

CENTRO DE TECNOLOGIA DA INDÚSTRIA QUÍMICA E TÊXTIL

FACULDADE SENAI CETIQT

CURSO DE BACHARELADO EM DESIGN DE MODA

CAROLINE QUEIROZ PERALLES DE MELO

**METAMORFOSE:**

**A arte da transformação de peças masculinas através do *upcycling*.**

RIO DE JANEIRO

2025

CENTRO DE TECNOLOGIA DA INDÚSTRIA QUÍMICA E TÊXTIL

FACULDADE SENAI CETIQT

CURSO DE BACHARELADO EM DESIGN DE MODA

CAROLINE QUEIROZ PERALLES DE MELO

## **METAMORFOSE:**

**A arte da transformação de peças masculinas através do *upcycling***

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharelado em Design

Orientador: Prof<sup>ª</sup> Marilene Machado

RIO DE JANEIRO

2025

## Dados de catalogação-na-publicação (CIP), conforme Código de Catalogação Anglo-Americano (AACR)

---

Queiroz, Caroline.

**CUTTER** Metamorfose: A arte da transformação de peças masculinas através do *upcycling* / Caroline Queiroz Peralles de Melo. – Rio de Janeiro – RJ, 2025.

X, CXIII.. f.: il.; 29 cm.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design de Moda) Faculdade SENAI CETIQT, Rio de Janeiro – RJ, 2025.

Orientadora: Prof. Marilene Machado de Andrade Rocha

Inclui referências.

1.Design de Moda. 2. Upcycling. 3.Sustentabilidade. I. Metamorfose. II. Marilene Machado de Andrade Rocha. III. Faculdade SENAI CETIQT.

CDU: **XXX**

---

Ficha catalográfica preenchida pelo aluno, e revisado pela Biblioteca SENAI CETIQT. Bibliotecário: Robson Soares Cruz / CRB 7ª n° 6475

CAROLINE QUEIROZ PERALLES DE MELO

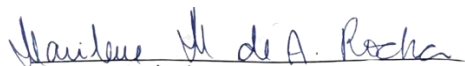
## METAMORFOSE:

### A arte da transformação de peças masculinas através do *upcycling*

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design de Moda, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design de Moda.

Data de Aprovação: 02/07/2025.

Banca Examinadora:



---

Marilene Machado de Andrade Rocha

Mestre em novas Tecnologias Digitais na Educação, Centro Universitário UniCarioca

Docente, SENAI CETIQT



---

Janaína Iracema Martins de Sant'Anna

Especialista em Modelagem do Vestuário, Instituto Federal Sul de Minas

Consultora Técnica, SENAI CETIQT



---

Rosa Lúcia de Almeida Silva

Especialista em Computação Gráfica e Multimídia pela UERJ,

Docente, SENAI CETIQT



---

Ana Cláudia Lourenço Ferreira Lopes

Coordenadora de Graduação e Ensino Técnico

## AGRADECIMENTOS

Dedico este trabalho, primeiramente, a Deus, que me sustentou até aqui com força, fé e sabedoria. Sem Ele, nada disso seria possível. Nos momentos de incerteza, foi a Sua presença que me fortaleceu e me guiou.

À minha mãe, Lucilia Maria, meu porto seguro, exemplo de força e amor incondicional. Obrigada por nunca me deixar sozinha, por me ajudar em tudo que estive ao seu alcance e por ser minha maior inspiração ao longo dessa caminhada. Ao meu pai, Marcos Luís, por sempre estar ao meu lado, me apoiando com paciência e cuidado — especialmente por me levar e buscar todos os dias na faculdade, mesmo quando o cansaço batia. A dedicação de vocês é parte essencial dessa conquista.

À minha família, que esteve presente em todos os momentos, oferecendo carinho, paciência e incentivo nos dias bons e nos difíceis. Em especial, à minha tia, que gentilmente cedeu sua casa e seu computador quando eu estava sem para que eu pudesse desenvolver parte importante deste projeto com tranquilidade e foco, e a minha falecida avó que sempre me motivou a fazer a faculdade dos meus sonhos, com certeza ela estaria muito orgulhosa de mim agora.

Aos meus amigos, que tornaram essa trajetória mais leve e significativa. Às minhas amigas da faculdade, Carolina, Giovanna, Livia e Elinalva pela troca, pelas conversas, pelo apoio nos trabalhos e nas emoções do dia a dia. Ao meu amigo Pedro, por estar comigo me ajudar até tarde em tantas noites de trabalho, com dedicação e paciência, mesmo nas horas mais difíceis.

À minha orientadora, professora Marilene, minha eterna gratidão. Obrigada por acompanhar de perto o desenvolvimento deste TCC e por me guiar com sensibilidade e firmeza durante as experimentações. Seu olhar técnico e humano foi essencial para que esse projeto se concretizasse com propósito e identidade.

Às professoras da banca, que gentilmente se disponibilizaram para avaliar meu trabalho com atenção, respeito e generosidade. E aos professores do SENAI CETIQT, por cada ensinamento compartilhado e por acreditarem no meu potencial.

Por fim, agradeço a mim mesma. Por ter tido foco, coragem e comprometimento para seguir em frente sem desistir, mesmo quando o cansaço e a insegurança tentaram me parar. Me orgulho da mulher que estou me tornando, e este trabalho é prova da minha resiliência, dedicação e amor pelo que faço.

*" Buy less, choose well, make it last."  
("Compre menos, escolha bem, faça durar.")*

*Vivienne Westwood*

## RESUMO

O trabalho de conclusão do curso “Metamorfose: A arte da transformação de peças masculinas através do método do *upcycling*” investiga a transformação de peças masculinas em femininas através do *upcycling*, promovendo a sustentabilidade na moda. O projeto busca reaproveitar roupas antigas, agregando valor sem processos industriais, focando no melhor reaproveitamento dos materiais e gerando o mínimo de desperdício possível, alinhando-se às tendências contemporâneas de consumo consciente e inovação no design. O principal objetivo do estudo é desenvolver uma minicollection cápsula para a marca Ventana, utilizando roupas masculinas reaproveitadas e adaptadas ao público feminino. O público-alvo são mulheres jovens adultas preocupadas com o meio ambiente e interessadas em moda sustentável. Além disso, o projeto inclui pesquisas sobre *upcycling*, métodos de reutilização de roupas e experimentações para criação da coleção. A metodologia adotada é documental e experimental, envolvendo pesquisa bibliográfica sobre sustentabilidade na moda, análise de tendências, estudo de mercado e público-alvo da Ventana, curadoria de materiais e testes para avaliar o melhor desenvolvimento do protótipo, além do processo criativo. A pesquisa visa não apenas criar produtos inovadores e éticos, como também contribuir para um modelo de moda mais sustentável.

Palavras-chave: design de moda; *upcycling*; reutilização; CETIQT; sustentável.

## ABSTRACT

The final project for the course “Metamorphosis: The art of transforming men's clothing through the upcycling method” investigates the transformation of men's clothing into women's clothing through upcycling, promoting sustainability in fashion. The project seeks to reuse old clothing, adding value without industrial processes, focusing on the best possible reuse of materials, and generating the least possible waste, in line with contemporary trends of conscious consumption and innovation in design. The main objective of the study is to develop a mini capsule collection for the Ventana brand, using reused men's clothing adapted for the female audience. The target audience is young adult women concerned about the environment and interested in sustainable fashion. In addition, the project includes research on upcycling, methods of reusing clothing and experiments to create the collection. The methodology adopted is documentary and experimental, involving bibliographic research on sustainability in fashion, trend analysis, market study and Ventana's target audience, curation of materials and tests to evaluate the best development of the prototype, in addition to the creative process. The research aims not only to create innovative and ethical products, but also to contribute to a more sustainable fashion model.

Keywords: fashion design; upcycling; reuse; CETIQT; sustainable.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>12</b>
<b>2</b>	<b>SUSTENTABILIDADE NA MODA.....</b>	<b>14</b>
2.1	PRODUÇÃO EM MASSA E O DESCARTE DE RESÍDUOS .....	16
2.2	MOVIMENTO FAST FASHION VC SLOW FASHION.....	20
2.3	TENDÊNCIAS E PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS NA INDÚSTRIA DA MODA .....	23
<b>2.3.1</b>	<b>Prática – Zero wast.....</b>	<b>29</b>
<b>2.3.2</b>	<b>Prática - Redesing .....</b>	<b>35</b>
<b>2.3.3</b>	<b>Prática – <i>Upcycling</i> .....</b>	<b>39</b>
<b>3</b>	<b>PESQUISA DE MERCADO VENTANA.....</b>	<b>44</b>
3.1	HISTÓRICO E IDENTIDADE .....	44
3.2	MARKETING MIX.....	46
3.3	PRODUTO.....	46
3.4	ELEMENTOS DE DESIGN – TEXTURAS – FORMAS – CORES – MATERIAIS .....	48
3.5	PREÇO.....	52
3.6	PRAÇA (DISTRIBUIÇÃO) .....	53
3.7	PROMOÇÃO .....	54
3.8	PÚBLICO E PERSONA.....	55
<b>4</b>	<b>COLEÇÃO - METAMORFOSE .....</b>	<b>59</b>
4.1	CONCEITO DA COLEÇÃO .....	60
4.2	CURADORIA .....	63
4.3	PROCESSO CRIATIVO - CARTELA DE CORES - TECIDOS - AVIAMENTOS .....	65
4.4	APRESENTAÇÃO DA COLEÇÃO .....	71
4.5	EXPERIMENTAÇÕES.....	83
4.6	FICHAS DE DESENVOLVIMENTO.....	90

4.7	PROTÓTIPO .....	102
4.8	FICHA TÉCNICA .....	103
4.9	EDITORIAL.....	105
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>109</b>
<b>6</b>	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>110</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A crescente preocupação com os impactos ambientais gerados pela indústria da moda tem impulsionado a busca por alternativas sustentáveis. A produção em massa e o consumo desenfreado de roupas não só geram enormes quantidades de resíduos têxteis, mas também contribuem para a exploração de recursos naturais e para a poluição ambiental. Em resposta a esses desafios, o conceito de *upcycling* tem ganhado destaque como uma abordagem inovadora e sustentável para a criação de moda.

Em vista disso este trabalho de conclusão de curso explora a transformação de peças masculinas em femininas por meio do *upcycling*, promovendo a sustentabilidade na moda, reaproveitando peças antigas e agregando valor sem submetê-las a processos industriais. O *redesign* dessas peças do vestuário masculino, envolve ajustes de modelagem, recortes e detalhes que vão ressignificar as roupas que não estão mais em uso. Esse processo contribui para o consumo consciente, prolongando a vida útil das peças e oferece produtos únicos e éticos, que refletem as tendências contemporâneas de sustentabilidade e inovação. Este projeto tem como objetivo principal explorar o potencial do *upcycling* desenvolvendo uma minicolecção cápsula feita com peças do vestuário masculino, que vão ser transformadas em peças femininas para a marca Ventana, utilizando o método de *upcycling*. As peças feitas serão para mulheres urbanas, que se preocupam com o meio ambiente e priorizam o consumo consciente. Em simultâneo, o objetivo específico, é fazer uma pesquisa sobre sustentabilidade na moda, tendências de moda sustentáveis e suas práticas como o *upcycling*, analisando também outros métodos de reutilização com roupas, em seguida executar uma pesquisa de mercado aprofundada sobre a marca Ventana e desenvolver uma pesquisa de público-alvo da marca, em seguida elaborar uma pesquisa de tendências direcionamento para o *upcycling*, efetuar o processo criativo, as experimentações e a execução da minicolecção.

O processo metodológico dessa pesquisa é descrito como documental e experimental, serão efetuadas as seguintes etapas: pesquisa bibliográfica para melhor entendimento do tema abordado, pesquisa de tendências sustentáveis, pesquisa de mercado com a marca escolhida, que utiliza desse conceito, pesquisa de público-alvo, que servirá como base para o direcionamento mercadológico e desenvolvimento dos produtos. Será feito uma curadoria das peças que serão manuseadas, e pesquisa experimental com os materiais utilizados para a criação da coleção, e sendo assim será desenvolvido uma minicollection para a marca Ventana.

Inicialmente, será realizada uma pesquisa sobre sustentabilidade na moda, tendências e práticas sustentáveis, em seguida será feita uma pesquisa ampla sobre a marca ventana, sua identidade, valores, público-alvo e posicionamento de mercado. Esta etapa é essencial para compreender e aprofundar o desenvolvimento da minicollection. Logo após serão analisadas as tendências de moda relevantes para o segmento de sustentabilidade, serão considerados aspectos como cores, tecidos, estampas e silhuetas, alinhando as escolhas estéticas com a identidade da marca. Com base na pesquisa inicial, será elaborado um conceito central para a minicollection, que refletirá a identidade da marca e as preferências do seu público-alvo. Este conceito guiará todas as etapas subsequentes do processo criativo. Será elaborado um *moodboard* inspiracional que representem o conceito da minicollection. Semelhantemente, serão desenvolvidos esboços preliminares das peças, explorando diferentes formas, detalhes e acabamentos, sempre visando na sustentabilidade. Após a definição dos designs preliminares, será realizada uma pesquisa de materiais e aviamentos e uma curadoria das peças encontradas, que neste caso virão todas de brechós, para selecionar os tecidos e materiais mais adequados para cada peça da minicollection. Sendo assim haverá a etapa experimental com esses materiais, avaliando o caimento, a durabilidade e o conforto, para pôr fim, serem selecionados, prototipados.

## 2 SUSTENTABILIDADE NA MODA

Neste capítulo vamos abordar como a sustentabilidade na moda tem se consolidado como um dos principais desafios e, ao mesmo tempo, oportunidades para a indústria têxtil e de vestuário. Será apresentado as principais estratégias adotadas pela moda sustentável, como o uso de materiais ecológicos, a redução de desperdícios, o reaproveitamento de produtos e a ética na cadeia de produção.

De acordo com CNNBRASIL (2023) A sustentabilidade na moda é um tema cada vez mais relevante e debatido no cenário atual, sendo uma abordagem que leva em consideração o impacto ambiental, social e econômico da produção de roupas, acessórios e calçados. A indústria da moda, conhecida por seu impacto ambiental significativo e suas práticas muitas vezes insustentáveis, tem se esforçado para se reinventar e adotar princípios que respeitem tanto o meio ambiente quanto as condições sociais dos trabalhadores envolvidos na produção de roupas. A proposta dessa pauta é incentivar uma moda mais consciente, que valorize a qualidade, a durabilidade e a beleza atemporal das roupas.

A ideia não é tão nova, por mais que não tenha um ano exato para esse acontecimento, as práticas sustentáveis nesse setor continuam voltando desde os anos 60.

Segundo o site Politize (2021), movimento *hippie*, surgido na década de 1960, realmente teve um papel fundamental na conscientização sobre questões ambientais e sociais. A busca por uma vida mais simples e em harmonia com a natureza incentivou uma abordagem mais ética em relação à moda, promovendo a ideia de que o que vestimos deve refletir nossos valores e nossa preocupação com o planeta e com as comunidades. Com o passar das décadas e o surgimento da moda rápida nos anos 1980 e 1990, tornou-se evidente que essa produção em massa e o consumo desenfreado estavam causando danos ambientais significativos. As consequências desse modelo se tornaram mais visíveis nos anos 2000, levando a um novo despertar para a sustentabilidade na moda. Marcas e consumidores começaram a buscar alternativas que priorizassem o uso de materiais recicláveis, práticas de produção éticas e um ciclo de vida mais consciente para as roupas.

Figura 1: Imagem ilustrativa do movimento *Hippie*



Fonte: MundoEducação<sup>1</sup>

A partir de 2010, o debate sobre moda sustentável se intensificou, impulsionado por campanhas de conscientização, movimentos sociais e a crescente pressão por parte de consumidores que exigem maior responsabilidade das marcas. Essa evolução trouxe à tona conceitos como *slow fashion*, que propõe uma desaceleração do consumo e valoriza a qualidade em detrimento da quantidade. Esse movimento também fez com que muitos designers e marcas reconsiderassem suas práticas, adotando uma abordagem mais extensa que leva em conta não apenas o produto, mas todo o seu ciclo de vida e impacto no meio ambiente.

---

<sup>1</sup> <https://mundoeducacao.uol.com.br/historiageral/movimento-hippie.htm>

## 2.1 PRODUÇÃO EM MASSA E DESCARTE DE RESÍDUOS

Diante das preocupações globais com as diversas transformações ambientais, cresce a necessidade de evitar ações que contribuam para essas mudanças. A indústria da moda está inserida nesse cenário. No entanto, nos últimos anos, ela tem se desenvolvido com base em um modelo que intensifica esses impactos: o *fast fashion*, caracterizado pela produção acelerada, em larga escala e com preços acessíveis.

A produção em larga escala de vestuário barato incentivou o consumo excessivo e o descarte frequente de roupas. De acordo com o site El país (2025), cada cidadão da União Europeia comprou, em média, 19 kg de roupas em 2022, gerando 16 kg de resíduos têxteis por pessoa. Esse ciclo rápido de compra e descarte contribui significativamente para o aumento de resíduos sólidos. Estima-se que a indústria da moda seja responsável por cerca de 92 milhões de toneladas de resíduos têxteis anualmente, dos quais menos de 1% é reciclado em novas peças de vestuário.

Além do acúmulo de resíduos, o *fast fashion* é uma das principais responsáveis pela poluição ambiental. A produção têxtil contribui com aproximadamente 20% do despejo global de águas residuais, liberando corantes e produtos químicos nocivos nos ecossistemas aquáticos. Adicionalmente, a indústria é responsável por cerca de 8% das emissões globais de carbono, exacerbando as mudanças climáticas.

De acordo com dados da ABIT (Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção), em 2020 o Brasil produziu cerca de 7,93 bilhões de peças de roupas, uma queda em relação ao ano anterior, que teve uma produção de 9,05 bilhões. Estima-se que essa produção represente cerca de 1,91 milhão de toneladas de materiais têxteis. Apesar da redução na quantidade de peças, o setor seguiu movimentando a economia. Em 2021, o faturamento da indústria têxtil e de confecção chegou a R\$194 bilhões, um crescimento de aproximadamente 20% em comparação aos R\$161 bilhões registrados em 2020. Esse avanço também impulsionou o varejo de moda no país, que cresceu 16,9% nesse mesmo período. (Fashion Revolution, 2022).

De acordo com uma professora do curso de Têxtil e Moda na Escola de Artes, Ciências e Humanidades da USP, Francisca Dantas Mendes, entrevistada pelo Jornal da USP, a informalidade é uma característica marcante no setor de confecção, o que torna esse número ainda mais preocupante. Ela destaca, ainda, que cerca de 70% das empresas do ramo são microempresas — um dado que reforça a possibilidade de que a geração real de resíduos têxteis seja significativamente maior. (JORNAL DA USP, 2021).

