

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA  
FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO E DESIGN

Lorena Ferreira Dantas

**CAAQUI**

Coleção de Moda Streetwear Sustentável Baseada em Longevidade e  
Transformabilidade

Uberlândia  
2025

Lorena Ferreira Dantas

## **CAAQUI**

Coleção de Moda Streetwear Sustentável Baseada em Longevidade e Transformabilidade

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design da Universidade Federal de Uberlândia como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Design.

Área de concentração: Design de Produto

Orientador(a): Profa. Dra. Aline Teixeira Souza Silva

Uberlândia  
2025

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente, dedico meus agradecimentos à minha família, a principal força que me motivou a concluir este TCC. Aos meus pais, por acreditarem em mim e me incentivarem nos momentos em que me senti incapaz de continuar com o projeto. À minha irmã, exemplo de profissionalismo e seriedade, pelas opiniões valiosas que tanto agregaram ao trabalho. À minha querida avó, costureira de talento excepcional, que se dedicou a me ensinar sobre uma área com a qual eu não tinha nenhuma familiaridade. Não existiria Lorena e, conseqüentemente, não existiria este trabalho, se não fosse por vocês.

Gostaria de agradecer aos meus colegas e amigos de graduação, que foram essenciais em diversos momentos ao longo deste trabalho. Às queridas Jamily Lopes e Luisa Cecconello, meu agradecimento especial por terem sido o pontapé inicial do projeto, ao me ajudarem a entender, com base nas experiências com os próprios TCCs, por onde começar em um momento em que eu me sentia perdida. Ao Renato Marco e à Sabrina Soares, pela generosidade em se prontificarem a realizar os registros fotográficos do projeto, dedicando seu tempo corrido para que o resultado final fosse o melhor possível. Sinto uma imensa gratidão e alegria pela amizade e carinho de todos vocês.

Agradeço profundamente à professora Aline Teixeira pela orientação e pela confiança depositada em meu trabalho. A escolha por tê-la como orientadora foi natural: além de seus princípios sobre moda e sustentabilidade estarem alinhados aos meus interesses, seu caráter profissional e amável sempre foi admirável. Após anos de parceria, seja por meio de monitoria, eventos ou iniciação científica, ter sua amizade e apoio ao longo dessa trajetória foi de imenso valor para mim.

Por fim, agradeço a todos os indivíduos que fizeram parte da minha trajetória acadêmica, sejam eles professores, colegas e amigos. Foi uma jornada maravilhosa!

## RESUMO

O cenário atual da indústria da moda é marcado pela necessidade de rapidez para atender às tendências. Essa urgência promove o uso de fibras sintéticas, o rápido planejamento de coleções e a produção em massa. Como consequência, esse modelo de processo não leva em consideração o impacto ambiental que a confecção e o tingimento dos tecidos resultam, e muito menos, na exploração da mão de obra. O epílogo de todo esse ciclo é anticlimático: peças que não permanecem na memória e nem no corpo das pessoas, seja por sua qualidade ou por um estilo rapidamente considerado ultrapassado, resultando em pilhas de tecidos descartados e esquecidos.

Este trabalho tem como objetivo desenvolver uma linha de vestuário composta por três peças, a partir de um entendimento do modelo *slow fashion*, utilizando como fibra principal o algodão colorido da Paraíba. Com base na análise do perfil de consumo e nas preferências do público-alvo, busca-se incorporar o estilo *streetwear* aliado a funcionalidades que permitam a transformação da aparência das peças, maximizando suas possibilidades de uso. A proposta une pesquisa, planejamento e execução por meio do *software* de modelagem digital CLO3D, promovendo a sustentabilidade por meio de criações versáteis, comunicadas por um estilo atemporal, além da prototipação de uma das peças a fim de evidenciar a funcionalidade do projeto.

**Palavras-chave:** Sustentabilidade; Moda; Algodão Colorido da Paraíba; *Streetwear*; Modelagem Digital.

## **ABSTRACT**

The current fashion industry landscape is defined by the urgency to keep up with fast-changing trends, driving the widespread use of synthetic fibers, accelerated collection planning, and mass production. However, this model overlooks the environmental impacts of fabric manufacturing and dyeing, as well as the exploitation of labor. The outcome of this cycle is anticlimactic: garments that fail to leave a lasting impression, neither in memory nor in wearability, due to their low quality or rapidly outdated styles, ultimately contributing to growing piles of discarded textiles.

This project aims to develop a clothing line consisting of three pieces, based on an understanding of the slow fashion model, using naturally colored cotton from Paraíba as the main fiber. Based on the analysis of consumer profiles and the preferences of the target audience, the goal is to incorporate streetwear style combined with functionalities that allow the transformation of the garments' appearance, maximizing their usability. The proposal brings together research, planning, and execution through the digital modeling software CLO3D, promoting sustainability through versatile creations conveyed by a timeless style, as well as the prototyping of one of the pieces to highlight the project's functionality.

**Keywords:** Sustainability; Fashion; Naturally Colored Cotton from Paraíba; Streetwear; Digital Modeling.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> - Metodologia de Treptow.	<b>15</b>
<b>Figura 2</b> - Visualização do modelo de economia circular.	<b>22</b>
<b>Figura 3</b> - Peça em upcycling da marca MIU MIU.	<b>23</b>
<b>Figura 4</b> - Variedades de algodão colorido: BRS Marrom, BRS Verde, BRS Rubi, BRS Safira, BRS Topázio e BRS Jade.	<b>28</b>
<b>Figura 5</b> - Desfile da Natural Cotton Color Brasil Eco Fashion Week de 2018.	<b>31</b>
<b>Figura 6</b> - Visualização do software CLO3D.	<b>32</b>
<b>Figura 7</b> - Logo da Acne Studios.	<b>42</b>
<b>Figura 8</b> - Planejamento sustentável da Acne Studios.	<b>43</b>
<b>Figura 9</b> - Linhas icônicas da Adidas.	<b>44</b>
<b>Figura 10</b> - Pôster vintage da Adidas.	<b>45</b>
<b>Figura 11</b> - Mapa conceitual.	<b>47</b>
<b>Figura 12</b> - Moodboard.	<b>48</b>
<b>Figura 13</b> - Calças convertíveis da marca Adidas.	<b>51</b>
<b>Figura 14</b> - Colete transformável em bolsa da marca GRAYE.	<b>52</b>
<b>Figura 15</b> - Jaqueta com mangas removíveis da marca GRAYE.	<b>52</b>
<b>Figura 16</b> - Jaqueta dupla-face da marca The North Face.	<b>53</b>
<b>Figura 17</b> - Alternativa 1.	<b>54</b>
<b>Figura 18</b> - Croqui digital da alternativa 2 da peça 1.	<b>55</b>
<b>Figura 19</b> - Moldes da alternativa 1 da peça 2 no software CLO3D.	<b>56</b>
<b>Figura 20</b> - Croqui digital da alternativa 2 da peça 2.	<b>57</b>
<b>Figura 21</b> - Modelagem da alternativa 1 da peça 3 no software CLO3D.	<b>58</b>
<b>Figura 22</b> - Croqui digital da alternativa 2 da peça 3.	<b>58</b>
<b>Figura 23</b> - Visualização da peça 1 nos manequins.	<b>60</b>
<b>Figura 24</b> - Teste de tensão da peça 1.	<b>60</b>
<b>Figura 25</b> - Visualização da peça 2 nos manequins.	<b>61</b>
<b>Figura 26</b> - Teste de tensão da peça 1.	<b>61</b>
<b>Figura 27</b> - Visualização da peça 3 nos manequins.	<b>62</b>

<b>Figura 28</b> - Teste de tensão da peça 3.	<b>62</b>
<b>Figura 29</b> - Peça 1.	<b>63</b>
<b>Figura 30</b> - Peça 2.	<b>64</b>
<b>Figura 31</b> - Peça 3.	<b>65</b>
<b>Figura 32</b> - Levantamento de termos principais.	<b>66</b>
<b>Figura 33</b> - Esquematização do nome da marca.	<b>67</b>
<b>Figura 34</b> - Análise de marcas Streetwear.	<b>67</b>
<b>Figura 35</b> - Estilização inicial da marca.	<b>68</b>
<b>Figura 36</b> - Solo rachado em área afetada pela seca.	<b>68</b>
<b>Figura 37</b> - Versões anteriores do símbolo da logo.	<b>69</b>
<b>Figura 38</b> - Versão final da marca.	<b>69</b>
<b>Figura 39</b> - Renderings da peça 1 em suas duas versões (frente e costas).	<b>70</b>
<b>Figura 40</b> - Renderings da peça 2 em suas versões calça e bermuda (frente e costas).	<b>71</b>
<b>Figura 41</b> - Renderings da peça 3 e seus ajustes (frente e costas).	<b>72</b>
<b>Figura 42</b> - Renderings das peças em uso por avatares digitais (combinações).	<b>73</b>
<b>Figura 43</b> - Renderings conceituais das peças com estética editorial.	<b>74</b>
<b>Figura 44</b> - BRS Topázio, BRS Jade e BRS Rubi.	<b>75</b>
<b>Figura 45</b> - Tecidos tricoline e sarja.	<b>76</b>
<b>Figura 46</b> - Páginas 1 e 2 da ficha técnica da peça 1.	<b>77</b>
<b>Figura 47</b> - Páginas 1 e 2 da ficha técnica da peça 2.	<b>79</b>
<b>Figura 48</b> - Páginas 1 e 2 da ficha técnica da peça 3.	<b>81</b>
<b>Figura 49</b> - Aplicação da etiqueta lateral.	<b>83</b>
<b>Figura 50</b> - Vistas frontais e laterais da peça 2 em sua fase de calça.	<b>84</b>
<b>Figura 51</b> - Vistas frontais e laterais da peça 2 em sua fase de bermuda e bolsa.	<b>85</b>

## **LISTA DE TABELAS**

<b>Tabela 1</b> - Análise de marcas usuárias do Algodão Colorido da Paraíba.	<b>34</b>
<b>Tabela 2</b> - Análise de marcas com valores sustentáveis.	<b>36</b>
<b>Tabela 3</b> - Análise de marcas streetwear.	<b>38</b>
<b>Tabela 4</b> - Requisitos do projeto.	<b>48</b>
<b>Tabela 5</b> - Medidas dos manequins virtuais.	<b>59</b>

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>11</b>
1.1 Motivação	12
1.2 Objetivos	13
1.2.1 Objetivo Geral	13
1.3 Justificativa	14
1.4 Metodologia	15
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b>	<b>16</b>
2.1 Tendências e Consumo na Moda Contemporânea	16
2.1.1 A Tendência	16
2.1.2 O Consumo	18
2.2 O Impacto do Fast Fashion	19
2.3 A Sustentabilidade na Indústria da Moda	20
2.4 A Emergência do Slow Fashion	23
2.5 Streetwear: Uma Estética Duradoura em um Mundo Efêmero	25
2.6 Algodão Tradicional vs. Algodão Colorido da Paraíba: Inovação e Sustentabilidade na Moda	26
<b>3 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO</b>	<b>31</b>
3.1 Conceito	32
3.2 Perfil do Consumidor	33
3.3 Pesquisa de Mercado	34
3.3.1 Marcas Usuárias do Algodão Colorido da Paraíba	34
3.3.2 Marcas Sustentáveis	35
3.3.3 Marcas Streetwear	37
3.4 Estudo de Caso	39
3.4.1 Acne Studios	41
3.4.2 Adidas	43
3.5 Ferramentas de Criatividade	46
3.5.1 Mapa Conceitual	46

3.5.2 Moodboard	47
3.6 Requisitos do Projeto	48
3.7 Estudo de Peças Transformativas	50
3.7.1 Calças Convertíveis	50
3.7.2 Colete/Bolsa Versátil	51
3.7.3 Mangas Removíveis	52
3.7.4 Jaqueta Dupla-Face	53
3.8 Geração de Ideias	53
3.8.1 Alternativas da Peça 1	54
3.8.2 Alternativas da peça 2	55
3.8.3 Alternativas da peça 3	57
3.9 Estudos Volumétricos	59
<b>4 APRESENTAÇÃO DO PROJETO</b>	<b>62</b>
4.1 Memorial Descritivo Conceitual	62
4.1.1 Peça 1 - Dupla	63
4.1.2 Peça 2 - Tríade	64
4.1.3 Peça 3 - Fluxo	64
4.2 Criação do Nome	65
4.3 Renderings	69
4.4 Memorial Descritivo Técnico	75
4.5 Fichas Técnicas e Detalhamento	77
4.6 Prototipagem	83
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>86</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>87</b>
<b>ANEXO A - MOLDES DA PEÇA 1</b>	<b>92</b>
<b>ANEXO B - MOLDES DA PEÇA 2</b>	<b>93</b>
<b>ANEXO C - MOLDES DA PEÇA 3</b>	<b>94</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Na indústria da moda, o novo anda de mãos dadas com o ressurgimento de tendências que fizeram-se em voga em algum momento da história. Se em algum momento esse modo de vestir voltar, porque simplesmente nós não conservamos em nosso guarda-roupa essas peças?

As tendências, de modo geral, comunicam os sentimentos e comportamentos de um determinado tempo por meio da estética (KAWAMURA, 2005). Roupas com cores vibrantes remetem à leveza do verão; tecidos tecnológicos surgem no inverno; estampas homenageiam fenômenos midiáticos em ascensão. Esses elementos são planejados com um propósito específico, o que acaba por limitar seu apelo a um período restrito. Assim, quando a indústria dita que determinada estética não se aplica mais ao cotidiano, o desinteresse é quase imediato.

Além disso, há a dificuldade prática: como usar uma peça “fora de época”? Muitas vezes, ela destoa completamente do restante do guarda-roupa, tornando-se um item de difícil combinação.

Esse cenário se agrava com a lógica do *fast fashion*, que não é comumente associada à qualidade. As peças são produzidas rapidamente, com baixa durabilidade, ausência de revisão técnica e, frequentemente, com o uso de fibras sintéticas, que - apesar da resistência e praticidade - não se comparam ao conforto e à respirabilidade das fibras naturais (FLETCHER, 2015).

Apesar da influência das inovações promovidas pela indústria da moda, é possível encontrar peças em nossas araras pessoais que sempre estiveram presentes: A velha calça jeans, aquela camisa branca, o vestido preto. Costumamos rebaixar essas peças ao chamá-las de “básicas”, sem reconhecer o imenso valor que elas representam em nossas vidas. Esses itens são na verdade elementos essenciais, roupas que independente do momento, das tendências ou estações, sempre estarão em voga. Por serem tão “comuns” acabamos por não enxergá-las com a mesma excitação que o mais novo item no mundo da moda. Modelagens como a camisa de alfaiataria, a calça reta, o blazer estruturado ou um moletom são exemplos de formas que resistem ao tempo, adaptando-se a diferentes estilos e ocasiões (ENTWISTLE, 2000). Suas linhas simples e funcionais permitem composições diversas, promovendo praticidade sem abrir mão da elegância.

É justamente a atemporalidade dessas peças e cores que contribui para um consumo mais consciente e sustentável. Apostar em roupas duradouras e versáteis não apenas fortalece o estilo pessoal, como também reduz a necessidade de substituição constante, contrapondo-se à lógica descartável do *fast fashion* (FLETCHER, 2015).

O presente trabalho, por meio da análise do comportamento de consumo, do estudo de características atemporais e, principalmente, da priorização do conceito de sustentabilidade, propõe, a partir do uso de fibras orgânicas, cores clássicas, cortes amplos e múltiplas possibilidades de uso das peças, a criação de uma proposta de vestuário que desafia a lógica da efemeridade imposta pela indústria da moda. Essa proposta foi concebida dentro da estética do *streetwear*, estilo que transita entre o conforto, a praticidade e a expressão cultural urbana, tornando-se uma escolha estratégica para comunicar uma moda mais versátil, duradoura e conectada com as transformações sociais e ambientais.

Para o desenvolvimento da coleção, foi utilizado o *software* de modelagem tridimensional CLO3D, ferramenta que se mostrou essencial tanto no aspecto técnico quanto sustentável do projeto. Com suas funcionalidades avançadas, o CLO3D possibilita simulações realistas de tecidos, quedas, modelagens e acabamentos, permitindo a visualização precisa das peças antes mesmo de sua produção física. O uso da modelagem virtual reforça a proposta de inovação sustentável ao integrar tecnologia e moda de forma responsável, alinhando-se aos princípios de redução de resíduos e otimização de recursos no design de moda contemporâneo.

## **1.1 Motivação**

A moda sempre foi um aspecto muito importante para mim, pois acredito que o modo de se vestir é uma forma de expressar autenticidade. Cada escolha, seja de peça, tecido ou combinação, carrega intencionalidade, já que a roupa funciona como uma extensão da personalidade. É fascinante observar como o vestir assume significados distintos para cada indivíduo: enquanto para alguns representa conforto e praticidade, para outros é um meio de comunicar sua identidade.

Cresci tendo o estilo *streetwear* como um refúgio: por meio da estética, conseguia traduzir visualmente meus gostos midiáticos, como a música e as

animações. Além disso, as formas largas das modelagens me proporcionavam conforto e acolhimento, ajudando a amenizar inseguranças relacionadas ao meu corpo. Com o tempo, à medida que amadureci como indivíduo e como profissional, o poder de consumir com meu próprio dinheiro me levou a observar tendências que, pessoalmente, não se alinhavam comigo. Ainda mais diante da responsabilidade de administrar meus próprios gastos, sob a perspectiva de uma estudante ingressando no mercado de trabalho, percebi o quanto roupas de baixo custo são sedutoras.

No entanto, entender que o preço acessível muitas vezes é reflexo de um modelo de produção precário e insustentável me fez reavaliar meus hábitos. Foi nesse processo que compreendi que meu próprio estilo, baseado em cores neutras e modelagens largas, já representa uma forma de resistência ao consumo exacerbado. Acredito que o consumo consciente começa quando passamos a reconhecer o valor das peças simples e essenciais.

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo Geral**

O objetivo deste trabalho é desenvolver uma linha de vestuário *streetwear* composta por peças que possibilitem transformações, como ajustes na aderência ao corpo e a conversão em uma nova peça, utilizando como principal matéria-prima o algodão colorido da Paraíba.

### **1.2.1 Objetivos Específicos**

- Por meio de revisão teórica, entender os principais aspectos do modelo de produção *slow fashion*.
- Por meio de análise de similares, observar as escolhas artísticas de grandes nomes da indústria.
- Uso restrito a tecidos compostos por algodão colorido da Paraíba e suas variedades de tons, sem empregar qualquer tipo de tingimento ou estamparia adicional.

- Geração de possibilidades de transformações nos vestuários que ampliem sua possibilidade de uso, desvinculando-as de concepções de gênero e de formatos anatômicos que limitam o uso por diferentes tipos de corpos.
- Definir e evidenciar os cortes a serem confeccionados, considerando a escolha de aviamentos de fácil acesso, que favoreçam possíveis ajustes ou consertos.
- Planejamento e simulação das peças no *software* de modelagem digital CLO3D, levando em conta ergonomia, particularidades de tecido, caimento e foco no funcionamento das transformações das peças.
- Renderizar as peças a partir das simulações, evidenciando estética e detalhes técnicos.
- Desenvolvimento da identidade visual da marca da coleção.
- Elaboração de encartes que evidenciem a identidade da marca e da coleção.
- Prototipagem de uma das peças da coleção a fim de confirmar sua viabilidade funcional.

