceituais, pensados a partir de peças arrecadadas e doadas por moradores de Goioerê-PR e foi confeccionado um *look*, que está em um editorial de moda comercial.

## **3 PESQUISAS DE MODA**

### **3.1 Tendências**

A sociologia das tendências estuda os objetos e as práticas decorrentes de gostos coletivos. Ou seja, dedica-se a discutir comportamentos, os gostos, os materiais usados e as cores de um grupo social. Dessa forma, “As tendências de fato são formadas pela reunião de escolhas individuais, que constituem o gosto coletivo. De

modo diverso de outros fenômenos sociais, elas aparecem e depois desaparecem sem boas e evidentes razões” (ERNER, 2010, p.21). Por exemplo, tem-se a viralização de *croppeds*, espartilhos e tops feitos com o *upcycling* de tênis ou chuteiras. Essa tendência surgiu a partir da publicação de fotos da Jade Picon, ex-*Big Brother* Brasil de 2022 e influenciadora digital, e da cantora *pop* Luisa Sonza, conforme pode ser observado na figura 1.

**Figura 1:** Jade Picon com a *cropped* do *upcycling* de chuteira



**Fonte:** Variedades, 2022.

Sabe-se que a transformação de calçados velhos em peças de roupa teve início com a estilista estadunidense Cierra Boyd em 2019. Essa proposta foi resultado de um desafio no concurso de design em Ohio para criar roupas sem nenhum tecido ou malha. A partir disso, Boyd desenvolveu uma peça a partir de um tênis que não estava mais sendo utilizado pelo seu pai. Por meio desse fato, Boyd foi convidada para desenvolver espartilhos feitos com sapatos para a marca Balenciaga (VARIEDADES, 2022).

A partir desse exemplo, também compreende-se que a tendência tem duas visões.

Uma primeira visão consiste em apresentar os indivíduos como manipulados por força que o superam e que os levariam a aderir certas tendências. A segunda visão entende as tendências como consequências de decisões individuais agrupadas. Os indivíduos agiram, portanto, de maneira racional, com base em estratégias específicas. A sociologia das tendências é marcada pela oposição entre essas duas perspectivas teóricas (ERNER, 2010, p. 28).

Compreende-se que a primeira perspectiva da tendência parte da influência das marcas, marketing e publicidade fazerem as pessoas acreditarem que tem a necessidade de consumir algo. Destaca-se o aparelho celular, que os sujeitos são obrigados a terem para se comunicar, interagir, trabalhar e estudar. Além disso, as marcas criam a necessidade dos indivíduos consumirem o celular mais tecnológico, pois convencem que terá maior memória, qualidade nas ferramentas e um design inovador.

A segunda perspectiva parte de um grupo pequeno de pessoas, que a partir da sua influência, torna um comportamento, objeto ou vestimenta em tendências. Por exemplo, tem-se a *wide leg*, que é uma calça com modelagem larga em todo o comprimento, que tem uma imagem mais despojada e confortável. Contemporaneamente, foi aceita pelos consumidores e está em várias lojas de departamento e boutiques (SUN PLACE, 2022).

Diante disso, essas tendências do *cropped* feito com chuteiras e dos celulares são classificadas como comerciais, levando as pessoas cada vez mais ao consumismo que é organizado pela publicidade e pelas mídias, fazendo com que as pessoas estejam sempre procurando algo novo e tendências novas e por consequência o desperdício desenfreado.

Como tendência de moda de vida, observou na Skymix que existem grupos de mulheres que transitam entre a categoria do *sexy* e casual/ esportivo. Segundo Aguiar (2003, p. 79), uma mulher do estilo *sexy* é carismática, exuberante, muito atenta com o corpo e os efeitos que causam nos homens. Tudo que revela o corpo faz parte do guarda-roupa” (ver exemplo na Figura 2).