Figura 2: Imagem ilustrativa da produção acelerada de roupas



Fonte: Fashion Revolution, 2022<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> <https://stealthelook.com.br/precisamos-falar-sobre-lixo-textil/> Acesso em: 02/04/2025

Apesar dos impactos socioeconômicos provocados pela pandemia da Covid-19, que afetaram diversos setores da economia, a indústria da moda demonstrou resiliência e obteve um crescimento expressivo. De acordo com dados da ABIT (2021) (Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção), o setor registrou uma expansão média de 36% apenas no primeiro semestre de 2021. (Revista têxtil, 2021).

No entanto, embora esse resultado represente um avanço significativo, também revela um aspecto preocupante: o aumento considerável da geração de resíduos têxteis.

Uma pesquisa divulgada no início do mesmo ano, no relatório Fios da Moda, desenvolvido pelo Instituto Modifica em parceria com a Fundação Getúlio Vargas, revelou que a região do Brás, em São Paulo, descarta diariamente cerca de 45 toneladas de resíduos têxteis — o equivalente a 16 caminhões por dia. Já o bairro do Bom Retiro, também na capital paulista, contribui com uma média de 12 toneladas diárias. (Steal the Look, 2021)

Figura 3: Imagem de descartes de lixo têxtil



Fonte: Fashion Revolution, 2022<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> <https://stealthelook.com.br/precisamos-falar-sobre-lixo-textil/> Acesso em: 02/04/2025

Como aponta a matéria exibida pelo *Fantástico* (G1, 2022), grande parte das toneladas de roupas descartadas ao redor do mundo acaba em aterros sanitários. No entanto, em locais como o litoral de Gana, na África, e o Deserto do Atacama, no Chile, o acúmulo dessas peças ultrapassou os limites dos depósitos e passou a moldar o próprio relevo da paisagem. Os impactos ambientais são alarmantes: tecidos de algodão podem levar até 20 anos para se decompor, enquanto materiais sintéticos, como o poliéster, permanecem no ambiente por até 400 anos.

Em Acra, capital de Gana, chegam semanalmente cerca de 15 milhões de peças e resíduos têxteis oriundos da Europa, Ásia e Oriente Médio. Esses itens são prensados em fardos e classificados conforme o estado de conservação, com o objetivo de serem revendidos no mercado local. No entanto, apenas uma parte consegue ser reaproveitada. O restante, sem valor comercial, é simplesmente descartado em lixões, agravando ainda mais a crise ambiental na região.

Figura 4: Lixão clandestino localizado no Deserto do Atacama (Chile)



Fonte: G1,2022.<sup>4</sup>

## 2.2 MOVIMENTO *FAST FASHION* VS *SLOW FASHION*

A indústria da moda contemporânea é marcada por dois modelos de produção e consumo distintos: o *fast fashion* e o *slow fashion*. Esses paradigmas refletem abordagens opostas em relação à velocidade de produção, sustentabilidade ambiental e práticas éticas.

O *fast fashion* surgiu no mundo da moda enfatizando a rápida produção e rotatividade de roupas de baixo custo, alinhadas às tendências de moda atuais. Marcas como Shein e Zara exemplificam essa abordagem, oferecendo uma vasta gama de produtos que refletem as últimas tendências a preços acessíveis. No entanto, essa estratégia tem sido associada a práticas que contribuem significativamente para o aumento do desperdício e da poluição ambiental. (CNN BRASIL, 2023)

Além disso, muitos produtos de *fast fashion* têm uma vida útil curta, já que são feitos com materiais de baixa qualidade.

Em contraste, o *slow fashion* propõe uma alternativa sustentável e ética. Essa abordagem, que significa literalmente “moda lenta”, tem transformado a maneira como as pessoas consomem e impulsionado as marcas a repensarem seus métodos produtivos com mais responsabilidade. Dessa forma enfatizando práticas de produção justas, condições de trabalho dignas e respeito ao meio ambiente (Sebrae, 2022).

O termo ganhou notoriedade após ser amplamente difundido em blogs de moda, redes sociais e publicações online. Inspirado no movimento *slow food*, surgido na Itália na década de 1990, o *slow fashion* adaptou seus princípios para o universo da moda, propondo uma abordagem mais consciente e sustentável (Ecycle, s.d).

Sendo o site Ecycle (s.d), no modelo *slow fashion*, a transparência busca revelar a verdadeira origem dos produtos. Em vez de ocultar a cadeia produtiva com nomes genéricos de estilistas ou marcas, dá-se destaque a pequenos produtores e empresas de menor porte.

Esse modelo também reduz os intermediários no processo de comercialização, aproximando o consumidor do produtor. Essa relação mais próxima cria um senso de responsabilidade mútua: os produtores se empenham em oferecer peças de

qualidade, sabendo quem irá consumi-las, enquanto os consumidores reconhecem o valor do trabalho de quem produz, muitas vezes membros de sua própria comunidade.

O remendo é uma das práticas mais recorrentes no *slow fashion* para estender a durabilidade de roupas, calçados e acessórios. Antes associado à pobreza e, por isso, abandonado por muitos, esse recurso foi ressignificado dentro do movimento e passou a ser valorizado como uma forma legítima de reaproveitamento e reciclagem.

Criar um vínculo afetivo com a peça é fundamental para evitar o descarte precoce. Uma maneira de alcançar isso é por meio da confecção de vestuários com história, origem e significado — peças feitas à mão, com atenção aos detalhes, ao toque, ao cheiro, e que ofereçam um caimento personalizado. Esses elementos tornam a roupa única e reforçam sua conexão com quem a veste.

A atuação da indústria globalizada, que domina o mercado e padroniza a moda, limita as possibilidades de escolha e dificulta o acesso a produtos com identidade própria. Como alternativa a esse cenário, o *slow fashion* surge para incentivar a diversidade e oferecer maior liberdade ao consumidor, valorizando peças únicas, com propósito e produção consciente.

Figura 5: Moodboard ilustrativo *fast fashion* vs *slow fashion*



Fonte: Compilado pela autora a partir de imagens coletadas na internet, 2025.

A produção em larga escala, característica do *fast fashion*, traz uma série de consequências negativas que vão além do simples acúmulo de roupas. Um dos principais problemas é o desperdício de recursos naturais. Para fabricar grandes volumes de vestuário, são consumidas quantidades excessivas de água, energia e matérias-primas, muitas vezes sem a devida preocupação com o uso consciente desses insumos. Esse modelo produtivo, voltado para a rapidez e o baixo custo, contribui diretamente para o esgotamento de recursos essenciais à vida.

Um dos aspectos críticos é a pressão exercida sobre os trabalhadores da cadeia produtiva. Para atender à demanda por preços baixos e prazos curtos, muitas empresas recorrem a mão de obra em condições precárias. Isso significa jornadas exaustivas, remuneração insuficiente e ausência de direitos trabalhistas básicos. Essa exploração é ainda mais visível em países em desenvolvimento, onde a produção é terceirizada para regiões periféricas, que oferecem pouca fiscalização e proteção aos trabalhadores.

Figura 6: Trabalhadores da fábrica da Inditex em Sabón (Arteixo, Corunha).



Fonte: El país, 2025<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> <https://elpais.com/planeta-futuro/2025-03-26/cada-europeo-compra-19-kilos-de-ropa-al-ano-y-genera-16-kilos-de-desechos-textiles.html> Acesso em: 02/04/2025

Enfrentar os impactos causados pela produção em massa e pelo acúmulo de resíduos têxteis exige uma mudança coletiva — que envolva não apenas as grandes marcas, mas também cada um de nós. Do lado das empresas, é essencial repensar a forma como as roupas são produzidas, apostando em soluções mais conscientes, como o reaproveitamento de tecidos, o uso de materiais reciclados e a criação de peças pensadas para durar mais tempo.

Para quem consome, pequenas atitudes também fazem diferença: repensar o impulso de comprar por moda ou preço, optar por marcas com responsabilidade ambiental e cuidar com carinho do que já se tem são formas de participar ativamente da mudança. A solução passa, necessariamente, pela união de esforços entre indústria, governo e sociedade. Só assim conseguiremos transformar um cenário marcado pelo desperdício em um futuro mais equilibrado e responsável.

Entretanto, essa transição, que gera um modelo de moda mais sustentável não é simples e enfrenta desafios como a necessidade de inovação tecnológica, a mudança de mentalidade tanto de consumidores quanto de produtores e a pressão constante por preços baixos. A literatura sobre moda, como *The Sustainable Fashion Handbook* (BLACK, 2012), destaca a importância de parcerias entre marcas, governos e organizações não governamentais para promover práticas que sejam viáveis economicamente e ecologicamente. Portanto, a sustentabilidade na moda vai além de uma tendência; trata-se de um movimento necessário para garantir que a indústria possa existir de forma responsável no futuro. A moda sustentável é, em essência, uma moda com propósito.

---

## 2.3 TENDÊNCIAS E PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS DA INDÚSTRIA DA MODA

A transformação da indústria da moda em direção à sustentabilidade está moldando um futuro mais consciente e responsável. À medida que os consumidores se tornam mais exigentes em relação ao impacto ambiental e social de suas escolhas, as marcas são pressionadas a adotar práticas que respeitem não apenas o planeta, mas também as comunidades que nele habitam. (ENDUTEXBRASIL, 2024)

Conforme o site Audaces (2024), as práticas sustentáveis na indústria da moda têm ganhado destaque nos últimos anos, com isso, nesse cenário, a sustentabilidade é a junção de práticas e princípios baseado em fatores ambientais, sociais, econômicos e ecológicos que buscam formas alternativas de produção sem prejudicar a disponibilidade futura dos recursos naturais. Para a indústria da moda, estão envolvidos objetivos como: a obtenção de matérias-primas e o descarte de resíduos; aproveitamento máximo dos recursos necessários à produção; o reaproveitamento dos descartes em todas as etapas da cadeia produtiva; o desenvolvimento de coleções de roupas ecológicas e sustentáveis e a otimização do ciclo de vida do produto.

A seguir, exploraremos algumas das principais tendências e práticas sustentáveis adotadas pela indústria da moda:

**Materiais Sustentáveis:** a utilização de materiais ecológicos é uma tendência crescente. Fibra ecológica, algodão orgânico, linho, cânhamo, têxteis inovadores, tecidos recicláveis e à base de plantas e materiais sintéticos biodegradáveis estão ganhando espaço nas coleções das marcas. Além disso, muitas empresas estão investindo em pesquisa e desenvolvimento para criar tecidos que tenham menor impacto ambiental, como aqueles produzidos a partir de resíduos plásticos retirados dos oceanos.

### **O impacto das fibras têxteis sobre a sustentabilidade**

Até agora, a utilização de novos materiais tem sido a principal base para a maioria das inovações sustentáveis no setor da moda. A escolha de matérias-primas conscientes ambientalmente é fundamental para a construção de uma indústria da moda mais responsável e sustentável. Optar por materiais biodegradáveis e cultivados

sem o uso de pesticidas contribui significativamente para a preservação do meio ambiente e para a saúde dos ecossistemas. Fibras como algodão orgânico, linho, cânhamo, seda, fibras renováveis e biodegradáveis, são excelentes exemplos, pois não apenas minimizam o impacto ambiental, mas também trazem benefícios sociais, como o apoio a práticas agrícolas mais justas e ecológicas.

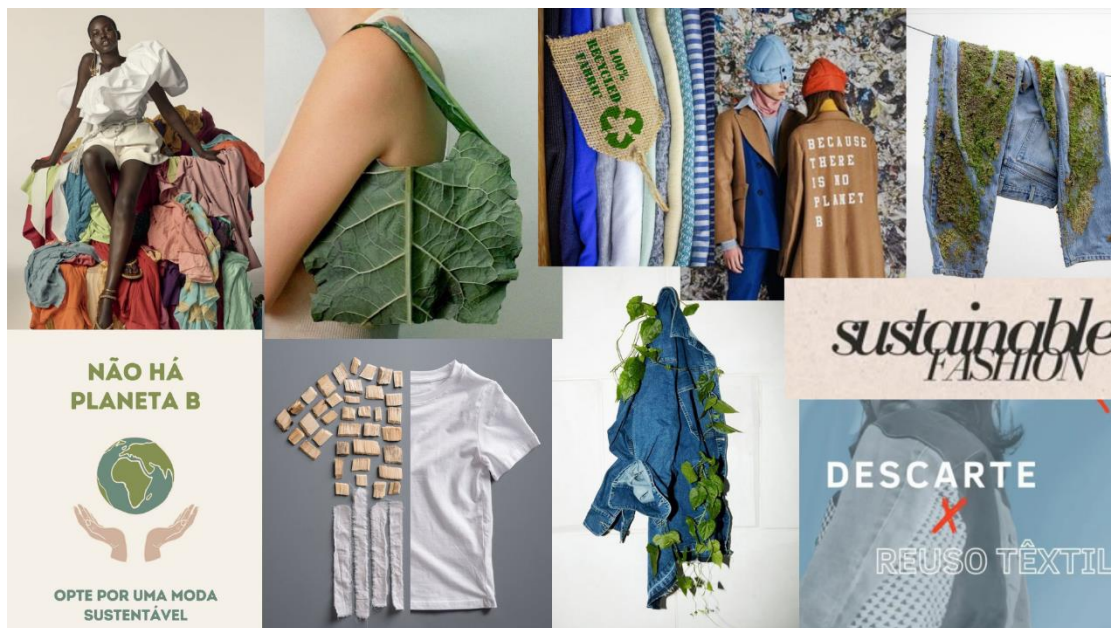
Por outro lado, segundo CNNBRASIL (2023) os tecidos sintéticos, como poliéster e viscose, apresentam desafios maiores devido ao seu processo de produção, que envolve a utilização de produtos químicos prejudiciais. Assim, a escolha por materiais reciclados surge como uma alternativa viável e inovadora. O poliéster reciclado e o nylon reciclado não só reduzem a quantidade de resíduos plásticos nos oceanos e aterros, mas também diminuem a demanda por novas matérias-primas, resultando em uma diminuição do impacto ambiental.

Neste caso:

O material usado na confecção de vestuário está associado a todo tipo de impacto sobre a sustentabilidade: mudanças climáticas; efeitos adversos sobre água e seus ciclos; poluição química; perda da biodiversidade; uso excessivo ou inadequado de recursos não renováveis; geração de resíduos; efeitos negativos sobre a saúde humana e feitos sociais nocivos para as comunidades produtoras. Todos os materiais afetam de alguma forma os sistemas ecológicos e sociais, mas esses impactos diferem de uma fibra para a outra quanto ao tipo e à escala. (Fletcher e Grose, 2012, p. 13).

Além dos materiais, é importante considerar também a transparência e a rastreabilidade das cadeias produtivas. As empresas devem se comprometer a fornecer informações claras sobre a origem de suas matérias-primas e os processos de fabricação, promovendo uma maior conscientização entre os consumidores sobre a importância da escolha consciente. Em resumo, a transição para uma moda mais sustentável envolve a seleção criteriosa de matérias-primas que respeitem o meio ambiente, como também o processo de criação deve promover práticas éticas que reduzam ao máximo o impacto ambiental. Ao priorizar fibras orgânicas e materiais reciclados, as empresas não apenas contribuem para a saúde do planeta, mas também atendem a uma demanda crescente por produtos que alinhem estilo e responsabilidade social.

Figura 7: Moodboard ilustrativo de sustentabilidade



Fonte: Compilado pela autora a partir de imagens coletadas na internet, 2025.

Marcas como Stella McCartney e Eileen Fisher têm se destacado por suas iniciativas sustentáveis, utilizando tecidos orgânicos, reciclados e métodos de produção que reduzem a pegada de carbono. Além disso, as práticas de transparência em relação à cadeia de suprimentos têm ganhado destaque, permitindo que os consumidores saibam de onde vêm suas roupas e quem as produziu. A conscientização do consumidor é outro fator crucial na sustentabilidade da moda. Cada vez mais, pessoas estão se tornando mais seletivas, buscando marcas que não apenas ofereçam produtos de qualidade, mas que também demonstrem compromisso com a sustentabilidade.

Consumo Consciente: O conceito de consumo consciente está se espalhando como resposta ao *fast fashion*. Os consumidores estão se tornando mais seletivos, optando por peças de qualidade que duram mais tempo e que são produzidas de maneira ética. Marcas que promovem um estilo de vida minimalista e que incentivam o uso de roupas de segunda mão, como brechós e plataformas de troca, estão se destacando neste novo cenário, essa tendência promove o design atemporal e o cuidado com as peças para que durem mais.

**Minimalismo:** O movimento minimalista também tem se refletido na moda sustentável. Em vez de consumir muitas peças, a ideia é investir em um armário cápsula composto por roupas essenciais, duráveis e versáteis. Isso envolve a escolha de poucas peças de alta qualidade que podem ser combinadas de várias maneiras, reduzindo o consumo excessivo.

**Moda *Cruelty Free*:** também é uma das principais tendências da moda sustentável é a busca por produtos *Cruelty Free*, ou seja, livres de crueldade animal. A conscientização sobre a exploração animal na indústria da moda está crescendo, levando ao aumento da demanda por opções livres de produtos de origem animal, como peles, couro e seda. As empresas que adotam essa prática estão alinhadas com os valores dos consumidores conscientes e estão se destacando no mercado. Algumas marcas e designers já têm promovido eventos de moda sustentáveis, onde o foco está em destacar essas práticas de produção responsável, o uso de materiais ecológicos e a redução de desperdícios, como por exemplo Fashion Revolution Week.

Figura 8: Moodboard ilustrativo das tendências acima



Fonte: Compilado pela autora a partir de imagens coletadas na internet, 2025.

**Transparência e Rastreabilidade:** Os consumidores estão cada vez mais interessados em conhecer a origem de suas roupas. As marcas estão respondendo a essa demanda ao oferecer transparência em suas cadeias de suprimento. Isso significa fornecer informações sobre a origem dos materiais utilizados, as condições

de trabalho nas fábricas e as práticas ambientais adotadas. A tecnologia, como blockchain, é frequentemente utilizada para garantir a rastreabilidade e a autenticidade dessas informações.

**Inovação e Tecnologia:** A tecnologia também desempenha um papel crucial na transformação da moda sustentável. Desde a produção de tecidos inteligentes que minimizam o desperdício até o uso de inteligência artificial para prever tendências de moda. A realidade aumentada também é tecnologia que vem crescendo, uma das suas vantagens é permitir que os consumidores visualizem virtualmente as roupas antes da compra.

**Combate ao Desperdício de Recursos Naturais:** A indústria da moda é conhecida por consumir grandes quantidades de recursos naturais. Porém, uma das práticas da moda sustentável é o combate a esse desperdício. As empresas estão adotando tecnologias mais eficientes e processos de produção que reduzem o consumo de água, energia e materiais. Além disso, a reciclagem e a reutilização de materiais estão se tornando práticas comuns, visando diminuir o impacto ambiental.