### 1.3 Justificativa

Os crescentes avanços tecnológicos e a prevalência midiática se tornaram elementos inseparáveis da sociedade moderna. Associados ao crescimento econômico, a indústria da moda percebeu que a comunicação de tendências com prazo de validade estabelecido se tornou um formato extremamente lucrativo. Para acompanhar as chamadas novidades, o modelo de produção das peças de roupa se adotou como um formato rápido, no qual se combinam matéria-prima e mão de obra de baixo custo, gerando produtos baratos e altamente desejados no momento presente. No entanto, à medida que a tendência se torna obsoleta, as roupas com a estética adotada perdem seu valor, facilitando seu descarte. Esse ciclo de criação e descarte gera impactos extremos à saúde ambiental.

Nesse contexto, torna-se imprescindível entender técnicas produtivas que se opõem à rápida perda de valor das vestimentas. A adoção de um modelo de produção que se atenta à qualidade das técnicas de confecção, ao projeto de uma estética atemporal, ao uso de tecidos de origem natural e à conscientização do consumidor de que aquela peça possui um simbolismo único de cuidado justifica a criação de roupas marcantes e duradouras.

## 1.4 Metodologia

Neste TCC, foi determinante a investigação de métodos que direcionam especificamente o processo de produção de vestuário. A mais completa foi a Metodologia de Treptow (2013), desenvolvida por Doris Treptow, considerada uma das primeiras abordagens focadas na concepção de coleções no Brasil. Apresentada no livro *Inventando Moda: Planejamento de Coleção* (2014), essa metodologia propõe um formato extremamente detalhado para a elaboração de projetos de moda voltados ao mercado. Ela é composta por quatro fases principais, subdivididas em vinte e quatro etapas, que orientam de forma sistemática todas as decisões do processo criativo.

**Figura 1 - Metodologia de Treptow.**

Fase de Planejamento						
Reunião de Planejamento	Definição de perfil da marca e do consumidor	Definição do Cronograma	Definição dos parâmetros e dimensão da coleção	Estratégias de produção e comercialização	Definição do tema de coleção	Diretrizes para pesquisa de material
Fase de Pesquisas						
Pesquisa de comportamento	Pesquisa de mercado	Pesquisa tecnológica	Pesquisa de vocações regionais	Pesquisa de tendências		Pesquisa de tema de coleção
Fase do Design						
Definição de elementos de estilo e de elementos de design	Geração de alternativas	Esboços, desenhos, croquis	Desenhos de estampas	Experimentações, testes, moulage		Reunião de definição
Fase de Desenvolvimento						
Desenvolvimento de fichas técnicas		Desenvolvimento de modelagens	Gradação dos moldes	Prototipagem		Reunião de aprovação

*Fonte: autora (2025).*

Faz-se necessário ressaltar que a abordagem de um projeto acadêmico difere daquela voltada ao mercado, sendo, portanto, essencial a adaptação dos métodos às especificidades do TCC. Levando em consideração todos os aspectos projetuais essenciais do método, o trabalho, em primeira instância, se estabeleceu pela coleta de conceitos primordiais da indústria, a fim de entender, por meio de livros e artigos,

o modelo de mercado e processo atual, assim como as alternativas existentes. Todo o referencial teórico permeou o desenvolvimento da filosofia projetual.

Avançando para a etapa de desenvolvimento, foi realizado o entendimento do público-alvo, das características do mercado de moda sustentável e do *streetwear*, assim como a análise de estudos de caso para um entendimento mais aprofundado da filosofia de trabalho das empresas do setor. Na etapa de geração de ideias, foram estabelecidas regras de projeto visando à eficiência, com a investigação de peças transformativas presentes no mercado, moodboard, a elaboração de alternativas com o auxílio do programa CLO3D e o estudo volumétrico das peças.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Tendências e Consumo na Moda Contemporânea

“A moda sai de moda, o estilo jamais.”

— Coco Chanel

(McCall's, 1965)

Essa citação destaca a efemeridade e transitoriedade das tendências e a durabilidade do estilo. Na moda contemporânea, as tendências são impulsionadas por mudanças culturais, sociais e econômicas, refletindo o comportamento do consumidor e suas novas demandas. O consumo na moda, por sua vez, não apenas acompanha essas tendências, mas também molda o mercado, criando um ciclo dinâmico entre o que é produzido e o que é desejado pelos consumidores. Entender a relação desses dois conceitos é imprescindível para solucionar o *modus operandi* da indústria da moda.

#### 2.1.1 A Tendência

Os avanços tecnológicos, ao ampliarem os meios de comunicação e consumo, fizeram com que “novidades” em diversos campos fossem possíveis. Algo novo parece surgir frequentemente: aparelhos eletrônicos, formas de entretenimento, novas formas de se vestir. Vivemos em uma realidade ao culto do

que vem a seguir (LIPOVETSKY, 1987), ao nos apegar a esse anseio pelo próximo capítulo, acabamos por descartar como antiquado tudo aquilo que veio antes. Isso gera a sensação de que é necessário não ficar para trás — de que é preciso estar atento à tendência mais recente para acompanhar um mundo que avança em ritmo acelerado.

A tendência é entendida como um fenômeno multidisciplinar, influenciada por movimentos sociais, períodos políticos e econômicos, que vão desde a forma de pensar conceitos acadêmicos, visões de mundo e a percepção do eu (EDELKOORT, 2015). Momentos de opressão e consequentemente, de insurgência, assim como períodos renascença, moldam o nosso modo de ser, e é a partir desse princípio de mudança vinda de fatores externos que a indústria da moda age. Remontando ao momento do surgimento do *prêt-à-porter*, ou moda pronta para a vestir, ao final dos anos 40 em um cenário pós guerra, o modelo de produção dava espaço a uma confecção em escala maior, se opondo ao conceito de alta costura que na época se encontrava em declínio devido ao cenário econômico. O novo modelo foi marcado pela industrialização do método que juntava a rapidez de produção com a possibilidade de venda em um valor mais acessível.

Mas, como exatamente essa moda pronta para vestir vai de encontro com a tendência? A possibilidade de uma rapidez processual foi capaz de seguir as diversas mudanças que o período de foco na emergência econômica e cultural se encontrou, ao qual tentava fugir do cenário deprimente dos conflitos ocorridos do começo à metade do século.

Alavancado pelas mídias comunicativas, que difunde o mais novo objeto de consumo do momento, por meio das rádios, jornais, revistas, televisão, e posteriormente, as mídias digitais, tornou-se extremamente difícil ser apático ou mesmo, tentar fugir das novidades (LIPOVETSKY, 1987). A exposição incessante à moda em voga cria uma sensação de urgência, como se estabelecesse que aquele produto fosse primordial para o sentimento de pertencimento ao mundo ao qual só pode ser ultrapassada com o consumo imediato do mesmo.

E aqui, voltamos às reflexões do primeiro parágrafo desse tema: você é capaz de lembrar, com precisão, das últimas tendências que tomaram o mundo da moda? É com esse pensamento que percebemos a filosofia dessa persuasão: ela não se sustenta com o tempo. Ela significa, nada mais nada menos, que um desejo

momentâneo, que assim que cumprir o seu prazo de validade para dar espaço a uma nova excitação, será esquecida.

### **2.1.2 O Consumo**

A moda fomenta uma das indústrias mais lucrativas do mercado mundial, sendo avaliada em 1,8 trilhão de dólares no ano de 2025, segundo dados da Statista. Esse mercado advém de um crescente aumento anual relativamente estável, que, afetado ocasionalmente por fatores fora do controle - como o COVID-19 em 2020 - parece não ter previsão de perder seu enorme papel na economia mundial.

O atual ato de consumir se tornou uma atividade extremamente fácil devido à emergência do formato de e-commerce, que promove a facilidade da compra por meio da internet, praticidade que é aumentada com a possibilidade de receber a mercadoria em casa. A oportunidade de navegar por várias marcas e suas diversas categorias, e ainda poder comparar preços, tudo em um só lugar torna o desejo e a finalização da compra muito mais fácil. Esse formato de negócio é tão viável que, em 2024, o setor global de moda no comércio eletrônico foi avaliado em aproximadamente 781,5 bilhões de dólares, com estimativas apontando que esse valor ultrapassará 1,6 trilhão de dólares até 2030, segundo dados da plataforma Statista.

Ao somar a característica persuasiva das mídias ao impulsionar as tendências com a confortabilidade de um modo de consumir prático, é possível enxergar o porquê a indústria da moda é tão lucrativa.

Ao tocar no assunto do consumo, é inevitável indagar quanto ao perfil do consumidor, e, por meio de dados, é possível apontar que o público feminino que se faz dominante no setor da moda. Porém, diminuir essa afirmação a uma simples estatística é dar as costas ao porquê isso ocorre. A sociedade, e posteriormente a mídia, sempre atribuíram às mulheres a necessidade pela busca do padrão sinônimo de beleza e feminilidade de cada época, que se faz tanto no âmbito estético como comportamental. A indústria da moda viu nas mulheres uma oportunidade de lucro imensa, denotando por meio de tendências, a solução temporária para alcançar o nível de desejabilidade do momento.

Percebe-se como a moda masculina é planejada de forma diferente da feminina: para os homens, são promovidas roupas que simbolizam conforto, longevidade e simplicidade tanto em modelagem como cores, ao passo das mulheres, em que as peças possuem formatos mais anatômicos ao corpo, com a intenção de “avantajar” os traços femininos. É justamente no formato curvilíneo adotado no vestuário destinado às mulheres que se apresenta a problemática do padrão corporal considerado como desejado do momento. Essa questão promove a busca pelo corpo da próxima temporada, e conseqüentemente, assim que aquele corte de roupa ou cor não for mais atraente para o momento, o seu descarte.

## **2.2 O Impacto do *Fast Fashion***

A constante necessidade de renovação para o impulsionamento do mercado e atendimento das tendências só poderia resultar em um processo acelerado; e é aqui onde se inicia o *fast fashion*. Esse fenômeno tornou-se um aspecto intrínseco no mercado atual ao qual a noção de produção e consumo se estabelecem como um ciclo. As grandes varejistas de vestuário internacionais Zara e H&M são frequentemente associadas ao surgimento dessa abordagem de mercado (TOKATLI, 2008), que se refere a uma forma altamente industrial de produção em massa de roupas, com o principal enfoque na agilidade para que os prazos definidos - tanto de produção quanto de obsolescência - possam ser atendidos. Esse modelo se expande na administração de uma forma de logística e distribuição eficiente.

Esse processo de produção altamente “eficiente” se dá nos grandes polos de produção global, como países do Sudeste Asiático e a referência mundial em manufatura - a China. A escolha dessas empresas por países subdesenvolvidos ou emergentes é estratégica: essas regiões oferecem uma alta disponibilidade de mão de obra com custos salariais baixíssimos, e, em grande parte, apresentam leis trabalhistas marcadas pela fragilidade e falta de fiscalização. Essas características garantem um custo de produção muito reduzido, que muitas vezes se rebaixam a condições exploratórias. Diversas marcas, altamente consagradas, já foram flagradas utilizando trabalho análogo à escravidão, caracterizado por jornadas excessivas, uso de mão de obra infantil e até restrições a proibição dos trabalhadores em deixar o local de trabalho.

Para a confecção das roupas do modelo de produção se faz imprescindível a disponibilidade imediata pela matéria prima, fato que impulsionou o uso das fibras sintéticas no mercado. Contabilizando cerca de 57% de toda a produção (THE FIBER YEAR, 2021), as fibras sintéticas são produzidas industrialmente a partir de polímeros derivados majoritariamente do petróleo - processo responsável por cerca de 10% das emissões de carbono (UNEP, 2019). O Poliéster, nylon, acrílico e elastano, vendidos a preços mais baixos em relação às fibras naturais, possuem um caráter mais duradouro pela maior espessura e composição, que apresentam um interesse muito grande por parte da produção de roupas esportivas por conta da sua retenção de calor. Além de serem extremamente comuns fora da indústria da moda, essas fibras caracterizam uma praticidade e facilidade de transformação em vestimentas que o modo *fast fashion* tanto impulsiona. E é exatamente por meio do estabelecimento de um material totalmente sintético e duradouro que se encontra a problemática: são materiais não biodegradáveis. Essas fibras, quando descartadas, permearão no solo por diversos anos, contribuindo para o impacto ambiental por meio de liberação de microplásticos.

Levando em consideração a confecção tão rápida que o *fast fashion* promove, quase nenhum tempo é reservado à certificação de qualidade das roupas. Ao final de um modelo cuja intenção é o menor custo de produção possível, temos uma peça que se faz extremamente desejável por conta do seu preço baixo. Um valor tão reduzido, que ao passar da tendência em questão, o desprendimento da peça parece ser fácil. Assim como a sua produção, o seu esquecimento é rápido: uma peça de vestuário que não sobrevive no corpo - por sua qualidade -, e nem na mente das pessoas - pela sua irrelevância estética e simbólica.

### **2.3 A Sustentabilidade na Indústria da Moda**

O primeiro debate global acerca da importância da sustentabilidade para o futuro foi oficialmente instaurado na Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, realizada em Estocolmo, em 1972. Nesse encontro, foi inserida na agenda internacional a preocupação com os impactos da degradação ambiental provocada pelos modelos de desenvolvimento e consumo predominantes até então. Embora esse marco tenha sido fundamental para despertar a atenção dos governos

e instituições, a incorporação efetiva da sustentabilidade como diretriz prática só ganhou força décadas depois.

A sustentabilidade começou a tomar espaço no mundo da moda à medida que a indústria percebeu que nessa filosofia existia uma oportunidade de ampliação de negócios por seu forte simbolismo do ponto de vista ético social e ambiental. Nesse contexto surgiu a economia circular, que se caracteriza por um modelo de gestão ao qual a matéria prima das roupas possui o papel mais importante de toda a produção. Segundo Ellen Macarthur Foundation (EMF), o processo se faz por meio da filosofia de tentativa de utilização máxima dos tecidos, por meio do projeto de peças com caráter restaurativo. Esse anseio pela eficiência é valioso em diversos âmbitos, sendo eles, o ponto de vista econômico - a reutilização dos tecidos diminui a necessidade da demanda de uma matéria prima virgem - e o ecológico - ao revitalizar o material e dar a ele um novo propósito, o nível de resíduos gerados é consideravelmente reduzido (TROIANI et. al., 2022). As empresas que se beneficiam da economia circular vêm implementando práticas sustentáveis em sua cadeia produtiva, como o uso de algodão certificado (orgânico ou reciclado), desenvolvimento de coleções com menor uso de água e energia, além de iniciativas de logística reversa por meio do descarte de roupas em pontos de coleta. Há também o interesse no investimento em projetos de compensação ambiental e monitoramento de fornecedores.

**Figura 2** - Visualização do modelo de economia circular.



Fonte:

<https://www.europarl.europa.eu/topics/pt/article/20151201STO05603/economia-circular-definicao-importancia-e-beneficios#:~:text=Na%20pr%C3%A1tica%2C%20a%20economia%20circular,que%20permite%20criar%20mais%20valor.>

Um movimento que se faz crescente na indústria da moda é o impulsionamento do uso de fibras naturais, como forma de protesto ao monopólio sintético que permeia as roupas atuais. No Brasil, a principal frente desse movimento é liderada pela iniciativa “Sou de Algodão”, criada em 2016 pela EMBRAPA em parceria com a Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (Abrapa), ao qual visa promover o uso consciente e sustentável do algodão nacional, incentivando desde os produtores até os consumidores finais. Impulsionada por desfiles de moda e colaborações com estilistas e marcas, a “Sou de Algodão” reforça os atributos do algodão como um símbolo de conforto e requinte.

Adicionalmente, práticas como o *upcycling*, que consiste na criação de novas peças a partir de roupas ou tecidos descartados, têm ganhado destaque entre marcas independentes e designers preocupados com a redução de resíduos. Diferente da reciclagem tradicional, o *upcycling* valoriza o design e a criatividade, ressignificando materiais que seriam descartados e criando produtos com maior valor agregado. Um exemplo notável dessa prática foi apresentado pela grife MIU MIU, que, em uma coleção limitada a apenas 80 peças, incorporou tecidos de décadas passadas na criação de um desfile exclusivo e emblemático.

**Figura 3** - Peça em *upcycling* da marca MIU MIU.



Fonte: <https://www.miumiu.com/br/pt/miumiu-club/special-projects/upcycled.html>

Essas estratégias apontam para uma mudança de mentalidade dentro da moda contemporânea, que busca equilibrar estética, inovação e responsabilidade socioambiental, mesmo que esse movimento ainda represente uma parcela reduzida do mercado.

## **2.4 A Emergência do *Slow Fashion***

O *slow fashion* é um modelo de produção ao qual tenta ressignificar a confecção de vestuário por práticas menos impactantes tanto ambientais quanto

sociais, ao qual se entende por meio da importância de produzir roupas duradouras (VESTERINEN e SYRJÄLÄ, 2022). Essa filosofia compreende como uma forma de atenção projetual e processual que enriquecem o produto final, dando valor a projetos mais ricos em detalhes técnicos e simbólicos por conta da intenção de gerar um produto com propósito, em um modelo de desenvolvimento caracterizado pela aproximação e interconectividade de todo o ciclo produtivo.

É evidente que esse processo torna a localidade como um fator primordial: ao passo que essas fibras são adquiridas tanto pelo motivo de qualidade quanto de sustentabilidade, o conhecimento prévio da filosofia dos produtores dessas matérias primas se faz importante para o processo. Aqui, conhecer o tecido e suas propriedades é a peça chave para um produto de longa vida.

Adicionando ao aspecto de familiaridade, um ponto importantíssimo para todo o processo é a mão de obra no cenário da costura. Esse sistema prioriza a habilidade e experiência profissional do trabalhador ao qual dignifica o seu papel na cadeia produtiva como um dos pilares do sucesso do *slow fashion*. Esse papel importante aos trabalhadores - geralmente locais - e o incentivo a ateliês e pequenos produtores fomentar economias regionais de uma forma mais justa, podendo até preservar técnicas de costuras tradicionalistas, devido ao caráter artesanal de produção (SILVA, 2020). Esse apelo tão íntimo de confecção que se afasta do industrialismo frio, apesar de significar uma produção em escala reduzida, representa a força simbólica de um trabalho muito mais “humano”, no aspecto literal e figurativo.

Porém, o modelo produtivo do *fast fashion* ainda paira sobre a indústria em razão da sua velocidade processual e seu valor tão baixo, fazendo com que ele seja comumente considerado como mais viável às massas. Principalmente para a parcela mais jovem que ainda não possui o poderio de alguém já estabelecido em termos econômicos, o formato *slow fashion* pode parecer como uma grande produtora de artigos de luxo, conseqüentemente menos acessíveis (SILVA, 2020).

Apesar do certo estigma e menor popularidade, o *slow fashion* pode ultrapassar as dificuldades ao ser difundido abertamente pelos seus pontos benéficos. Ao passo que representam artigos com preços certamente mais elevados, pode-se argumentar à mídia todo o processo produtivo altamente eficiente que busca pela razão de suprir a necessidade de consumir mais roupas ao apresentar um produto duradouro. Difundir ao público a elevação da qualidade do

produto por meio do carinho dos confeccionadores, que são tratados dignamente. O ato de atribuir simbolismos tão fortes à uma peça de roupa do modo como ela é feita possui uma carga positiva muito grande em uma realidade tão ligada ao rápido desprendimento emocional e material das nossas vestimentas.

