

**CENTRO DE ENSINO SUPERIOR DE JUIZ DE FORA
ANA BEATRIZ XAVIER ALVES**

RESSIGNIFICANDO O JEANS ATRAVÉS DA COSTUMIZAÇÃO

Juiz de Fora
2019

ANA BEATRIZ XAVIER ALVES

RESSIGNIFICANDO O JEANS ATRAVÉS DA COSTUMIZAÇÃO

Projeto Interdisciplinar apresentado junto ao Curso de Tecnologia em Design de Moda do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, como requisito parcial para conclusão de curso.

Linha de Pesquisa: Roupas memória.

Orientadora: Prof(a). Eps. Aline Marques Costa

Juiz de Fora
2019

ALVES, Ana Beatriz Xavier.
**Ressignificano o jeans através da
costumização.** Projeto interdisciplinar,
apresentado como requisito parcial à
conclusão do curso Tecnológico em Design
de Moda do Centro de Ensino Superior de
Juiz de Fora, realizado no 1º semestre de
2019.

:

BANCA EXAMINADORA

Prof(a). Esp. Aline Marques Costa
Orientador(a)

Prof(a). Me. Fabiana Alvim Ballesteros

Prof(a). Me. Victor Miranda de Oliveira

Examinado(a) em: ____ / ____ / ____

Dedico este trabalho á minha família, que sempre me apoiou, a conquistar meu objetivo, e meus sonhos.

O sonho representa a realização de um desejo. Sigmund Freud

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus pelo dom da vida, e por ter me guiado nessa caminhada.

A minha família em especial minha mãe, que me ajudou para que eu realizasse meu sonho.

Meus amigos, meu namorado Matheus que sempre esteve ao meu lado. Obrigado a todos pelas orações e pensamento positivo.

RESUMO

ALVES, Ana Beatriz Xavier. **Resignificando o jeans através da customização**. 2019 f.56. Trabalho de conclusão do curso de Tecnologia em Design de Moda do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, 2019.

O presente trabalho faz parte dos requisitos necessários para a conclusão do curso de Graduação Tecnológica em Design de Moda e tem como objetivo o desenvolvimento de uma coleção compostas por roupas fabricadas com jeans mas, que apresentam leves defeitos e que possam ser customizadas. O jeans é um item fundamental no guarda roupa brasileiro e há muito a ser contado sobre ele. Na pesquisa realizada neste trabalho o enfoque foi desde a composição do tecido, o corante utilizado no seu tingimento e a forma de como dar um novo significado a uma peça frabricado com o jeans. A ideia da pesquisa é imprimir identidade, na moda tem o objetivo de resignificar roupas e reaproveitar materiais. Com isso nasceu a Trend Jeans marca que vem para agregar mais estilo e conforto para o dia-a-dia e assim, trazer tais valores como versatilidade, exclusividade junto com a customização e buscando qualidade dentro da moda. Transformamos Jeans em peças resignificadas através de bordados de linhas, pedraria, aplicações, artesanais e vários outros métodos.

Palavras-chave: Jeans. Design de Moda. Resignificar. Customização. Reutilização.

ABSTRACT

The present work is part of the necessary requirements for the conclusion of the course of Technological Graduation in Fashion Design and its objective is the development of a collection composed by clothes made with jeans but which have slight defects and that can be customized. Jeans is a fundamental item in the Brazilian wardrobe and there is a lot to be told about it. In the research carried out in this work the focus was on the composition of the fabric, the dye used in its dyeing and how to give a new meaning to a piece made with jeans. The idea of the research is "Print Identity", and in fashion has the purpose of refining clothes and re-using materials. Then, came Trend Jeans, a brand that comes to add more style and comfort to everyday life and so bring such values as versatility, exclusivity along with customization and seeking quality within fashion. We transform jeans into refined pieces by embroidering lines, stones, applications, crafts and various other methods.

Keywords: Jeans. Fashion design. Resignify. Customization. Reuse.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1-	Jaqueta jeans bordada de pérolas	21
Figura 2-	Jaqueta jeans bordada de Linha	23
Figura 3-	Jaqueta jeans patches	24
Figura 4-	Calça tiedye	24
Figura 5-	Logotipo TREND JEANS	27
Figura 6-	Prancha Referencial	29
Figura 7-	Fluxograma da Coleção	30
Figura 8-	Matriz Referencial	32
Figura 9-	Painel de Tendências.....	34
Figura 10-	Cartela de Cores.....	35
Figura 11-	Prancha cartela de tecidos.....	36
Figura 12-	Design De Superfície Têxtil.....	37
Figura 13-	Croquis da coleção.....	38
Figura 14-	Croquis e seus complementos.....	39