**Produção Ética:** Marcas estão cada vez mais comprometidas com a produção ética, garantindo condições de trabalho justas e seguras para os trabalhadores. Isso inclui o pagamento de salários justos e a proibição do trabalho infantil.

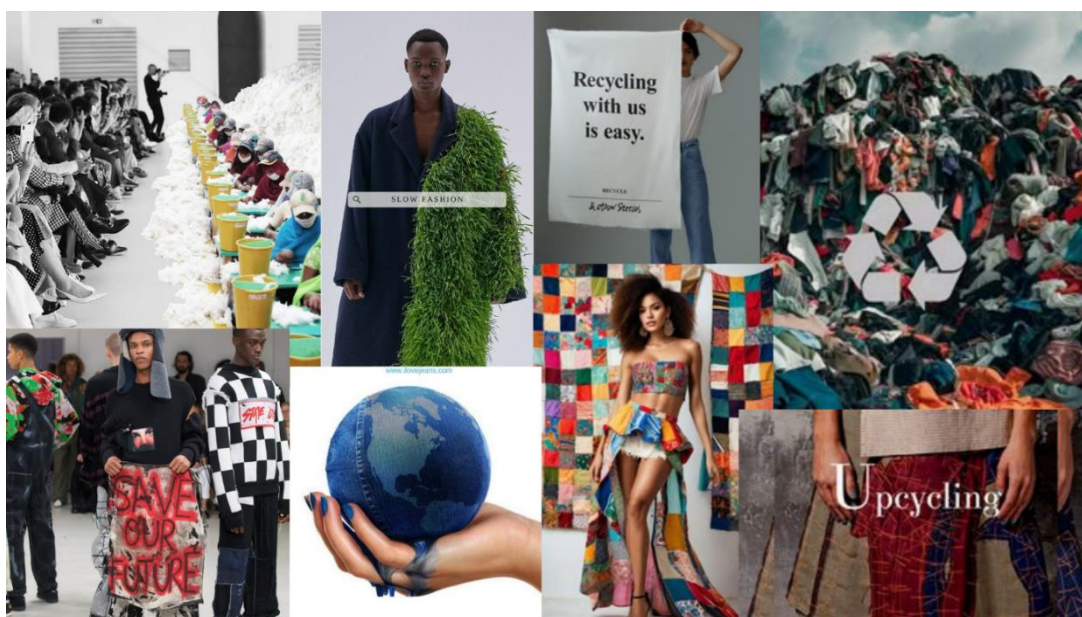
**Peças Seminovas/ Roupas multifuncionais:** A busca por peças seminovas está sendo uma excelente alternativa para economizar e, ao mesmo tempo, contribuir com a sustentabilidade do planeta. Existem várias opções de locais onde é possível encontrar roupas e acessórios seminovos de alta qualidade e em bom estado, como brechós. Como também a ideia de roupas multifuncionais ou modulares tem se tornado uma prática também. Isso significa criar peças que podem ser usadas de várias maneiras, adaptando-se a diferentes ocasiões ou estilos. Exemplos incluem: jaquetas reversíveis, vestidos ou saias que se transformam em outra peça ao serem ajustadas, tecidos inteligentes que se adaptam a mudança de temperatura ou formato do corpo.

**Moda Circular:** A economia circular é uma das tendências mais visadas na moda sustentável, pois não segue o caminho tradicional de produção e descarte. Ela

busca criar um ciclo contínuo de uso de reaproveitamento de produtos, onde as roupas podem ser recicladas, reutilizadas ou recondicionadas. Isso inclui a criação de peças que podem ser facilmente desmontadas e recicladas, bem como programas de devolução onde os consumidores podem entregar suas roupas usadas para serem reaproveitadas ou reformadas.

Também é um dos principais conceitos ligados à sustentabilidade na moda, a economia circular. Este modelo propõe que, em vez de seguir o ciclo linear tradicional de "produzir, usar e descartar", os produtos devem ser desenhados para serem reutilizados, reciclados ou compostados, minimizando assim o desperdício.

Figura 9: *Moodboard* ilustrativo das tendências acima



Fonte: Compilado pela autora a partir de imagens coletadas na internet, 2025.

Em resumo essas tendências refletem a crescente conscientização dos consumidores e da indústria da moda sobre os impactos ambientais e sociais. A moda sustentável não apenas busca preservar o planeta, mas também promover um consumo mais responsável e uma produção que respeite tanto as pessoas quanto o meio ambiente.

## 2.3.1 Prática - *Upcycling*

O *upcycling*, diferentemente da reciclagem convencional, consiste em transformar materiais descartados ou peças de roupa antigas em produtos de maior valor e qualidade. Essa prática não apenas reduz a quantidade de resíduos que acabam em aterros, mas também promove a criatividade e a inovação no design de moda, ao reimaginar e reaproveitar materiais que de outra forma seriam descartados.

No site Hope (2024) a escritora Julia Miranda relata que o *upcycling*, é prática de transformar materiais ou produtos que seriam descartados em novos itens de maior valor ou utilidade, e que pode ser apresentada como uma solução inovadora e necessária diante da efemeridade das tendências atuais. Em um mundo onde a obsolescência programada e o consumismo desenfreado dominam, o *upcycling* se destaca por promover uma abordagem mais consciente e respeitosa com o meio ambiente.

### O que é *upcycling*?

Segundo McDonough e Braungart (2013), no livro *Upcycle: Beyond Sustainability—Designing for Abundance* - o conceito de *upcycling* vai além da simples reciclagem; trata-se de uma abordagem criativa e inovadora que transforma materiais considerados como lixo em novos produtos de maior valor e utilidade. No contexto atual, onde a sustentabilidade é uma preocupação crescente, o *upcycling* oferece uma oportunidade única de repensar não apenas a forma como consumimos, mas também como projetamos.

De acordo com o site Delta Máquinas Têxtis (s.d), “O termo *upcycling* foi utilizado pela primeira vez por volta de 1994 pelo ambientalista alemão Reine Pilz. Após 8 anos, o autor de *Cradle to Cradle* William McDonough reutilizou o termo, o que o popularizou.”

A expressão *upcycling* é dado para a transformação de um produto que iria ser descartado, em um novo produto pronto para o uso. Ou seja, é como se fosse uma reciclagem de um item de moda, transformando-o e prolongando o ciclo de vida daquela peça. "Ciclo de vida é o tanto que a peça dura, enquanto ainda é usável." (“Upcycling: entenda o que é e seu papel na moda sustentável”) Portanto,

o *upcycling* vem nesse sentido, para colaborar com o aumento da vida útil daquela roupa, ou acessório, ou sapato. E não é necessário que a peça, ao ser transformada, continue tendo a mesma funcionalidade, como se trata do *upcycling*, as novas peças podem ter novas funcionalidade, e ainda, ser tão úteis quanto eram.

Figura 10: Moodboard do *upcycling*



Fonte: Compilado pela autora a partir de imagens coletadas na internet, 2025.

Figura 11: Peças de *upcycling*



Fonte: Compilado pela autora a partir de imagens coletadas na internet, 2025.

Entretanto, apesar do processo de *upcycling* se parecer com uma reciclagem, existem diferenças. Conforme apresentado na obra *Moda e Sustentabilidade: Uma reflexão necessária*.

Então desse modo:

(...)Diferentemente do processo de reciclagem, em que se usa energia (seja de qualquer fonte) para destruir o produto e transformá-lo em matéria-prima para algo novo, o *upcycling* transforma produtos inúteis e descartáveis em novos materiais ou peças de maior valor, uso ou qualidade. (Berlim, 2012, p. 137).

Uma das principais vantagens do *upcycling* é a redução do desperdício. Ao transformar objetos em desuso em novas criações, evitamos que esses materiais acabem em aterros sanitários, contribuindo para a diminuição do impacto ambiental. Além disso, essa prática ajuda a preservar recursos naturais, já que a reutilização frequentemente requer menos energia e matéria-prima do que a produção de novos itens. Outra vantagem significativa do *upcycling* é o estímulo à criatividade e à inovação. Ao trabalhar com materiais reciclados, designers e artesãos são desafiados a pensar fora da caixa, encontrando novas formas e funções para itens que, à primeira vista, poderiam parecer obsoletos. Isso resulta em produtos únicos e personalizados,

que refletem a individualidade do criador e do consumidor, em contrapartida à produção em massa.

O *upcycling* também pode ter um impacto social positivo. Muitas iniciativas que promovem essa prática geram emprego e renda para comunidades locais, ao mesmo tempo em que educam as pessoas sobre a importância da sustentabilidade. Projetos de *upcycling* podem engajar a população em atividades colaborativas, fortalecendo laços comunitários e promovendo uma cultura mais responsável e consciente sobre o consumo.

Figura 12: Processo de *upcycling* feito pela autora



Fonte: Compilado pela autora a partir de imagens autorais, 2025.

Além de suas vantagens ambientais e sociais, o *upcycling* pode ser uma poderosa ferramenta de *marketing* para empresas que buscam destacar sua responsabilidade socioambiental. Consumidores estão cada vez mais inclinados a apoiar marcas que demonstram um compromisso genuíno com práticas sustentáveis.

Ao optar por práticas de *upcycling*, essas empresas não só reduzem os impactos ambientais de suas produções, mas também inovam e se diferenciam em um cenário dominado pelo *fast fashion*, representando uma mudança de paradigma em nossa relação com o consumo e a produção, promovendo a sustentabilidade e reafirmando a importância do consumo consciente. Com isso, todos saem ganhando:

o meio ambiente, os consumidores e as marcas que se comprometem com um futuro mais responsável. Assim, o *upcycling* não é apenas uma tendência passageira, mas sim um movimento que pode moldar um futuro mais equilibrado e sustentável.

Figura 13: Peça de *upcycling* finalizada pela autora



Fonte: Compilado pela autora a partir de imagens autorais, 2025.

Embora o *upcycling* ofereça diversas vantagens, é importante avaliar o consumo de energia e recursos no processo de transformação. Em alguns casos, a energia necessária para processar materiais reciclados pode ser maior do que a utilizada na produção de novos materiais. Portanto, é essencial considerar o ciclo de vida completo do produto ao planejar iniciativas de *upcycling*.

É importante ressaltar que tornar o *upcycling* um processo que possa ser reproduzido em escala apresenta diversos desafios, exigindo ajustes na cadeia produtiva para garantir padrões de qualidade e uma estética uniforme entre os produtos. Apesar disso, essa abordagem não apenas reafirma o engajamento com práticas sustentáveis, como também contribui para destacar a identidade da marca em um cenário de alta concorrência.

Segundo o site Agustina Comas (2023), Fernanda Simon, Diretora Executiva do *Fashion Revolution* Brasil e Editora de Sustentabilidade da Vogue Brasil um dos principais obstáculos enfrentados pelas marcas que adotam o *upcycling* é a dificuldade de ampliar a produção em escala. No entanto, ela já conta com estudos e pesquisas que demonstram a viabilidade de um crescimento sustentável dentro desse modelo.

O foco do estudo é a reutilização de resíduos têxteis da indústria da moda, com ênfase na criação de novos produtos a partir de peças excedentes ou que permaneceram nos estoques. A pesquisa propõe diretrizes para esse reaproveitamento com base no método de *upcycling* desenvolvido por Agustina Comas, conhecido por permitir a produção em maior escala. Essa metodologia foi aplicada no projeto “Empreendedoras da Moda”, realizado entre 2018 e 2019 em Florianópolis, por meio da colaboração entre o Instituto Lojas Renner, a estilista Agustina Comas, o Programa Eco moda da Udesc e o Instituto Trama Ética.

Trata-se de uma pesquisa qualitativa, de caráter descritivo e aplicado, que utilizou revisão bibliográfica, observação direta das ações do projeto e entrevistas com profissionais da área. Os principais conceitos que embasam o estudo são a economia circular, o *upcycling* e a moda sustentável. Como contribuição central, o trabalho comprova que o reaproveitamento de resíduos pode ser feito de maneira escalável, tornando possível um modelo de produção mais consciente e alinhado aos princípios do *slow fashion* e da economia circular.

## 2.3.2 Prática - Zero Waste

Segundo Anicet e Rüttschilling (2013, p. 20), “O *Zero Waste* (resíduo ou desperdício zero) é uma abordagem contemporânea desde a criação, o desenvolvimento e a produção, que abrange várias metodologias que visam à prevenção e à redução de resíduos durante o processo produtivo”.

O conceito de *zero waste fashion* se refere à produção de vestimentas e acessórios que geram pouco ou nenhum resíduo em sua produção. Ele faz parte do movimento *eco fashion*, que busca eliminar ou reduzir significativamente o desperdício dos durante a fabricação dos produtos. "Além de reutilizar retalhos para fazer detalhes de peças, o designer escolhe padrões que utilizem de forma eficiente o tecido." (Ecycle, s.d)

Segundo Fletcher e Grose (2012, p. 13):

(...)Embora possa ser insignificante esses retalhos são mais que uma mera manifestação física de nosso método de corte de moldes e da nossa cadeia de desenvolvimento segmentada. De fato, isso traz uma “história oculta” de processos industriais que exploram, desviam, extraem, escavam, gastam, sugam, me descartam bilhões de quilos de recursos naturais para produzir e oferecer o tecido que é jogado o chão do ateliê.

Esta é uma abordagem de design e produção de vestuário que diminuir o impacto ambiental e criar roupas mais sustentáveis. Segundo o site Issuu (2022), para alcançar esse objetivo, a moda *zero waste* utiliza técnicas de corte e costura eficiente, sem resíduos, explorando maneiras de criar padrões que utilizam 100% do tecido, eliminando sobras e desperdício. Ela também reaproveita sobras de tecido, quando houver resíduos, invés de serem descartados são reutilizados, escolher materiais biodegradáveis ou recicláveis está dentro dos métodos do *zero waste*, tal como o design modular, que consiste na criação de peças de roupa, sapatos e acessórios que se adaptam às necessidades do usuário, desenhar a peça diretamente no manequim de costura também é um procedimento muito utilizado nesse meio.

Figura 14: Imagens de modelagem feitas com zero waste



Fonte: Compilado pela autora a partir de imagens coletadas na internet, 2025.

Conforme o site Movin (2023), a moda **zero waste** é um conceito que considera o impacto ambiental e social da produção de vestuário. Ela incentiva práticas que diminuam os danos ao meio ambiente, mas que juntamente promovam clareza com seus consumidores, como a importância da transparência e certificações na indústria da moda. A transparência é fundamental para garantir que as marcas estejam realmente cumprindo suas promessas de sustentabilidade. Certificações como a Global Organic Textile Standard (GOTS), Cradle to Cradle e Fair garantem que os produtos atendem a determinados padrões ecológicos e sociais.

Embora o movimento *Zero Waste* seja inspirador, ele também enfrenta desafios, Jensen (2015) destaca que este método além de reduzir a geração de resíduos têxteis, é um método criativo e estimulante de raciocinar o desenvolvimento de um novo produto de produção *slow fashion*, porém, o *zero waste* apresenta uma falsa simplicidade, já que necessita de uma complexa sequência operacional de costura, elevando o tempo de produção das costureiras.

Ainda existem pontos a serem trabalhados nesse método, como:

**Acessibilidade:** Os produtos sustentáveis tendem ser mais caros ou menos disponíveis em algumas áreas;

**Mudança de hábitos:** Adaptar-se ao estilo de vida *zero waste* pode exigir uma mudança significativa nos hábitos de consumo;

**Sistema de reciclagem:** Em algumas regiões, os sistemas de reciclagem são ineficientes ou inexistem, dificultando a redução de resíduos;

**Encontrar fornecedores e parceiros:** Também é uma dificuldade, já que as empresas de vestuário precisam encontrar parceiros e fornecedores que estejam comprometidos com a sustentabilidade;

**Capacitação de profissionais:** Quase não há profissionais capacitados para atender às demandas de um mercado sustentável;

**Transparência da cadeia de suprimentos:** Muitas empresas não mantêm a transparência com seus consumidores em relação a produção, transporte, emprego e outras práticas dos fornecedores;

**Acesso à informação:** Os consumidores não têm um acesso fácil a informações sobre o impacto ambiental e social da fabricação e distribuição dos produtos.

Neste contexto, o método *zero waste* torna-se desafiador, entretanto a moda *zero waste* representa um passo importante na direção de um futuro mais sustentável e consciente. Ao adotar essa abordagem, contribuimos para reduzir o impacto ambiental da indústria da moda e promovendo a economia circular. "Com marcas e designers inovadores liderando o caminho e a tecnologia ajudando a desenvolver soluções cada vez mais sustentáveis, a moda *zero waste* está se tornando uma escolha cada vez mais atraente para quem deseja unir estilo e responsabilidade." (Movin, 2023).

Figura 15: Peça de zero wast em desfile de moda



Fonte: @Guzangs<sup>6</sup>

"Os produtos de Moda devem contribuir para um desenvolvimento positivo e bem-estar dos ecossistemas e sociedades e seu ciclo de vida não deve causar nenhum impacto negativo socioambiental " (Issuu, 2022). E essas é umas das estratégias necessárias para permitir uma vida longa e maximizar a circularidade de produtos e materiais na sociedade.

## 2.3.3 Prática - Redesign

O *redesign* é uma prática crescente dentro da indústria da moda, fundamental para a construção de um futuro mais sustentável e consciente. Em essência, o *redesign* refere-se à prática de modificar, repensar e transformar peças de vestuário ou acessórios já existentes, renovando-as para um novo propósito, estilo ou funcionalidade. Ao incorporar o *redesign* dentro de uma abordagem sustentável, é possível minimizar o impacto ambiental da indústria da moda, que é uma das mais poluentes do planeta.

Segundo Saffer (2009), no Livro *Designing for Interaction* de Dan Saffer, explora os princípios do design de interação e como reinventar produtos e experiências. A busca por desenvolver produtos têxteis sustentáveis com o menor desperdício possível de materiais na produção das peças é o grande motivador para a descoberta destes novos modelos de produção. "E o design aparece como resposta, e mais do que ser uma "mega" tendência, conceber peças sem geração de resíduos impede o seu descarte excessivo que acontecem diariamente" (Issuu, 2022). Portanto, o design de produtos é um grande aliado nesse processo, pois a fase de concepção é muito relevante, vale ressaltar a importância de pensar no objetivo e na função de cada peça que será desenvolvida.

### O que é o Redesign?

O *redesign* na moda é a prática de pegar um produto existente e reformulá-lo, seja através da alteração de seu design, da adaptação de seus materiais ou da transformação de sua forma ou funcionalidade. Ao contrário da produção convencional, que geralmente envolve a criação de novos produtos a partir de matérias-primas, o *redesign* busca a reutilização e a reinvenção de peças que já foram produzidas. Essa prática pode ocorrer em diferentes níveis, desde ajustes simples, como a modificação de uma peça para torná-la mais moderna, até transformações complexas que resultam em uma peça completamente diferente, mas ainda assim funcional e estilisticamente coerente.