## **2.5 Streetwear: Uma Estética Duradoura em um Mundo Efêmero**

O *streetwear* é um termo adotado para uma maneira de vestir carregada de uma bagagem cultural enorme. Com mais de 40 anos em voga, nasceu de um contexto de resistência, primordialmente nos Estados Unidos, como uma forma de expressão gráfica da comunidade negra sobre as frequentes discriminações sofridas por parte das instituições (SOUSA, 2023). Ao estabelecer uma condição de contrariedade ao alto padrão das roupas de alfaiataria e às firulas da última moda, o resultado foi uma forma de vestir caracterizada pelo uso de moletoms e jeans, em modelagem largas, com grafismos e outros tipos de alterações performadas à mão que geralmente se faziam por frases críticas ao tratamento dos mesmos pela sociedade, similar ao movimento *punk*.

O estilo foi rapidamente assimilado à cultura do *hip hop* e do grafismo por meio da juventude da época, que perante à ascensão do gênero musical chamou a atenção de diversas marcas de vestuário que viam no movimento uma forma de expansão de mercado (SOUSA, 2023). Marcas esportivas como Adidas, Nike e Puma começaram a vestir os rappers da época, fato que marcou a expansão visual do que um guarda roupa *streetwear* representa e o caráter assimilativo que o estilo aplicava.

Com o andar dos movimentos jovens, foi a vez da adoção do estilo por parte da cena skatista, uma importante subcultura que permeia características visuais e de consumo até hoje. Assim como a cultura do *hip hop*, os skatistas adotaram essa forma de vestir como uma forma de se afastar do código tradicional de vivência do resto da sociedade, idealizando a afronta à normalidade e à busca pela autenticidade (POLHEMUS, 1994). A forma *oversized* de se vestir das subculturas que adotaram o estilo passaram a tomar uma grande participação na indústria da moda. Um importante personagem na trajetória dessa forma de se vestir foi a criação da loja Supreme, que implementou o sistema conhecido como *drops* (SOUSA, 2023), que se tratavam de itens exclusivos produzidos de forma limitada

para somente um momento em questão, exacerbando a necessidade dos consumidores em ter o produto mais único e autêntico do momento, ao passo que o valor de revenda desses itens se tornassem exorbitante, os elevando ao patamar de relíquia. Esse fato impulsionou o estilo a um padrão cada vez mais alto de valor.

Foi por meio do frequente caráter de exclusividade que o *streetwear* caminhou até o luxo. *Fashion houses* denominadas como “tradicionais” começaram a se voltar à ecleticidade do modo de vestir, impulsionadas pelo frequente esbanjo dos usuários - principalmente de indivíduos notáveis no mundo da música - adicionando os aspectos joviais das silhuetas largas e grafismos em seus tecidos luxuosos. Isso abriu portas para a cultura das collabs, ao qual fundiam os grandes nomes da moda com figuras famosas, principalmente ligados ao rap.

Um dos nomes mais notáveis pelo impulsionamento do estilo com as marcas de vestuário de luxo foi o ilustre fashion designer Virgil Abloh, fundador da homônima Off-White. Virgil se consagrou no cenário da moda ao servir como diretor criativo, e consequentemente, vestir figuras poderosas do mundo da música como os rappers Jay-Z e Kanye West.

A consagração do *streetwear* no mundo da alta moda promoveu um certo refino do estilo. Trata-se de roupas que vão de estampas poderosas ao essencial liso, comumente empregando uma paleta de cores primariamente atemporal, como o preto, branco e bege, como também o impulso pelas cores tendência do momento. O caráter ostentoso que o estilo adotou em seus últimos anos, principalmente pelo inserimento das *fashion houses*, promoveu a integração da alfaiataria no meio. Estamos falando de calças sociais combinadas com camisas em estampas gráficas e tênis esportivos; blazers com calças de moletoms homônimos do *sportswear*.

Por mais que a imensa propensão de assimilação de novas formas de vestir, novos tipos de movimentos e filosofia de consumo tenham moldado, e consequentemente, mudado o estilo, o *streetwear*, em sua base, permanece com o mesmo significado: o anseio pela quebra de paradigmas.

## **2.6 Algodão Tradicional vs. Algodão Colorido da Paraíba: Inovação e Sustentabilidade na Moda**

É explícito o fato de que uma fibra advinda do meio natural, seja das plantas ou animal, representa um menor impacto ao meio ambiente quando comparado às escolhas artificiais do mercado. Quando pensamos em uma roupa leve e confortável o primeiro fio que vem à mente é o algodão, um simbolismo carregado pela sua forte ligação à natureza.

Porém, resumir o processo para a obtenção tradicional de um tecido 100% algodão como sendo totalmente sustentável é errôneo. Para a transformação da fibra em fio são necessários diversos processos, ao qual o primeiro obstáculo, o processo de plantio, já apresenta uma série de impactos ao meio ambiente, e, por consequência, afetando a nossa saúde. Para a certificação de um crescimento sem impedimentos, o solo é tratado com uma série de substâncias tóxicas, combinando o uso de inseticidas, fungicidas e herbicidas, ao qual, quando são dispersados por meio da irrigação, podem entrar em contato com os recursos hídricos superficiais e subterrâneos, desencadeando a contaminação dos mesmos.

Após todo o regulamento para garantir um crescimento próspero, as fibras são colhidas, separadas das sementes, limpas e refinadas para terem a sua transformação concretizada através da fiação, evoluídas para tecido através da tecelagem e recebem o acabamento (FERREIRA et. al., 2022), ao qual está presente mais uma problemática. Essa etapa se caracteriza pela implementação de cores pelo tingimento, ou, contrariamente, ao branqueamento do tecido. Veja, uma fibra natural não nasce livre de qualquer pigmentação, e sim apresentando tons amarelados. Por meio do branqueamento químico, junto à lavagem, é possível o resultado da trama pálida que todos conhecemos. Esse processo, junto ao tingimento, ao qual incorpora pigmentos sintéticos para a mudança de tom das peças, emprega um uso exorbitante de recursos hídricos (PEREIRA, 2015). Para ilustrar o nível alto da necessidade desses meios no processo de tingimento, de acordo com a World Resources Institute em 2013, considere o fato de que para a pigmentação de uma simples camisa, são necessários em média 2,700 litros de água.

É por meio de dados tão assustadores que faz-se urgente a procura por alternativas. Já é uma realidade em diversas partes do mundo o interesse e execução do melhoramento genético do algodão para dispensar a etapa de tingimento de todo o processo. Em 1989 marcou-se o começo da investigação por uma fibra organicamente colorida aqui no Brasil, tendo como protagonista a

Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), localizada na Paraíba (SOUZA, 2023). A pesquisa consistiu no uso de algodões silvestres, conhecidos também como algodões arbóreos (PESSOA et. al., 2023), fibras que possuem tons naturalmente terrosos que apresentam uma estrutura fragilizada e curta, e o algodão branco comum, com a finalidade de unir em um só resultado a coloração e particularidades estruturais. O resultado disso foram fibras em 6 cores: marrom, verde, rubi, safira, topázio e jade. As colorações vão do amarelo ao tom de terra, tendo como o mais discrepante o algodão de pigmento verde e mesmo apresentando uma maior resistência às pragas e condições climáticas da região, a qualidade do algodão colorido ainda é considerada inferior quando comparada com o tradicional branco (SOUZA, 2023). Ao abolir a necessidade de tingimento industrial, estima-se que o uso dessas fibras geneticamente melhoradas podem reduzir em até 87,5% o consumo de água no processo produtivo em comparação com o algodão branco convencional (SOUZA, 2023).

**Figura 4** - Variedades de algodão colorido: BRS Marrom, BRS Verde, BRS Rubi, BRS Safira, BRS Topázio e BRS Jade.



Fonte: EMBRAPA (sem datas).

Porém, o algodão colorido da Paraíba não é um mero material excitante para o mercado devido às suas particularidades: essa fibra representa a emergência da economia para a região em que é cultivada. A região da caatinga, bioma ao qual a Paraíba se encontra, é marcada por uma condição climática majoritariamente seca, afetando a qualidade do solo, o qual dificulta o uso da região para atividades agrícolas gerais. Entretanto, é por meio dessa circunstância climatológica que impulsiona o reinado do plantio do algodão colorido. A EMBRAPA eleva o pequeno produtor e investidor como a frente da produção das fibras. Através de formações oferecidas por instituições como a EMBRAPA, esses produtores passam a aplicar métodos agroecológicos, eliminando o uso de agrotóxicos e promovendo a conservação ambiental. Essa relação direta com a terra, aliada à autonomia produtiva e comercial, permite que o agricultor deixe de ocupar uma posição de invisibilidade na cadeia têxtil e passe a ser reconhecido como um agente essencial para a construção de um modelo de moda mais ético, justo e conectado com o território (ZACHARIAS, 2021).

No quesito de transformação dos fios em tecido, o trabalho artesanal local se faz indispensável. Remontando às técnicas de confecção passadas de geração em geração, a tecelagem manual assume um papel simbólico e prático de valorização cultural. Em comunidades locais da região, o tear manual é um instrumento ainda presente no cotidiano de muitas famílias, sendo operado principalmente por mulheres que dominam os saberes tradicionais do entrelaçar dos fios. Essa prática, além de agregar valor estético e histórico às peças, promove a autonomia econômica dessas artesãs, contribuindo diretamente para o fortalecimento das economias criativas e regionais, ao qual são impulsionados pelo apoio do Instituto de Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - SENAI, com o seu setor de Tecnologia Têxtil e Confecção, ao dar suporte tecnológico e auxílio no aprimoramento de técnicas.

O algodão colorido, já com o seu reconhecimento simbólico, foi ainda mais popularizado pelo seu impulsionamento de uma importante empresa. A Natural Cotton Color, criada em 1995 e inicialmente batizada com o nome de sua idealizadora, a empresária Francisca Vieira, nasceu com o objetivo de promover a moda Paraibana confeccionada de forma artesanal. Foi no ano de 2005 que marcou o início do uso do Algodão Colorido da Paraíba como a matéria prima única para a confecção dos produtos. Entretanto, resumir a NCC Ecobrand - nome a qual

também é conhecida - a uma simples empresa que adotou a fibra pigmentada para a criação das roupas é extremamente equivocado. A empresa, representando atualmente a face do algodão colorido no Brasil, foi contemplada com a certificação do Instituto Biodinâmico, importante mérito atribuído à produções comprovadamente orgânicas, idealizadas por práticas que asseguram o bem estar ambiental e humano. O importante ato de comprovar a filosofia de produção da matéria prima alavancou a marca ao interesse mundial, exportando para mais de dez países, fazendo com que a maior fonte de faturamento fosse a do mercado internacional.

A empresa estruturou sua cadeia produtiva com foco no trabalho artesanal feito por artesãs do interior da Paraíba. Essas mulheres atuam em pequenos núcleos produtivos, em suas próprias comunidades, onde realizam etapas como corte, costura, bordado e acabamento. O modelo adotado permite que a produção seja descentralizada, promovendo geração de renda local e independência financeira.

A Natural Cotton Color possui o costume de levar as peças artesanais a circuitos de moda internacionais consagrados. Em 2017, por exemplo, a marca estreou na Milano Fashion Week, e em 2020 e 2021, marcou presença também na Paris Fashion Week com propostas alinhadas à agenda de sustentabilidade e à valorização de origens. Essa exposição internacional não só impulsiona o interesse de outros países, mas também coloca em voga a força da matéria prima como uma alternativa viável e interessante para a indústria.

**Figura 5** - Desfile da Natural Cotton Color Brasil Eco Fashion Week de 2018.



Fonte: <https://naturalcottoncolor.com.br/desfile-befw-2018>

### 3 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

Este tópico, fundamentado na bibliografia e nos dados reunidos ao longo da pesquisa, marca o início do desenvolvimento prático do projeto. O embasamento baseia-se em métodos de investigação de público e mercado, com foco inicial na observação e análise de marcas alinhadas ao *streetwear* e à sustentabilidade, buscando compreender seus posicionamentos e os elementos que lhes conferem valor no cenário atual da moda. Em seguida, o estudo se volta à exploração de possibilidades criativas para a elaboração de uma coleção eficaz, utilizando metodologias projetuais que apoiam o processo de geração de ideias.

Durante a execução, o *software* de criação de vestuário CLO3D foi essencial. Trata-se de uma ferramenta extremamente completa e amplamente utilizada na indústria da moda para o desenvolvimento virtual de peças de roupa. No processo de criação, os moldes são inicialmente desenhados em 2D, como em uma modelagem convencional, e posteriormente costurados e ajustados em um avatar tridimensional, permitindo uma visualização precisa da peça no corpo.

O CLO3D é capaz de simular com alta fidelidade o comportamento dos tecidos, levando em consideração suas propriedades físicas, como peso, elasticidade, espessura e textura. Além disso, permite a aplicação de costuras,

avaliamentos, acabamentos e detalhes técnicos, assegurando que o resultado final seja o mais próximo possível de uma peça real. Um dos grandes diferenciais do programa é o seu renderizador integrado, que adiciona realismo às criações através de luz, sombra e textura, proporcionando imagens de alta qualidade que auxiliam na avaliação do caimento, ajuste e aparência geral da roupa.

**Figura 6** - Visualização do *software* CLO3D.



Fonte: autora (2025).

### 3.1 Conceito

*“Compre menos, escolha bem, faça durar.”*

— Vivienne Westwood

(WESTWOOD, apud BLACK, 2012)

Partindo da citação de Vivienne Westwood, ícone da moda que há décadas defende um consumo mais consciente e duradouro, este trabalho parte da premissa de que o vestuário deve transcender sua função estética imediata. A frase condensa de forma direta a urgência por uma mudança de mentalidade que este projeto busca refletir e aplicar. Nesse sentido, o presente trabalho, através da relevância da necessidade de uma análise crítica dos impactos ambientais ligados à efemeridade

das tendências que resultam na produção e consumo exacerbado aos quais desencadeiam o rápido desprendimento emocional e resultam no descarte, propõe-se, por meio de ferramentas de design, o desenvolvimento de uma coleção de vestuário com peças multifuncionais como temática, capazes de se transformar fisicamente conforme a necessidade de uso, perpetuados esteticamente pelo estilo abrangente conhecido como *streetwear*. O projeto apresenta um caráter livre de associação a gêneros e biotipos, ao adotar o padrão *oversized* nas vestimentas.

O projeto remonta à difusão da ideia de longevidade como o fator primordial à sustentabilidade, apoiada ao uso do algodão colorido da Paraíba como matéria prima principal, ao qual se expande ao conceito de durabilidade estética ao usar unicamente as cores naturais da fibra. Os tons terrosos, pigmentos essenciais e resistentes à passagem das tendências, desempenham papel significativo na concepção das peças, através do uso estratégico de camadas das tramas, fugindo de uma estética visual simplista.

### **3.2 Perfil do Consumidor**

A definição do perfil do consumidor neste projeto assume um papel estratégico, uma vez que orienta diretamente as decisões projetuais em aspectos como funcionalidade, linguagem visual, escolha de materiais e posicionamento de mercado. A delimitação do público-alvo foi fundamentada em dados provenientes de pesquisas acadêmicas e de mercado sobre consumo sustentável.

Esse projeto visa o consumidor economicamente ativo, estabelecendo a faixa de 20 a 50 anos. Esse recorte se estabelece pela nomenclatura de gerações X, Y e Z.

Aqui, observamos distintos padrões de consumo, impulsionados pelo poder aquisitivo e pelo papel de cada geração no mercado de trabalho, além da sensibilidade frente às questões ambientais (DAMÁZIO et. al, 2020). O projeto visa atender a todos esses grupos ao promover a longevidade e a essencialidade dos produtos, de maneiras adaptadas a cada geração. Para a Geração X e Y, isso se traduz na ênfase na qualidade e em um design atemporal, que garantem produtos duráveis e de valor agregado, atendendo ao desejo de estabilidade e sofisticação. Já para a Geração Z, o foco está em peças versáteis, que ofereçam uma solução inteligente para o consumo além do estilo vigente que o *streetwear* apresenta.

Dessa forma, o projeto busca alinhar estética, funcionalidade e responsabilidade ambiental, criando uma proposta que dialoga com os valores de cada geração.

### 3.3 Pesquisa de Mercado

A compreensão do comportamento do mercado-alvo é essencial para orientar decisões mais estratégicas e alinhadas às reais demandas do setor. No contexto da moda, especialmente no recorte voltado à sustentabilidade e à cultura urbana, torna-se fundamental analisar como diferentes marcas constroem seus posicionamentos e se relacionam com seus públicos. Esta pesquisa de mercado busca traçar um panorama amplo sobre as dinâmicas do segmento, reunindo dados de artigos acadêmicos e observações de marcas atuantes em três frentes principais: marcas que fazem uso do algodão colorido da Paraíba, marcas que possuem como valor principal a sustentabilidade e as e nome homônimos do *streetwear*. A partir dessa análise, pretende-se identificar práticas relevantes, padrões de consumo e valores recorrentes que possam fundamentar o desenvolvimento do projeto de forma crítica e contextualizada.

#### 3.3.1 Marcas Usuárias do Algodão Colorido da Paraíba

Observa-se um número reduzido de marcas que utilizam a fibra do algodão colorido da Paraíba na composição de suas peças. A principal referência nesse cenário é a já mencionada *Natural Cotton Color*, que atua como elo entre os produtores da matéria-prima e outras marcas que dela se beneficiam. A seguir, serão apresentadas as marcas que comprovadamente utilizam o algodão colorido, com base na quantidade e confiabilidade das informações encontradas, bem como suas respectivas categorias de atuação, canais de venda e estratégias de comunicação visual.

**Tabela 1** - Análise de marcas usuárias do Algodão Colorido da Paraíba.

MARCA	PAÍS	CATEGORIA DE PRODUTOS	CANAIS DE VENDA
Natural Cotton Color	Brasil	Vestuário feminino	E-commerce e feiras

(NCC Ecobrand)		geral	de moda
Trópicca	Brasil	Vestuário feminino beachwear, acessórios e calçados	E-commerce
Demodê Ateliê	Brasil	Foco em moda íntima feminina; categoria de roupas gerais sem gênero	E-commerce
Madam Boutique	França	Vestuário feminino geral e acessórios	E-commerce
Tentation Bio	França	Vestuário feminino e calçados	Feiras de moda

Fonte: autora (2025).

Foi possível identificar um foco unânime na confecção de produtos voltados para o público feminino. Todas as marcas analisadas reforçam o caráter artesanal de suas produções, destacando a sustentabilidade do algodão colorido da Paraíba como principal diferencial e valor de marca. A ênfase na procedência do material e nos processos manuais evidencia uma estratégia voltada à valorização da autenticidade e da responsabilidade socioambiental. Esteticamente, todas se sustentavam na regionalidade da fibra, remontando à predominância do *boho chic* e minimalismo como estilos principais.