LISTA DE TABELA

Tabela 1-	Parâmetro.....	33
Tabela 2	Croqui 1.....	40
Tabela 3	Ficha Técnica Croqui 1 Blusa Social Jeans.....	41
Tabela 4	Ficha Técnica Croqui 1 Calça Flare.....	42
Tabela 5-	Tabela de custo anos 70 Retro's.....	43
Tabela 6-	Tabela de Custo anos 70 Retro's.....	44
Tabela 7-	Croqui 2.....	45
Tabela 8-	Ficha Técnica Croqui 2 Jaqueta Jeans.....	46
Tabela 9-	Ficha Técnica Croqui 2 Calça Jeans.....	47
Tabela 10-	Tabela de custo anos 90 Retro's.....	48
Tabela 11-	Tabela de custo anos 90 Retro's.....	49
Tabela 12-	Croqui 3.....	50
Tabela 13-	Ficha Técnica Croqui 3 Vestido Ajustado	51
Tabela 14-	Tabela de custo anos 200'0.....	52

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	A ORIGEM O ÍNDICO	12
3	O JEANS	15
4	CUSTOMIZAÇÃO DO JEANS	20
4.1	UPCYCLING UM REDESIGN EXCLUSIVO EM PRODUTO DE MODA ..	22
5	RESSIGNIFICANDO O JEANS ATRAVÉS DA CUSTOMIZAÇÃO	25
6	MARCA	27
7	ELEMENTOS TÉCNICOS DA COLEÇÃO	28
7.1	BRIEFING	28
7.2	MATRIZ REFERENCIAL.....	29
7.3	CROQUIS E SEUS ELEMENTOS	38
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	53
	Referencias.....	54

1 INTRODUÇÃO

O jeans é um item fundamental no guarda roupa brasileiro e há muito a ser contado sobre ele. Na pesquisa realizada neste trabalho o enfoque foi desde a composição do tecido, o corante utilizado no seu tingimento e a forma de dar um novo significado.

A origem do jeans veio da necessidade da utilização do tecido que cobria as carroças, que era feito de algodão bruto com o corante índigo que era artificial e barato. Não demorou muito o jeans passou ser a roupa das classes trabalhadoras, a roupa dos marinheiros, dos operários. Tanto é que os hippies utilizaram a calça jeans como parte do movimento contracultura dos anos 60. Na década de 70, Calvin Klein, estilista renomado, usou o tecido jeans para um desfile de moda, daí pra frente à calça jeans se difundiu pelo mundo, como peça básica e fundamental no cotidiano.

Segundo Caitora (2006), a moda em si é comunicação e deste modo possui uma linguagem expressada pelo vestir, do cobrir o corpo e o jeans, como tecido e forma, dialoga universalmente como um processo da comunicação. Por isso jeans é um tecido versátil e faz parte da vida de pessoas de diversas faixas etárias, culturas, religiões e gêneros, e sua presença no vestuário cotidiano não ocorreu por imposição de uma marca ou um estilista, mas, entre outros fatores, pelo gosto das pessoas em usá-lo. Desse modo, passou do uso inicialmente exclusivo dos trabalhadores das minas às passarelas de desfiles mundiais de moda.

Levando em consideração que o jeans como um elemento de comunicação social tem como principal objetivo neste trabalho resignificar este tecido uma vez, que segundo Caitora (2006), ele é o uniforme social da humanidade com uma linguagem jovem, de aspecto simbólico e percepção subjetiva.

Em seu livro *Uns jeans... outros não*, KHERLAKIAN (2011) afirma que a calça jeans, por exemplo, é uma peça mutável e cheia de possibilidades de uso e combinações, é um tipo de peça que cai bem em qualquer época do ano e pode ser usada em diversos tipos de lugares e eventos. Customizar peças fabricadas com o jeans com aplicações, pedrarias, tinta para tecido e até mesmo com pequenos rasgos tem garantido estilo às roupas que muitas vezes estão esquecidas ou são compradas a baixos preços por apresentarem alguns defeitos mínimos de confecção.

2 A ORIGEM DO ÍNDIGO

De acordo com Araújo (2007), a tradição e o uso de corantes pelo homem sejam eles de origem animal, vegetal e mineral, perpassa os séculos. Estes corantes foram usados de diversas formas como, por exemplo, o adorno pessoal, para decorar objetos, fazer pinturas e principalmente tingir os têxteis com os quais cobriram o corpo e ornamentavam as habitações.

Muitas substâncias corantes foram obtidas de flores, sementes, bagas, frutos, cascas, madeiras e raízes de plantas. No entanto a maior parte destes materiais tinha cores pouco persistentes que desapareciam facilmente com a lavagem ou por exposição à luz. Contudo, entre este vasto conjunto de substâncias havia algumas que, pelo fato de originarem cores belas e persistentes, atingiram grande valor económico, levando a cobiça, a guerras, à fortuna de impérios, mas também à desgraça de vários povos (ARAÚJO, 2007, p. 38).