**Figura 2:** Tendência macacão laranja.



**Fonte:** Acervo das pesquisadoras.



Observa-se na figura 2 que a sensualidade está no decote e no vazado abaixo dele, mostrando o colo e a parte abaixo dos seios no centro do tronco. Bem como, o macacão é de alça fina, que mostra mais os ombros e os braços da mulher, justo no corpo e o colar dourado fino fica entre os seios.

No estilo esportivo/natural, “[...] está ligado à praticidade, ou seja, é prático para usar e cuidar” (AGUIAR, 2003, p. 73).

Em síntese, por meio do conceito sobre tendência estudado por Erner (2015) e dos registros fotográficos observados na Skymix, percebe-se que apesar do grupo frequentar o mesmo lugar, as pessoas se apresentam de forma diferenciada e o jeans é um dos materiais versáteis que faz parte da composição do *look*.

### **3.1.1 Jeans**

O Brasil é um dos principais produtores de jeans do mundo. De acordo com Figueiredo e Cavalcante (2010), ele tem capacidade de produção maior que 600 milhões por ano. Em um artigo feito por engenheiros químicos da Universidade Federal de Pernambuco, a lavagem do jeans é uma das mais poluentes. Este tecido é caracterizado pela geração de poluentes hídricos, proveniente da etapa de tingimento das peças de jeans, causando o descarte inadequado, gerando uma grande poluição ambiental.

Desde o seu surgimento em 1853 até a contemporaneidade, o jeans ganha mais espaço na moda. No início, foi utilizado por trabalhadores rurais, mineradores, marinheiros e depois de uma década se estendeu para outros grupos de pessoas (DURAND, 1998).

Após ser usado durante a Segunda Guerra Mundial (1939-1945) nos uniformes de soldados foi que o jeans se popularizou entre os *cowboys* norte-americanos. Os grandes influenciadores do jeans na década de 50 foram Marlon Brando e Elvis Presley, que disseminaram o uso do jeans entre os jovens, que ligou a imagem da peça ao *Rock and Roll*. Como resultado, o conceito de rebeldia do jeans ficou tão forte que as autoridades chegaram a proibir o traje em escolas, cinemas e restaurantes.

Depois, a roupa ainda ganhou um apelo sensual, principalmente com a influência da Marilyn Monroe, que era a grande estrela dos cinemas. Nos anos 70 foi a vez dos *hippies* adotarem o uso do *jeans* em um visual "largado" e customizado à mão. A partir dos anos 80 a sua popularidade fez com que o *jeans* fosse considerado básico. Na década de 90, o *jeans* se transformou em um clássico e por fim, é cada vez mais usado entre as pessoas de várias idades e cultura, sofrendo alterações no decorrer dos anos a partir de tendências de mercado.

### 3.1.2 Refletindo o Descarte das Peças

Através de Fletcher e Grose (2011), observa-se que a alternativa para desenvolver produtos de moda que impactem menos o meio ambiente é pela prática da reciclagem, reutilização e restauração. A reciclagem “[...] consiste em recuperar as fibras de tecidos existentes com métodos mecânicos ou químicos” (FLETCHER; GROSE, 2011, p. 70). Como exemplo, tem-se a marca *Levh* do Rio de Janeiro, que confecciona a malha com poliamida das redes de pescas descartadas, criando a linha *@econyl* do nylon regenerado (LEVH, 2022).

A reutilização consiste em reaproveitar os produtos, dado que “[...] o mais visto é a reutilização direta, em que peças de qualidade são separadas e redirecionadas para brechós sofisticados e *vintage*, e o restante é comprado por comerciantes para o mercado de brechós menos especializados” (FLECTHER; GROSE, 2011, p, 66). A restauração é definida por “Dar vida nova a roupas descartadas, rasgadas ou manchadas” (FLECTHER; GROSE, 2011, p, 67). Inserido nesse modelo tem-se a customização e *upcycling*. A customização significa trazer algo mais personalizado para as peças, como a aplicação de bordados, pintura a mão, aplicação de aviamentos, dentre outros (DICIO, 2022).