### 3.3.2 Marcas Sustentáveis

Evidencia-se, neste tópico, a investigação de marcas globais do setor da moda cujo principal valor de mercado está centrado na sustentabilidade. Considerando sua notoriedade no cenário contemporâneo, optou-se por apresentar um panorama diversificado, reunindo marcas com diferentes portes econômicos e abrangências geográficas. Essa seleção visa compreender como empresas de distintas escalas vêm incorporando práticas sustentáveis em seus processos produtivos e estratégias de comunicação, permitindo uma análise comparativa mais ampla e enriquecedora.

**Tabela 2** - Análise de marcas com valores sustentáveis.

MARCA	PAÍS	CATEGORIAS DE PRODUTOS	FILOSOFIA SUSTENTÁVEL	CANAIS DE VENDA
Stella McCartney	Reino Unido	Vestuário feminino geral, vestuário infantil, acessórios e calçados	Economia circular, produtos cruelty free, uso de fibras naturais	Lojas físicas e e-commerce
Vivienne Westwood	Reino Unido	Vestuário feminino e masculino geral, acessórios e calçados	Economia circular, upcycling	Lojas físicas e e-commerce
Marine Serre	França	Vestuário feminino e masculino geral, acessórios e calçados	Upcycling, uso de fibras naturais	Lojas físicas e e-commerce
Organic Basics	Dinamarca	Vestuário feminino e masculino geral, acessórios	Uso de fibras naturais	E-commerce
Minimadeia	Brasil	Vestuário feminino geral	Uso de fibras naturais	E-commerce
Farm Rio	Brasil	Vestuário feminino geral, acessórios e calçados	Economia circular	Lojas físicas e e-commerce

*Fonte: autora (2025).*

No setor da moda de luxo, a Stella McCartney se destaca por construir uma identidade pautada em um propósito elegante e coerente com práticas sustentáveis, consolidando-se como referência de sofisticação ética. Vivienne Westwood, por sua

vez, incorpora a excentricidade como elemento central, traduzindo sua herança ligada à subcultura *punk* em peças que combinam rebeldia e consciência ambiental. Já a Marine Serre, apesar de sua recente entrada no cenário, vem se posicionando de forma marcante ao unir uma estética minimalista com abordagens experimentais, sobretudo por meio de sua estamparia autoral e do uso expressivo do *upcycling*. Essas três marcas, cada uma a seu modo, demonstram como a sustentabilidade pode ser interpretada e aplicada sem comprometer a originalidade, a exclusividade e o valor simbólico associados ao luxo.

A Organic Basics e a Minimadeia pautam sua filosofia de sustentabilidade a partir da escolha por peças lisas e de design minimalista, priorizando a funcionalidade e a durabilidade. Ao investirem em artigos essenciais e atemporais, essas marcas reforçam uma estética que valoriza o consumo consciente e reduz a obsolescência das tendências de moda.

Já a Farm Rio, por meio de uma estética vibrante inspirada em elementos naturais, sobretudo da Amazônia, articula suas práticas sustentáveis como extensão de sua identidade visual e cultural. A marca adota a economia circular como uma das principais diretrizes, enquanto suas estampas assumem um papel simbólico, evocando a conexão com a natureza e reforçando a importância de sua preservação. Essa abordagem revela um posicionamento estratégico que vai além do produto, promovendo a conscientização ambiental do consumidor e reforçando valores de pertencimento e responsabilidade socioambiental.

### **3.3.3 Marcas *Streetwear***

A análise das marcas similares a seguir oferece uma visão abrangente do cenário atual das marcas consagradas no universo do *streetwear*. Desenvolvida de forma sucinta, essa análise busca identificar as características-chave dessas marcas, com o objetivo de observar padrões recorrentes em seus perfis, além de destacar as principais distinções entre elas. O quadro a seguir apresenta os nomes mais influentes e representativos desse mercado, proporcionando uma compreensão crítica e comparativa do setor. Além disso, por meio dessa abordagem, foi possível identificar marcas candidatas a um estudo de caso mais aprofundado, permitindo uma análise intensificada das estratégias e práticas adotadas por essas empresas.

É necessário ressaltar que a pesquisa consiste em marcas consagradas no meio como de fato *streetwear*, excluindo casos de marcas de luxo ao qual dedicaram coleções ou modelitos eventuais no formato discutido, como foi o caso da Louis Vuitton que em 2017 colaborou com a SUPREME.

Como forma comparativa, foram estabelecidas como categorias relevantes para o projeto:

- **Público-Alvo:** Ao estabelecer o perfil do consumidor com base em suas preferências e estilo de vida, torna-se possível compreender as decisões criativas e estratégicas adotadas pelas marcas no desenvolvimento de suas coleções.
- **Estética:** Entender a estética é compreender os elementos visuais e conceituais que estruturam a identidade de uma marca.
- **Proposta de Valor:** Busca-se entender o diferencial que a marca em questão oferece e que a destoa das demais, seja por experiência, produtos exclusivos ou propósito.
- **Modelo de Produção:** Ao entender o modo de produção dos produtos, evidencia-se o volume de produtos, processos e exclusividade.
- **Posicionamento Sustentável:** Refere-se ao nível de compromisso estabelecido sobre assuntos de caráter ambiental.

**Tabela 3** - Análise de marcas *streetwear*.

MARCA	PÚBLICO ALVO	ESTÉTICA	PROPOSTA DE VALOR	MODELO DE PRODUÇÃO	POSICIONAMENTO SUSTENTÁVEL
ADIDAS	Jovens/ Jovens adultos / Adultos / Indivíduos ligados ao cenário esportivo	Esportivo Minimalista	Foco na elevação de performance do esporte	Produção em massa	Interesse em economia circular; redução de uso de matéria prima composta por petróleo; transparência produtiva por meio de relatórios
ACNE STUDIOS	Jovens adultos /	Equilíbrio entre o	Combinação de alta moda	Produção industrial	Andamento de táticas de produção

	Adultos ligados à cena alternativa	casual e o experimental	e contemporaneidade	limitada	para menor impacto ambiental; transparência sobre o assunto por parte de relatórios
NIKE	Jovens/ Jovens adultos / Adultos / Indivíduos ligados ao cenário esportivo e alternativo	Esportivo Minimalista	Motivação por meio do esporte e autenticidade	Produção em massa	Transição para materiais menos impactantes; interesse em expansão para reciclagem dos produtos
FEAR OF GOD	Jovens adultos / Adultos	Sofisticação sob uma visão minimalista	Aplicação do luxo no streetwear	Produção industrial limitada	Recente interesse em práticas sustentáveis, porém nenhuma informação concreta
OFF-WHITE	Jovens adultos / Adultos	Streetwear de luxo; minimalista	Luxo criativo por meio de elementos gráficos	Produção industrial limitada	Falta de dados sobre práticas sustentáveis adotadas
SUPREME	Jovens ligados à subculturas	Skatewear, gráfico (foco em estamparias)	Forte representação de subculturas jovens	Produção industrial limitada	Falta de dados sobre práticas sustentáveis adotadas
STÜSSY	Jovens/ Jovens adultos / Adultos	Minimalismo gráfico	Forte herança cultural do rap	Produção industrial limitada	Falta de dados sobre práticas sustentáveis adotadas

Fonte: autora (2025).

### 3.4 Estudo de Caso

Os estudos de caso aqui desenvolvidos tem como objetivo o levantamento referencial estético de marcas *streetwear* consolidadas no mercado internacional. Contemplando duas referências, a análise propõe a observação completa de todos os aspectos que permeiam as as marcas, analisando as características gerais das coleções, filosofia de marca, perfil de público e identidade visual.

A escolha por exatamente as duas marcas em específico se deu por conta da diferença de abordagem tanto por questões estéticas quanto projetuais, porém, com um fator em comum: o posicionamento ambiental. Ao entender a razão por trás de duas marcas distintas marcadas pelo estilo *streetwear*, foi possível extrair características relevantes para o desenvolvimento do presente trabalho e assim, expandir o conhecimento sobre a cena focada:

- **ACNE Studios:** Dentro do circuito de *streetwear* inserido no “*high fashion*”, a ACNE se posiciona de forma distinta ao ser comparada com nomes como FEAR OF GOD, conhecida por sua estética refinada e minimalista, e SUPREME, cuja identidade é fortemente ligada a subculturas urbanas e a um público específico. A marca aposta em uma linguagem visual mais fluida e despretensiosa, oferecendo um *streetwear* contemporâneo que não se limita a códigos elitistas nem a nichos culturais fechados, expandindo o seu leque de confecções e consumidores. Além disso, a marca conta com uma crescente preocupação em revisar o modelo de produção para se adequar a um processo mais consciente.
- **Adidas:** A marca, advinda de uma bagagem totalmente esportiva, transacionou para a moda casual e urbana por conta da versatilidade de seus produtos e o caráter icônico de sua identidade visual. As peças da Adidas são projetadas sob uma ótica minimalista que facilita o uso diário em diversas ocasiões. Não somente inserida no meio comum, a marca é uma figura marcante em colaborações com marcas de luxo e figuras midiáticas. Seu apelo ao assunto da sustentabilidade recorre sobre a remodelagem de propósitos projetuais: preocupação em substituição por materiais menos impactantes, revisão do processo de produção sob ótica do trabalhador e engajamento com movimentos sociais.

### 3.4.1 Acne Studios

A ACNE Studios foi fundada em 1997 na capital da Suécia como um coletivo criativo focado na indústria da propaganda, tendo em seu repertório a produção de conteúdo midiático de vestuário, videogames e música. O seu fundador, Jonny Johansson, estabeleceu uma forte multidisciplinaridade artística como conceito da empresa, ao qual foram produzidos livros, a revista ACNE Paper, mobiliários e, por fim, artigos de vestuário e acessórios (VERTUA, 2023). Sua estréia na indústria da moda se deu pela criação de uma artigo de calças jeans, limitado a 100 peças, o qual foram estrategicamente distribuídas por pessoas influentes do meio, redirecionando os holofotes para suas futuras criações.

Antes, significando “Associated Computer Nerd Enterprises”, o acrônimo ACNE foi repaginado para “Ambition to Create Novel Expressions”, denotando o compromisso incessante com o experimentalismo da marca (VERTUA, 2023). Foi em 2006 que o marcou a segmentação da ACNE Studios dos demais campos disciplinares da empresa, contando com cada área tendo o seu foco.

Analisando o estilo adotado pela marca, é possível enxergar as raízes vindas do estilo escandinavo: aqui estamos falando de uma fashion house compromissada com o uso do minimalismo nas cores, mas ousada em seus modelitos. Tendo roupas classificadas como *ready-to-wear*, ou seja, que apostam em um design centrado, sem tantos floreios marcados pela moda de passarela, a ACNE utiliza cores em tons fechados, estampas xadrez e estampas gráficas, sendo utilizados pelo aspecto “desbotado e lavado”, ao qual aplicam nas vestes um visual despojado. Apostando em paletas mais discretas, muito da excitação das peças se encontra na modelagem: a maioria dos cortes da ACNE seguem o padrão *oversized*, ao qual alguns dos artigos, principalmente os jeans, brincam com formas exageradas. Mesmo tendo a diferenciação de gêneros em seu catálogo, e algumas peças ocasionais serem anatomicamente específicas ao corpo feminino, a marca promove em sua estética um desvinculação com o padrão, onde grande maioria pode ser usada por qualquer pessoa.

A marca estabelece colaborações com outros designers, artistas e marcas. O vínculo mais recente, em 2025, foi a coleção com a marca italiana esportiva Kappa, ao qual une os elementos icônicos de roupas ligadas ao esporte como estampas e

costuras gráficas, com o design experimental da ACNE. Essa fusão apresenta justamente o dinamismo que a empresa impulsiona.

Analisando sua identidade visual, percebemos que o minimalismo é a chave - tendo a logo, uma fonte sem serifa criada pelo designer e colaborador Johannes Svartholm como o único elemento de identificação da marca. Essa logo é utilizada, seja preto ou branco, estrategicamente em materiais midiáticos como um recurso de complemento em fotos meticulosamente pensadas para que as peças mostradas sejam o ponto central da foto. A ACNE parece seguir a mesma filosofia estética em todos os seus aspectos: a excitação visual não está em elementos gritantes, e sim na elegância do minimalismo.

**Figura 7** - Logo da Acne Studios.

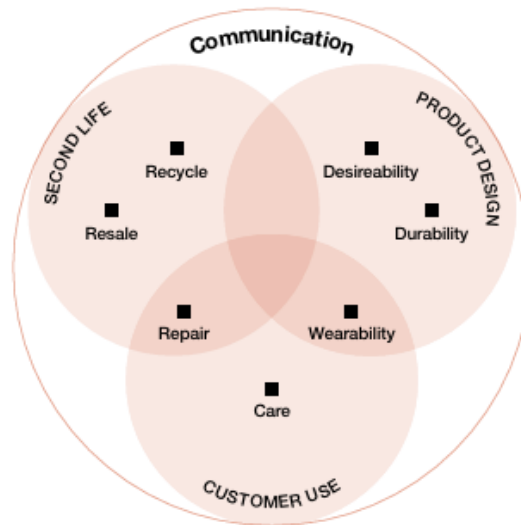
The image shows the logo for Acne Studios, which consists of the words "Acne Studios" in a bold, black, sans-serif typeface. The letters are closely spaced, and the overall design is minimalist and modern.

Fonte: <https://www.acnestudios.com/>

Expandindo a discussão para sustentabilidade, a marca, que é primariamente conhecida pelo uso do jeans e secundamente o couro, comunica por meio de relatórios anuais, desde 2020, as metas cumpridas e novas propostas no assunto de redução do impacto ambiental.

A estratégia de sustentabilidade criada contempla uma suscetível revisão do modo de produção, que conta com a projeção da total substituição por matéria-prima natural, processo de confecção de baixo impacto e constante tentativa de aumentar a reciclabilidade dos tecidos. Um dos principais interesses da ACNE Studios é promover a longevidade de seus produtos, que vão desde os princípios de concepção das peças por meio de um design experimental que caracteriza a roupa como um artigo icônico; a sua durabilidade, através da escolha da matéria prima e aviamentos; quanto aos cuidados, que se faz por meio da conscientização dos consumidores de como conservar o produto; a sua facilidade de reparo; possibilidade de revenda; e consequentemente, o reuso. Ao final, a marca parece transitar para os princípios do modelo *slow fashion*.

**Figura 8** - Planejamento sustentável da Acne Studios.



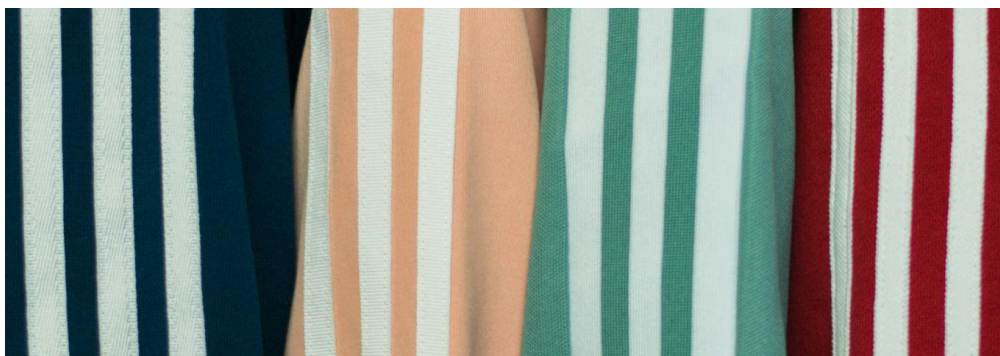
Fonte: <https://www.acnestudios.com/us/en/company/sustainability/documenting-our-work.html>

### 3.4.2 Adidas

A marca Adidas foi oficialmente fundada na Alemanha no ano de 1949, pelo fabricante de calçados Adolf Dassler. A história da empresa, no entanto, começa um pouco antes, quando Adolf e seu irmão, Rudolf Dassler, ainda mantinham relações pessoais e profissionais amigáveis. Ambos operavam juntos pelo nome Dassler Brothers Shoe Factory, ao qual fabricavam calçados esportivos para atletas. Esses calçados esportivos fizeram parte das Olimpíadas de 1928 em Amsterdã e os jogos de Belim em 1936. Optando por ambos seguirem o próprio caminho em empresas diferentes, Adolf fundou a Adidas, enquanto seu irmão deu origem à rival Puma (Adidas Group, 2021).

Adolf, como forma de distinguir o seu produto dos demais do mercado, adicionou as icônicas três linhas em seu calçado: uma decisão tão simplista porém extremamente efetiva. Os calçados da marca eram presença marcada em competições importantes do cenário esportivo, e na maioria das vezes, avistados nos pés dos atletas vencedores. Essa grande notoriedade alavancou a marca como um sinônimo de eficiência e confiança.

**Figura 9** - Linhas icônicas da Adidas.



Fonte: Foto de Filip Baotić na Unsplash (2020).

Foi no ano de 1967 que marcou a expansão da marca para artigos de vestuário, com uma das peças mais icônicas do mundo da moda: os agasalhos esportivos, mais conhecidos como *tracksuit* (WALTERS, 2021). O conjunto de jaqueta e calças, que brandiam as famosas três listras nas laterais da peça, eram confeccionadas em tecido sintético leve, o *Nylon*, material extremamente disruptivo na época. Esses agasalhos apresentavam um custo de fabricação muito baixo, fator economicamente interessante aos olhos do mercado. Devido à constante presença da marca na mídia, esses agasalhos, desejados pela relação com grandes astros do mundo esportivo, acabaram por cair nas graças da população. Por conta de sua estética minimalista, porém tão icônica, as peças começaram a ser usadas casualmente, sendo incorporadas no modo de vestir cotidiano. Expandindo do *tracksuit*, as coleções que vieram a seguir continuaram a equilibrar o modo de vestir esportivo e casual.

**Figura 10** - Pôster *vintage* da Adidas.



Fonte:

<https://adidas-group.com/en/magazine/innovation/the-history-of-the-tracksuit-from-athletes-to-athleisure>

A Adidas, por meio de uma presença estética e simbólica consolidada, é frequentemente reconhecida como uma das marcas responsáveis pela popularização do *athleisure*, termo que define a incorporação de artigos esportivos no vestuário cotidiano (WALTERS, 2021). Essa habilidade de transitar entre universos permitiu que a marca se inserisse de maneira natural em novos movimentos culturais e estilos. Um grande exemplo dessa versatilidade são as inúmeras colaborações realizadas com marcas e artistas de diferentes áreas, reunindo em seu catálogo nomes de peso da moda de luxo, como Gucci, Balenciaga, Stella McCartney e Rick Owens, além de parcerias com figuras do cenário musical, como Kanye West, Beyoncé e Pharrell Williams.

À medida que a indústria da moda passou a ser mais cobrada por práticas sustentáveis, a Adidas se posicionou como um exemplo visível de uma grande empresa ecologicamente responsável. Desde o uso de materiais reciclados até o desenvolvimento de tecnologias que permitem a criação de produtos com menor impacto no meio ambiente. Um exemplo disso é a parceria com a Parley for the Oceans, que transforma plástico recolhido dos oceanos em tênis e peças esportivas, um projeto que virou símbolo dessa virada ecológica. A Adidas vem tentando

eliminar o uso de fibras sintéticas nas composições de seus produtos. Em paralelo, tem investido em produtos pensados para durar mais, ou até mesmo serem reciclados de forma integral, como é o caso do tênis Futurecraft Loop. Não se trata apenas de acompanhar tendências: a marca parece estar, de fato, tentando redesenhar parte de seu modelo produtivo.