O corante que investigamos neste trabalho é o índigo, este produto é que dá a cor azul ao jeans que usamos. O índigo está no grupo de corantes fabricado pelo processo caracterizado pelo uso de tina, geralmente aplicado à lã e ao algodão, mas consideravelmente a este último. O processo se dá quando o corante é aplicado numa forma química reduzida, incolor, chamada de forma leuco, e já depois de aplicado ao tecido é transformado na forma corada por oxidação com o oxigénio do ar ou por adição de agentes oxidantes.

Nas preparações tradicionais com corantes naturais, como por exemplo o índigo, a forma leuco é obtida por putrefação da matéria vegetal em meio levemente básico. A forma leuco é solúvel no meio aquoso básico e penetra no material a ser tingido. A oxidação com o oxigénio do ar origina a forma corada, insolúvel, que fica depositada nas fibras do material atingir. É pelo fato de não haver uma ligação química entre o corante e a fibra que este é removido aos poucos com a lavagem sucessiva do tecido (ARAÚJO, 2007, p. 38).

A palavra “Índigo” vem do grego *Indikon* ou Latim *Indicum* e significa substancia da Índia já no inglês é identificado pela palavra anil. O anil ou índigo extraído da anileira, é o único corante de tina azul que é conhecido desde tempos remotos como afirma Araújo (2007), “pensa-se que seja utilizado há mais de 2000.a.c anos, sendo o mesmo considerado por alguns historiadores como o corante mais antigo”.

O Índigo ou Anil é produzido a partir das folhas de várias espécies de anileira chamada *Indigofera*, sendo a mais importante a *Indigoferatinctoria*, uma planta nativa na Ásia. Segundo Araújo (2007), a produção do corante atingiu o seu apogeu no período do século XIX, e a principal fonte de índigo estava localizada nas plantações de anileira existentes na Índia durante o período da colonização do império britânico. A produção e comércio deste corante foram uma das fontes de riqueza daquela colônia britânica. A produção de índigo era tão elevada que em 1897 1,7 milhões de hectares de solo indiano estavam plantados com *Indigofera*.

A produção de índigo natural caiu em colapso após ser descoberta uma maneira econômica de sintetizá-lo quimicamente. Segundo Fonteneile (2019), “a estrutura química do índigo foi desvendada em 1883 por Adolf von Bayer e o produto sintético colocado pela primeira vez no mercado pela Basf em 1897”. Com isso, é no ano 1913 o índigo natural já estava sendo praticamente todo substituído pelo sintético. Por sua vez a demanda do anil natural caiu, com as vendas do sintético e gerou falência social no Sul da Índia, pois o país não conseguiu fornecer o corante no mercado Europeu.

O índigo é cultivado até hoje na Índia em partes do Sudoeste da Ásia. E muito usado nos tecidos de tingimento e artesanais de produção como batik, tie-dye, shibori, entre outros.

O índigo é a cor azul por excelência dos fatos de trabalho, serviu para tingir os uniformes dos exércitos franceses e ingleses e atualmente continua disseminado no meio da juventude ocidental através das “blue jeans”, cujo termo é uma corrupção de “bleu de Gênes”, à letra “azul de Génova”, consequência de Génova ter possuído durante vários séculos o domínio do comércio de índigo para a Europa. É o corante azul do vestuário dos trabalhadores chineses, tendo sido popularizado por Mao ZeDong (ARAÚJO, 2007, p. 44).

Hoje em dia, podemos perceber que há um interesse crescente, mas ainda que rudimentar, dentro do mercado da moda o resgate da utilização de materiais e fibras naturais. Dentro deste contexto, algumas marcas conhecidas já descobriram o índigo natural como forma de tingimento sustentável, ou seja, menos poluente e agressivo ao ambiente e desta forma, voltaram a usá-lo no processo de fabricação de tecidos, como podemos destacar o denim. De acordo com Ferreira (2011), para suprir este novo mercado e revivendo as antigas tradições, novas plantações de índigo

recomeçaram a surgir em diferentes partes do mundo e voltaram a produzir o azul verdadeiro. Assim, interessante retornada por índigo natural foi observada na Europa ocidental e no mercado norte-americano por ter o uso no tecido como tendência no mercado da Moda.

Porém, mesmo com a abertura no mercado consumidor, os números de exportação do índigo natural no “mundo não apresentam crescimento progressivo, mantendo uma média de produção que varia entre 2 a 20 toneladas por ano, desde 1988”. (FERREIRA, 201, p.45).