O objetivo do *upcycling* é transformar algo que já está com a vida útil no fim em algo novo, com o intuito de diminuir o descarte inadequado das peças, pois o ser humano necessita de produtos para consumo, seja por necessidade ou apenas para ter aquilo. “Esses produtos possuem uma ligação com o meio, seja ele ambiental ou social” (MOURA, 2018,p. 32).



Por fim, analisa-se que o mercado de moda está atento e praticando modelos que diminuem o impacto no meio ambiente, criando uma estética diferenciada por intermédio da ressignificação dos produtos e materiais existentes.

### 3.2. Pesquisa de tendências de moda

Segundo o artigo “Tendências de moda”, publicado pelo Senac em 2020, “tendência de moda é o que se usa e se consome em determinado momento, sendo roupas, sapatos, cores, formas e materiais”. Presentes no dia a dia das pessoas, sendo criada a partir de um estilista famoso, o uso de influencers, novelas, programas de tv, entre muitas opções de criar uma tendência. Em meio à moda atual, o *Upcycling* está presente como forma de reutilização e sustentabilidade das peças, principalmente o jeans. Nas coleções de verão 2022, segundo (DAVID, 2022), marcas de grifes como, MM6 Maison Martin Margiela e Lutz Huelle abordaram essa tendência nas passarelas, apresentando para o público a versatilidade e criatividade nas peças, sendo colocado como um desejo cada vez mais amplos através da aparência de roupa recuperada, mostrando ser adaptável a públicos de gerações e preferências distintas, conforme a figura 3.

**Figura 3:** Look feito por Lutz Huelle, diretor criativo da Delpozó.



Fonte: Jeans Wear, c2022.

De acordo com as tendências pesquisadas e que estão sendo usadas por mulheres que costumam sair a noite em Goioerê-PR será desenvolvida a coleção a partir do upcycling do jeans para as noites de Goioerê, as principais tendências encontradas foram: Wide Leg; Destroyed; Strass.

### 3.2.1 Strass

As peças em strass estão excessivamente em alta a partir da temporada de Outono/Inverno principalmente pelas marcas internacionais da moda e está até este ano presente nas principais tendências do mundo. De acordo com AOUN (2020) o strass foi criado por um joalheiro chamado Geord Friedrich Strass em 1775 com o objetivo de imitar o brilho dos diamantes com um revestimento inferior aos mesmos, sendo possível utilizar o strass na forma de aplicações em peças como cropeds, tops, sutiãs mais modelados, sapatos, brincos, colares, e muitas outras formas. Marcas como Moschino, Valentino e Chanel adquiriram em suas coleções o Strass. Além disso, nos anos 2000 ele esteve em alta, retornando assim a partir de 2020 como uma grande tendência entre as pessoas de diversos estilos. Sendo usados também aqui no Brasil por grandes *influencers* no mundo da moda como Debora Secco (Figura 4) e Olivia Natalie (Figura 5).

**Figura 4** - Debora Secco usando a tendência strass.



**Fonte:** L'Officiel Brasil, c2022.

**Figura 5** - Olivia Natalie usando a tendência strass.



**Fonte:** L'Officiel Brasil, c2022.

Na pesquisa feita pelas alunas do artigo nas casas noturnas e barzinhos de Goioerê/PR, foi observado muitos jovens, principalmente o público alvo da coleção usando essa tendência (ver exemplo na figura 6).

**Figura 6:** Público alvo usando a tendência Strass.

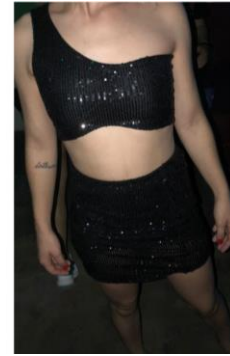


**Fonte:** Acervo das pesquisadoras.

### 3.2.2 Nula Manga

Segundo Regionatto (2019) as peças chamadas Nula Manga tiveram origem na Roma antiga por mulheres ricas que utilizavam essas vestimentas apenas com um lado da manga. Em 2022 elas estão muito presentes principalmente entre as jovens público alvo do artigo na cidade de Goioerê/PR. As autoras do mesmo foram até lugares estratégicos desse público e está sendo uma grande tendência (ver figura 7).