Essa prática não apenas reduz o desperdício de recursos, mas também minimiza a quantidade de resíduos que seria gerada ao descartar itens de vestuário.

Em um contexto de consumo excessivo e descartável, o redesign representa uma alternativa consciente que pode ser aplicada tanto por grandes marcas quanto por pequenos designers ou consumidores individuais.

Figura 16: Moodboard de redesign



Fonte: Compilado pela autora a partir de imagens coletadas na internet, 2025.

## O Redesign e a Sustentabilidade

O *redesign* se conecta profundamente com os princípios da moda sustentável, que visam reduzir os impactos negativos da indústria sobre o meio ambiente e a sociedade. No contexto sustentável, o *redesign* envolve práticas que favorecem a reutilização de materiais, o prolongamento da vida útil das peças e a diminuição da necessidade de novos recursos para a produção de vestuário. Esse processo pode ser realizado de diversas maneiras, tais como:

**Customização e Personalização:** O *redesign* também pode ocorrer por meio da customização de peças existentes. Técnicas como bordados, aplicações de patches, tingimento e estampas podem ser usadas para dar um novo visual a roupas antigas, aumentando sua longevidade e tornando-as únicas.

Figura 17: Exemplos de *redesign* feitos com pintura ou bordado



Fonte: Compilado pela autora a partir de imagens coletadas na internet, 2025

**Reutilização de Tecidos e Materiais:** Uma das formas mais comuns de *redesign* sustentável é a reutilização de tecidos e materiais de peças antigas ou descartadas. Ao reaproveitar esses materiais e acrescentar em uma peça já existente,

como por exemplo, colocar uma sobra de renda na barra de um vestido ou reutilizar algum material velho encontrado como miçangas e aviamentos para dar um toque a mais no visual da peça, o designer pode reduzir o impacto ambiental gerado pela produção de novos tecidos, economizando água e energia, e evitando o uso de substâncias químicas prejudiciais ao meio ambiente. O processo pode incluir a combinação de diferentes materiais para criar uma peça única.

Figura 18: Exemplos de *redesign* feitos com pintura ou bordado



Fonte: Compilado pela autora a partir de imagens coletadas na internet, 2025.

Diferença entre *redesing* e *upcycling*: Embora parecidos o *redesing* e o *upcycling* vão em caminhos completamente diferentes, enquanto o *upcycling* tem como objetivo criar uma peça nova a partir da reutilização de uma peça antiga, o redesenho tem como objetivo transformar a peça para agregar valor à ela sem necessariamente desconstruí-la, mas mantendo a essência original da peça. Porém todas essas transformações permitem que as roupas continuem sendo usadas por mais tempo, evitando que sejam descartadas prematuramente.

A criatividade nunca foi tão importante e o design se tornou uma ferramenta essencial para a construção de futuros mais sustentáveis por meio de uma abordagem circular e inovadora a partir de um novo olhar sobre materiais e processos.

## 3 PESQUISA DE MERCADO VENTANA

Neste capítulo vamos abordar a pesquisa de mercado da marca Ventana, para compreender a sua história, identidade, seus produtos e seu público-alvo, essa parte é uma ferramenta essencial para explorar a marca, e através de uma análise detalhada do mercado, buscamos entender a percepção do consumidor, as tendências do setor e o posicionamento da Ventana.

### 3.1 HISTÓRICO E IDENTIDADE

De acordo com FFW (2021), a história da Ventana começou em 2012, quando ainda se chamava "La Pergunta" e funcionava como um brechó. Com o passar do tempo, o projeto foi se transformando até, em 2020, ganhar forma como uma marca de moda autoral. Essa virada nasceu de um incômodo com o ritmo acelerado da indústria e o excesso de descartes — e, ao mesmo tempo, de uma vontade sincera de fazer diferente. Sediada em Santa Catarina, a Ventana é conduzida por Brenda Peixoto e Pamela Moreira, e tem como essência a criação de roupas únicas, feitas a partir de tecidos esquecidos e materiais que iriam parar no lixo. A alma do projeto vem das lembranças de Gabrielle Pilotto, fundadora e diretora criativa, que cresceu vendo sua mãe e avó — ambas costureiras — darem nova vida a tecidos com criatividade e afeto, como quando transformavam cortinas em vestidos de festa. Com esse mesmo espírito, a Ventana propõe um design que vai além das tendências, ressignificando o valor da peça usada e mostrando que a moda pode, sim, ser feita com mais propósito e cuidado.

Desde o início, a marca se propôs a oferecer uma alternativa sustentável e estilosa, combinando o *upcycling* com o design contemporâneo. Essa visão permitiu que a Ventana ganhasse reconhecimento por suas práticas inovadoras e criativas no reaproveitamento de roupas. Ao longo do tempo, a marca se consolidou com uma identidade forte, sendo procurada por jovens e adultos, que não só buscam estilo, mas também se preocupam com a origem e impacto de suas escolhas de moda.

Com uma produção limitada e cuidadosa, Ventana entrega peças exclusivas e carregadas de significado, mantendo uma conexão genuína com seu público-alvo.

A identidade da Ventana está profundamente ligada à sustentabilidade, *design* criativo e à valorização da história por trás de cada peça. Suas coleções cápsula transformam peças antigas em itens novos, trazendo um olhar moderno e sofisticado para o *upcycling*. A estética das roupas da Ventana combina simplicidade com detalhes elaborados, focando em cortes refinados e na reutilização de tecidos de alta qualidade.

Figura 19: - Coleção de SPSW



Fonte :<sup>7</sup> FFW.com.br, 2024.

A marca também tem uma abordagem ética e transparente em sua cadeia de produção, promovendo o *slow fashion* e incentivando práticas de consumo mais conscientes. Essa conexão entre o *design* sustentável e a produção artesanal reforça sua missão de criar moda que dure, tanto em termos de estilo quanto de impacto ambiental.

---

<sup>7</sup> <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/radar-ffw-novidades-da-moda-nacional-entre-18-a-2406/>

## 3.2 MARKETING MIX

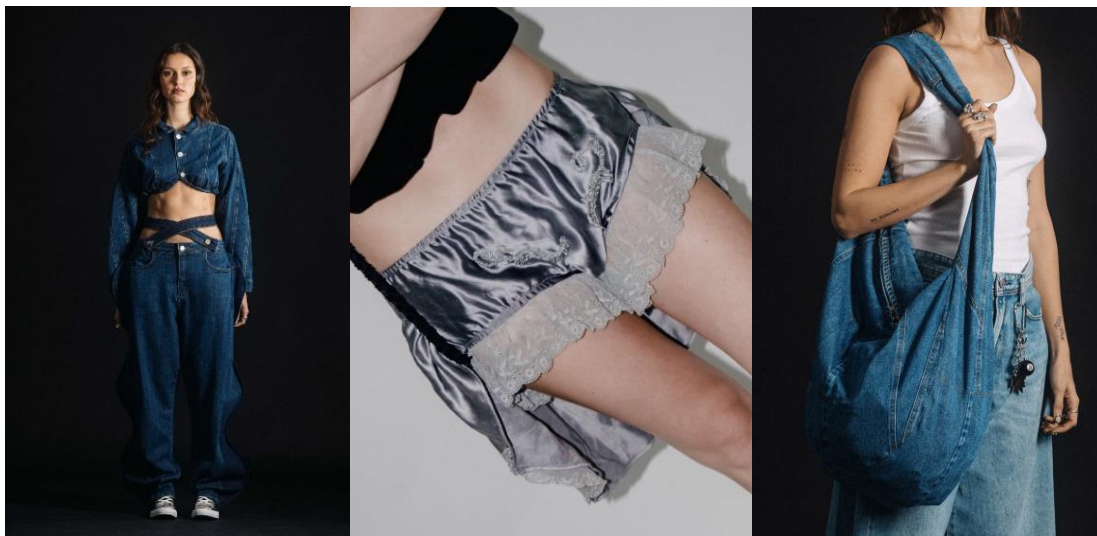
O *Marketing Mix*, popularizado por Philip Kotler no clássico *Conceito de Marketing* (2000, p. 27), afirma que “*Marketing* é um processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros”. Sendo também uma estrutura usada para desenvolver estratégias e ajudar as empresas a competirem no mercado. No setor de moda, o conceito de produto vai além da funcionalidade — ele representa um conjunto de atributos estéticos e emocionais que se conectam ao estilo de vida dos consumidores. As marcas devem criar produtos que não apenas atendam a uma demanda prática, mas que também expressem identidade.

## 3.3 PRODUTO

De acordo com informações do site oficial da marca, a Ventana oferece uma ampla gama de produtos majoritariamente voltados para o público feminino. Entre os itens mais frequentes nas coleções estão shorts, bermudas, minissaias, calças, *cropped*s, blusas, jaquetas, blazers, corseletes, vestidos, bolsas e até mesmo peças íntimas como calcinhas. Essa diversidade não se limita apenas à modelagem ou às categorias de produtos, mas se reflete também na proposta única de cada peça.

Um dos principais diferenciais da Ventana está justamente na exclusividade: cada criação é única, fruto do reaproveitamento criativo de retalhos e materiais que seriam descartados. Essa abordagem confere às roupas um caráter autêntico, artesanal e cheio de identidade, agregando valor emocional e simbólico ao produto. Além disso, o design das peças é cuidadosamente pensado para equilibrar estética contemporânea com responsabilidade ambiental, mostrando que é possível unir moda, estilo e sustentabilidade de forma harmônica. A marca não apenas veste, mas também conta histórias por meio de suas criações, convidando o consumidor a repensar a maneira como se relaciona com o vestuário.

Figura 20: Fotos de peças da ventana



Fonte: useventana.com, 2024. <sup>8</sup>

**Características:** As roupas são feitas com materiais reaproveitados, resultando em peças exclusivas e limitadas. Isso dá um caráter de raridade ao produto, o que o diferencia no mercado.

**Design:** O *design* é inovador e tem como objetivo transformar as roupas antigas em peças novas, sofisticadas e modernas, atendendo a um público que valoriza a estética e a sustentabilidade.

**Durabilidade:** A marca também foca na qualidade e durabilidade das peças, promovendo uma moda consciente que vai além das tendências passageiras e se destaca pela longevidade dos itens.

---

<sup>8</sup> [https://useventana.com/?srsltid=AfmBOopMOq9J5CUs\\_CmQKBo7G5TU4dKMSAobX-juqZs\\_CDj8PB7ASalH](https://useventana.com/?srsltid=AfmBOopMOq9J5CUs_CmQKBo7G5TU4dKMSAobX-juqZs_CDj8PB7ASalH) Acesso em: 10/10/24

## 3.4 ELEMENTOS DE DESIGN – TEXTURAS – FORMAS – CORES – MATERIAIS

Como os produtos da marca Ventana tem o foco na sustentabilidade, eles são cuidadosamente projetados com elementos de design, texturas, formas, cores e matérias, que refletem essa filosofia. Os principais elementos de design presentes nas criações da Ventana são:

### TEXTURAS

As texturas nas peças da Ventana variam, pois são fortemente influenciadas pelos tecidos reutilizados nas transformações. A marca valoriza a sensação tátil das roupas, buscando combinar materiais diversos para criar novas experimentações.

Figura 21: Texturas e combinações da marca



Fonte: usevrentan.com, 2024<sup>7</sup>

**Texturas Naturais:** Tecidos de algodão, linho e jeans podem apresentar texturas naturais que são macias e duráveis, e que são mantidas, evidenciando a qualidade e a autenticidade das peças.

**Mistura de Texturas:** É comum ver combinações de tecidos mais rígidos, como denim ou sarja, com tecidos mais leves, criando um contraste visual e tátil que agrega valor às peças.

Texturas Recicladas: Algumas roupas podem apresentar texturas que carregam histórias, como desgaste natural, marcas ou tingimentos feitos à mão, o que reforça o conceito de reaproveitamento.

## FORMAS

As formas utilizadas nas criações da Ventana são projetadas e transformadas, sem perder o caráter já existente na peça, e trazendo inovação e contemporaneidade.

Figura 22: Roupas com formas



Fonte: useventan.com, 2024<sup>9</sup>

Cortes Assimétricos: Muitas peças têm cortes assimétricos e fluídos, que criam um visual moderno e descontraído. Esses cortes adicionam movimento às roupas, refletindo a transformação das peças em algo mais leve e fluido.

---

<sup>9</sup> [https://useventana.com/?srsltid=AfmBOopMOq9J5CUs\\_CmQKBo7G5TU4dKMSAobX-juqZs\\_CDj8PB7ASalH](https://useventana.com/?srsltid=AfmBOopMOq9J5CUs_CmQKBo7G5TU4dKMSAobX-juqZs_CDj8PB7ASalH) Acesso em: 10/10/24

**Silhuetas Relaxadas:** A Ventana pode adotar formas mais amplas e soltas, proporcionando conforto e flexibilidade às roupas. Peças *oversized* ou com ajustes inteligentes, como cintos ou faixas, ajudam a moldar o corpo sem perder a essência original da peça.

**Estruturas e Recortes:** A marca pode explorar recortes estratégicos, que evidenciam partes do corpo de forma delicada, ao mesmo tempo em que mantêm a sofisticação e o estilo.

## CORES

As cores nas criações da Ventana, variam de cores vibrantes até cores neutras, porém são, em sua maioria, determinadas pelos materiais reutilizados, mas seguem uma paleta coerente com a identidade da marca, que valoriza o natural e o orgânico.

Figura 23: *Moodboard* de variação de cores



Fonte: Compilado pela autora a partir de imagens coletadas na internet, 2024.

**Tons Neutros:** Cores como branco, bege, cinza e preto são comuns, já que remetem à atemporalidade e versatilidade, fundamentais para o conceito de moda duradoura.

**Cores Terrosas:** A marca pode utilizar cores que remetem à natureza, como verdes, marrons e ocre, reforçando a conexão com o meio ambiente e a sustentabilidade.

**Cores Suaves e Desbotadas:** Algumas peças podem apresentar cores suavemente desbotadas, derivadas do desgaste natural das roupas reaproveitadas, o que reforça o conceito de autenticidade e história por trás de cada produto.

**Cores fortes e vibrantes:** Cores como azul, vermelho, rosa e amarelo também são exploradas pela Ventana, consolidando ainda mais as características atemporal e jovem da marca.

## MATERIAIS

Os materiais utilizados nas criações da Ventana são escolhidos com base na sustentabilidade e no reaproveitamento, já que todas as peças são feitas a partir do *upcycling*, valorizando tecidos de alta qualidade e durabilidade.

Figura 24: *Moodboard* de materiais



Fonte: Compilado pela autora a partir de imagens coletadas na internet, 2024

**Tecidos Reciclados:** A principal matéria-prima da Ventana são tecidos reaproveitados de roupas masculinas e femininas, como camisas de algodão, regatas, jaquetas e calças jeans, blazers, entre outros. Esses materiais são selecionados por sua qualidade e capacidade de transformação.

**Materiais Naturais:** Algodão, seda, linho, lã e outras fibras naturais são predominantes nas coleções, pois conseguem se alinhar ao propósito de criar uma moda mais consciente e ecológica.

**Jeans:** O denim é frequentemente reutilizado nas criações da Ventana, sendo um material altamente versátil e simbólico dentro do *upcycling*, podendo ser transformado em diversas peças femininas e masculinas, como saias, jaquetas ou vestidos.

**Tecidos Sintéticos Reaproveitados:** Em alguns casos, tecidos sintéticos também podem ser reutilizados, como poliéster e nylon, especialmente quando o objetivo é criar peças mais estruturadas e resistentes.

### 3.5 PREÇO

O preço na Ventana reflete a exclusividade e a complexidade do processo de *upcycling*, além do foco em práticas sustentáveis. De acordo com pesquisas feitas pelo site oficial da Ventana, seus preços variam de 60,00 a 2.988,00 dependendo de cada produto.

Figura 25: *Moodboard* de preço



Fonte: Compilado pela autora a partir de imagens coletadas na internet, 2024.

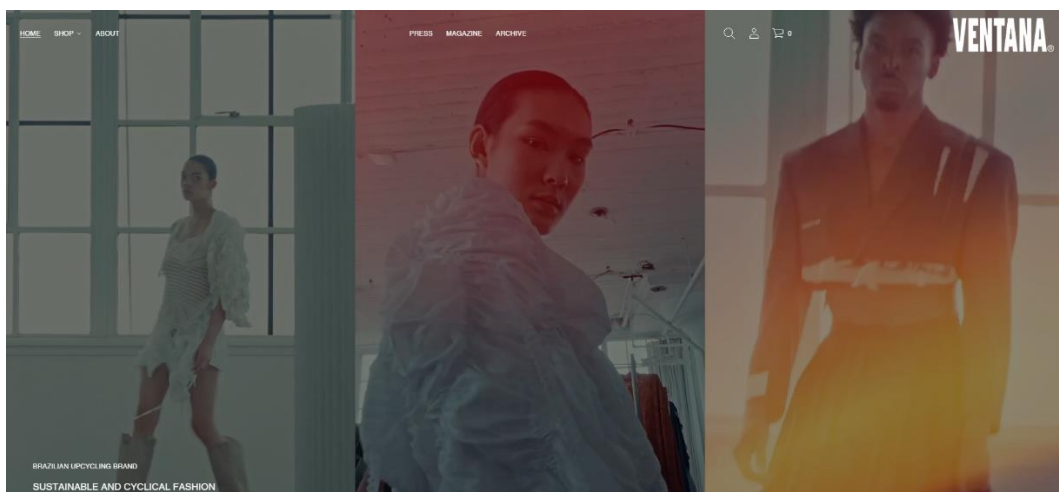
Estratégia de Preço: A marca segue uma estratégia de precificação *premium* ou *semi-premium*, uma vez que oferece peças únicas e de alta qualidade, que passam por um processo de transformação manual. O valor não está apenas nos materiais, mas também no tempo e esforço investido na criação.

Percepção de Valor: O consumidor da Ventana está disposto a pagar mais por produtos que são ambientalmente conscientes e exclusivos. Isso reforça a imagem da marca como uma alternativa para quem deseja consumir de forma ética e consciente, sem renunciar ao estilo.

### 3.6 PRAÇA (DISTRIBUIÇÃO)

A Ventana utiliza canais de distribuição selecionados e estrategicamente posicionados para atingir seu público-alvo.