Hoje, a “Índia, El Salvador, Guatemala, alguns países do noroeste da África e sudoeste da Ásia estão produzindo e exportando índigo vegetal” (FERREIRA, 201, p. 45).

Com vários trabalhos em desenvolvimento a fim de resgatar o conhecimento junto ao povo que já viveu a tradição das cores naturais, paralelo à tendência de adequação das empresas aos preceitos ambientais, o caminho futuro aponta um grande crescimento da produção do índigo natural no mundo.

O famoso jeans é feito de algodão e a sua coloração característica é o azul que é uma cor singular e por que não nobre. Inicialmente o índigo natural, um corante azul, era utilizado para o tingimento do tecido, assunto que abordaremos no próximo capítulo.

3 O JEANS

De calça de trabalho dos mineiros e fazendeiros americanos, o jeans foi símbolo do rock dos anos 1950, da revolução hippie e esteve presente em muitos outros acontecimentos marcantes na história da moda e do mundo. O jeans representado, principalmente a peça calça, é um dos mais versáteis e significativos tecidos que existe, fazendo-se contemporâneo para os jovens consumidores globais. Segundo o sociólogo francês Gilles Lipovetsky (1989), “a procura estética é exterior ao estilo de cada época, não ordena novas estruturas nem novas formas do traje, funciona com o simples complemento decorativo, adorno periférico” (LIPOVETSKY, apud CATOIRA, 2006, p.25).

Acredita-se que o termo jeans esteja ligado às roupas feitas com um tecido azul rústico de algodão, usadas pelos marinheiros genoveses no século 17. Em meados do século XIX, o tradicional jeans de cinco bolsos surgiu nos Estados Unidos pelas mãos de Levi Strauss e era, então, uma roupa de trabalho. Somente na metade do século XX o jeans tornou-se um artigo de moda, especialmente em razão da popularidade de artistas que o adotaram em seus trajes. Mais tarde, o movimento hippie consagrou o blue jeans como a moda internacional da juventude. Segundo Catoira (2006), o jeans mostra seu papel na sociedade do século XX, desencadeando um estudo mais completo das variedades sócio-político-econômicas pelas quais o mundo passou, a partir da Revolução Industrial do século XIX, e do vestir como expressão de sentimentos.

A história do jeans que conhecemos inicia-se na França por volta de 1772, na cidade de Nîmes, onde o tecido do tipo sarja foi fabricado pela primeira vez. Segundo informações de Fonteneile (2019), o tecido denim tradicional é uma sarja (tecido de construção diagonal) de algodão produzido a partir de uma trama (fios transversais do tecido) em fio cru e um urdume (conjunto de fios longitudinais) em fio tinto.

Contudo, o tecido denim nem sempre foi da tonalidade azul como observamos hoje, mas sim da cor bege ou às vezes da tonalidade marrom, construído por uma espécie de estopa trançada de algodão. O tecido, rapidamente, ficou conhecido como denim, nome surgido a partir da abreviação da expressão de origem francesa “serge” de Nîmes.

Fabricado na cidade de Nîmes, desde a Idade Média, o tecido resistente era utilizado para a Fabricação de velas de barcos e até roupas de marinheiros de Gênova – cidade que em francês é Gênes, origem da palavra jeans (CATOIRA, 2006, p 82).

Em 1853 na Califórnia, Levi Strauss um judeu alemão que começou sua carreira vendendo lona para carroças dos mineiros, começou a perceber que as roupas que ele os mineiros usavam não eram adequadas para o que sofriam. Assim usando o próprio tecido que vendia para cobrir as carroças ele fez uma calça para eles, levando a um alfaiate.

Com isso iniciou suas criações pela cor marrom se tornando um maior sucesso entre os mineiros da Califórnia, o tecido era um pouco flexível, por isso Levi Strauss começou a procurar um tecido que fosse bom, e confortável de usar. Baseado no site da Levi's (levi.com. 2019) foi em 1852, que Strauss trocou a lona de pelo tecido de denim, material tão resistente quanto à lona, no entanto muito mais confortável. Ele encomendou o tecido *índigo blue*, já que a tonalidade amarronzada de suas primeiras peças não agradava mais os seus clientes. Esse novo material encomendado era um tecido com o fio do urdume tinto com o índigo, que conferiu às peças, a tonalidade azul.

Esse denim era tingido por um corante, obtido a partir das plantas orientais *Indigofera* e *Isatitinctoris*, e está registrado na alfândega de Gênova desde 1140. O corante sintético foi colocado no mercado pela Basf, em 1897. Hoje a palavra *índigo* tanto define a cor quanto o próprio tecido (CATOIRA, 2006, p.83).