### **3.5 Ferramentas de Criatividade**

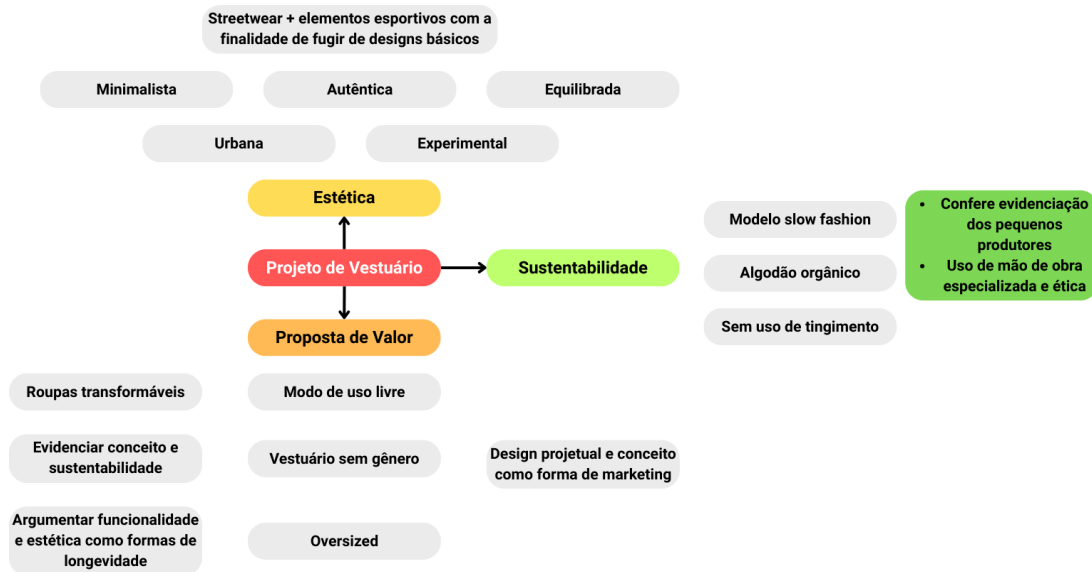
Após o embasamento realizado por meio da análise de mercado geral, permeando escolhas estéticas, filosofias de produção e de consumo do segmento do mercado a que o trabalho tem interesse, essa etapa em questão evidencia as escolhas conceituais principais do projeto por meio de ferramentas.

- **Mapa Conceitual:** Exposição os pontos centrais, por meio de termos, a finalidade do projeto.
- **Moodboard:** Evidenciação imagética da estética em que o projeto tentará permear.

#### **3.5.1 Mapa Conceitual**

O uso do mapa conceitual justifica-se pela necessidade de organizar de forma estratégica as diretrizes centrais do projeto, facilitando a visualização das relações entre os elementos-chave e contribuindo para a coerência do processo criativo. Sua aplicação permite maior clareza nas tomadas de decisão, além de manter a consistência entre os fundamentos teóricos e as escolhas projetuais.

**Figura 11 - Mapa conceitual.**



Fonte: autora (2025).

### 3.5.2 Moodboard

O moodboard configura-se como uma ferramenta essencial para a visualização do direcionamento estético e conceitual do projeto, permitindo comunicar visualmente os principais elementos que norteiam sua proposta. Nesta etapa, foram reunidas imagens representativas do escopo projetual, evidenciando aspectos como os tons terrosos presentes nos tecidos, o caráter *oversized* das peças, a fusão entre o *streetwear* e elementos esportivos, bem como os sistemas de transformação propostos por meio de zíperes. A composição visual também reforça a estética urbana pretendida, marcada por autenticidade e versatilidade, capaz de dialogar com diferentes ambientes e estilos de vida.

**Figura 12 - Moodboard.**



*Fonte: Compilação de imagens da internet (autora, 2025).*

### **3.6 Requisitos do Projeto**

Os requisitos de projeto estabelecidos possibilitaram um direcionamento mais claro da intenção proposta, ao restringirem excessos e ampliarem a objetividade nas decisões. A definição de limites, fundamentada no levantamento teórico, na compreensão do mercado e na identificação do público-alvo, orientou o desenvolvimento com base em parâmetros bem definidos, evitando desvios conceituais. Tais restrições funcionaram como diretrizes projetuais que fortaleceram a identidade do produto final, tornando o processo mais assertivo e alinhado à proposta original.

**Tabela 4 - Requisitos do projeto.**

REQUISITOS	JUSTIFICATIVA
Restrição à tecidos compostos por algodão colorido da Paraíba	Fibra escolhida pelo baixo impacto processual, impulsionamento econômico dos produtos e pela vantagem da pigmentação natural.
Não uso de tingimento	A coloração natural das fibras usadas abolem a necessidade de pigmentação.

Não uso de estampas impressas	A decisão foi tomada a fim de diminuir o processo em questão e pelo caráter deteriorativo que as estampas sofrem com as lavagens.
Coleção restrita a três peças	Restringe-se à presente quantidade como forma de simplificação projetual e distinção de funcionalidades.
Elaboração de duas peças superiores e uma inferior	Opta-se por duas peças superiores e uma inferior devido à maior demanda pelas primeiras no uso cotidiano.
Todas as peças precisam apresentar pelo menos um tipo de transformação física	As peças apresentarão sistemas de transformações por meio de ajustes para conferir uma usabilidade mais ampla na composição de looks.
Estética minimalista	A não extrapolação de elementos oferece a oportunidade de um uso despreocupado com o fator de combinação com outras peças de roupas.
Tecido a base da fibra BRS Topázio como tecido principal em todas as peças	Com a finalidade de manter um visual mais limpo, o uso de um tecido claro à base da fibra de cor Topázio como fator principal, se faz primordial para a construção de uma peça mais discreta.
Tecidos à base das fibras mais escuras com finalidade de detalhes	Por meio de camadas, os tecidos mais escuros serão usados estrategicamente para o distanciamento de uma peça totalmente livre de elementos.
Uso de características do sportswear para a composição dos detalhes	Os tecidos escuros serão utilizados em faixas verticais localizadas nas laterais das vestimentas - característica comum em roupas esportivas.
Aviamentos de fácil acesso	Escolheram-se apenas aviamentos facilmente encontrados no comércio, para facilitar eventuais consertos e substituições.
Modelagem oversized	Ao optar pela elaboração de peças largas, é possível ampliar o uso das roupas sem restrição a biotipos.
Cortes majoritariamente retos	O não uso de formatos anatômicos - com exceção à regiões que necessitam curvaturas - remonta a um caimento despreocupado com a restrição a determinados tipos de corpos.

Restrição a no máximo três cores	A fim de não sobrecarregar a estética das peças, propõe-se o uso de apenas BRS Topázio, BRS Jade e BRS Rubi.
----------------------------------	--

*Fonte: autora (2025).*

### **3.7 Estudo de Peças Transformativas**

A presente análise tem como finalidade examinar peças de vestuário reconhecidas no mercado por sua capacidade de transformação e adaptabilidade. Este levantamento se mostra fundamental para a fundamentação do projeto, ao permitir a verificação da aplicabilidade e da eficiência de soluções de design previamente consolidadas na indústria. A investigação apresenta um caráter abrangente e livre, ao contemplar tanto peças superiores quanto inferiores, considerando diferentes contextos culturais, funcionais e técnicos.

#### **3.7.1 Calças Convertíveis**

Conhecidas também como “Calças Zip-Off”, essas peças permitem a conversão em bermuda ao se remover, por meio de um zíper horizontal localizado geralmente na altura dos joelhos, a parte inferior da calça, encurtando assim seu comprimento.

Essa peça é frequentemente usada por praticantes de alpinismo, trilhas, campismo e outras atividades ao ar livre por conta de sua versatilidade em ambientes de variação térmica.

Durante caminhadas ou escaladas, o uso da calça completa oferece proteção contra ventos frios, vegetação densa ou insetos. Já em momentos de maior calor ou esforço físico, a possibilidade de transformá-la em bermuda garante maior conforto térmico sem a necessidade de trocar de roupa.

**Figura 13** - Calças convertíveis da marca Adidas.



Fonte: <https://www.adidas.com.br/calca-adilenium-season/JM9254.html>

### **3.7.2 Colete/Bolsa Versátil**

Abrangendo um caráter experimental, destacam-se as peças superiores com potencial de transformação em bolsas. Como exemplo representativo, tem-se o colete desenvolvido pela marca GRAYE, fundada em Singapura, cuja filosofia de design está pautada nos princípios do upcycle e do transformismo. A proposta da marca reflete um olhar inovador sobre a multifuncionalidade do vestuário, articulando estética contemporânea e sustentabilidade.

À primeira vista, ela se apresenta como um colete utilitário, com bolsos amplos, fechos e alças ajustáveis, remetendo ao universo do *streetwear* técnico. No entanto, sua estrutura foi pensada para permitir uma conversão total: ao ser desdobrada e fechada por zíperes estrategicamente posicionados, a peça se transforma em uma bolsa espaçosa, com alças para transporte nas costas.

**Figura 14** - Colete transformável em bolsa da marca GRAYE.



Fonte: <https://grayestudio.com/products/vest-tote-3-0-brown>

### 3.7.3 Mangas Removíveis

Outro design criativo da marca GRAYE está na jaqueta que se transforma em colete. A peça se destaca pelo engenhoso sistema de mangas, que não são costuradas ao corpo da jaqueta, mas sim sobrepostas e fixadas apenas por um botão. Com uma abertura superior que permite a passagem da gola, basta desabotoar para remover as mangas e transformar a peça em um colete sem ombros.

**Figura 15** - Jaqueta com mangas removíveis da marca GRAYE.



Fonte:

[https://grayestudio.com/products/transformative-vest-jacket?pr\\_prod\\_strat=e5\\_desc&pr\\_rec\\_id=9b9421871&pr\\_rec\\_pid=9724884910394&pr\\_ref\\_pid=9773016908090&pr\\_seq=uniform](https://grayestudio.com/products/transformative-vest-jacket?pr_prod_strat=e5_desc&pr_rec_id=9b9421871&pr_rec_pid=9724884910394&pr_ref_pid=9773016908090&pr_seq=uniform)

### 3.7.4 Jaqueta Dupla-Face

Operando por meio de um propósito de mudança de cores ou estilo, as peças reversíveis dupla face são uma ideia recorrente no mercado. Ao virar do “avesso”, as jaquetas se transformam visualmente, podendo adotar tecidos, cores ou acabamentos diferentes, proporcionando a possibilidade de uso de acordo com a intenção presente. Com uma construção que exige uma camada extra de tecido, esse tipo de vestuário também costuma ser mais indicado para climas frios, agregando funcionalidade térmica à sua versatilidade estilística.

**Figura 16** - Jaqueta dupla-face da marca The North Face.



Fonte:

<https://www.thenorthface.com/en-us/p/womens/womens-fleece-299271/womens-yumiori-reversible-jacket-NF0A89GU?color=VOR>

### 3.8 Geração de Ideias

Após estabelecidos as restrições projetuais que iriam caracterizar as peças, foram desenvolvidas alternativas que buscavam explorar as oportunidades de projeto. A geração de ideias se deu em uma fusão de *sketches* e testes no *software* CLO3D, pois o mesmo auxiliou no entendimento da eficiência de cada ideia.

### 3.8.1 Alternativas da Peça 1

A peça foi inicialmente concebida como uma jaqueta de mangas alongadas, com aberturas em zíper, punhos abertos, sem gola e com reguladores na cintura. Sua transformação consistia na abertura dos zíperes das mangas, que, ao serem deslizadas, poderiam ser acopladas a trilhos de zíper localizados na região do peito e das costas, convertendo a jaqueta em uma camisa de mangas curtas, com os punhos transformando-se em gola.

Inicialmente, propôs-se o uso de múltiplas curvaturas com pontas estreitas como elementos decorativos. No entanto, além da dificuldade técnica em confeccionar essas extremidades com precisão no tecido, identificou-se um segundo fator limitante: curvas muito específicas comprometem o aproveitamento do tecido no plano de corte, resultando em formas irregulares e maior geração de retalhos. Soma-se a isso o fato de que, na transformação, o dobramento das mangas permanecia visualmente muito evidente, comprometendo a estética final da peça.

**Figura 17** - Alternativa 1.

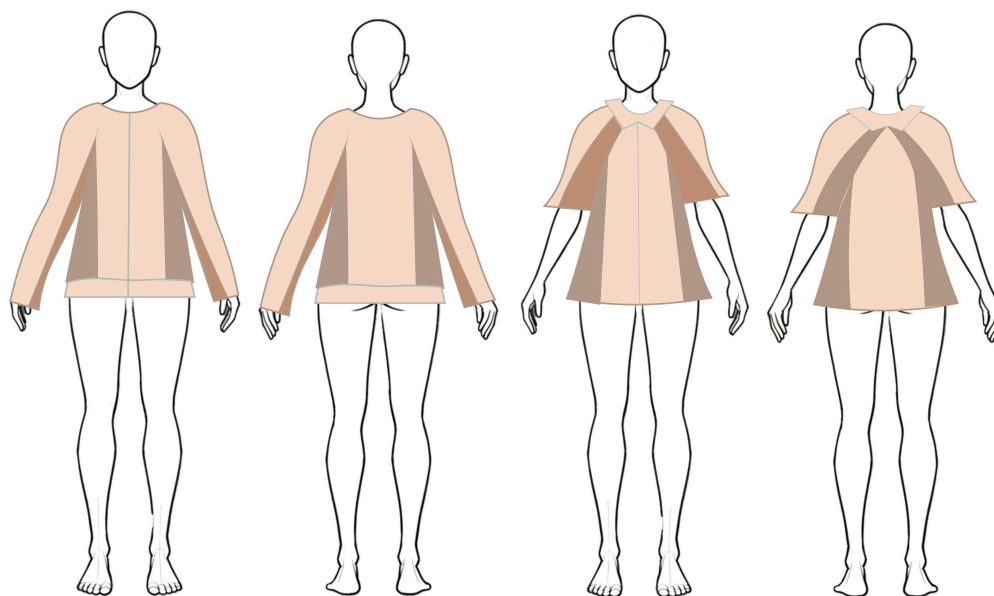


*Fonte: autora (2025).*

A segunda alternativa, escolhida como a peça 1 do projeto, representa o aprimoramento do design da proposta anterior, mantendo a ideia central de uma jaqueta que se transforma em camisa. As mangas foram redesenhadas com a incorporação de um corte funcional, que atua como limite para o deslizamento das mangas e, simultaneamente, soluciona o volume excessivo nas extremidades ao serem reposicionadas.

Os cortes dos tecidos com função decorativa também foram aprimorados, sendo todos padronizados em linhas retas nas laterais da peça, com o objetivo de simplificar a confecção e otimizar o aproveitamento de material.

**Figura 18** - Croqui digital da alternativa 2 da peça 1.



*Fonte: autora (2025).*

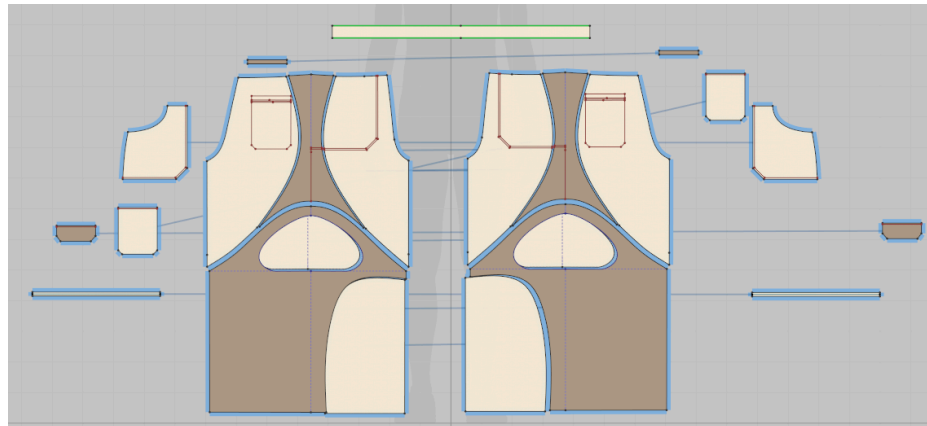
### **3.8.2 Alternativas da peça 2**

A calça foi inicialmente concebida com um formato inteiramente reto, com o objetivo de facilitar sua transformação e reduzir a geração de resíduos durante a confecção. Equipada com zíperes na região dos joelhos, a proposta era permitir que a peça se convertesse em uma bermuda, enquanto a parte removida seria reaproveitada na forma de uma bolsa, fechada por um sistema de zíper contínuo. O design previa o uso predominante de camadas de tecido em tons escuros, juntamente com diversas curvaturas para a composição da bolsa.

No entanto, ao simular a peça em *software* e considerar as exigências ergonômicas de áreas específicas do corpo, percebeu-se que o traçado excessivamente reto comprometia o conforto do usuário — especialmente na região pélvica. Além disso, as curvaturas livres aplicadas à bolsa, além de difíceis de

confeccionar, aumentavam o desperdício no plano de corte. Combinadas ao contraste de cores, essas formas ganhavam um destaque visual exagerado, destoando das premissas projetuais de contenção estética e funcionalidade.

**Figura 19** - Moldes da alternativa 1 da peça 2 no *software* CLO3D.

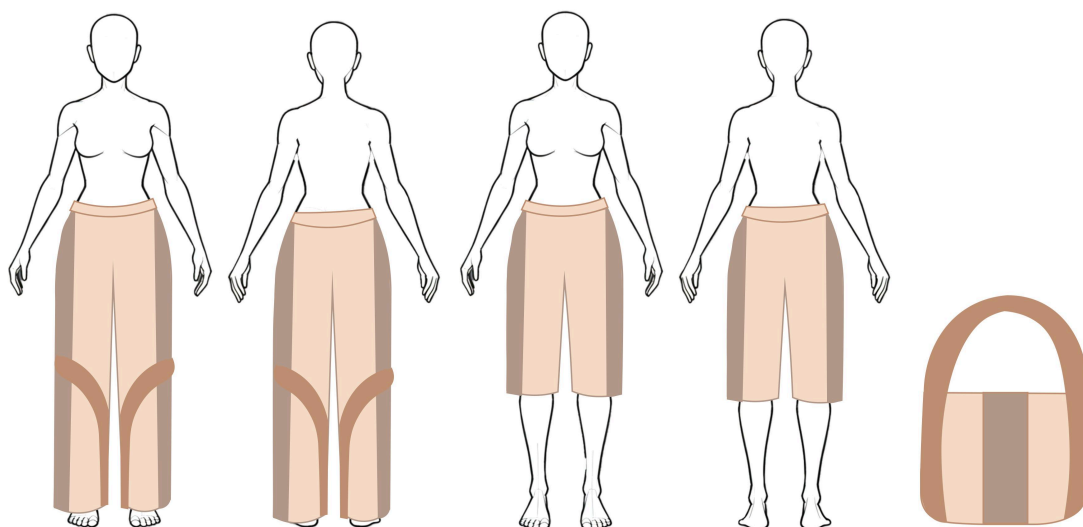


*Fonte: autora (2025).*

A segunda proposta de projeto para a calça, considerada a mais eficaz, foi desenvolvida com foco na reavaliação de sua ergonomia, resultando em um modelo mais alinhado aos padrões comerciais. A nova abordagem manteve a estrutura reta apenas na região das pernas, que poderiam ser destacadas e transformadas em uma bolsa. Para isso, preservou-se apenas a alça da bolsa como elemento curvo, enquanto todos os adornos foram convertidos em formas retas, visando facilitar a confecção e o aproveitamento de tecido.