Figura 26: *Print* do site da marca



Fonte: useventana.com, 2024<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> [https://useventana.com/?srsltid=AfmBOopMOq9J5CUu\\_CmQKBo7G5TU4dKMSAobX-juqZs\\_CDj8PB7ASalH](https://useventana.com/?srsltid=AfmBOopMOq9J5CUu_CmQKBo7G5TU4dKMSAobX-juqZs_CDj8PB7ASalH) Acesso em: 20/10/24

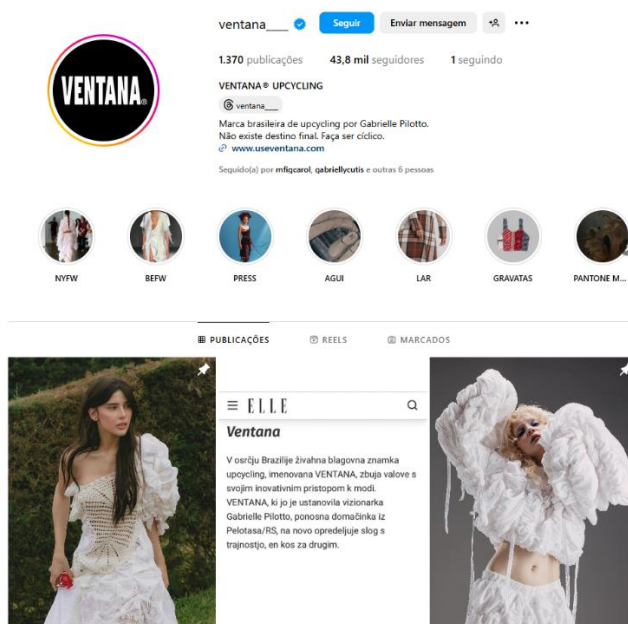
**Canais de Distribuição:** A marca opta por uma venda majoritariamente online, com uma loja virtual própria, o que facilita o alcance de consumidores em diferentes localidades.

**Pontos de Venda:** A marca por enquanto não tem loja física, então o seu ponto de venda é online, pelo site da marca e pelo Instagram onde eles fazem bastante marketing da marca, o Instagram também está vinculado ao site da Ventana.

## 3.7 PROMOÇÃO

A promoção da Ventana reflete os valores da marca, a estratégia de comunicação é focada em educar o público sobre o impacto positivo do *upcycling* e em destacar a singularidade das peças.

Figura 27: Foto do Instagram da Ventana



Fonte: @ ventana.com<sup>11</sup>

<sup>11</sup> [https://useventana.com/?srsltid=AfmBOopMOq9J5CUu\\_CmQKBo7G5TU4dKMSAobX-juqZs\\_CDj8PB7ASaH](https://useventana.com/?srsltid=AfmBOopMOq9J5CUu_CmQKBo7G5TU4dKMSAobX-juqZs_CDj8PB7ASaH) Acesso em: 20/10/24

**Canais de Comunicação:** A Ventana utiliza plataformas digitais como redes sociais (Instagram, Twitter) para mostrar o processo de transformação das peças, compartilhar histórias por trás das roupas e envolver o público com conteúdo visual atraente.

**Conteúdo:** A comunicação da Ventana é focada no *storytelling*, destacando a história por trás de cada peça, como os materiais foram reaproveitados, e a importância de um consumo mais consciente. Isso cria uma conexão emocional com o consumidor e fortalece o posicionamento da marca no mercado de moda sustentável.

**Promoções** As promoções são focadas em datas como o "*Fashion Revolution Week*" ou campanhas de conscientização sobre o impacto ambiental da moda reforçam o engajamento com consumidores que buscam mudar seus hábitos de consumo. A marca utiliza também temporadas de *sale* (promoções) de peças específicas em seu site.

### 3.8 PÚBLICO E PERSONA

Ao observar as redes sociais e as estratégias de *marketing* da Ventana, percebemos que o seu público-alvo é composto por jovens adultos de 25 a 40 anos, com uma renda média alta, que valorizam a sustentabilidade e buscam alternativas ao *fast fashion*. Eles estão atentos às tendências e apreciam produtos que combinam design e funcionalidade, que valorizam o consumo consciente e buscam um estilo de vida sustentável.

Seu público está formado por consumidores que se preocupam com o impacto ambiental e social de suas escolhas de moda, priorizando marcas que adotam práticas éticas, como o *upcycling*, *zero waste* entre outras práticas. É um público que prefere peças que carregam história e propósito. Se interessam por design, arte e cultura, vendo o *upcycling* como uma forma de expressão criativa.

O design exclusivo e inovador da Ventana, atrai clientes que valorizam a originalidade. São consumidores buscam roupas únicas, que vão além das tendências passageiras e se destacam por sua autenticidade e exclusividade. O público da Ventana deseja peças de qualidade, com durabilidade, que ofereçam valor estético e ético ao mesmo tempo.

Figura 28: Moodboard do público alvo



Fonte: Compilado pela autora a partir de imagens coletadas na internet, 2025.

Além de exclusividade, o público da Ventana espera transparência, com informações claras sobre a origem dos materiais e o impacto da sua produção. Eles preferem investir em produtos duráveis e são atraídos por experiências que vão além da compra, como *workshops* e histórias por traz de suas peças, refletindo sua busca por um consumo mais significativo e alinhado a seus valores.

Seus consumidores geralmente vivem em centros urbanos e têm um estilo de vida moderno, onde equilibram trabalho, lazer e um forte interesse por arte, cultura e

questões sociais. Estão sempre atentos às novidades no mundo da moda sustentável e conectam-se emocionalmente com as histórias por trás das roupas que compram. Além do estilo, elas buscam uma conexão com o processo de criação das peças, valorizando o *storytelling* da Ventana, que revela o reaproveitamento de materiais e a transformação criativa de roupas antigas.

Em resumo, o público-alvo da Ventana é composto por pessoas urbanas, de espírito consciente e engajado, que veem a moda como uma extensão de seus valores, que desejam consumir produtos que reflitam um compromisso com a sustentabilidade e que, ao mesmo tempo, ofereçam exclusividade, estilo e uma conexão emocional.

## PERSONA

A construção da persona da marca Ventana foi baseada em toda pesquisa de público-alvo, como também do perfil no Instagram. Foram considerados critérios que representam os interesses, comportamentos e valores do público-alvo. Durante as análises, foram selecionados aqueles que mantêm um engajamento frequente com temas ligados à consumo consciente, moda circular, customização, *upcycling* e às tendências da moda sustentável. Analisamos o seu público-alvo, buscando de acordo com os padrões de comportamento com os princípios da Ventana.

Após a realização da pesquisa de público, identificamos que a maior parte dos consumidores da Ventana é composta por mulheres que valorizam tanto a estética quanto a responsabilidade socioambiental. A partir desses dados, desenvolvemos a persona Marina Oliveira, uma mulher de 28 anos, formada em *Design*, que representa com precisão os valores e desejos do nosso público. Marina é uma jovem criativa, urbana e consciente, que ama a natureza, os animais. É profundamente conectada com a moda, sem deixar de lado as questões que envolvem sustentabilidade e consumo responsável.

Figura 29: *Moodboard* da persona



Nome: Marina Oliveira  
Idade: 28 anos  
Profissão: Designer gráfica freelancer  
Localização: Belo Horizonte (MG)  
Formação: Graduada em Design de Moda, com interesse por artes visuais e cultura alternativa  
Estilo de vida: Sustentável, criativa, independente  
Comportamento de consumo:  
Prefere comprar de pequenas marcas autorais e sustentáveis  
Gosta de peças exclusivas e com história  
Faz brechó, troca roupas com amigas e customiza peças antigas  
Usa moda como forma de expressão e posicionamento social  
Está disposta a pagar um pouco mais por produtos com propósito  
Canais favoritos: Instagram, Pinterest, newsletters de marcas independentes, eventos culturais locais  
Valores:  
Consumo consciente  
Representatividade e autenticidade  
Resgate de memórias e histórias através da roupa  
Combate ao desperdício e à lógica do *fast fashion*  
Frase que define Marina:  
"Minha roupa precisa dizer quem eu sou, de onde venho e o que eu acredito."

Fonte: Compilado pela Autora ,2025

Embora se preocupe com estilo e goste de se vestir de forma autêntica, ela evita o consumo impulsivo e busca alternativas que prolonguem o ciclo de vida das roupas. Reutiliza, reinventa e compartilha peças do seu guarda-roupa, seja por meio de doações ou customizações criativas, expressando seu compromisso com um modo de vida mais ético e circular. Marina vê a moda como um meio de expressão pessoal, mas também como uma ferramenta de transformação social e ambiental, acredita que vestir-se é também um ato político. Costuma reparar nos acabamentos, nos tecidos, na origem das peças e no propósito das marcas que consome. Ela entende que participar de um movimento de moda que vai além da estética, refletindo um estilo de vida comprometido com o futuro do planeta — uma visão totalmente alinhada com a proposta da Ventana.

A definição desses critérios possibilitou a construção de um perfil aprofundado e alinhado com os valores e objetivos da marca Ventana, garantindo que a comunicação e os produtos sejam estrategicamente direcionados ao público ideal. Com base nos dados obtidos na pesquisa de público e em suas preferências, daremos início ao desenvolvimento da coleção, unindo conceito e prática por meio de experimentações que fundamentarão a criação de peças autênticas e coerentes com a identidade da Ventana.

## 4 COLEÇÃO - METAMORFOSE

O presente capítulo aborda o desenvolvimento de minicoleção. O processo criativo da coleção se baseia na reinterpretação de materiais usados com foco na sustentabilidade e inovação. Foi realizada a curadoria dos materiais, envolvendo uma seleção cuidadosa de tecidos e componentes que, ao serem reconfigurados, ganham nova vida e relevância. Além disso, este capítulo também detalha todo o processo de criação, buscando novas formas de aplicação e combinação de materiais, a fim de criar peças únicas que aliam estética e consciência ambiental.

A etapa inicial consistiu na coleta e curadoria dos materiais, resultando em um catálogo de peças que serviram como referência e inspiração para a criação dos modelos. Esse levantamento foi essencial para a definição da paleta de cores, seleção de tecidos e escolha dos aviamentos. A partir desse material, foram desenvolvidos os croquis, guiados pelo *moodboard* da coleção. Na sequência, foi iniciado o processo criativo, que deu origem às experimentações práticas com os materiais coletados.

Com base nos croquis, foram elaborados os desenhos técnicos, acompanhados de fichas de desenvolvimento que detalham os tecidos reaproveitados, os acabamentos, as cores e os aviamentos escolhidos para cada *look*.

Após esse processo de criação e testes, foi confeccionado o protótipo final, e por fim, a realização de um editorial de moda, que apresentou visualmente o resultado da proposta de metamorfose das peças.

## 4.1 CONCEITO DA COLEÇÃO

A proposta desta coleção é baseada no princípio da reutilização de peças masculinas, com o objetivo criar uma minicollection para a Ventana que se maximiza o aproveitamento das roupas que seriam descartadas e que se minimiza a geração de resíduos, tudo isso através do método do *upcycling*. Esse compromisso com a sustentabilidade fortalece os valores da marca Ventana, ao mesmo tempo que responde à crescente demanda por práticas mais responsáveis e conscientes dentro da indústria da moda.

Assim, surgiu o conceito da coleção —Metamorfose, na qual peças masculinas que estão fora de uso, serão transformadas em novos itens, representando uma transformação drástica, mas que preserva a identidade original da peça, seja uma bermuda, blusa ou outro item reconfigurado. Esse processo cria uma narrativa visual, reforçando o conceito de continuidade e reconstrução. As variações de cores entre os materiais, bem como suas diferentes modelagens, e suas marcas de uso, mostram a história de cada peça antes da sua transformação. A escolha de manter alguns aspectos da identidade visual de cada peça utilizada, acrescenta um toque de significado à coleção, resultando em peças únicas e carregadas de significado. Cada item reflete a sua individualidade e essência através das peças reutilizadas.

Esse diálogo entre passado e presente, entre o antigo e o reinventado, dá origem a uma estética autêntica e imperfeita, que valoriza a memória têxtil e a história contida em cada costura. A coleção Metamorfose propõe, portanto, não apenas uma mudança material, mas também uma transformação de olhar — tanto por parte de quem cria quanto de quem consome.

Figura 30: Painel da coleção Metamorfose



Fonte: Compilado pela autora a partir de imagens coletadas na internet, 2025.

Com base nesse conceito, as criações foram desenvolvidas por meio de um processo artesanal e experimental, no qual cada peça foi desconstruída e ressignificada com técnicas que respeitam sua estrutura original, mas que a elevam a um novo patamar de uso e expressão. A modelagem assimétrica, as intervenções manuais e a combinação inesperada de tecidos e texturas reforçam a identidade híbrida e inovadora da coleção.

Mais do que vestuário, essas criações se tornam veículos de consciência, convidando o público a refletir sobre os ciclos da moda, o consumo excessivo e a potência do reaproveitamento criativo. Ao transformar o que seria descartado em algo novo e desejável, Metamorfose concretiza o propósito da Ventana de unir moda, propósito e sustentabilidade — costurando novas possibilidades para o futuro.

Em seguida, iniciaremos a seleção dos materiais e a fase de criação da coleção.

## 4.2 CURADORIA

A curadoria de materiais utilizados neste projeto foi realizada de forma consciente e estratégica, priorizando o reaproveitamento de peças masculinas já existentes. Focando na ressignificação das roupas de uma forma criativa, a seleção dos materiais teve papel essencial no desenvolvimento da coleção.

As peças foram garimpadas no brechó da minha mãe, Lucilia Maria, localizado na Rua São Januário, nº 933, o que facilitou o processo de pesquisa, escolha e análise das roupas, permitindo visitas frequentes e um olhar mais atento às possibilidades de transformação. A proximidade com o espaço e o fácil acesso aos acervos também contribuíram para uma curadoria mais cuidadosa e conectada com a proposta inicial do projeto.

O objetivo da coleção é desenvolver peças com uma estética voltada ao *streetwear* sustentável, mantendo o DNA da marca Ventana, que valoriza a autenticidade, o conforto e a durabilidade das peças. A curadoria resultou na seleção de:

- 2 blusas sociais masculinas
- 1 camisa polo masculina
- 3 bermudas de tactel (materiais com apelo esportivo e casual)
- 1 calça tactel
- 2 bermudas jeans

Essas peças foram escolhidas não apenas pelo potencial de reaproveitamento dos tecidos e acabamentos, mas também por apresentarem características que permitiriam contrastes e fusões interessantes entre o formal e o esportivo, típicos da linguagem *streetwear*. Durante o processo de criação, aspectos como a resistência dos tecidos, a possibilidade de desconstrução, e a presença de detalhes aproveitáveis — como bolsos, costuras e nós — foram considerados essenciais para orientar o desenvolvimento das novas peças.

Figura 31 : Fotos do material selecionado para a experimentações da coleção



Fonte: Compilado de fotos pela autora, 2025.

Além da funcionalidade e da resistência dos tecidos, a curadoria também levou em consideração os aspectos simbólicos e estéticos de cada peça. As marcas de uso, os cortes originais e até mesmo pequenos defeitos se tornaram elementos narrativos, capazes de reforçar o conceito da coleção *Metamorfose*, que propõe a transformação sem apagamento das origens. Esse respeito pela história das peças ampliou as possibilidades criativas, permitindo combinações inusitadas e uma abordagem mais intuitiva e experimental durante a construção dos modelos.

Cada escolha feita nessa etapa foi guiada não apenas por critérios técnicos, mas também pelo potencial expressivo de cada material, em sintonia com os princípios do *upcycling*. Essa curadoria foi o ponto de partida para as experimentações práticas e para o processo criativo, consolidando a base do *upcycling* aplicado de forma intencional, funcional e estética.

## 4.3 PROCESSO CRIATIVO

O processo criativo da coleção Metamorfose foi inspirado na técnica de *upcycling* para roupas *streetwear* - *acertar*, de maneira que as peças tenham o seu estilo e mantenham sua essência, porém atendendo aos valores da marca Ventana. O painel abaixo mostra as peças que inspiraram os *looks*;

Figura 32: Moodboard inspiração



Fonte: Compilado pela autora a partir de imagens coletadas na internet, 2025.

Figura 33: Moodboard inspiração



Fonte: Compilado pela autora a partir de imagens coletadas na internet, 2025.

A criação da coleção é uma junção das tendências globais pesquisadas na plataforma WGSN, dentro do viés de sustentabilidade, com o estilo e as características Ventana.

## Cartela de Cores

A cartela de cores da coleção foi definida a partir dos tons já presentes nos materiais coletados, respeitando a proposta de reaproveitamento e sustentabilidade. As roupas garimpadas serviram como base cromática inicial, à qual se somou uma pesquisa de tendências para alinhar o projeto ao cenário futuro da moda.

A partir dos tons presentes nos tecidos garimpados, foi realizada uma pesquisa de tendências para orientar a combinação de cores e alinhar a coleção às direções futuras da moda. De acordo com a Worth Global Style Network (WGSN, 2025), a temporada Primavera/Verão 2027 marca a transição do Outono/Inverno 2026/2027 com a proposta da paleta União Intencional, que harmoniza tons quentes e escuros com cinzas frios, neutros suaves e azuis clássicos. Essa proposta da WGSN contribuiu para expandir a cartela da coleção Metamorfose, permitindo integrar os tons já presentes nos materiais reaproveitados com referências contemporâneas, criando assim uma harmonia entre o passado das peças e a projeção de uma moda mais consciente e atual.

Figura 34: Paleta União intencional: paleta de cores



Fonte: WGSN, 2025<sup>12</sup>

O aspecto visual, a viabilidade e a acessibilidade das cores foram fatores determinantes. Em vez de estabelecer uma paleta fixa e limitada, a estratégia foi trabalhar com uma gama flexível de tons, juntando esses aspectos com as cores tendências foram escolhidas seguintes cores — preto, branco, cinza, coral, rosa, azul e tons jeans.

<sup>12</sup> <https://www.wgsn.com/fashion/article/67f3cbe6ed9191bec815e21c#page5> Acesso em: 18/05/2025

Figura 35: Cartela de Cores Pantone



Fonte: Pantone, 2025.<sup>13</sup>

Essa abordagem permitiu que o projeto mantivesse sua essência sustentável sem comprometer a coerência visual. O aproveitamento criativo dos tecidos disponíveis exigiu um olhar apurado para harmonizar cores e texturas, reforçando a originalidade de cada peça.

13 <https://connect.pantone.com/#/picker/update/a1087db1-0ef1-468c-b099-f26c91a4b17f?id=a1087db1-0ef1-468c-b099-f26c91a4b17f&pantoneBook=pantoneFhCottonTcx>  
Acesso em:05/05/2025

## Cartela de Tecidos

A cartela de tecidos foi definida a partir das peças coletadas, considerando a proposta da coleção e a variedade de composições necessárias. Entre os materiais selecionados, destacam-se camisas de algodão nas cores preta e coral, que reforçam o visual marcante da coleção. O tadel, em tons de laranja, cinza e azul, foi escolhido por sua leveza e maleabilidade. Já o jeans, em diferentes lavagens, oferece estrutura e resistência, permitindo técnicas como rasgos e aplicações.