**Figura 7:** Público alvo usando a tendência Nula Manga.



**Fonte:** Acervo das pesquisadoras (2022)

Além disso, grandes *influencers* internacionais do Instagram estão também adquirindo esta tendência, como por exemplo Tamu McPherson (Figura 8).

**Figura 8:** Influencer Tamu McPherson de Nula manga



**Fonte:** Moda Noleto, c2022.

### 3.3 Pesquisa do comportamento do consumidor

A coleção de moda presente no trabalho é destinada para mulheres com idades variadas de 18 a 25 anos que queiram adquirir a moda sustentável, ela é composta por peças produzidas a partir do jeans que seriam provavelmente descartadas, adotando as tendências que o público-alvo está atualmente usando como referência para o desenvolvimento de peças originais e sustentáveis, conseguindo ser utilizada por jovens que frequentam lugares mais despojados como festas e baladas na região de Goioerê, um público mais jovem que queiram adquirir ou já possuem o estilo sexy e despojado.



Além disso, mulheres que se preocupam e se interessam no ramo da sustentabilidade irão através desse quesito adquirir das peças e ter um interesse maior nas peças, tendo como diferencial das outras lojas, assim vai haver uma procura maior dos consumidores. Os looks serão produzidos exatamente para essas mulheres jovens que procuram os traços mais sexys nas roupas com decotes e recortes em lugares específicos nas peças para que elas tenham uma valorização maior no corpo. As peças serão feitas para o público de classe média que poderão levar suas próprias roupas para customizar ou escolher as que estarão à venda na loja, essas jovens .

Desse modo, as peças serão desenvolvidas com muito brilho e glamour exatamente para as jovens que gostam de sair a noite e se tornará de fácil acesso ao público-alvo de Goioerê/PR, enaltecendo a beleza deles e trazendo cada vez mais à sustentabilidade nos looks das tendências nos fins de semana na cidade.

## **4 MARCA**

A marca UpFashion, originou-se a partir do conjunto de palavras *Upcycling* e Fashion que fazem parte e estão presentes dentro da coleção com o objetivo de atrair o público jovem com um nome criativo e atual. Com o objetivo de ser algo inovador para o público alvo, UpFashion é de fácil memorização como é o foco para que os jovens lembrem da marca pelo nome exclusivo e de identidade própria, trazendo a proposta de sustentabilidade e inovação por dentro das tendências atuais da moda.

UpFashion trabalha com responsabilidade tanto com o consumidor quanto com as peças pessoais deles que são destinadas para que ocorra a prática do *Upcycling* para que ocorra o aproveitamento da peça de forma sustentável. A marca também tem como objetivo proporcionar às pessoas uma forma de trazer boas lembranças do passado em formas de peças que estão em estado crítico e com a prática do *Upcycling* pode ser renovada e deixar pronta para usar novamente dando conforto e esteticamente mais bonito personalizando de acordo com o desejo dos clientes.

### **4.1 Logomarca**

Na logo marca de acordo com a figura 9, o UP aparece no centro para que chame a atenção, atraindo olhares e que se torne de fácil memorização. Trazendo um conceito inovador, com as vários tons de azul que representam o jeans e de fundo o próprio tecido jeans para que os dois focos principais da marca que são o Jeans e o *Upcycling* fiquem evidentes e possam ser identificados por esses elementos.