O produto final consiste em uma calça oversized, com bolsos funcionais, listras laterais e uma faixa curvilínea localizada na região dos joelhos.

**Figura 20** - Croqui digital da alternativa 2 da peça 2.



*Fonte: autora (2025).*

### **3.8.3 Alternativas da peça 3**

A primeira concepção da regata envolvia um modelo alongado, com a transformação proposta sendo a possibilidade de separação na região da cintura, por meio de um zíper, criando duas peças: um cropped e uma saia. A intenção era aplicar reguladores nas laterais da saia para permitir que ela se ajustasse ao formato do corpo do usuário. No entanto, essa ideia se mostrou problemática devido à aparência resultante do zíper e dos reguladores, que se tornariam muito evidentes abaixo do tecido. Além disso, ao ajustar a saia, seu caimento ficaria distorcido, comprometendo o visual final da peça.

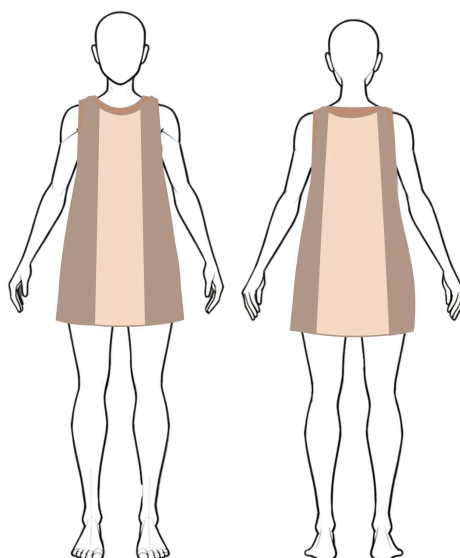
**Figura 21** - Modelagem da alternativa 1 da peça 3 no *software* CLO3D.



*Fonte: autora (2025).*

A alternativa mais eficaz para a peça 3 foi a redução das funcionalidades transformáveis em favor de ajustes simples. Utilizando cordões com travas, a regata pode ser acinturada na região da cintura. Além disso, a aplicação de mais cordões nas laterais permite o ajuste de seu comprimento. O resultado final é uma regata alongada que oferece ao usuário a possibilidade de personalizar tanto o caimento quanto o comprimento da peça, de acordo com sua preferência.

**Figura 22** - Croqui digital da alternativa 2 da peça 3.



*Fonte: autora (2025).*

### 3.9 Estudos Volumétricos

Em razão do caráter *oversized* que o projeto busca enfatizar, tornou-se essencial investigar a adequação das peças aos diferentes tipos corporais. Para isso, foram realizados testes no *software* CLO3D, a fim de analisar o caimento ideal das modelagens. Os experimentos foram conduzidos com base em manequins virtuais que representam medidas médias gerais, possibilitando observar como a volumetria das peças se comporta em diferentes silhuetas. A intenção aqui foi investigar uma média que fosse confortável para ambos os tipos, fazendo o uso da ferramenta de mapeamento de área justa das peças.

Os manequins virtuais escolhidos para o projeto foram aqueles com dimensões médias, intencionalmente para caracterizar medidas gerais:

**Tabela 5** - Medidas dos manequins virtuais.

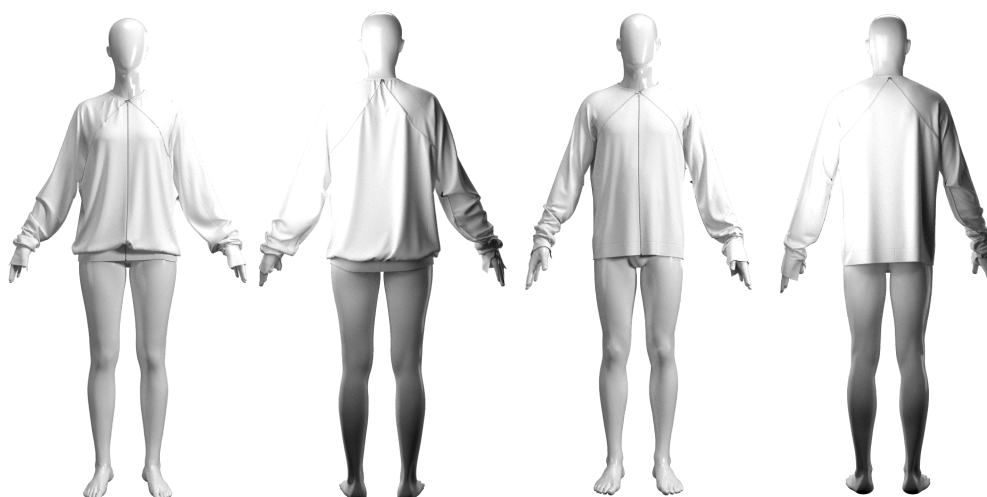
CATEGORIA	MANEQUIM FEMININO	MANEQUIM MASCULINO
Altura Total	1,75 cm	1,87
Circunferência Busto	81 cm	96 cm
Circunferência Tórax	66 cm	89 cm
Circunferência Cintura	60 cm	82 cm
Circunferência Quadril	80 cm	88 cm
Circunferência Coxas	55 cm	55 cm
Circunferência Bíceps	26 cm	32 cm
Circunferência Nádegas	95 cm	95 cm
Circunferência Pescoço (Base)	35 cm	40 cm
Altura Sessão Superior (Pesc. - Vir.)	62 cm	70 cm
Altura Costas	50 cm	53 cm
Altura Braços	59 cm	64 cm
Altura Pernas (Até virilhas)	85 cm	88 cm

Largura Ombros	37 cm	44 cm
----------------	-------	-------

*Fonte: Autora, medidas retiradas do Software CLO3D (2025).*

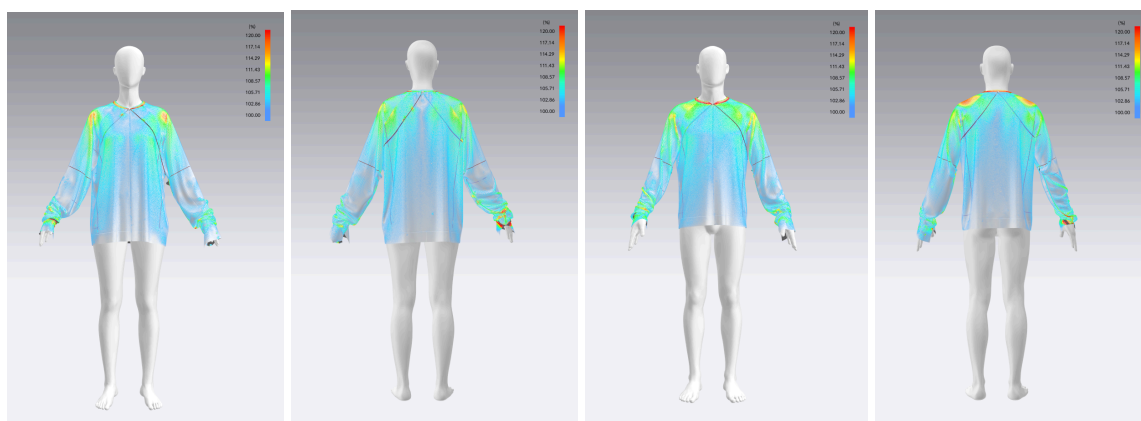
Para fins de clareza, os locais avermelhados apresentados na simulação que indicam as regiões com maior nível de estresse na peça correspondem a trechos com materiais elásticos, inseridos intencionalmente no projeto para possibilitar o ajuste da peça ao corpo.

**Figura 23** - Visualização da peça 1 nos manequins.



*Fonte: autora (2025).*

**Figura 24** - Teste de tensão da peça 1.



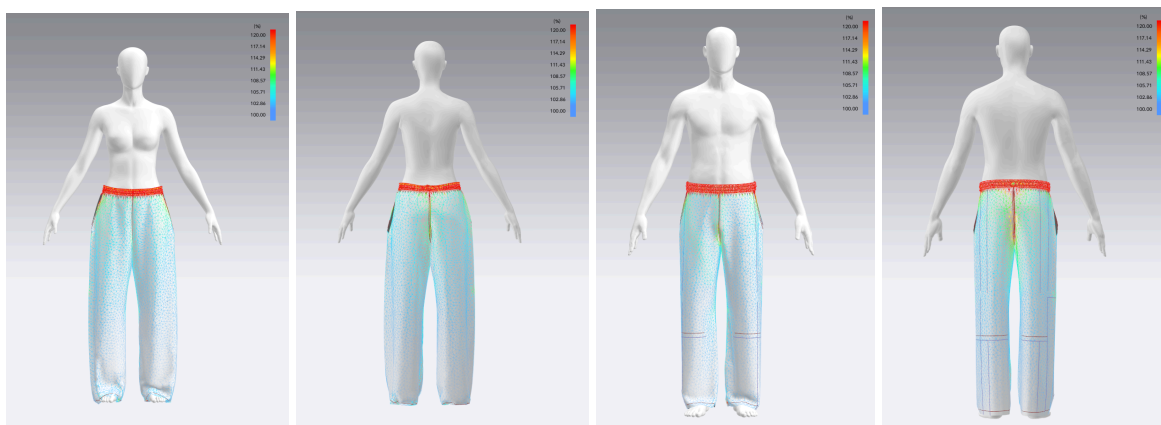
*Fonte: autora (2025).*

**Figura 25** - Visualização da peça 2 nos manequins.



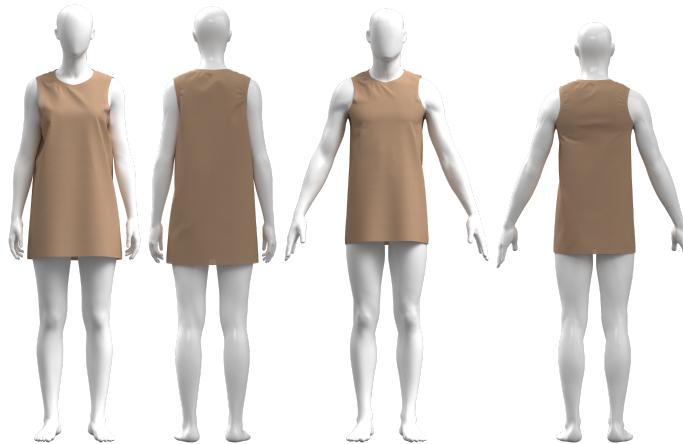
*Fonte: autora (2025).*

**Figura 26** - Teste de tensão da peça 1.



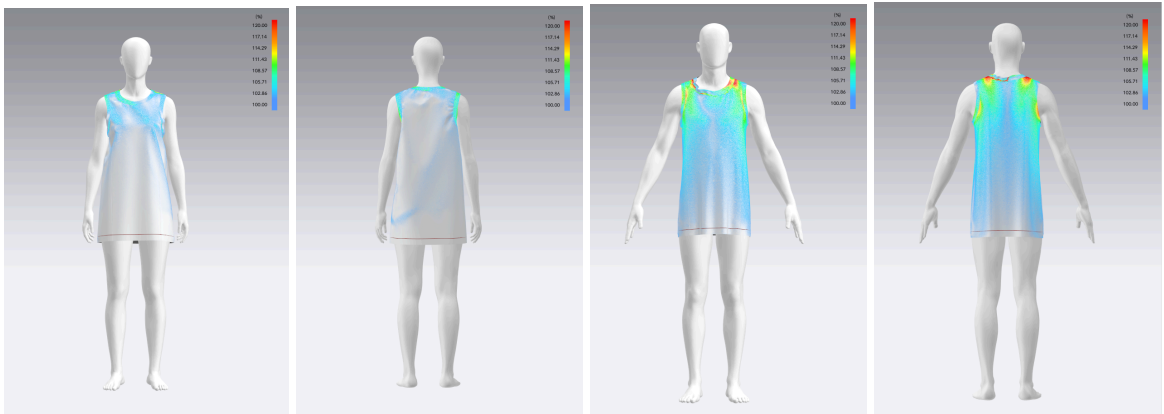
*Fonte: autora (2025).*

**Figura 27** - Visualização da peça 3 nos manequins.



*Fonte: autora (2025).*

**Figura 28** - Teste de tensão da peça 3.



*Fonte: autora (2025).*

## 4 APRESENTAÇÃO DO PROJETO

### 4.1 Memorial Descritivo Conceitual

Este projeto propõe uma coleção de vestuário sem gênero, composta por três peças, com o tema "Transição", termo que remete à ideia de mudança de estado ou condição. Cada uma delas incorpora mecanismos de transformação que possibilitam alterações no uso ou na aparência da roupa. As transformações envolvem sistemas de ajuste e modificação estrutural, permitindo que uma mesma

peça assuma diferentes configurações ou funções, ampliando sua versatilidade e adaptabilidade ao usuário.

A escolha por desenvolver duas peças superiores e uma inferior justifica-se pela busca de uma coleção enxuta, priorizando a versatilidade, a funcionalidade e a coesão estética.

#### 4.1.1 Peça 1 - Dupla

Referindo-se à dualidade de modo de uso, a peça DUPLA consiste em um casaco de zíper, sem gola e com mangas alongadas que, por meio da união dos zíperes das mangas com os trilhos localizados no tronco, se converte em uma camisa de manga curta com gola. Para um ajuste ideal, a peça apresenta cordões com travas nas laterais da bainha da cintura.

Cores usadas: BRS Topázio, BRS Jade e BRS Rubi.

**Figura 29** - Peça 1.



*Fonte: autora (2025).*

#### 4.1.2 Peça 2 - Tríade

Podendo ser usada de três formas, a peça TRÍADE consiste em uma calça, com ajustes em cordão na cintura, ao qual pode ser transformada em bermuda ao deslizar os zíperes abaixo do joelho. O tecido retirado pode ser transformado em uma bolsa. ao qual todo o seu fechamento é feito por um zíper contínuo.

Cores usadas: BRS Topázio, BRS Jade e BRS Rubi.

**Figura 30** - Peça 2.



*Fonte: autora (2025).*

#### 4.1.3 Peça 3 - Fluxo

Significando movimento, algo que vai e vem, a peça FLUXO é uma regata alongada com puxadores laterais que permitem ajustes variados. Os cordões percorrem a frente e o verso na altura da cintura, possibilitando acinturar a peça conforme a preferência. Nas laterais verticais, os puxadores também permitem alterar o comprimento.

Cores usadas: BRS Topázio e BRS Rubi.

**Figura 31 - Peça 3.**



*Fonte: autora (2025).*

## **4.2 Criação do Nome**

No presente trabalho, a criação do nome da marca foi conduzida a partir de uma abordagem estratégica, considerando referências simbólicas e funcionais relacionadas ao conceito e à proposta estética desenvolvida. O processo envolveu a seleção criteriosa de palavras capazes de representar, de forma concisa e memorável, os valores centrais do projeto, estabelecendo uma conexão significativa com o público-alvo. Essa escolha buscou não apenas um apelo visual, mas também um alinhamento conceitual que reforçasse a autenticidade da marca.

Para a criação de uma marca eficiente para o projeto foi necessário o entendimento dos principais conceitos que permearam sua concepção. Como forma de visualização, todos os termos pertinentes foram listados:

**Figura 32** - Levantamento de termos principais.

SUSTENTABILIDADE	ALTERNATIVA	POSSIBILIDADE
ALGODÃO	TECIDO	NATURAL
AMPLO	LIVRE	FLEXÍVEL
JOVIALIDADE	MODERNIDADE	TRANSFORMAÇÃO
CATINGA	CONFORTO	REVOLUÇÃO
STREETWEAR	CORES	SEM GÊNERO

*Fonte: autora (2025).*

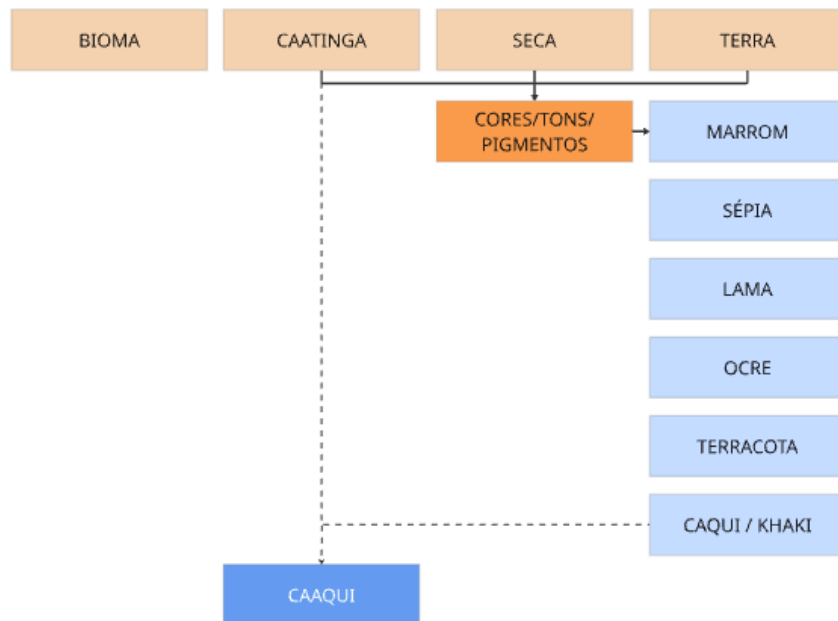
A fim de simplificar o processo de escolha, algumas restrições foram estabelecidas:

- **Brasilidade:** o não uso de palavras em inglês reforçam as raízes do projeto.
- **Não uso de ECO e BIO:** a integração dessas palavras banalizam e aplicam um sentido muito caricato ao nome.
- **Nome sucinto:** a preferência por um nome curto o torna mais forte, além de ser mais fácil de ser aplicado como um efeito visual nas peças.

Após a demarcação de restrições e subtração dos termos mais viáveis, a escolha se deu pelo emprego das cores como ponto principal. Os tons terrosos advindos da fibra que cresce na Paraíba foram essenciais para a geração de alternativas.

Ao final, o nome escolhido para a marca foi “Caaqui”, resultado de um jogo de palavras que une duas referências centrais ao projeto. Os dois “a” remetem à palavra “caatinga”, bioma principal da região da Paraíba, enquanto “caqui” faz alusão à cor khaki - tonalidade terrosa presente na paleta utilizada nas peças. O nome, portanto, reforça a conexão entre identidade regional e linguagem visual adotada na coleção.

**Figura 33** - Esquematisação do nome da marca.



*Fonte: autora (2025).*

Após a decisão do nome, o próximo passo foi decidir a aparência da logo do projeto. Por meio de uma análise das marcas homônimas do mercado relacionadas ao *streetwear*, foi possível extrair suas principais características:

- **Minimalismo:** elementos gráficos reduzidos.
- **Tipografia sem serifa:** fontes modernas.
- Nome da marca como elemento principal.

**Figura 34** - Análise de marcas *Streetwear*.



*Fonte: Compilação de imagens da internet (autora, 2025).*

A análise estética das marcas foi essencial para o entendimento e geração de ideias para o projeto. O presente interesse aqui foi a criação de uma logo robusta que comunique de forma eficaz a marca.