Figura 36: Cartela de tecidos



## Cartela de Aviamentos

A cartela de aviamentos da coleção foi definida a partir das peças coletadas, incluindo itens reaproveitados de roupas inutilizadas ou fora de circulação no brechó da minha mãe. Aviamentos em bom estado foram retirados dessas peças para ganhar nova função no projeto. Entre os elementos utilizados, destacam-se velcros, zíperes, cadarços e argolas, todos reaproveitados ou resgatados de estoques antigos sem uso.

Figura 37: Cartela de aviamentos



Fonte: Compilado pela autora a partir de imagens coletadas na internet, 2025.

## 4.4 APRESENTAÇÃO DA COLEÇÃO

Metamorfose, é uma coleção que nasceu pelo objetivo de transformar peças masculinas em peças femininas através do método do *upcycling* com roupas reutilizadas de brecho. As peças se sobressaem pelos formatos dos recortes, rasgos e desfiados, inspirados nas peças da própria Ventana.

A seguir, será apresentado um mix de produtos que detalha as escolhas realizadas para a coleção.

### MIX DE PRODUTOS e MIX DE MODA

A coleção Metamorfose é formada por 6 *looks*, alguns com mistura de tecidos e outros com não. A escolha do mix de produtos foi orientada por uma análise dos itens disponíveis no site da marca, que indicou quais categorias mereciam maior atenção. Como resultado, a coleção inclui jaqueta, 2 coletes, saias, calças e *cropped*s, equilibrando versatilidade e variedade para atender diferentes estilos e preferências do público.

Esse planejamento também foi guiado pela proposta de potencializar o uso de todas as partes das peças e fortalecer a técnica de *upcycling*, buscando soluções criativas e sustentáveis para o reaproveitamento de materiais. Para viabilizar essa abordagem, foi necessário realizar um levantamento minucioso dos recursos disponíveis, como tipos de tecidos e paleta de cores, garantindo harmonia entre os elementos reutilizados e o design final.

Dessa forma, a coleção Metamorfose, fundamentada em planejamento estratégico, análise de mercado e práticas sustentáveis, busca ir além da resposta às demandas do consumidor — ela reafirma a identidade da marca e fortalece seu posicionamento como agente consciente dentro da indústria da moda.

O mix de produtos da coleção foi estruturado com o objetivo de expressar tanto a identidade da marca. A coleção é composta por 6 *looks*, totalizando 12 peças, com dois itens por *look*. Dentre essas 12 peças, foram desenvolvidas 6 partes de baixo, 6 partes de cima.

Das partes de baixo são 3 calças e 3 saias. Já as partes de cima são divididas em 1 jaquetas, 2 coletes 1 *puffer* e 1 social, e 3 tops.

A seleção final das peças ficou separadas em 2 de estilo vanguarda, 4 básicas e 6 peças *fashion*. Foi escolhido manter ter como foco as peças *fashion*, pois embora a marca tenha peças com design diferente, compreendemos que a *fashion* é a mais desejada pelo público em geral por seu *design* mais casual e alinhado com as tendências, sem perder sua autenticidade. Consideramos que esse tipo de produto tende a atrair um público mais específico e segmentado.

Figura 38: Tabela 1 – Planejamento do mix de moda da coleção

MIX DE MODA DA COLEÇÃO METAMORFOSE			
	Básico	Fashion	Vanguarda
Top	2	3	1
Bottom	2	3	1

Fonte: Elaborado pela autora, 2025.<sup>14</sup>

As peças básicas foram separadas de acordo com seu *design* mais comum, mas ainda mantendo as características da marca.

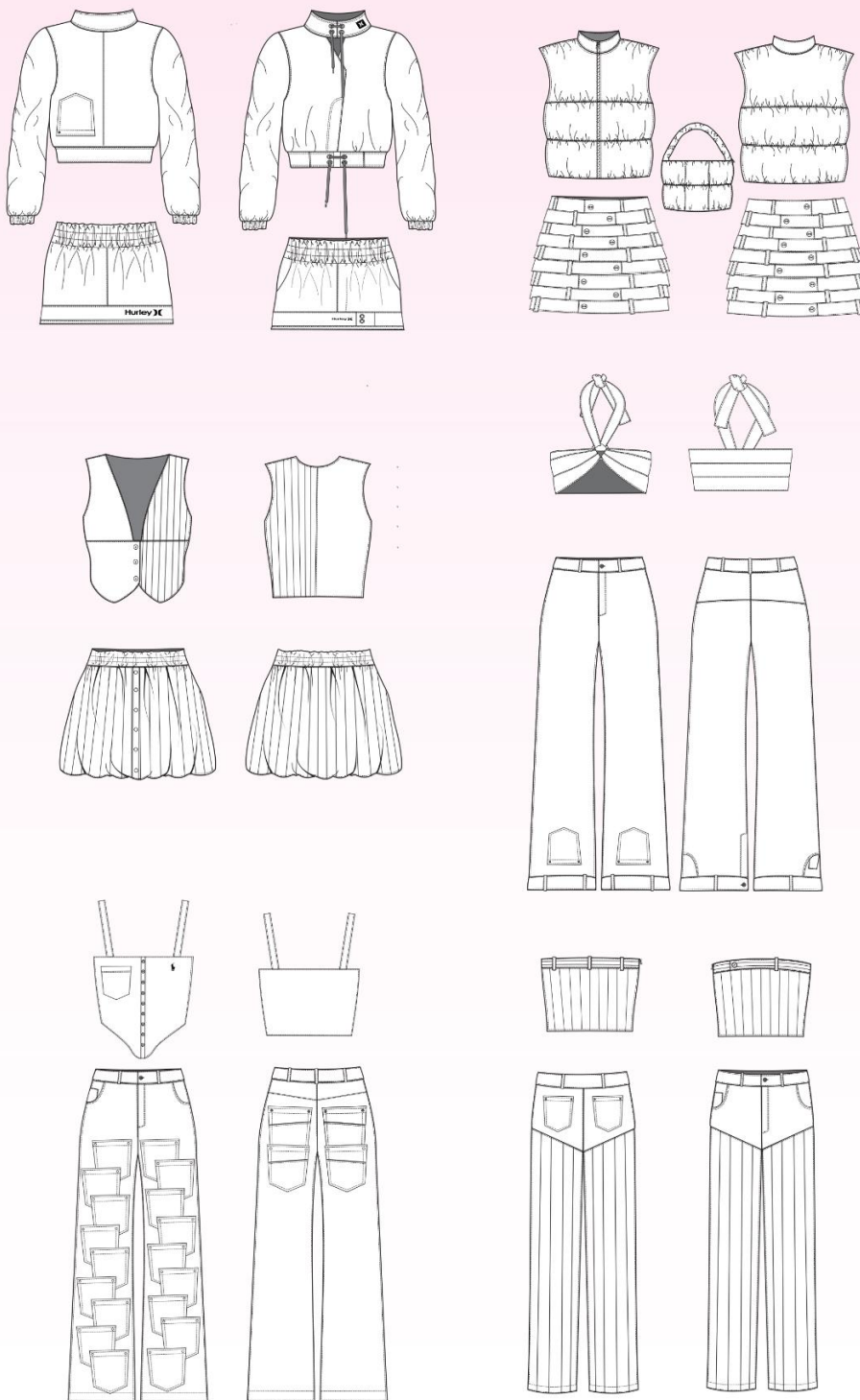
Por último, peça vanguarda reflete a originalidade da marca, que é uma parte essencial, pois fez a se destacar entre as outras. A composição dessa coleção garante equilíbrio entre a originalidade da Ventana e sua comercialidade, permitindo que a coleção dialogue com o mercado contemporâneo ao mesmo tempo em que respeita os valores e o estilo de vida do seu público-alvo.

---

<sup>14</sup>*Top* é um item de vestuário utilizado na parte superior do corpo, podendo incluir blusas, camisas, *cropped* e similares. *Bottom* corresponde às peças usadas na parte inferior do corpo, como calças, saias, shorts e bermudas. *Onepiece* refere-se a roupas inteiras, confeccionadas em uma única peça contínua que cobre tanto a parte superior quanto a inferior do corpo, como macacões e vestidos.

Figura 39: Desenhos técnicos do mix – coleção completa

## MIX DE PRODUTO COLEÇÃO COMPLETA



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Figura 40: Desenhos técnicos do mix – Top

## MIX DE PRODUTO TOP



Fonte: Elaborado pela autora, 2025

Figura 41: Desenhos técnicos do mix - *Bottom*

## MIX DE PRODUTO BOTTOM

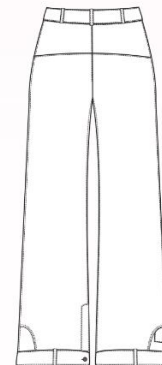
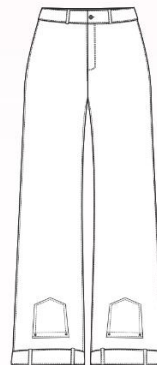
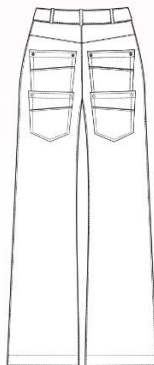
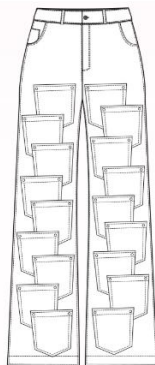
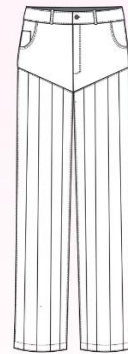
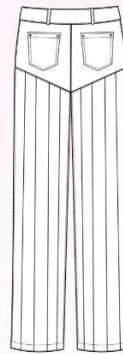
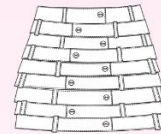
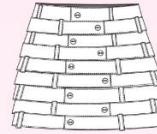
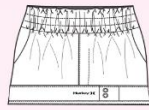
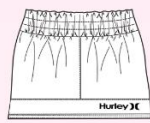


Figura 42: Croquis da coleção



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Os croquis apresentados representam visualmente os seis *looks* que compõem a coleção. Cada criação explora contrastes entre o utilitário e o feminino, com silhuetas que equilibram estrutura e fluidez, destacando texturas, cortes assimétricos, recortes e reaproveitamento criativo de tecidos como jeans, tadel e alfaiataria. A composição valoriza a originalidade das peças de origem, reinterpretadas com identidade urbana, jovem e sustentável.

A seguir, serão apresentados os detalhes técnicos de cada *look*, revelando os materiais reaproveitados, os processos de transformação e a construção de cada peça dentro da proposta da coleção.

**Tomara que caia social e Calça Combinada social:** Este *look* apresenta um top tomara-que-caia estruturado, confeccionado a partir de calça de alfaiataria masculina, combinado com recortes em jeans claro reaproveitado de bermudas. A mistura de listras e blocos de cor evidencia o contraste entre o formal e o casual, trazendo uma estética sofisticada com toque streetwear.

Figura 43: Look 1



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

**Colete *puffer* e Saia cós:** Com um visual jovem e ousado, esse conjunto é composto por um colete cropped e uma minissaia confeccionados com recortes de calças jeans e bermudas. A padronagem formada pelas costuras reaproveitadas cria uma textura única, trazendo volume e estrutura, utilizando enchimento reaproveitado, enquanto os acabamentos manuais reforçam a identidade artesanal e sustentável do look. O look é finalizado com uma bolsa feita com o mesmo material da roupa, reforçando o conceito de reaproveitamento total.

Figura 44: Look 2



**Cropped gravata e Calça invertida:** Neste *look*, o top de amarração assimétrica foi construído a partir a partir gravatas, já a parte de baixo foi desenvolvida combinando partes de calças jeans masculinas de diferentes tonalidades, onde o cós assume a função das pernas, subverte a modelagem tradicional, propondo uma leitura irreverente e conceitual;

Figura 45: Look 3



**Colete social e Saia balonê social:** Criado a partir de camisas sociais, esse *look* traz um colete desconstruído, com caimento assimétrico, combinado a uma minissaia balonê social feita com partes da camisa social reaproveitada. A assimetria e a mistura de texturas valorizam o contraste entre o original e o reconstruído, criando uma silhueta contemporânea com forte apelo visual.

Figura 46: Look 4



**Corse Polo e Calça Bolsos:** Neste visual, a parte superior utiliza uma camisa polo masculina laranja como base, transformada em um corse com recortes modernos. A calça traz recortes laterais com aplicação de bolsos reaproveitados, criando um efeito gráfico e dinâmico. Esse *look* é uma fusão entre a estética funcional e o estilo urbano.

Figura 47: Look 5



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

**Jaqueta desconstruída e Saia Tactel:** Fechando a linha de croquis, este *look* une uma calça esportiva nas mangas e mais de uma bermuda tactel na parte do meio da jaqueta e gola, compondo uma sobreposição contrastante. A minissaia preta com recorte frontal assimétrico, com aplicações de cós, reforça a ideia de transformação e desconstrução.

Figura 48: Look 6



Fonte: Elaborado pela autora, 2025.

Complementando a proposta, cada uma dessas peças apresenta recortes marcantes, formas geométricas e texturas contrastantes, reafirmando o compromisso da coleção com uma estética contemporânea e sustentável. A combinação de materiais somada ao reaproveitamento criativo, proporciona não apenas inovação visual, mas também um discurso alinhado ao *design* consciente e à moda circular.

## 4.5 EXPERIMENTAÇÕES

Para o processo de criação e desenvolvimento da peça, foi utilizado da aplicação da técnica de *draping* (modelagem tridimensional diretamente no manequim), foram realizados diversos testes com o intuito de explorar formas alternativas de construção e aproveitamento de materiais. O objetivo era transformar bermudas masculinas em uma nova peça feminina: uma jaqueta.

Figura 49 : *Moodboard* primeiras experimentações da jaqueta



Fonte: Compilado pela autora a partir de imagens autorais, 2025.

Nesse contexto, foram analisadas diferentes possibilidades de encaixe, corte e composição, respeitando os limites e características das peças originais. A experimentação resultou em duas abordagens principais: a primeira consistiu em seguir as marcações feitas diretamente no manequim durante o *draping*, permitindo uma criação mais intuitiva, orgânica e autoral, com volumes e recortes adaptados ao corpo feminino. Já a segunda abordagem buscou utilizar modelagens planejadas previamente existentes, adaptando-as às estruturas das bermudas com o objetivo de preservar ao máximo os acabamentos originais, como cós, bolsos, costuras e barras — elementos que carregam a identidade e o histórico da peça reaproveitada.

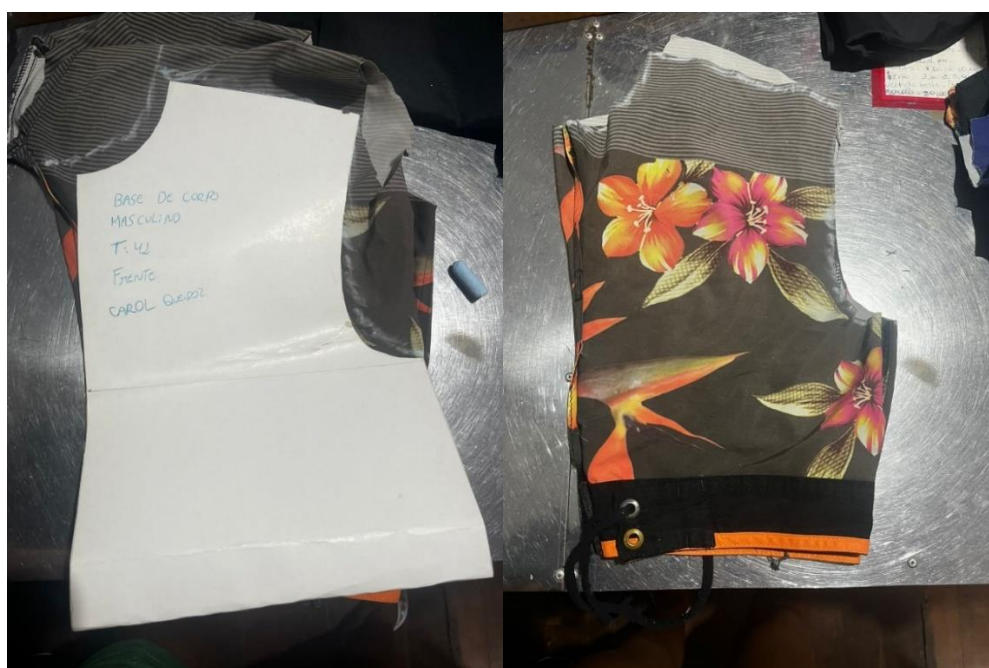
Além de usar as bermudas usamos uma calça masculina com tecido semelhante para fazer as mangas da jaqueta, e a ideia inicial era reaproveitar também as sobras dos cortes da bermuda nas mangas e punhos.

Durante o processo de construção da jaqueta surgiram alguns desafios que exigiram adaptações. Por se tratar de peças já prontas, com cortes, acabamentos e costuras pré-existentes, o processo de *upcycling* exigiu constante improvisação, testes e reestruturações.

A primeira tentativa foi a aplicação da técnica de *draping* diretamente no manequim, buscando adaptar o caimento das bermudas ao corpo. No entanto, essa abordagem mostrou-se pouco eficiente nesse caso específico, já que o tecido do tadel, por ser leve, maleável e escorregadio, não se comportou bem nas modelagens feitas diretamente no corpo tridimensional. O caimento não resultou na estrutura esperada para uma jaqueta, e o encaixe das partes tornou-se instável e impreciso.

Diante dessa limitação, foi necessário mudar a abordagem e partir para a modelagem plana, utilizando moldes técnicos como base e adaptando-os à estrutura e dimensões das bermudas disponíveis. Isso permitiu maior controle sobre as formas e facilitou o planejamento do corte, respeitando os elementos originais das peças, como bolsos, barras e costuras reforçadas.

Figura 50: Fotos do corte da bermuda na modelagem plana



Fonte: Compilado pela autora a partir de imagens autorais, 2025.

Outro desafio surgiu na tentativa de utilizar o bolso da parte traseira de uma das bermudas, que estava na região das costas da jaqueta, porém de cabeça pra baixo. Inicialmente, acreditou-se que a peça poderia ser reaproveitada integralmente, mas, ao unir as partes, percebeu-se um desalinhamento visual e estrutural que comprometia o acabamento e a simetria da peça. Para solucionar o problema, foi necessário recorrer a um remendo criativo, utilizando uma sobra da mesma Bermuda para preencher a área e corrigir o erro. Essa intervenção não apenas solucionou a falha, como também acrescentou personalidade à peça, reforçando a estética do *upcycling*, onde as marcas do processo e os ajustes feitos manualmente passam a compor a identidade do produto final.

Esses obstáculos fizeram parte de uma etapa valiosa do processo criativo, evidenciando a importância da experimentação prática, da adaptação constante e da aceitação do imprevisto como parte inerente ao desenvolvimento de peças únicas e sustentáveis.