O modelo clássico de calça de Levis foi o número 501 código, que se tornou o modelo mais famoso. Ao decorrer dos anos o modelo da calça foi melhorando, foi acrescentando-se botão de metal, couro no cós entre outros acréscimos na peça. “O jeans, na verdade, já começou sua trajetória como um elemento globalizado: é um tecido francês, as primeiras roupas foram italianas, mas o mérito é do alemão Levi Strauss, e o produto virou febre no mundo todo”. (CATOIRA, 2006, p.83).

Na Europa a moda urbana se deu pelos jovens da época, onde a sociedade impôs regras, porém o seu uso rompeu as regras. O jeans também foi rebatido por classes no mercado. Os especialistas esclarecem que a capacidade de resistência e praticidade do tecido, suja pouco, não era necessário passar entre outras coisas, por isso e outras razões, o jeans foi resistente a década podendo usá-la de muitas

maneiras.

Nos anos 1950 uma moda contra os padrões também ganhou muita atenção: ao som do rock que estava começando, o estilo colegial ousado, com calças cigarretes, suéteres, camisas brancas e o jeans foram altamente utilizadas. O jeans nesta época era bem básico, não existia lavagem e tinha como característica marcante a cintura alta. O rock explode com Elvis Presley que vestia jeans. As calças, com bainhas viradas para fora, facilitavam os passos da dança nesse novo ritmo que encantava os jovens. “As mulheres, que aprenderam a usar calças compridas, serviam-se dos jeans urbanos, masculinos, confeccionados se concessões às formas femininas, numa atitude libertadora.” (CATOIRA, 2006, p.86).

Na década de 1960 o jeans já aparece nas telas dos cinemas. Nos anos 1960 as coisas já estavam começando a mudar para o denim. Surgiu a calça jeans branca que bateu recordes em vendas na época. A modelagem de cintura baixa e justa com o nome de Skinny marcou a época é bem usadas nos dias atuais. Usavam também as calças white denim com peças mais coloridas e mais soltinhas. No final da década as lojas de brechó começaram a vender calças rasgadas, remendadas, onde os jovens começaram a comprar. E na virada na década as crianças já estava usando minicalças. “O jovem passa a ser contestador na década de 60, ora marchando pelos seus direitos civis (...), ora agitando nos concertos musicais dos Beatles, Rollings Stones e, mais tarde protestando nas ruas contra a Guerra do Vietnã.” (CATOIRA, 2006, p.86).

Nos anos 1970 os hippies vieram com uma ideia totalmente diferente da sociedade permitindo ser livres. Foi nesta que surgiu a graciosa e despojada calça flare que está no topo da moda de hoje. Segundo CATOIRA(2006), Esta época foi marcada pelo estilo hippie e livre expressão, usavam as calças flare com camisas, cinto bem grosso, botinhas de salto grosso e muito cabelo ao vento. Não demorou muito as pessoas mais velha começarem a aderir a moda, e o jeans passou a ser uma peça universal.

A moda une exotismo e folclore nos anos 70, com o uso de jeans e flores nas roupas, estampas psicodélicas e símbolos orientais. Tudo consequência do movimento ideológico de paz e amor que buscou a função de elementos mágicos da moda com simbologia de produção e os amuletos usados como acessórios (CATOIRA, 2006, p.87).

Os anos 1980 foi uma década extremamente intensa e inovadora, principalmente em relação à moda lançando tendências para todos os cenários culturais. Estilos diferenciados foram criados e alguns recriados na moda atualmente.

Nos anos 80, o jeans mostra suas duas faces. É tempo de dançar apoiado pelo novo ídolo da música, Michael Jackson, que lança o estilo break que hoje se transformou em street dance. No ritmo das discotecas e do bailarino John Travolta, o jeans chega com brilho às pistas de dança, no índigo, sem lavagem, usando com blusas de seda, lurex e saltos (CATOIRA, 2006, p.89).

Na passarela a grande tendência foi marcada pelo preto (jeans black), ao lado do jeans tradicional, onde a modelagem era cintura alta. Começaram a produzir calça de fibra de elastano e a modelagem foi se ajustando. Assim como nas décadas anteriores, o jeans assumiu o mundo.

A moda anos 1990 foi influência pelos exageros da moda dos anos anteriores. Nessa década, foram lançadas as calças jeans coloridas e as famosas blusas segunda pele, que consequentemente colocaram a lingerie à mostra. A moda anos 90 se caracteriza especialmente pela sua liberdade de expressão, os preconceitos e as barreiras foram sendo deixado de lado e desaparecendo de uma forma geral. As pessoas começaram a escolher as suas próprias roupas e estilos na medida em que se identificavam com as tendências de moda.