A começar pela tipografia, optou-se pelo uso da fonte Geoform em seu peso ExtraBold. Ao incliná-la em um ângulo de 20°, trabalhar apenas com seus contornos e aplicar sombra projetada, buscou-se construir uma identidade visual marcante, diretamente associada ao universo do *streetwear*.

**Figura 35** - Estilização inicial da marca.

*caaqui*

Fonte: autora (2025).

O próximo passo foi decidir o símbolo da marca. Deu-se aqui o estudo de uma das características mais marcantes do bioma da caatinga: a secura do solo.

**Figura 36** - Solo rachado em área afetada pela seca.



Fonte:

<https://g1.globo.com/natureza/desafio-natureza/noticia/2019/08/20/desertificacao-atinge-13percent-do-semiarido-brasileiro-e-ameaca-conservacao-da-caatinga.ghml>

A partir disso, o estudo da forma se desenvolveu por meio da subtração, com o objetivo de alcançar elementos mais simétricos e alongados. Inicialmente, o símbolo apresentava-se totalmente preenchido, o que resultava em uma composição

visualmente robusta e pouco leve. Para solucionar essa questão, optou-se por utilizar apenas o contorno das formas, conferindo maior equilíbrio, leveza e coerência com a identidade proposta.

**Figura 37** - Versões anteriores do símbolo da logo.



*Fonte: autora (2025).*

Por fim, o símbolo foi estilizado de maneira coerente à tipografia, mantendo a unidade visual da identidade. Ambos, tipografia e símbolo, foram inseridos dentro de um retângulo inclinado, reforçando a composição dinâmica e alinhada ao estilo gráfico adotado para a coleção.

**Figura 38** - Versão final da marca.



*Fonte: autora (2025).*

A logo possui um papel muito importante nas peças projetadas: ela servirá como elemento gráfico. Propõe-se aqui a aplicação da marca nas vestimentas por meio de bordado.

### 4.3 Renderings

A modelagem tridimensional das peças foi realizada no *software* CLO3D, a partir da construção prévia dos moldes em 2D. A renderização também foi feita no próprio programa, permitindo simular com precisão a gramatura, o caimento e o comportamento dos tecidos sobre os corpos dos manequins virtuais.

**Figura 39** - Renderings da peça 1 em suas duas versões (frente e costas).



*Fonte: autora (2025).*

**Figura 40** - Renderings da peça 2 em suas versões calça e bermuda (frente e costas).



*Fonte: autora (2025).*

**Figura 41** - Renderings da peça 3 e seus ajustes (frente e costas).



*Fonte: autora (2025).*

**Figura 42** - Renderings das peças em uso por avatares digitais (combinações).



*Fonte: autora (2025).*

**Figura 43** - Renderings conceituais das peças com estética editorial.



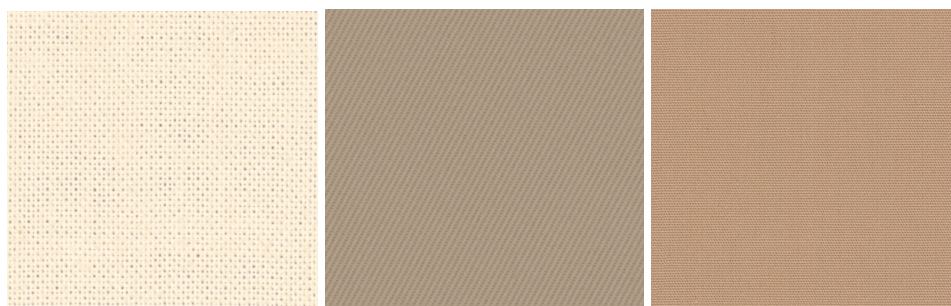


*Fonte: autora (2025).*

#### **4.4 Memorial Descritivo Técnico**

A coleção de vestuário proposta pelo projeto utiliza tecidos produzidos a partir da fibra do Algodão Colorido da Paraíba. A fim de alinhamento estético, propõe-se o uso de apenas três variedades de tonalidade: BRS Topázio, BRS Jade e BRS Rubi.

**Figura 44** - BRS Topázio, BRS Jade e BRS Rubi.



*Fonte: <https://connect.clo-set.com/portfolio/278296/collection/collections>*

Quanto às soluções de tecido, a escolha foi baseada no caimento de cada material. Para as peças 1 e 3, utilizou-se tricoline pela sua leveza e boa estrutura. A

Peça 2 foi feita em sarja, escolhida pela sua espessura e rigidez, proporcionando um caimento firme para a calça.

**Figura 45** - Tecidos tricoline e sarja.



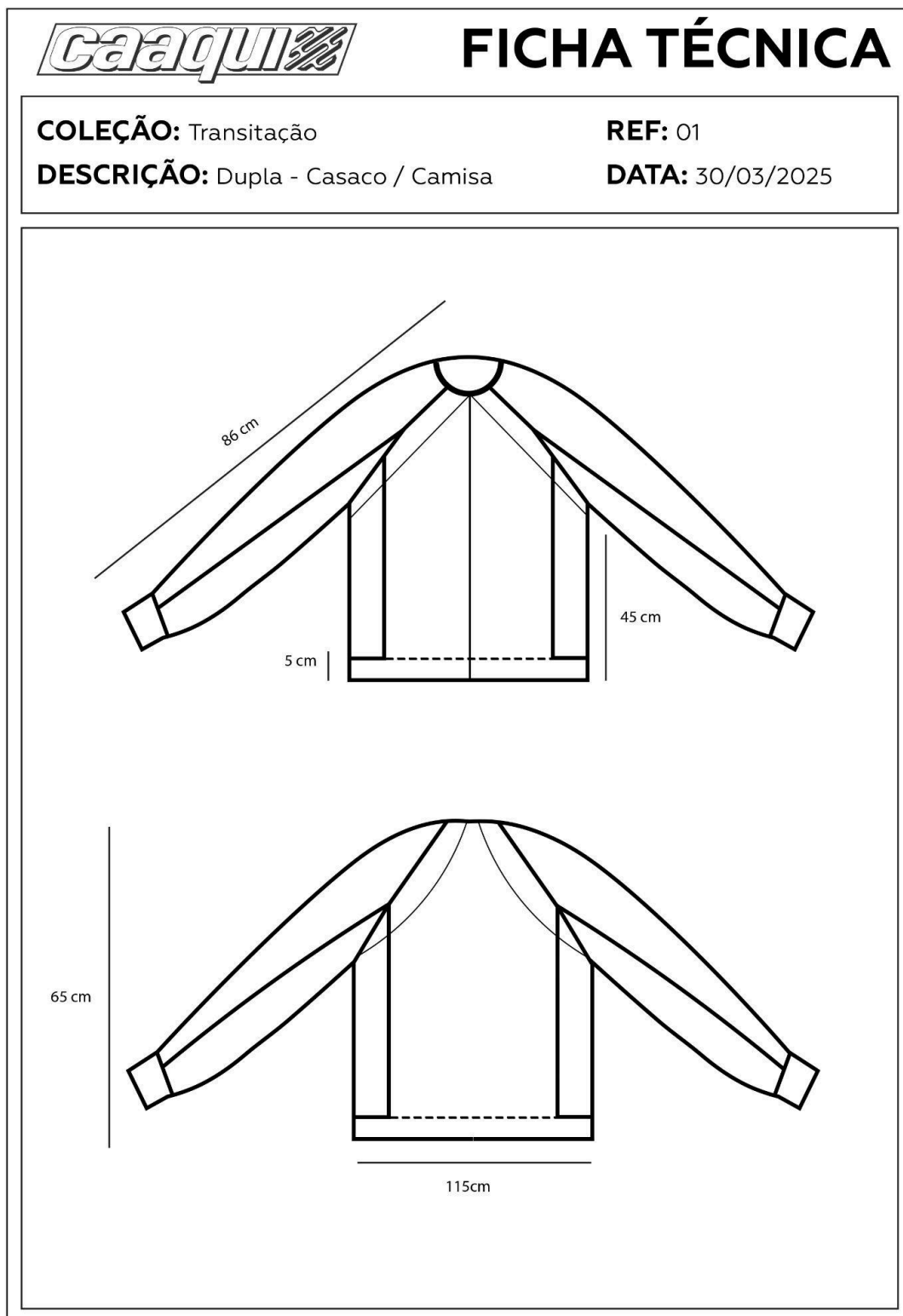
*Fontes:*

<https://www.milfiostecidos.com.br/tecido-tricoline-camisaria/tecido-camisaria-tricoline-fio-40-fio-tinto-lis-tra-pp-marinho-100-algodao-p>

<https://www.doisanjos.com.br/54540730-sarja-lisa-100-algodao-cor-0730>

## 4.5 Fichas Técnicas e Detalhamento

Figura 46 - Páginas 1 e 2 da ficha técnica da peça 1.



## AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE
Zíper	Metal	Metalico	1 unidade / 70 cm
Zíper Duplo	Metal	Metalico	2 unidades / 1,20 m (total)
Cordão	92% Poliéster / 8% Elastano	Branco	1 unidades / 1,20m
Trava Reguladora	Liga de zinco	Metalico	2 unidades
Linha 120	100% poliéster	Branco	~ 50 m

## TECIDOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE
Tricoline Pesada	Algodão Orgânico	BRS Topázio	1,10 m/ 1,20 m de largura
Tricoline Pesada	Algodão Orgânico	BRS Rubi	1 metro / 1,40 m de largura
Tricoline Pesada	Algodão Orgânico	BRS Jade	1 metro / 1,20 m de largura
Ribana	96% Algodão 4% Elastano	BRS Topázio	90 cm / 1,10 m de largura

## MODELAGEM

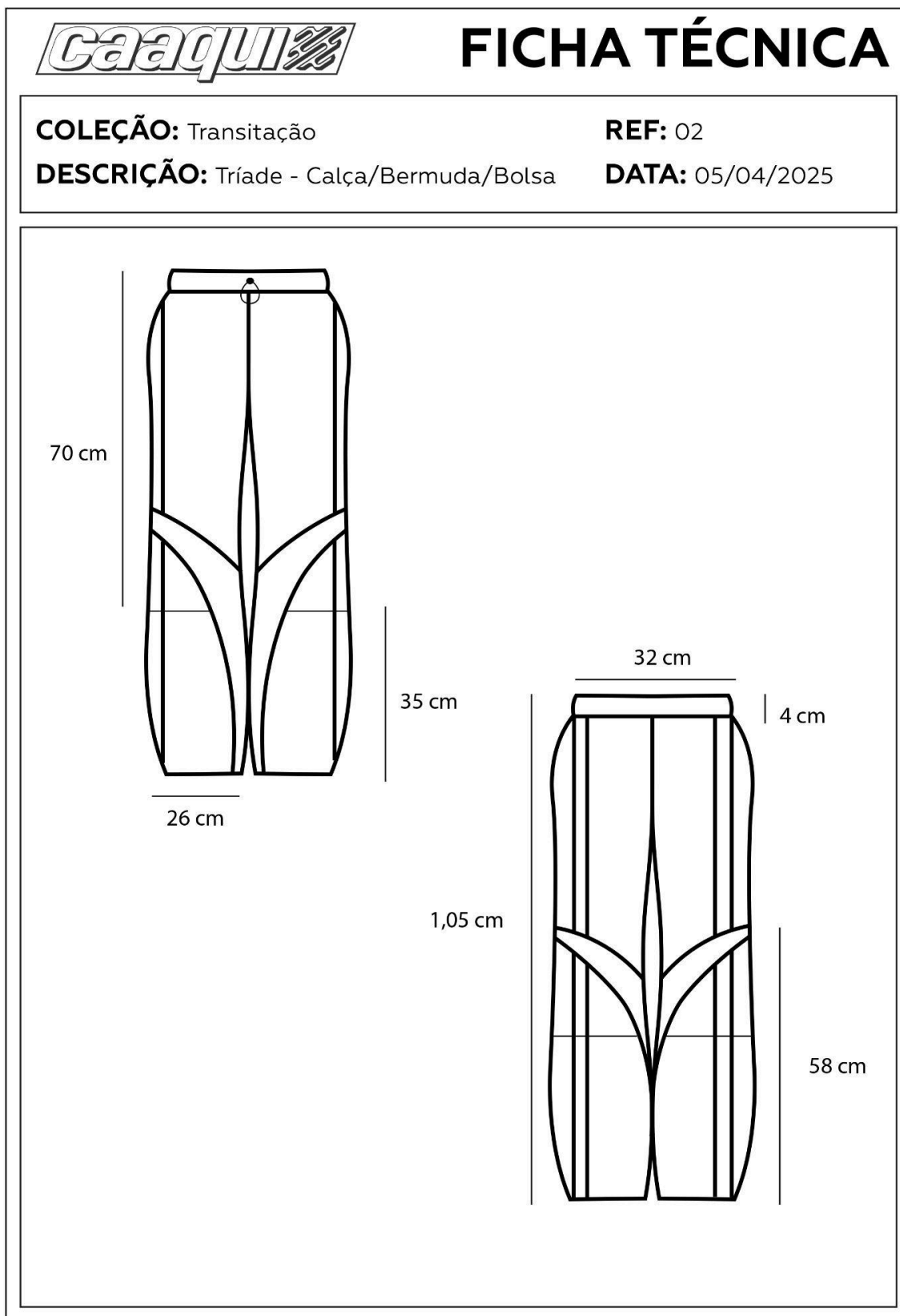
COMPONENTES DA MODELAGEM	CORTE
A1 - Centro Frente (inferior e superior)	2 pares
A2 - Frente Laterais	1 par
B1 - Centro Costas (inferior e superior)	1 x e 1 par
B2 - Costas Laterais	1 par
C1 e 2 - Manga	3 pares
F - Gola	1x
D - Punho	1 par

## SEQUÊNCIA OPERACIONAL

DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO	MÁQUINAS
Costurar A1(inferior) + zíper principal e superiores	Reta
Costurar A1 superior e inferior	Reta
Costurar ambos A2 com A1	Reta
Costurar B1 inferior com o par de zíperes superiores	Reta
Costurar B1 inferior e superior	Reta
Costurar do par de zíperes com C	Reta
Unir os três pares de C1 e C2	Reta
Unir C com o corpo	Reta
Costurar D	Reta
Costurar F	Reta
Costurar bainha em 5 centímetros oca para a passagem do cordão	Reta

Fonte: autora (2025).

Figura 47 - Páginas 1 e 2 da ficha técnica da peça 2.



## AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE
Zíper Duplo	Nylon	Branco	3 uni. / 2x 60 cm / 1x 1,40 cm
Botão	Madeira	Bege	2 unidades / 15mm
Cordão	92% Poliéster / 8% Elastano	Branco	1 unidade / 1,20m
Trava Reguladora	Liga de zinco	Metalico	1 unidade
Linha 120	100% poliéster	Branco	~ 50 m

## TECIDOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE
Sarja	Algodão Orgânico	BRS Topázio	1,10 m/ 1,20 m de largura
Sarja	Algodão Orgânico	BRS Rubi	1,20 m/ 70 cm de largura
Sarja	Algodão Orgânico	BRS Jade	1,10 m/ 1,70 m de largura
Ribana	96% Algodão 4% Elastano	BRS Topázio	1,10 m / 5cm de largura

## MODELAGEM

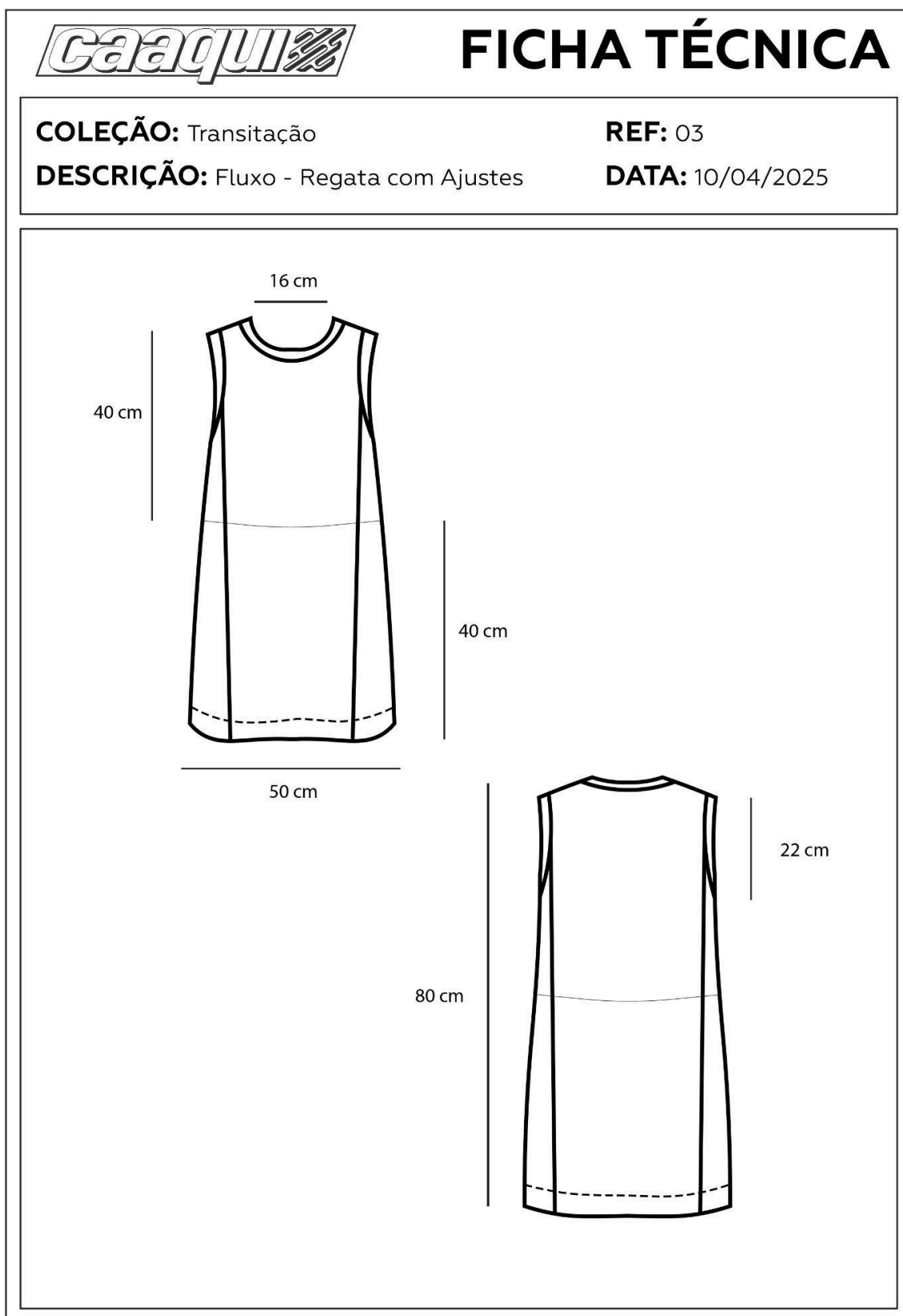
COMPONENTES DA MODELAGEM	CORTE
A1 - Centro Frente (inferior e superior)	2 pares
A2, B2 e B3 - Laterais (inferior e superior)	3 pares
B1 - Verso (inferior e superior)	2 pares
E1 - Alças Laterais	1 par
C - Cintura	1 x
D1 E D2 - Bolsos	1 par

## SEQUÊNCIA OPERACIONAL

DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO	MÁQUINAS
Costurar A1 (superior) e A2	Reta
Costurar A2 com B2 e B3	Reta
Costurar C	Reta
Unir C com A (1, 2 e B2, B3)	Reta
Costurar A2, B2 e B3 inferiores com A1 (inferior)	Reta
Costurar B3 inferior com B1 (inferior)	Reta
Arredondar e reforçar as arestas inferiores de A1 e B1 (inferior)	Overlock
Costurar de cada lado do zíper em todo o segmento aberto (inferior)	Reta
Arredondar e reforçar as arestas inferiores de E1	Overlock
Costurar A2, B2 e B3 inferiores	Reta
Costurar o par de zípers que ligam a sessão superior e a inferior	Reta
Costurar bainha da calça em 2 cm	Reta
Aplicar os botões laterais de sustento para as E1	Manual
Costurar D1 e D2 internos em C e laterais	Reta

Fonte: autora (2025).