**Figura 9:** Logomarca UpFashion.



**Fonte:** Autoria própria.

## 5 DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO

### 5.1 Tema

Segundo Figueiredo, 2010 o Brasil é um dos principais produtores do Jeans no mundo, com uma capacidade de 600 milhões de metros lineares por ano, sendo considerada uma grande demanda de produção. Com base nesses dados foi desenvolvido a coleção Upcycling do Jeans para as jovens nas noites de Goioerê, como forma de inovar e reutilizar os jeans já usados para um certo público específico que são jovens de 18 a 25 anos que residem em Goioerê/PR, trazendo glamour, tendências do momento, além de conforto e uma forma de sustentabilidade para as noites nas baladas e bares.

Os designers desenvolvidos são inspirados em brilho, glamour, baladas, as estrelas que representam os brilhos à noite e principalmente o *jeans*. De acordo com

RAMOS 2019 Moodboard é um mural composto por fotos sendo como um painel de inspiração, a partir disso foi criado com os elementos de imagens o Moodboard, que será a base da coleção, conforme a figura 10.

**Figura 10:** Moodboard da coleção.



**Fonte:** Compilação de autores.<sup>7</sup>

## 5.2 Release

Nas noites estreladas De Goioerê se vê as mais belas mulheres prontas para curtir uma ótima noite em um Happy Hour com as amigas que se juntam com seus looks vestindo as tendências do momento que estão na coleção #roledofds. Elas que ao usar as peças demonstram estilo e o quanto são despojadas, mesmo para ir em

<sup>7</sup> Imagens coletadas a partir de Noletto (2021), Guedes (2022), Nicolina (2019), Novaes (2022) e Dinis (2019).

um barzinho não deixam esse estilo de lado usando os looks modernos e sexys feitos a partir do Upcycling.

Saindo dos padrões e experimentando peças exclusivas e únicas desenhadas especialmente para elas que querem se destacar e mudarem essa versão básica, O brilho das roupas podem ser comparados com as estrelas do céu, chamando a atenção pela beleza, o brilho e a elegância, com recortes milimetricamente feitos e os detalhes especificamente pensados para que atraia olhares por onde passarem.


### 5.3 Cartela de cores

Nossa coleção é composta por cores análogas e monocromáticas em todas as peças do jeans, formando peças de cores discretas e elegantes no jeans.

Pegamos todas essas cores no próprio site da Pantone e fizemos as nossas combinações, formando uma harmonia entre as peças.

**Figura 11:** Cartela de cores usada na coleção.



					
PANTONE 14-4202 TCX Harbor Mist	PANTONE 18-4004 TCX Poppy Seed	PANTONE 16-4520 TCX Splish Splash	PANTONE 18-4538 TCX Hawaiian Surf	PANTONE 18-4537 TCX Methyl Blue	PANTONE 18-4434 TCX Mykonos Blue
RGB 176 178 181 HEX #B0B2B5	RGB 98 99 103 HEX #626367	RGB 105 187 221 HEX #69BBDD	RGB 0 121 168 HEX #0079A8	RGB 0 116 168 HEX #0074A8	RGB 0 87 128 HEX #005780

**Fonte:** Pantone, 2022.

### 5.4 Painel de combinação de cores

Aqui temos as nossas combinações da coleção, composta pela junção do Mykonos Blue com Hawaiian Surf, o Splish Splash com o Methyl Blue e finaliza com o Harbor Mist e o Poppy Seed, ou seja, todas combinações monocromáticas que são mais elegantes para utilizar nas baladas.