No estilo hippie-chique dos anos 1990, o jeans com detalhes de bordados, aplicações de galões, taxas e rendas, esteve no dia-a-dia da jovem que vai a faculdade, ao cinema e chega às casas noturnas. Na mesma década, fazendo um contraponto de estilos, o minimalismo tira o exagero e as ornamentações das roupas, deixando o jeans básico novamente (CATOIRA, 2006, p.89).

A moda feminina durante a década de 1990 priorizou a variedade, onde as peças como as calças jeans de cós alto, camisetas e vestidos longos fizeram o maior sucesso naquela época. Os homens passaram a usar mais as peças em jeans como peça chave no vestuário masculino, mantendo a tendência que ganhou bastante força na década de 80 e que prevaleceu também na década de 1990. O estilo dos rapazes da série americana “Barrados no Baile” serviu como uma espécie de inspiração para os jovens tanto brasileiros quanto norte americanos.

O segmento jeans possui relevância no universo da moda e destaca-se principalmente pela maneira como foi apoderado pelo consumidor, que transformou a vestimenta de trabalho em símbolo de comportamento. Ele permanece passível de metamorfoses proporcionada pelo tecido e modelagem sendo, ao mesmo tempo, neutro e autêntico. Assim afirma Caitora (2006), o jeans, caracterizava-se como uma roupa de trabalho, perfeita para expressar os sentimentos antimoda por parte de ambos os sexos, converteu-se na roupa da liberdade, sem distinção de classe e idade.

Segundo Caitora (2006), até hoje quando nos referimos ao objeto jeans, imediatamente sua identidade se revela: nós o visualizamos em azul, o original, o mais produzido e o mais usado. Mas essa associação nos leva à conclusões maiores na medida em que o próprio tecido do qual é produzido, o “denim índigo blue” perde seu lugar, pois o nome “jeans” se apropria da sua materialidade e o significa. No consenso, a palavra aglutina três significados: matéria-prima, forma e função, criando uma identidade própria, única, de entendimento quase universal. A moda, junto com o jeans, conta a história dos grupos sociais, determinando o tempo e as circunstâncias do momento vivido, com uma linguagem universal, que ultrapassa o fenômeno das tribos urbanas. “Utilizados por todos, sem limite de idade, sexo e cultura, nenhum outro tecido conseguiu sobreviver a tantas mutações estilísticas e sociais, atravessando gerações, sendo o material mais manejado nos últimos 150 anos.” (CATOIRA, 2006, p.91).

Segundo Cobra (2007), o jeans transformou-se, para muitos de seus usuários, em uma maneira de expressar a sua personalidade. Seu uso nunca foi imposto, sendo escolhido adquirindo um significado próprio. Barreiro (1998) define o jeans, como um dispositivo de sedução-expressão. Ele se tornou uma manifestação da cultura individualista fundamentada no culto ao corpo – marcando quadris e alongando pernas – e símbolo de uma sensualidade teatralizada, com ressonâncias de aspectos sexuais.

4 CUSTOMIZAÇÃO DO JEANS

Palavra customização que significa Personalizar, Imprimir Identidade, na moda tem o objetivo de ressignificar roupas e reaproveitar materiais. A customização pode ser feita na sua casa, em ateliês, oficinas de costura e cursos na área. Buscam o resgate de materiais, usam técnicas artesanais renomadas e reinventadas que permite a criação de moda de forma personalizada. Segundo Fonteneile (2019), a customização é um caminho Sustentável, pois, estimula a criatividade para achar soluções às necessidades das pessoas aliadas a um processo de interferência artesanal para a peça. No mundo globalizado de hoje, o grande diferencial na moda está na produção artesanal, que chamamos “*handmade*” feito a mão, que é muito conceituado no mercado internacional.

Pesquisando o livro de Caitora, (2006), Jeans, a roupa que transcende a moda percebemos, que há relatos da historia que a customização surgiu na década de 1960 pela explosão do movimento hippie pelo mundo. Com suas roupas tingidas, trabalhadas em retalhos e com ar artesanal, ficaram conhecidos pela irreverência e personalização de suas vestimentas. É uma moda destes tempos pós-modernos.

Buscando a moda como linguagem visual, forças antagônicas atuam com técnicas usadas para a identificação de soluções visuais. Pode-se listar o que seriam o contraste e a harmonia – que causam a excentricidade, dentro dos padrões atuais de estilo: assimetria/simetria, complexidade/equilíbrio, exagero/minimalismo, ousadia/sutileza, distorção/ exatidão (CATOIRA, 2006, p.111).

Na busca incessante da identidade, Santos (2000) irá afirmar que cada um quer vestir algo que reflita um pouco de sua personalidade assim a customização é livre para representar em forma de vestimenta um pouco da personalidade de quem usa. O ato de customizar ajuda a não extrair mais insumo, significa trabalhar com matéria prima já existente, esse é o foco de muitos estilistas. O valor e da criatividade, tempo, paixão e habilidades para um novo redesign sugeri uma nova visão.