**Figura 48** - Páginas 1 e 2 da ficha técnica da peça 3.



## AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE
Cordão	92% Poliéster / 8% Elastano	Branco	3 un. / 2 x 60 cm / 1 x 1,20m
Trava Reguladora	Liga de zinco	Metalico	4 unidades
Linha 120	100% poliéster	Branco	~ 50 m

## TECIDOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE
Tricoline	Algodão Orgânico	BRS Topázio	1,50 m / 1 m de largura
Tricoline	Algodão Orgânico	BRS Rubi	1 m / 1 m de largura
Ribana	96% Algodão 4% Elastano	BRS Topázio	90 cm / 50 cm de largura

## MODELAGEM

COMPONENTES DA MODELAGEM	CORTE
A1 - Centro Frente	1 x
A2 - Laterais Frente	1 par
B1 - Centro Verso	1x
B2 - Verso Laterais	1 par
D1 - Mangas	1 par
C - Gola	1 x
E2 - Canaletas Laterais	1 par
E1 - Canaleta Central	1 x

## SEQUÊNCIA OPERACIONAL

DESCRIÇÃO DA OPERAÇÃO	MÁQUINAS
Costurar A1 e A2	Reta
Costurar B1 e B2	Reta
Costurar as duas faces da peça (A e B)	Reta
Costurar D1 com o corpo	Reta
Costurar C com o corpo	Reta
Costurar E2 internamente	Manual (Costura invisível)
Costurar E1 internamente	Manual (Costura invisível)
Fixar os cordões em E1 e E2	Manual
Bainha em 2 cm	Reta

Fonte: autora (2025).

## 4.6 Prototipagem

A Peça 3: Tríade foi selecionada para a etapa de prototipagem por representar, de forma mais expressiva, o conceito central do projeto: a transformação funcional no vestuário. Sua escolha se fundamenta tanto na complexidade construtiva quanto na capacidade de sintetizar visual e tecnicamente os principais valores da coleção. Por apresentar múltiplos sistemas de modificação - especialmente por meio de zíperes estratégicos -, a peça exigiu uma verificação prática da viabilidade desses mecanismos. Assim, a prototipagem teve como finalidade principal o teste de eficácia e desempenho dos sistemas de abertura, fechamento e adaptação propostos, garantindo a sua funcionalidade.

**Figura 49** - Aplicação da etiqueta lateral.



*Fonte: Renato Marco (2025).*

O protótipo consistiu na utilização de uma calça já pré-estruturada, que foi adaptada para o desenvolvimento do projeto. O corpo da peça foi confeccionado em linho, enquanto as tiras foram produzidas a partir de retalhos de sarja, costuradas com o auxílio de uma máquina de costura industrial reta Jack F4. Os zíperes utilizados, em nylon branco e modelo destacável, foram aplicados para permitir a transformação da calça em bermuda e, posteriormente, em bolsa.

**Figura 50** - Vistas frontais e laterais da peça 2 em sua fase de calça.



*Fonte: Renato Marco (2025).*

**Figura 51** - Vistas frontais e laterais da peça 2 em sua fase de bermuda e bolsa.



*Fonte: Renato Marco (2025).*

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sintetizando o levantamento teórico, a análise de mercado focal, o desenvolvimento e resultado do projeto, constata-se a capacidade de transacionar o modo de produção e consumo contemporâneo para uma filosofia permeada pela valorização de peças de roupas com estética e propósitos essenciais. Por meio da adoção de um estilo capaz de sobreviver à presente efemeridade das tendências, ao estabelecer valor simbólico e funcional, reduz-se a necessidade de aquisição de novas vestimentas, objetivo que o projeto se mostrou capaz de atender. Evidenciou-se, ainda, a importância dos métodos e ferramentas de desenvolvimento, bem como da tecnologia, destacando-se o uso do *software* CLO3D como recursos fundamentais para a validação do projeto antes da etapa de produção, contribuindo para a minimização de erros e desperdícios.

Por fim, conclui-se que o propósito do trabalho foi alcançado, ao propor uma alternativa de vestuário consciente, ao expandir a ideia de longevidade, adicionando o conceito de transformação de funções. Foi possível constatar, ainda, que a ideia de minimalismo não precisa ser pautada pela ausência de elementos, e sim, na sua eficiência de design.

Em termos futuros, propõe-se a investigação de uma maior eficiência na utilização do tecido, reavaliando os designs e posicionamento no plano de corte. A intenção seria reduzir o máximo possível o desperdício de material.

## REFERÊNCIAS

ZACHARIAS, Aline Oliveira; FERREIRA, Daniel da Silva; ZONTA, João Henrique. Algodão naturalmente colorido: como um novo nicho de mercado. Brasília, DF: Embrapa; Sebrae, 2021. 11 p. Disponível em: <https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/handle/doc/1135217>. Acesso em: 5 abr. 2025.

PESSOA, Victor Gurgel; MORAIS NETA, Helena Maria de. Algodão colorido: uma história de cores e de sustentabilidade. Ponta Grossa: Atena Editora, 2023. Disponível em: <https://atenaeditora.com.br/catalogo/post/algodao-colorido-uma-historia-de-cores-e-d-e-sustentabilidade>. Acesso em: 5 abr. 2025.

PEREIRA, Jean Fábio dos Santos. Água na indústria têxtil: características, tratamento, alternativas de economia e reuso. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Produção Têxtil) – Faculdade de Tecnologia de Americana, Americana, 2015. Disponível em: <https://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/966>. Acesso em: 7 abr. 2025.

Brand profile: Acne Studios. End Clothing, 2023. Disponível em: <https://www.endclothing.com/row/features/acne-studios-brand-profile>. Acesso em: 1 abr. 2025.

REICHART, Elizabeth; DREW, Deborah. By the numbers: the economic, social and environmental impacts of “fast fashion”. World Resources Institute, 10 jan. 2019. Disponível em: <https://www.wri.org/insights/numbers-economic-social-and-environmental-impacts-fast-fashion>. Acesso em: 6 abr. 2025.

DAMÁZIO, Luciana Faluba; COUTINHO, Leonardo Antunes Nogueira; SHIGAKI, Helena Belintani. Comportamento do consumidor em relação a produtos sustentáveis: uma revisão sistemática de literatura. Revista Eletrônica de Ciência Administrativa, [S.l.], v. 19, n. 3, p. 374-392, sep. 2020. ISSN 1677-7387. Disponível

em: <<https://www.periodicosibepes.org.br/index.php/recadm/article/view/2882/1112>>.

Acesso em: 5 abr. 2025.

FERREIRA, B. N. .; MONTEBELLO, A. E. S. .; SANTOS, J. A. dos .; MARJOTTA MAISTRO, M. C. Cotton production chain in Brasil. Research, Society and Development, [S. l.], v. 11, n. 10, p. e298111031730, 2022. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/31730>. Acesso em: 7 abr. 2025.

SOUZA, Maria Catarina Morais. Do Planalto da Borborema a Milão: como o algodão colorido deu destaque à Paraíba na indústria da moda sustentável. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais) – Universidade Federal da Paraíba, Departamento de Mediações Interculturais, João Pessoa, PB. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/31644>. Acesso em: 1 abr. 2025.

PARLAMENTO EUROPEU. Economia circular: definição, importância e benefícios. 24 maio 2023. Disponível em: <https://www.europarl.europa.eu/topics/pt/article/20151201STO05603/economia-circular-definicao-importancia-e-beneficios>. Acesso em: 7 abr. 2025.

UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME (UNEP). Emissions Gap Report 2019. United Nations Environment Programme, 2019. Disponível em: <https://www.unep.org/resources/emissions-gap-report-2019>. Acesso em: 7 abr. 2025.

ENTWISTLE, J. (2000). Fashion and the Fleshy Body: Dress as Embodied Practice. Fashion Theory, 4(3), 323–347. <https://doi.org/10.2752/136270400778995471>. Acesso em: 15 março. 2025.

STATISTA. Fashion e-commerce worldwide - statistics & facts. 27 set. 2024. Disponível em: <https://www.statista.com/topics/9288/fashion-e-commerce-worldwide/>. Acesso em: 2 abr 2025.

KAWAMURA, Yuniya. Fashion-ology: an introduction to fashion studies. Oxford: Berg, 2005.

THE FIBER YEAR. The Fiber Year 2021 – Key Findings. The Fiber Year GmbH, 2021. Disponível em: <https://www.fiberjournal.com/the-fiber-year-2021-key-findings/>. Acesso em: 3 abr. 2025.

SILVA, Simone Geralda Valentim da. Fichas técnicas para confecção de vestuário: importância e proposta de app. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Têxtil e Moda) – Faculdade de Tecnologia de Americana – Ministro Ralph Biasi, Americana, SP. Disponível em: <https://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/4001>. Acesso em: 20 abr. 2025.

GESTÃO AMBIENTAL ADOTADA EM INDÚSTRIA TÊXTIL DO SERTÃO DA PARAÍBA. Revista Gestão & Sustentabilidade Ambiental, [S. l.], v. 8, n. 4, p. 267–283, 2020. DOI: 10.19177/rgsa.v8e42019267-283. Disponível em: [https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/gestao\\_ambiental/article/view/6448..](https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/gestao_ambiental/article/view/6448..) Acesso em: 5 abr. 2025.

TOKATLI, Nebahat. Global sourcing: insights from the global clothing industry—the case of Zara, a fast fashion retailer, Journal of Economic Geography, Volume 8, Issue 1, January 2008, Pages 21–38, <https://doi.org/10.1093/jeg/lbm035>. Acesso em: 3 abr. 2025.

VERTUA, Simone. The history of Acne Studios and Jonny Johansson. L'Officiel Ibiza, 29 dez. 2023. Disponível em: <https://www.lofficielibiza.com/fashion/the-history-of-acne-studios-jonny-johansson-de-signer-scandinavian-fashion>. Acesso em: 1 abr. 2025.

WALTERS, Matt. The history of the tracksuit: from athletes to athleisure. Adidas Group Magazine, 25 out. 2021. Disponível em: <https://www.adidas-group.com/en/magazine/innovation/the-history-of-the-tracksuit-from-athletes-to-athleisure>. Acesso em: 15 abr. 2025.

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino na sociedade moderna. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

DEZEEN. Li Edelkoort: “It’s the end of fashion as we know it”. Dezeen, 1 mar. 2015. Disponível em: <https://www.dezeen.com/2015/03/01/li-edelkoort-end-of-fashion-as-we-know-it-design-indaba-2015/>. Acesso em: 5 abr 2025.

QUEIROZ, Cyntia Tavares Marques de; BASSO, Aline Teresinha. Moda e Metodologia: o Design como Mediador. *Modapalavra e-periódico*, Florianópolis, v. 9, n. 17, p. 091–118, 2016. DOI: 10.5965/1982615x09172016091. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/1982615x09172016091>. Acesso em: 2 março. 2025.

DINO. Moda sustentável do Brasil ocupa showroom em Milão. *Hora Campinas*, 9 mar. 2023. Disponível em: <https://horacampinas.com.br/moda-sustentavel-do-brasil-ocupa-showroom-em-milao>. Acesso em: 20 abr. 2025.

TROIANI, L., Sehnem, S., & Carvalho, L.. (2022). Moda sustentável: uma análise sob a perspectiva do ensino de boas práticas de sustentabilidade e economia circular. *Cadernos EBAPE.BR*, 20(1), 62–76. <https://doi.org/10.1590/1679-395120200214>. Acesso em: 7 abr. 2025.

UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME (UNEP). Putting the brakes on fast fashion. 12 nov. 2018. Disponível em: <https://www.unep.org/news-and-stories/story/putting-brakes-fast-fashion>. Acesso em: 2 abr. 2025.

FERRAZ, Marina Castro; FERREIRA, Frederico Leocádio. Uma revisão sistemática sobre o slow fashion e o seu consumo. In: *ENCONTRO DA ANPAD*, 46., 2022, Online. Anais [...]. Rio de Janeiro: ANPAD, 2022. Disponível em: <https://anpad.com.br/uploads/articles/120/approved/ecb287ff763c169694f682af52c1f309.pdf>. Acesso em: 5 abr. 2025.

VESTERINEN, Essi; SYRJÄLÄ (JYRINKI), Henna. Sustainable anti-consumption of clothing: A systematic literature review. ResearchGate, 2022. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/359872543\\_Sustainable\\_anti-consumption\\_of\\_clothing\\_A\\_systematic\\_literature\\_review](https://www.researchgate.net/publication/359872543_Sustainable_anti-consumption_of_clothing_A_systematic_literature_review). Acesso em: 2 abr 2025.

STATISTA. Value of the global apparel market from 2018 to 2028. Statista, 2024. Disponível em: <https://www.statista.com/forecasts/821415/value-of-the-global-apparel-market>. Acesso em: 2 abr 2025.

FLETCHER, K. (2015). Slow Fashion: An Invitation for Systems Change. *Fashion Practice*, 2(2), 259–265. <https://doi.org/10.2752/175693810X12774625387594>. Acesso em: 5 abr. 2025.

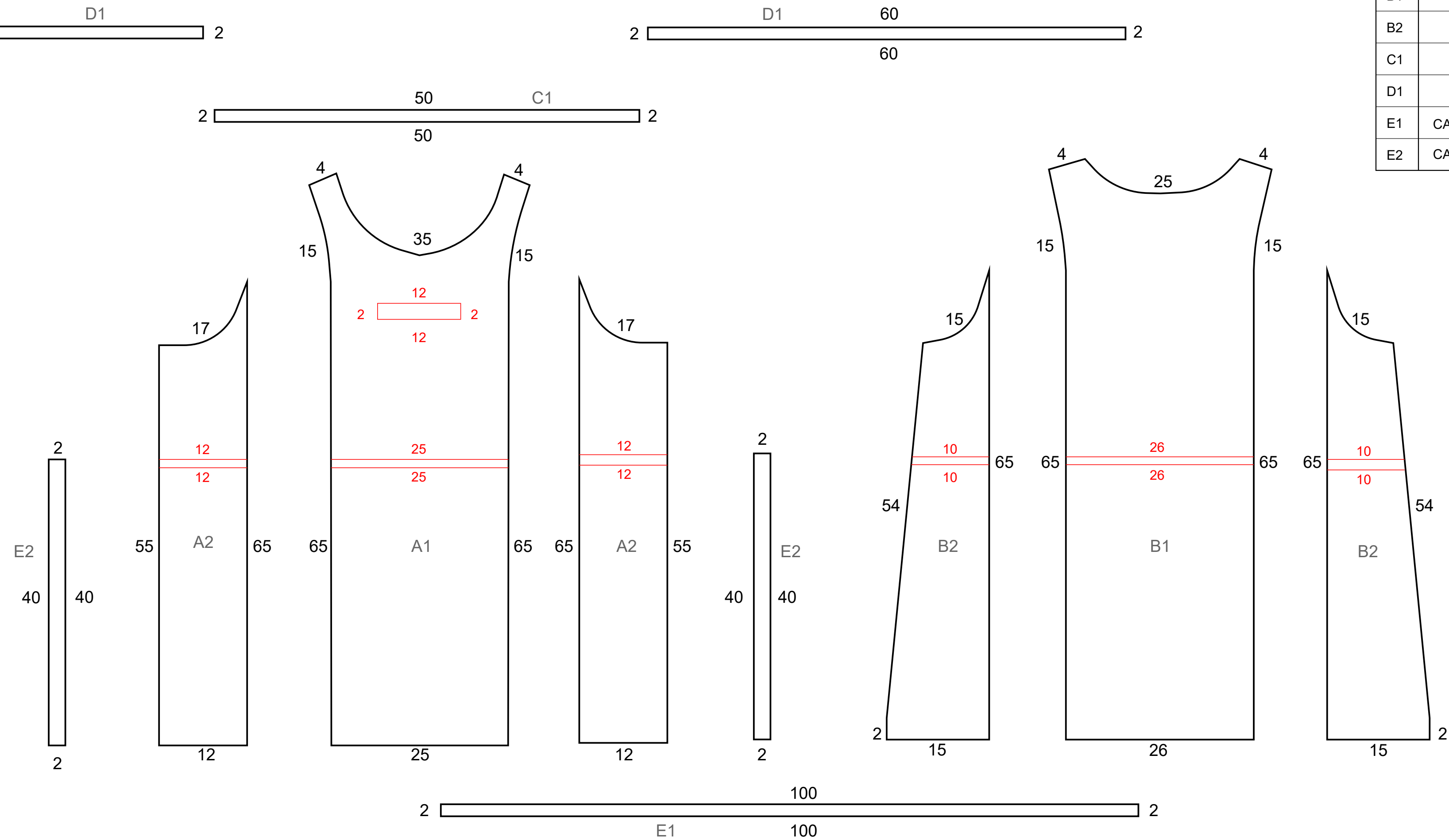
POLHEMUS, Ted. *Streetstyle*. London: Thames and Hudson, 1994.

SOUSA, Giovanna Giantomaso. *Streetwear: confluência entre moda, hip-hop e consumo*. 2023. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. Disponível em: <https://bdta.abcd.usp.br/directbitstream/a3b4ff55-61bc-4ca3-a1ac-695e9eb0a9de/tc5084-Giovanna-Sousa-Streetwear.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2025.





ID	DESCRIÇÃO	MATERIAL
A1	FRENTE CENTRO	TRICOLINE BRS TOPÁZIO
A2	FRENTE LATERAIS	TRICOLINE BRS RUBI
B1	COSTAS CENTRO	TRICOLINE BRS TOPÁZIO
B2	COSTAS LATERAIS	TRICOLINE BRS RUBI
C1	GOLA	RIBANA BRS RUBI
D1	MANGAS	RIBANA BRS RUBI
E1	CANALETA HORIZONTAL	TRICOLINE BRS TOPÁZIO
E2	CANALETAS VERTICAIS	TRICOLINE BRS TOPÁZIO



UNIVERSIDADE: UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA		PROJETO: CAAQUI: COLEÇÃO DE VESTUÁRIO	
CURSO: DESIGN		DESCRIÇÃO: Anexo C Moldes da Peça 3 (Sem escala) Legenda	DATA: 25/04/2025
ORIENTADOR (A): ALINE TEIXEIRA SOUZA SILVA			IDENTIFICAÇÃO: <div>03</div> <div>PÁG: 94</div>
DISCENTE: LORENA FERREIRA DANTAS			