**Figura 12:** Combinações de cores



**Fonte:** Adaptado de Pantone, 2022.

## 5.5 Cartela de aviamentos

**Figura 13:** Cartela de aviamentos e acessórios da coleção:



**Fonte:** Compilação dos autores<sup>8</sup>.

## 6 COLEÇÃO DE MODA

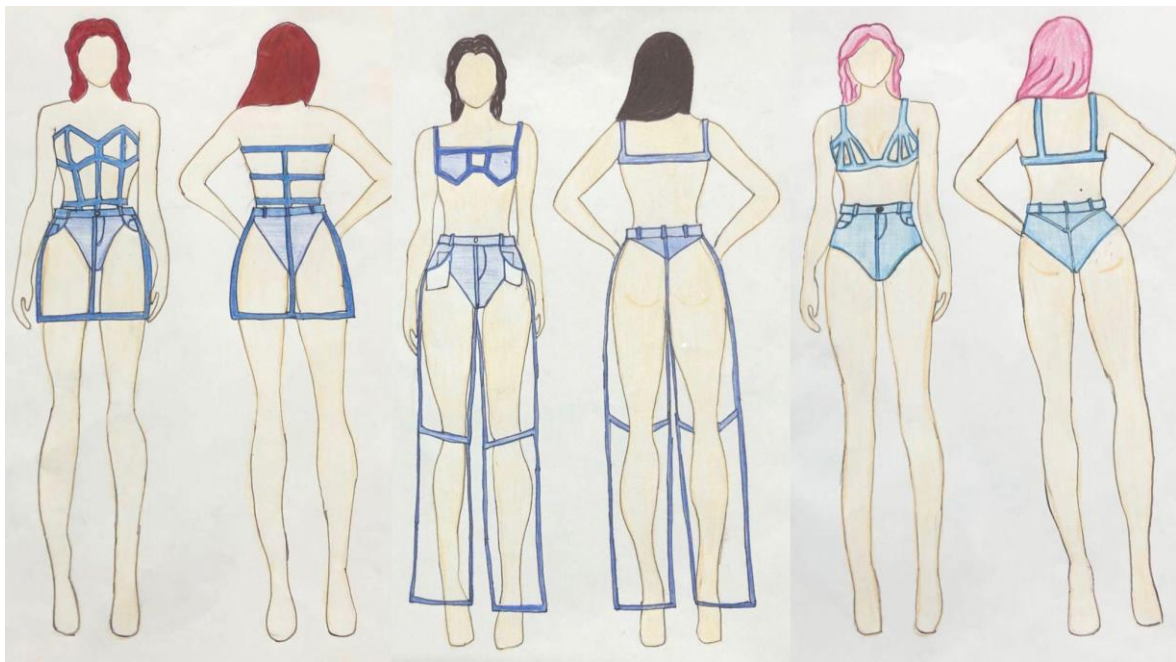
A coleção tem como objetivo a criação de peças através do Upcycling do jeans feitas exclusivamente para jovens mulheres de 18 a 25 anos que frequentam festas nos finais de semana.

<sup>8</sup> Imagens dos sites Amelinha papelaria, Oeste aviamentos, Artes aviamentos e Mercado Livre

## 6.1 Croquis

Na figura 14 estão apresentados os croquis conceituais da coleção que inspiraram os croquis comerciais.

**Figura 14:** Croquis conceituais



**Fonte:** Autoria própria (2022).

## 6.2 Visão geral da coleção

Nas figuras a seguir é apresentada a visão geral da nossa coleção, composta por 27 croquis comerciais e três conceituais que estão presentes na figura acima. Todos produzidos e pensados nas tendências usadas para as baladas e noites de final de semana em Goioerê-PR.

**Figura 15:** Croquis comerciais parte 1



Fonte: Autoria própria (2022).

Figura 16: Croquis comerciais parte 2



Fonte: Autoria própria (2022).

Figura 17: Croquis comerciais parte 3



Fonte: Autoria própria (2022).

Figura 18: Croquis comerciais parte 4



Fonte: Autoria própria (2022).

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Espera-se que esse trabalho contribua para a conscientização do público alvo sobre o descarte das peças a partir da venda das peças com o *Upcycling*, diminuindo o impacto ambiental por meio da criatividade e criação através do *upcycling*, customização, reutilização das peças em brechó, bazar beneficente, dentre outros.

UpFashion, foi baseado nas jovens que gostam de curtir um Happy Hour e queiram adquirir a reutilização e renovação de peças, incluindo-se no mercado da moda atual que trabalha especificamente focado nesse processo.