O que fará o diferencial de um determinado produto dentre os seus concorrentes já que as tecnologias produtivas e administrativas estarão acessíveis no mercado, será justamente, a qualidade com ele atenderá aos requisitos dos seus clientes a maneira que ele se comunicará com o mercado (SANTOS, 2000, p.74).

Customizar Fonteneile (2019), é estender a vida útil de uma peça exige

criatividade, o jeans uma ótima opção a ser usada com essa técnica, atemporal pode se tornar ainda mais bonito com o tempo; desgastes, emendas, reconstrução são fontes de inspiração. Essas peças por se tratar de uma tendência de moda coleções tentam imitar esse desgaste natural, em inúmeros processos dentro das indústrias são necessários para se aproximar do efeito.

O início da customização das peças jeans começou historicamente como o woodstock, shows de rock que aconteceram nos Estados Unidos no ano de 1969. A partir desse momento o jeans passou a ser comercializado amaciado buscando apenas conforto (RIBEIRO, apostila lavanderia UTFPR, 2016).

Sair da repetição, da cópia, do produto sem história, com apelo promocional. A customização traz à peça autenticidade a necessidade de cada um, carrega uma identidade e uma história, foge dos padrões e repetições das vitrines.

A estratégia tem por objetivo oferecer ao usuário a possibilidade de adquirir um produto mais coerente com o seu perfil, visto que esta tem como característica a diferenciação de produtos e serviços para que estes atendam aos anseios específicos de cada usuário, através de processos e estruturas organizacionais mais flexíveis (PINE II, 1994).

Trabalhos manuais agregam valor ao produto é um mercado em expansão além de uma alternativa neste momento de colapso que estamos vivendo de escassez de produtos provenientes da natureza.

FIGURA 1 – Jaqueta jeans bordada de pérolas



Fonte: Revista Artesanato. Disponível em :<www.revistaartesanato.com.br> Acesso em: 2 abr. 2019.

4.1 Upcycling um redesign exclusivo em produto de moda

Dênis (2004), irá afirmar que em tempos de fadiga do sistema de recursos renováveis e o colapso da indústria da moda o sistema fastfashion para muitos da área da moda já demonstra sinais de desgaste, não é mais um nicho e sim parte do problema. Ao longo das décadas a tecnologia ajudou na velocidade das coleções em atender a demanda crescente, tornando a produção mais eficiente e barata, mas com isso a exclusividade e o design ficaram para o segundo plano. Para melhor entendimento do design o autor define como:

A origem imediata da palavra está na língua inglesa, na qual o substantivo design se refere tanto à ideia de plano, desígnio, intenção, quanto a de configuração, arranjo, estrutura (não apenas de objetos de fabricação humana, pois é perfeitamente aceitável, em inglês, falar do design do universo ou de uma molécula (DÊNIS, 2004, p.14).

Algo feito à mão nunca será igual a outro, para isso necessita de tranquilidade, tempo e investimento. Já o redesign é algo redesenhado, ou seja, refeito.

O redesign, que consiste em aperfeiçoar uma peça, criar um novo modelo com base em peça já existente, atualizar um produto seguindo novas tendências ou reutilizar a matéria-prima para aproveitamento em outras peças, trazendo benefícios a vários agentes envolvidos no processo produtivo, principalmente para a própria empresa. A aplicação de práticas criativas pode agregar valor e identidade aos produtos; evitar desperdícios; incrementar lucros; incentivar a adoção de práticas sustentáveis na região, entre outros (CADERNO DE TENDÊNCIA DO SEBRAE, 2016).

Analisando caderno de tendência do SEBRAE percebemos que a reutilização é uma das melhores alternativas para evitar impactos ambientais, uma prática de aproveitamento de peças que possivelmente seriam jogadas no lixo. Milhares de toneladas de jeans velhos e outros tecidos podem ser reutilizados e existe um leque de opções, quando o assunto é redesign, uma verdadeira arte. Vários são os estilistas que vem se destacando na vertente de reuso, uma delas é a estilista carioca Gabriela Mazepa, com seu projeto Re-Roupa, que busca a transformação através de um processo criativo, que foge do tradicional e se conecta com o momento que vivemos, sua criatividade é despertada pelo que já existe.