Figura 51: Foto do desalinhamento da parte de trás



Fonte : Foto tirada pela autora,2025

Figura 52: Foto do protótipo após algumas alterações



Fonte : Foto tirada pela autora,2025

Apesar das diversas tentativas durante essa primeira etapa experimental, os resultados finais não atenderam às expectativas técnicas e estéticas previstas para a peça. Depois de Diversas alterações e recosturas o tecido já estava gasto e não apresentava mais a estrutura necessária para sustentar a forma da jaqueta e, somado aos encaixes imprecisos, o resultado ficou instável e inviável para finalização.

No entanto, essa tentativa inicial foi fundamental para o aprendizado e permitiu identificar os principais erros e limitações do material e da técnica escolhida.

Com base nessas observações, partimos para uma nova tentativa, desta vez utilizando a modelagem plana adaptada, o que garantiu maior precisão na construção da peça. A experiência anterior possibilitou antecipar desafios e evitá-los, tornando o processo mais eficiente e o resultado final mais satisfatório. A partir disso, conseguimos desenvolver uma jaqueta estruturada, com bom caimento, mantendo detalhes originais das peças reaproveitadas — como bolsos, recortes e cós — sem comprometer a funcionalidade nem a estética da criação.

Figura 53: Foto do novo prototipo alfinetado



Fonte : Foto tirada pela autora,2025

Figura 54: Foto do novo prototipo alfinetado costas



Fonte : Foto tirada pela autora,2025

Neste novo protótipo, foram utilizadas as pernas de uma calça de tadel para compor as mangas da jaqueta, aproveitando o caimento leve e esportivo do tecido. A parte superior da calça, que sobrou após esse processo, foi transformada em uma saia aproveitando o cós com elástico embutido já existente na peça, criando um conjunto coeso e funcional. Para finalizar a peça, foram aplicadas sobras de cós e recortes restantes da bermuda que havia sido transformada em jaqueta, reaproveitadas como acabamento na barra da saia.

Figura 55: Foto do novo prototipo alfinetado costas



Fonte : Foto tirada pela autora,2025

Durante as experimentações, ficou evidente que o domínio em técnicas de costura e acabamento é fundamental para a execução eficiente do processo de *upcycling*.

O resultado dessas experimentações é uma composição equilibrada entre estética streetwear e sustentabilidade, que reforça a essência da coleção Metamorfose ao transformar peças esportivas masculinas em um *look* feminino original e cheio de identidade.

Esse percurso reafirma como o *upcycling* exige flexibilidade e um olhar sensível ao imprevisto, transformando os erros em oportunidades e as limitações em soluções criativas. A peça final, portanto, não é apenas um produto de *design*, mas também o reflexo de um processo de descoberta, ajuste e reinvenção constante.

## 4.6 FICHAS DE DESENVOLVIMENTO

A elaboração das fichas de produto utilizando a técnica do *upcycling* é uma etapa fundamental que une o pensamento criativo ao planejamento técnico. Cada ficha apresenta uma descrição minuciosa das peças da coleção, evidenciando o reaproveitamento de materiais, a escolha dos aviamentos e os processos envolvidos na construção das peças. Além disso, são especificados os tamanhos, acabamentos e particularidades de cada item, garantindo a coerência com o conceito da coleção e assegurando a padronização necessária para a execução e reprodução no processo produtivo.

Figura 56: Ficha de desenvolvimento tomara que caia social

## FICHA DE DESENVOLVIMENTO

<b>PEÇA:</b> TOMARA QUE CAIA SOCIAL	<b>COLEÇÃO:</b> METAMORFOSE OUT/25	<b>CÓDIGO:</b> MA2501	<b>CROQUI</b>  
<b>DATA:</b> MAIO 2025	<b>DESIGNER:</b> CAROLINE QUEIROZ	<b>TAMANHO:</b> P	
<b>DESCRIÇÃO:</b> CROPPED TOMARA QUE CAIA FEITO APARTIR DE UMA CALÇA DE ALFAIATARIA			

**Frente**



**Costas**



CORES

PANTONE  
**19-4034 TCX**  
Sailor Blue

RGB 15 59 83  
HEX #0F3B53

TABELA DE TECIDOS					
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	QTD	TAM	FORNECEDOR
CALÇA	SOCIAL	LISTRADA	1	M	BRECHÔ CASA DE ESTER

TABELA DE AVIAMNETOS					
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	QTD	TAM	FORNECEDOR
ZIPER	ALUMINIZADO	PRETO	1	10 CM	RETIRADO DE PEÇA DE BRECHO

Figura 57: Ficha de desenvolvimento calça combinada

## FICHA DE DESENVOLVIMENTO

<b>PEÇA:</b> CALÇA COMBINADA SOCIAL	<b>COLEÇÃO:</b> METAMORFOSE OUT/25	<b>CÓDIGO:</b> MA2502	<b>CROQUI</b> 
<b>DATA:</b> MAIO 2025	<b>DESIGNER:</b> CAROLINE QUEIROZ	<b>TAMANHO:</b> P	
<b>DESCRIÇÃO:</b> PARTE DE CIMA DE UMA CALÇA JEANS COMBINADA A PERNAS DE UMA CALÇA DE ALFAIATARIA			
<p><b>Frente</b></p> 		<p><b>Costas</b></p> 	

### CORES



PANTONE  
**19-4034 TCX**  
Sailor Blue

RGB 15 59 83

HEX #0F3B53



PANTONE  
**15-4427 TCX**  
Norse Blue

RGB 76 165 199

HEX #4CA5C7

TABELA DE TECIDOS					
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	QTD	TAM	FORNECEDOR
CALÇA	SOCIAL	LISTRADA	1	M	BRECHÔ CASA DE ESTER

Figura 58: Ficha de desenvolvimento colete puffer

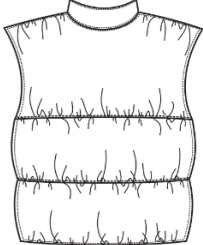
## FICHA DE DESENVOLVIMENTO

<b>PEÇA:</b> COLETE PUFFER	<b>COLEÇÃO:</b> METAMORFOSE OUT/25	<b>CÓDIGO:</b> MA2503	<b>CROQUI</b>
<b>DATA:</b> MAIO 2025	<b>DESIGNER:</b> CAROLINE QUEIROZ	<b>TAMANHO:</b> P	
<b>DESCRIÇÃO:</b> COLETE PUFFER FEITO APARTIR DE PERNAS DE CALÇA JEANS DE TONS DIFERENTES			

**Frente**



**Costas**




**CORES**



PANTONE  
**18-4434 TCX**  
Mykonos Blue

RGB 0 87 128  
HEX #005780



PANTONE  
**15-4427 TCX**  
Norse Blue

RGB 76 165 199  
HEX #4CA5C7

**TABELA DE TECIDOS**

MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	QTD	TAM	FORNECEDOR
CALÇA JEANS	PERNAS DA CALÇA	JEANS ESCURO	1	M	BRECHÔ CASA DE ESTER
CALÇA JEANS	PERNAS DA CALÇA	JEANS CLARO	1	M	BRECHÔ CASA DE ESTER

**TABELA DE AVIAMNETOS**

MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	QTD	TAM	FORNECEDOR
ZIPER	ALUMINIZADO	PRETO	1	35 CM	RETIRADO DE PEÇA DE BRECHO




Fonte: Elaborada pelo autor, 2025

Figura 59: Ficha de desenvolvimento saia cós

## FICHA DE DESENVOLVIMENTO

<b>PEÇA:</b> SAIA CÓS	<b>COLEÇÃO:</b> METAMORFOSE OUT/25	<b>CÓDIGO:</b> MA2504	<b>CROQUI</b>
<b>DATA:</b> MAIO 2025	<b>DESIGNER:</b> CAROLINE QUEIROZ	<b>TAMANHO :</b> P	
<b>DESCRIÇÃO:</b> SAIA FEITO APARTIR DE CÓS REUTILIZADOS DE CALÇAS JEANS			
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p><b>Frente</b></p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p><b>Costas</b></p>  </div> </div>			

### CORES

		
PANTONE <b>18-4434 TCX</b> Mykonos Blue	PANTONE <b>19-4034 TCX</b> Sailor Blue	PANTONE <b>15-4427 TCX</b> Norse Blue
RGB: 0 67 128 HEX: #005780	RGB: 15 59 83 HEX: #0F3853	RGB: 76 165 199 HEX: #4CA5C7


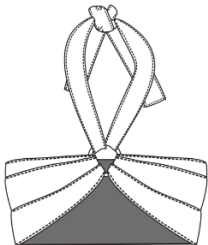
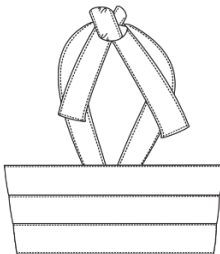
### TABELA DE TECIDOS

MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	QTD	TAM	FORNECEDOR
CALÇA JEANS	CÓS	JEANS	1	M	BRECHÔ CASA DE ESTER
CALÇA JEANS	CÓS	JEANS CLARO	1	M	BRECHÔ CASA DE ESTER
CALÇA JEANS	CÓS	JEANS ESCURO	1	M	BRECHÔ CASA DE ESTER

Fonte: Elaborada pelo autor, 2025

Figura 60: Ficha de desenvolvimento Cropped gravata

## FICHA DE DESENVOLVIMENTO

<b>PEÇA:</b> CROPPED GRAVATA	<b>COLEÇÃO:</b> METAMORFOSE OUT/25	<b>CÓDIGO:</b> MA2505	<b>CROQUI</b>
<b>DATA:</b> MAIO 2025	<b>DESIGNER:</b> CAROLINE QUEIROZ	<b>TAMANHO:</b> P	
<b>DESCRIÇÃO:</b> CROPPED FEITO APARTIR DE GRAVATAS FORA DE USO			
<p><b>Frente</b></p> 	<p><b>Costas</b></p> 		

CORES			TABELA DE TECIDOS					
			<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICAÇÃO</b>	<b>COR</b>	<b>QTD</b>	<b>TAM</b>	<b>FORNECEDOR</b>
PANTONE <b>19-3911 TCX</b> Black Beauty  <small>RGB 39 39 42 HEX #27272A</small>	PANTONE <b>19-4034 TCX</b> Sailor Blue  <small>RGB 15 59 83 HEX #0F3B53</small>	PANTONE <b>17-1929 TCX</b> Rapture Rose  <small>RGB 209 98 119 HEX #D16277</small>	GRAVATA	ESTAMPADA	AZUL E BRANCO	1	U	BRECHÔ CASA DE ESTER
			GRAVATA	ESTAMPADA	ROSA ESCURO E BRANCO	1	U	BRECHÔ CASA DE ESTER
			GRAVATA	ESTAMPADA	PRETO E BRANCO	1	U	BRECHÔ CASA DE ESTER
TABELA DE AVIAMNETOS								
<b>MATERIAL</b>	<b>ESPECIFICAÇÃO</b>	<b>COR</b>	<b>QTD</b>	<b>TAM</b>	<b>FORNECEDOR</b>			
ARGOLA	METAL	PRATA	1	6 CM	RETIRADO DE PEÇA DE BRECHO			

Fonte: Elaborada pelo autor, 2025

Figura 61: Ficha de desenvolvimento calça invertida

## FICHA DE DESENVOLVIMENTO

<b>PEÇA:</b> CALÇA INVERTIDA	<b>COLEÇÃO:</b> METAMORFOSE OUT/25	<b>CÓDIGO:</b> MA2506	<b>CROQUI</b>
<b>DATA:</b> MAIO 2025	<b>DESIGNER:</b> CAROLINE QUEIROZ	<b>TAMANHO:</b> P	
<b>DESCRIÇÃO:</b> CALÇA JEANS DESCONTRUÍDA INVERTIDA COM CÓS DE OUTRA CALÇA			

**Frente**



**Costas**



**CORES**

 <p><b>PANTONE</b> <b>18-4434 TCX</b> Mykonos Blue</p> <p>RGB 0 87 128 HEX #005780</p>	 <p><b>PANTONE</b> <b>19-4034 TCX</b> Sailor Blue</p> <p>RGB 15 59 83 HEX #0F3B53</p>
---	--

**TABELA DE TECIDOS**

MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	QTD	TAM	FORNECEDOR
CALÇA JEANS	CÓS	JEANS ESCURO	1	M	BRECHÔ CASA DE ESTER
CALÇA JEANS	INTEIRA	JEANS CLARO	1	M	BRECHÔ CASA DE ESTER


**TABELA DE AVIAMNETOS**

MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	QTD	TAM	FORNECEDOR
ZIPER	ALUMINIZADO	PRETO	1	10 CM	RETIRADO DE PEÇA DE BRECHO

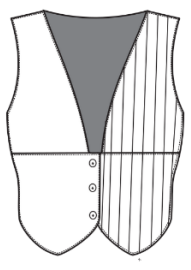
Fonte: Elaborada pelo autor, 2025

Figura 62: Ficha de desenvolvimento colete social

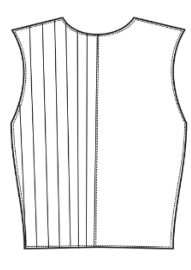
## FICHA DE DESENVOLVIMENTO

<b>PEÇA:</b> COLETE SOCIAL	<b>COLEÇÃO:</b> METAMORFOSE OUT/25	<b>CÓDIGO:</b> MA2507	<b>CROQUI</b>
<b>DATA:</b> MAIO 2025	<b>DESIGNER:</b> CAROLINE QUEIROZ	<b>TAMANHO:</b> P	
<b>DESCRIÇÃO:</b> COLETE FEITO APATIR DE CAMISAS SOCIAIS DE CORES DIFERENTES			



**Frente**



**Costas**



**CORES**

 <p><b>PANTONE</b> <b>17-1212 TCX</b> <b>Fungi</b></p> <p>RGB 143 129 119 HEX #8F8177</p>	 <p><b>PANTONE</b> <b>19-3911 TCX</b> <b>Black Beauty</b></p> <p>RGB 39 39 42 HEX #27272A</p>
--	--

**TABELA DE TECIDOS**

MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	QTD	TAM	FORNECEDOR
CAMISA	SOCIAL	PRETA	1	G	BRECHÔ CASA DE ESTER
CAMISA	SOCIAL	CINZA	1	G	BRECHÔ CASA DE ESTER

Figura 63: Ficha de desenvolvimento saia balonê social

## FICHA DE DESENVOLVIMENTO

<b>PEÇA:</b> SAIA BOLONÊ	<b>COLEÇÃO:</b> METAMORFOSE OUT/25	<b>CÓDIGO:</b> MA2508	<b>CROQUI</b>
<b>DATA:</b> MAIO 2025	<b>DESIGNER:</b> CAROLINE QUEIROZ	<b>TAMANHO:</b> P	
<b>DESCRIÇÃO:</b> SAIA BALONÊ FEITO APATIR DE CAMISA SOCIAL			
<b>Frente</b>		<b>Costas</b>	
			

CORES



RGB 143 129 119

HEX #8F8177

TABELA DE TECIDOS					
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	QTD	TAM	FORNECEDOR
CALÇA JEANS	CÓS	JEANS ESCURO	1	M	BRECHÔ CASA DE ESTER
CALÇA JEANS	INTEIRA	JEANS CLARO	1	M	BRECHÔ CASA DE ESTER

TABELA DE AVIAMNETOS					
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	QTD	TAM	FORNECEDOR
ZIPER	ALUMINIZADO	PRETO	1	10 CM	RETIRADO DE PEÇA DE BRECHO

Figura 64: Ficha de desenvolvimento corse polo

## FICHA DE DESENVOLVIMENTO

<b>PEÇA:</b> CORSE POLO	<b>COLEÇÃO:</b> METAMORFOSE OUT/25	<b>CÓDIGO:</b> MA2509	<b>CROQUI</b> 
<b>DATA:</b> MAIO 2025	<b>DESIGNER:</b> CAROLINE QUEIROZ	<b>TAMANHO:</b> P	
<b>DESCRIÇÃO:</b> CORSE CONSTRUÍDO APARTIR DE CAMISA POLO			
<p><b>Frente</b></p> 		<p><b>Costas</b></p> 	

**CORES**



PANTONE  
15-1151 TCX  
Iceland Poppy


RGB 244 151 59

HEX #F4973B

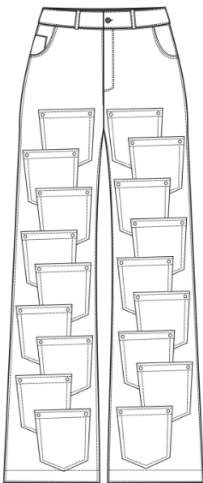
TABELA DE TECIDOS					
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	QTD	TAM	FORNECEDOR
CAMISA	POLO	CORAL	1	G	BRECHÔ CASA DE ESTER

Figura 65: Ficha de desenvolvimento calça bolsos

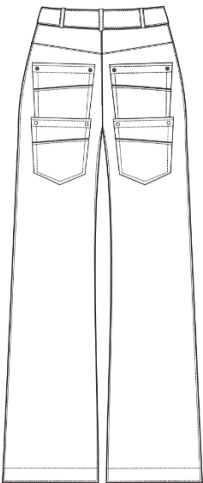
## FICHA DE DESENVOLVIMENTO

<b>PEÇA:</b> CALÇA BOLSOS	<b>COLEÇÃO:</b> METAMORFOSE OUT/25	<b>CÓDIGO:</b> MA2510	<b>CROQUI</b> 
<b>DATA:</b> MAIO 2025	<b>DESIGNER:</b> CAROLINE QUEIROZ	<b>TAMANHO:</b> P	
<b>DESCRIÇÃO:</b> CALÇA COM MULTIPLOS BOLSOS ASSIMÉTRICOS			


**Frente**



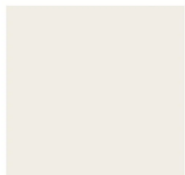
**Costas**



CORES



**PANTONE**  
17-1212 TCX  
Fungi



**PANTONE®**  
11-4300 TCX  
Marshmallow

**TABELA DE TECIDOS**

MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	QTD	TAM	FORNECEDOR
CALÇA	JEANS	CINZA ESCURO	1	G	BRECHÔ CASA DE ESTER
CALÇA	JEANS	OFF WHITE	1	G	BRECHÔ CASA DE ESTER


  

**TABELA DE AVIAMNETOS**

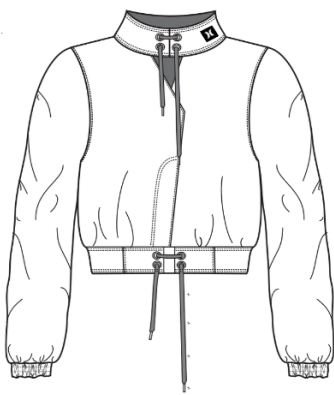
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	QTD	TAM	FORNECEDOR
ZIPER	ALUMINIZADO	PRETO	1	10 CM	RETIRADO DE PEÇA DE BRECHO