As roupas são peças exclusivas pensadas especificamente para cada cliente através das tendências do momento, pesquisadas tanto através de desfiles, tendências do momento quanto através do acervo das pesquisadoras que consistem em ir aos locais que o público alvo da marca está.

Além disso, espera-se que esse trabalho seja mais uma referência quanto à coleção e desenvolvimento da pesquisa científica para os estudantes do curso Técnico em Produção de Moda Integrado ao Ensino Médio do IFPR Câmpus Goioerê. Portanto, a coleção #roledofds tem como foco o desenvolvimento desse projeto para que contribua não só jovens a resgatarem peças jeans antigas que não estão sendo reutilizadas, mas, também é de grande importância para o meio ambiente já que o jeans é um fator bem presente na poluição têxtil. Além disso foi de grande crescimento pessoal para as autoras do artigo, pois foi preciso se aprofundar no assunto, observar os prós e os contras procurar sempre estar melhorando o projeto para que fique algo inovador no mercado da moda, debatido frequentemente é observado uma grande evolução do começo até o final do projeto. Por fim, almeja-se que esse artigo seja apresentado em congressos e eventos de Moda locais e nacionais.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, Titta. **Personal Stylist**: Guia para consultores de imagem, Senac São Paulo, 2003.

CONCEITO de tendência. **TENDÊNCIA**. [S. l.], 2012. Disponível em: <https://conceito.de/tendencia>. Acesso em: 3 jul. 2022.

ERNER, Guillaume. Tendências. In: **SOCIOLOGÍA** de las tendencias. [S. l.: s. n.], 2010.

ESTEVÃO, Ilca Maria. 5 ago 2020. **Sem estereótipos**: Gucci oficializa linha genderless dentro da marca.



Equipe editorial de Conceito.de. (20 de Agosto de 2012). **Conceito de tendência**. Disponível em: <<https://conceito.de/tendencia>>. Acesso em: 23 Jun 2022.

FERRAZ, Queila. **História do Jeans**. Disponível em : <<https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/a-historia-do-jeans-a-trajetoria-inicial-parte-14/>> Acesso em: 20 Jun 2022.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Mini Aurélio: o dicionário da língua portuguesa**. Coordenação: Marina Baird Ferreira. - 8 ed. rev. atual. Curitiba: Positivo, 2010.

FIGUEIREDO, Giselle; CAVALCANTE, Ana Luisa. Calça Jeans - Produtividade e Possibilidades Sustentáveis. **Calça Jeans**, [s. l.], v. 1, ed. 1, p. 01/145, 2010. Disponível em: < <https://shre.ink/1H9z>>. Acesso em: 19 maio 2022.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. **Moda & sustentabilidade: design para mudança**. Senac São Paulo, 2011.

IBGE.2022. Cidade de Goioerê. Disponível em <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/goioere/historico>> Acesso em: 21 jun 2022.

LEVH 2022. **Sustentabilidade**. Disponível em: <<https://www.levhrio.com.br/pages/quem-somos>>. Acesso em: 21 jun 2022.

MOURA, Matheus. **Reutilização da matéria prima, jeans, descartada na cidade de Toritama para o desenvolvimento de uma coleção de bolsas e mochilas**. Orientador: Andréa Barbosa Camargo. 2018. TCC (Design) - Universidade Federal de Pernambuco, [S. l.], 2018. Disponível em: <https://attena.ufpe.br/bitstream/123456789/36532/1/MOURA%2c%20Matheus%20da%20Silva.pdf>. Acesso em: 19 de jun 2022.

PAULA, Daniel; BARAUNA, Luiza; LIRA, Magda. Upcycling: desafios e oportunidades da indústria. **XXI Engema**, [S. l.], p. 01-11, 23 nov. 2019. Disponível em: <http://engemausp.submissao.com.br/21/arquivos/313.pdf>. Acesso em: 19 maio 2022.

REGIONATTO , Thay Sanqueta. **Nula Manga**. [S. l.], 17 ago. 2022. Disponível em: <https://agrund.com/index.php/mula-manca-nula-manca-ou-nula-manga-como-se-diz/>. Acesso em: 17 nov. 2022.

REIS, Julia. **Jeans e sustentabilidade: Caminhos possíveis pelo upcycling**. Orientador: Suelen Rizzi. 2020. 10 f. TCC (Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda) - Universidade Federal, [S. l.], 2020. Disponível em: [https://repositorio.ifsc.edu.br/bitstream/handle/123456789/1640/tcc.julia\\_candida\\_eandro\\_dos\\_reis.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ifsc.edu.br/bitstream/handle/123456789/1640/tcc.julia_candida_eandro_dos_reis.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Acesso em: 20 maio 2022.



SENAC. Na onde vem tendências de moda. **Tendência de Moda.** [S. l.], 1 jun. 2022. Disponível em: [http://www1.sp.senac.br/hotsites/gcr/materiais/tendencias\\_de\\_moda.pdf](http://www1.sp.senac.br/hotsites/gcr/materiais/tendencias_de_moda.pdf). Acesso em: 20 nov. 2022.

SILVA, Maria; MENELAU, Almir; RIBEIRO, Ana. IMPACTOS AMBIENTAIS REGISTRADOS NOS ESTUDOS DAS LAVANDERIAS TÊXTEIS. **Gestão & sustentabilidade ambiental**, [S. l.], v. 10, n. 3, p. 01/103, 5 set. 2021. Disponível em: [https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/gestao\\_ambiental/article/view/7443/5829](https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/gestao_ambiental/article/view/7443/5829). Acesso em: 19 maio 2022.

SUN PLACE, 2022. **Wide leg:** tendência que fará a cabeça das meninas no verão 2022. Disponível em: <<https://sunplace.com.br/tendencia-wide-leg/>> Acesso em: 21 jun 2022.

TERRA. 05 jun 2012. **Moda das novelas invade nas lojas, veja como lucrar com ela.** Disponível em: <<https://cidadeverde.com/noticias/104322/moda-das-novelas-invade-as-lojas-veja-como-lucrar-com-ela>> Acesso em: 10 ago. 2022.

TENDÊNCIA upcycle ganha adaptações nas passarelas para atingir mais públicos. **TENDÊNCIAS.** [S. l.], 22 out. 2020. Disponível em: <https://guiajeanswear.com.br/tendencias/tendencia-upcycle-ganha-adaptacoes-nas-passerelas-para-atingir-mais-publicos/>. Acesso em: 13 nov. 2022.

TOPS de strass são tendência cool. **REVISTA L'OFFICIEL.** [S. l.], 15 jul. 2022. Disponível em: <<https://www.revistalofficiel.com.br/moda/tops-de-strass-sao-tendencia-cool>>. Acesso em: 20 nov. 2022.

VARIÉDADES, 17 de abr. 2022. **Entenda como surgiu a moda de transformar chuteiras em cropped sensuais.** Disponível em: <<https://amazonasatual.com.br/entenda-como-surgiu-moda-de-transformar-chuteiras-em-cropped-sensuais/>> Acesso em 21 de jun 2022.

PACHECO, Felipe. **A origem dos jeans rasgados.** [S. l.], 22 set. 2021. Disponível em: <https://emtodolugar.facha.edu.br/2021/09/22/a-origem-dos-jeans-rasgados/#:~:text=J%C3%A1%20a%20cal%C3%A7a%20jeans%20rasgada,est%C3%A9tica%20que%20foi%20se%20espalhando>. Acesso em: 13 nov. 2022.

UPCYCLING na moda: **O que é e como aderir ao movimento.** [S. l.], 7 maio 2021. Disponível em: <https://www.digitaletextil.com.br/blog/upcycling-na-moda/>. Acesso em: 20 nov. 2022.



**INSTITUTO FEDERAL**  
Paraná  
Campus Avançado Goioerê



Ministério da Educação