Figura 66: Ficha de desenvolvimento jaqueta

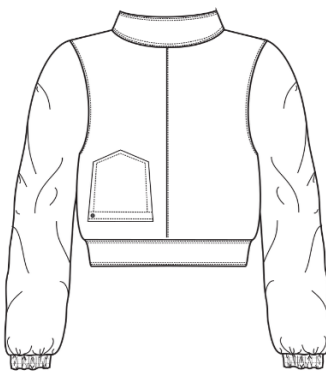
## FICHA DE DESENVOLVIMENTO

<b>PEÇA:</b> JAQUETA DESCONTRUÍDA	<b>COLEÇÃO:</b> METAMORFOSE OUT/25	<b>CÓDIGO:</b> MA2511	<b>CROQUI</b> 
<b>DATA:</b> MAIO 2025	<b>DESIGNER:</b> CAROLINE QUEIROZ	<b>TAMANHO:</b> P	
<b>DESCRIÇÃO:</b> JAQUETA FEITA APARTIR DE BERMUDAS E CALÇAS TACTEIS DESCONTRUÍDAS			




**Frente**



**Costas**



**CORES**

 <b>PANTONE</b> 19-3911 TCX Black Beauty	 <b>PANTONE</b> 15-4427 TCX Norse Blue	 <b>PANTONE</b> 16-2122 TCX Pink Cosmos
RGB: 39 39 42 HEX: #27272A	RGB: 76 165 199 HEX: #4CA5C7	RGB: 240 123 165 HEX: #F07BA5

**TABELA DE TECIDOS**

MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	QTD	TAM	FORNECEDOR
BERMUDA	TACTEL	ESTAMPADA	1	G	BRECHÔ CASA DE ESTER
CALÇA	TACTEL	PRETA	1	M	BRECHÔ CASA DE ESTER

**TABELA DE AVIAMNETOS**

MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	QTD	TAM	FORNECEDOR
VELCRO	MÉDIO	PRETO	1	4 CM	RETIRADO DE PEÇA DE BRECHO

Figura 67: Ficha de desenvolvimento saia tactel

## FICHA DE DESENVOLVIMENTO

<b>PEÇA:</b> SAIA TACTEL	<b>COLEÇÃO:</b> METAMORFOSE OUT/25	<b>CÓDIGO:</b> MA2512	<b>CROQUI</b> 
<b>DATA:</b> MAIO 2025	<b>DESIGNER:</b> CAROLINE QUEIROZ	<b>TAMANHO:</b> P	
<b>DESCRIÇÃO:</b> SAIA TACTEL FEITA APARTIR DAS SOBRAS DA CALÇA E BERMUDAS TACTEL			

**Frente**



**Costas**



**CORES**



**PANTONE**  
**19-3911 TCX**  
**Black Beauty**

RGB 39 39 42  
HEX #27272A



**PANTONE**  
**16-2122 TCX**  
**Pink Cosmos**

RGB 240 123 165  
HEX #F07BA5

**TABELA DE TECIDOS**

MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	QTD	TAM	CUSTO	FORNECEDOR
BERMUDA	TACTEL	ESTAMPADA	1	G	0,0	BRECHÔ CASA DE ESTER
CALÇA	TACTEL	PRETA	1	M	0,0	BRECHÔ CASA DE ESTER

**TABELA DE AVIAMNETOS**

MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	QTD	TAM	FORNECEDOR
VELCRO	MÉDIO	PRETO	1	4 CM	RETIRADO DE PEÇA DE BRECHO

## 4.7 PROTÓTIPO

Como etapa final, foi confeccionado um protótipo baseado no desenho técnico de um dos *looks*. O protótipo a ser desenvolvido será uma jaqueta confeccionada a partir do reaproveitamento de uma bermuda e uma calça de tãctel, ambas garimpadas em brechós. Como etapa final, foi confeccionado um protótipo baseado no desenho técnico de um dos *looks*.

Figura 68: Fotos do protótipo final



Fonte: Elaborada pelo autor, 2025

## 4.8 FICHA TÉCNICA

Neste capítulo, é apresentada a ficha técnica do protótipo. A ficha inclui o desenho técnico, medidas principais, materiais, quantidades, custo e ordem de montagem.

Figura 69: Ficha técnica da jaqueta

# FICHA TÉCNICA

PEÇA: JAQUETA DESCONTRUÍDA	COLEÇÃO: METAMORFOSE OUT/25	CÓDIGO: MA2511	<b>CROQUI</b> 
DATA: MAIO 2025	DESIGNER: CAROLINE QUEIROZ	TAMANHO : P	
DESCRIÇÃO: JAQUETA FEITA APARTIR DE BERMUDAS E CALÇAS TACTEIS DESCONTRUÍDAS			

**Frente**



**Costas**



TABELA DE TECIDOS						
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	QTD	TAM	CUSTO	FORNECEDOR
 BERMUDA TACTEL	INTEIRA E CÓS	ESTAMPADA	2	G	0,0	BRECHÔ CASA DE ESTER
 CALÇA TACTEL	PERNAS	PRETA	1	M	0,0	BRECHÔ CASA DE ESTER

CORES		
 PANTONE 19-3911 TCX Black Beauty <small>RGB: 39 39 42 HEX: 407272A</small>	 PANTONE 15-4427 TCX Norse Blue <small>RGB: 75 165 199 HEX: #4C85C7</small>	 PANTONE 16-2122 TCX Pink Cosmos <small>RGB: 240 123 165 HEX: #F098A5</small>

TABELA DE AVIAMNETOS						
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	QTD	TAM	CUSTO	FORNECEDOR
 VELCRO	MÉDIO	PRETO	1	4 CM	0,0	RETIRADO DE PEÇA DE BRECHÔ


<b>CUSTO TOTAL:</b>	00,00
---------------------	-------

**SEGUÊNCIA OPERACIONAL**

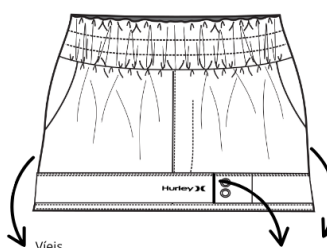
	SEGUÊNCIA	MAQUINA
1	Abrir o gancho da bermuda	Tesoura
2	Cortar bermuda na base de modelagem de blusa	Tesoura
3	Fechar ombros	Overlock e Reta
4	Cortar as pernas da calça na modelagem da manga	Tesoura
5	Fazer pense na manga	Reta
6	Retirar cós de outra bermuda	Tesoura
7	Unir cós a gola da bermuda	Reta
8	Unir mangas com a cava da bermuda	Overlock e Reta
9	Fechar o gancho frente da bermuda	Reta
10	Fazer pregas na gola e ombro	Reta
11	Colocar velcro na gola	Reta

Figura 70: Ficha técnica da saia

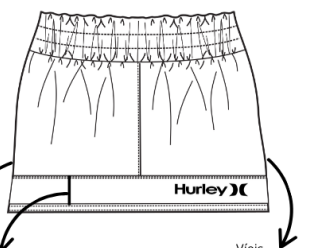
## FICHA TÉCNICA

<b>PEÇA:</b> SAIA TACTEL	<b>COLEÇÃO:</b> METAMORFOSE OUT/25	<b>CÓDIGO:</b> MA2512	<b>CROQUI</b> 
<b>DATA:</b> MAIO 2025	<b>DESIGNER:</b> CAROLINE QUEIROZ	<b>TAMANHO:</b> P	
<b>DESCRIÇÃO:</b> SAIA TACTEL FEITA APARTIR DAS SOBRAS DA CALÇA E BERMUDAS TACTEL			



**Frente**




**Costas**



Acabamento em viés na barra e nas laterais da saia

TABELA DE TECIDOS							CORES	
MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	QTD	TAM	CUSTO	FORNECEDOR		
BERMUDA TACTEL 	CÓS	PRETO	1	G	0,0	BRECHÔ CASA DE ESTER		
CALÇA TACTEL 	PARTE DE CIMA	PRETO	1	M	0,0	BRECHÔ CASA DE ESTER		

**TABELA DE AVIAMNETOS**

MATERIAL	ESPECIFICAÇÃO	COR	QTD	TAM	CUSTO	FORNECEDOR
	VIÉS	PRETO	1	4 CM	0,0	RETIRADO DE PEÇA DE BRECHO

**CORES**

PANTONE  
**19-3911 TCX**  
Black Beauty

RGB 39 39 42  
HEX #27272A

PANTONE  
**16-2122 TCX**  
Pink Cosmos

RGB 240 123 165  
HEX #F07BA5

<b>CUSTO TOTAL:</b>	00,00
---------------------	-------

### SEGUÊNCIA OPERACIONAL

	SEGUÊNCIA	MAQUINA
1	Acertar sobra da calça	Tesoura
2	Unir sobra do cós da bermuda a barra na saia	Reta
3	Colocar viés retirado de uma das bermudas	Reta
4	Costurar sobra de costura da bermuda na barra do cós	Reta
5	Ajustes finas	Overlock e Reta

Fonte: Elaborada pelo autor, 2025

## 4.9 EDITORIAL

Figura 71: Foto principal costas do editorial



Fonte: Elaborada pelo autor, 2025

Figura 72: Foto principal frente do editorial



Fonte: Elaborada pelo autor, 2025

Figura 73: Moodboard fotos editorial



Fonte: Elaborada pelo autor, 2025

Figura 74: Moodboard detalhes editorial



## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este Trabalho de Conclusão de Curso teve como ponto de partida uma inquietação profunda diante dos impactos socioambientais causados pela indústria da moda, em especial pelo modelo *fast fashion*. Ao longo da pesquisa, foi possível compreender que práticas como o *upcycling* não apenas se apresentam como alternativas viáveis e urgentes, mas também como formas de resgatar o valor simbólico das roupas e propor novos caminhos para o design de moda — mais éticos, criativos e sustentáveis.

A proposta da coleção cápsula Metamorfose, ao transformar peças masculinas em femininas por meio do *upcycling*, representou muito mais do que um exercício estético: foi um manifesto sobre a potência da moda como ferramenta de transformação social e ambiental. Cada peça desenvolvida neste projeto carrega consigo uma história, um gesto de resignificação e um posicionamento claro diante do consumo excessivo. O processo de criação, desde a curadoria dos materiais até a execução dos protótipos, revelou que é possível conciliar propósito e beleza, técnica e consciência, funcionalidade e afeto.

Além disso, a escolha da marca Ventana como marca conceitual do projeto se mostrou extremamente coerente com os valores defendidos ao longo do trabalho. A pesquisa de mercado e público reforçou a importância de compreender o comportamento do consumidor contemporâneo, que busca, cada vez mais, autenticidade, transparência e responsabilidade nas marcas com as quais se relaciona. Esse olhar estratégico foi essencial para alinhar a proposta criativa às reais demandas do mercado da moda sustentável.

Conclui-se, portanto, que o *upcycling* é mais do que uma técnica de reaproveitamento têxtil: é uma filosofia de criação e um gesto político diante de um sistema que muitas vezes ignora os impactos de suas escolhas. Através deste projeto, ficou evidente que é possível criar moda com identidade, valor e consciência, sem renunciar à estética e da inovação. Espera-se que este trabalho possa inspirar outras iniciativas, dentro e fora do meio acadêmico, a repensarem os ciclos de produção e consumo da moda, contribuindo, assim, para a construção de um futuro mais sustentável, justo e sensível às necessidades do nosso tempo.

## 6 REFERÊNCIAS

AGUSTINA COMAS. Site oficial. Disponível em: <https://www.agustinacomas.com/>. Acesso em: 20 maio 2025.

ANICET, Anne; RÜTHSCHILLING, Evelise. **Contextura: processos produtivos sob abordagem Zero Waste**. *Moda Palavra E*-periódico, v. 6, n. 12, p. 18-33, 2013. Disponível em: <http://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/viewFile/3473/2488>. Acesso em: 02 nov. 2024.

AUDACES. **Práticas sustentáveis na indústria da moda: 3 ferramentas eficientes**. Disponível em: <https://audaces.com/pt-br/blog/sustentabilidade-na-moda-ferramentas-eficientes>. Acesso em: 18 nov. 2024.

BERLIM, Lilian. **Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

BLACK, Sandy (Org.). **The Sustainable Fashion Handbook**. London: Thames & Hudson, 2012.

CNN BRASIL. **O que é fast fashion e quais são os seus problemas**. CNN Brasil, [S. l.], s.d. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/lifestyle/o-que-e-fast-fashion-e-quais-sao-os-seus-problemas/> Acesso em: 15 jun. 2025.

CNN BRASIL. **Moda sustentável: entenda o que é, impactos e importância para o meio ambiente**. 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/lifestyle/moda-sustentavel/>. Acesso em: 02 nov. 2024.

DELTA MÁQUINAS TÊXTEIS. **Upcycling: o que é e seu impacto no futuro da produção**. Disponível em: <https://deltamaquinastexteis.com.br/upcycling/>. Acesso em: 10 ago. 2024.

ECYCLE. **O que é slow fashion e por que adotar essa moda**. Disponível em: <http://ecycle.com.br/slow-fashion/>. Acesso em: 15 nov. 2024.

EL PAÍS, Cada europeo compra 19 kilos de ropa al año y genera 16 kilos de desechos textiles. **El País, Planeta Futuro**, 26 mar. 2025. Disponível em: <https://elpais.com/planeta->

[futuro/2025-03-26/cada-europeo-compra-19-kilos-de-ropa-al-ano-y-genera-16-kilos-de-desechos-textiles.html](#). Acesso em: 20 maio 2025.

ENDUTEX BRASIL. **Descubra as 5 tendências da moda sustentável que estão revolucionando a indústria.** Disponível em: <https://endutex.com.br/endutex-tendencia-moda-sustentavel/>. Acesso em: 05 nov. 2024.

FASHION NETWORK. **Upcycling: 99 maneiras de prolongar a vida útil do jeans.** 2015. Disponível em: <https://br.fashionnetwork.com/news/Upcycling-99-maneiras-de-prolongar-a-vida-util-do-jeans,483775.html>. Acesso em: 06 nov.2023.

FFW. **Ventana: a potência do upcycling sem medo.** Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/ventana-a-potencia-do-upcycling-sem-medo/>. Acesso em: 20 maio 2025.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. **Moda & sustentabilidade: design para mudança.** São Paulo: Senac, 2012.

G1. **Maior lixão de roupas clandestino do mundo no Atacama tem apenas 6 funcionários para fiscalização.** 23 fev. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/profissao-reporter/noticia/2022/02/23/maior-lixao-de-roupas-clandestino-do-mundo-no-atacama-tem-apenas-6-funcionarios-para-fiscalizacao.ghtml>. Acesso em: 20 maio 2025.

G1. **Lixo têxtil: sem reciclagem ou reaproveitamento, restos de roupas ameaçam o meio ambiente.** Fantástico, 13 fev. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2022/02/13/lixo-textil-sem-reciclagem-ou-reaproveitamento-restos-de-roupas-ameacam-o-meio-ambiente.ghtml>. Acesso em: 18 maio 2025.

HOPE, **Upcycling: entenda o que é e seu papel na moda sustentável.** 2024. Disponível em: <https://www.hopelingerie.com.br/blog/post/upcycling-entenda-o-que-e-e-seu-papel-na-moda-sustentavel>. Acesso em: 18 nov. 2024.

ISSUU. **A moda Zero Waste no contexto contemporâneo.** 2022. Disponível em: <https://issuu.com/fashionrevolution/docs/ebook-forum-2022/s/17122877>. Acesso em: 19 nov. 2024.

JORNAL DA USP. **O modelo fast fashion de produção de vestuário causa danos ambientais e trabalho escravo.** *Jornal da USP*, São Paulo, 24 maio 2021. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/o-modelo-fast-fashion-de-producao-de-vestuario-causa-danos-ambientais-e-trabalho-escravo/>. Acesso em: 14 jun. 2025.

LISTAGREEN. **Moda sustentável e moda consciente – 10 novas marcas.** 2024. Disponível em: <https://www.listagreen.com.br/artigos/introducao-a-moda-sustentavel>. Acesso em: 18 nov. 2024.

LOOK, Steal The. **O que é upcycling na moda e quais marcas se destacam nesse meio.** 2021. Disponível em: <https://stealthelook.com.br/o-que-e-upcycling-na-moda-e-quais-marcas-se-destacam-nesse-meio/>. Acesso em: 06 nov. 2023.

MCDONOUGH, William; BRAUNGART, Michael. *Upcycle: Beyond Sustainability—Designing for Abundance.* New York: North Point Press, 2013.

MOVIN. **O que é moda Zero Waste?** 2023. Disponível em: <https://startmovin.com/blogs/news/o-que-e-a-moda-zero-waste>. Acesso em: 19 nov. 2024.

PLATAFORMA BDTD/IBICT. **Repositório de Teses e Dissertações.** Disponível em: [https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UDESC-2\\_8bd1ff85f2aeb36d9b1fcffe8fbdc30d](https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UDESC-2_8bd1ff85f2aeb36d9b1fcffe8fbdc30d). Acesso em: 20 maio 2025.

POLITIZE. **Movimento Hippie: você sabe como surgiu?** 2021. Disponível em: <https://www.politize.com.br/movimentohippie/>. Acesso em: 02 nov. 2024.

REPOSITÓRIO UFERSA. **Repositório institucional da UFERSA.** Disponível em: <https://repositorio.ufersa.edu.br/server/api/core/bitstreams/820ec4ba-7d38-4989-8103-15fc5965969c/content>. Acesso em: 20 maio 2025.

REVISTA TÊXTIL. **Indústria da moda inicia retomada e aposta em automação**, [S.l.], 8 set. 2021. Disponível em: <https://revistatextil.com.br/industria-da-moda-inicia-retomada-e-aposta-em-automacao/>. Acesso em: 19 jun. 2025.

SEBRAE. **Slow fashion: o que é e quais as suas vantagens**, maio 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/slow-fashion-o-que-e-e-quais-as-suas-vantagens>. Acesso em: 05 jun. 2025.

VALOR ECONÔMICO. **Confira 5 tendências de moda sustentável**. 2024. Disponível em: <https://valor.globo.com/patrocinado/pressworks/noticia/2024/04/24/confira-5-tendencias-de-moda-sustentavel.ghtml>. Acesso em: 05 nov. 2024.

VOGUE BUSINESS. **The fashion exec's guide to upcycling**. 31 mar. 2025. Disponível em: <https://www.voguebusiness.com/story/sustainability/the-fashion-execs-guide-to-upcycling>. Acesso em: 31 mar. 2025.

WGSN. **Direcionamentos de cores e design P/V 27** [Imagem]. 2025. Disponível em: <https://www.wgsn.com/fashion/article/67f3cbe6ed9191bec815e21c#page5>. Acesso em: 18 maio 2025.

**SENAi** CETIQT