Peças com defeito, fora de estação e esquecidas no tempo, ela encontra a inspiração para o novo. Mundialmente conhecido como upcycling, a técnica de reaproveitar o que já está pronto é abraçada e feita localmente no ateliê carioca da estilista. Assim, cada peça carrega sua própria e exclusiva história. Sua equipe demonstra a preocupação com o consumo consciente ao desenvolver produtos que tem uma trajetória clara, informando ao público a origem dos materiais que são utilizados e a maneira como são confeccionados, desenvolve peças e coleções também com tecidos de qualidade descartados pela indústria têxtil. Desenvolve seus produtos em parceria com costureiras de comunidades do Rio de Janeiro, que trabalham de forma independente ou em cooperativas (MAZEPA, 2016).

FIGURA 2 – Jaqueta jeans bordado de linha



Fonte: Déborah Avelar/Arquivo Pessoal, 2019.

Recriar, reformular as peças e incentivar as novas práticas da indústria da moda. Repensar o ciclo de vida do produto de moda completo, para amenizar o desperdício. Essa é uma nova maneira de produção, o trabalho em patchwork é uma alternativa para uso desse ciclo, que segundo Santos (2013) define:

Patchwork ou “trabalho com retalhos” é uma atividade que envolve a costura de retalhos de tecido em um trabalho de grande design. Tem origem européia, sendo introduzido na América com a colonização inglesa nos Estados Unidos, tornando-se uma prática cultural nesse país. Este trabalho de grande design é geralmente baseado em padrões de repetição construído com diferentes formas coloridas. As formas são cuidadosamente medidas e cortadas, com cortes retos, utilizando formas geométricas básicas (SANTOS, 2013, s/p).

Muitos designers hoje estão conscientes dessa necessidade devido a materiais como a poliamida que tem fibra de ciclo de vida infinita. Um importante e significativo material a se trabalhar no redesign de uma peça é o jeans um ótimo material para reuso, pois uma fibra forte e seu desgaste é tendência dentro da moda.

FIGURA 3 – Jaqueta jeans patches



Fonte: Pinterest. Disponível em: <pinterest.com> Acesso em: 5 abr. 2019.

Dentro da customização existem várias possibilidades algumas podemos citar: alvejamento: processo de branqueamento, bordado das peças, aplicações de rendas, taxas, aviamentos, tiedye: um tingimento com amarrações que evitam que o corante penetre em algumas partes do tecido, causando assim, efeitos diferenciados.

FIGURA 4 – Calça tiedye



Fonte: Tudo com Moda. Disponível em: <tudocommoda.com> Acesso em: 7 abr. 2019.

5 RESSIGNIFICANDO O JEANS ATRAVÉS DA CUSTOMIZAÇÃO

O mundo vive em constante mudança, milhares de novas informações e ideias surgem a todo o momento. No mundo da moda não é diferente. Customizar é transformar, é dar um toque especial a uma peça, seja ela uma blusa, uma calça, uma jaqueta que você acha que precisa mudar. É colocar a criatividade e a ousadia em ação, transformando um produto industrial em uma peça única.

A customização está cada vez mais em evidência. São diversas técnicas que envolvem bordado, colagem, estamparia, pintura, aplique, cortar, costurar e até rasgar. Percebemos que a moda atualmente não segue mais os padrões clássicos. Podemos montar qualquer look com qualquer peça, basta identificar seu estilo, o que lhe cai bem, ser criativo e saber combinar os tons e as estampas. Brilho, cores, paetês, bordados e sobreposição de tecidos são características da modernidade.

Por outro lado, temos o jeans que atualmente representam, além de moda eterna, um negócio bilionário em todo o mundo. Pois é usado em todos os cantos do planeta esta espécie de uniforme que diminui as diferenças sociais sem restringir as interpretações pessoais. Segundo o caderno de tendência do SEBRAE(2016) da versão mais popular à que traz a assinatura do estilista mais famoso, o que muda é a qualidade, mas jamais seus inúmeros significados. São justamente esses significados que compõe a base da longevidade e da fama do jeans, por isso que podemos resignificá-lo com customização sem perder a essência do que o tecido representa até hoje.

Assim, através da customização, transformam-se roupas que não estão sendo mais utilizadas em tendências da moda atual. Sabe-se que a onda da customização encontra-se em fase de grande evolução, sendo que sua estrutura está baseada na busca de novas ideias, que possam suprir as necessidades dos clientes. Desta forma, Bulla (2007) afirma que este movimento de customização se explica pela nova postura dos consumidores, que procuram por peças de roupas que possam traduzir seu estilo e modo de encarar o mundo. Por meio da customização, agrega-se valor ao produto dando a ele cara nova, ajudando-o a não se tornar obsoleto, além de se poder dar um atendimento personalizado para cada cliente e seus anseios. Portanto, no contexto da moda, as tendências permanecem pouco tempo no mercado, com isso perdem seu valor e ficam ultrapassadas, mas com a customização pode-se agregar um novo estilo

às peças.

Para as famílias buscamos trazer, peças LD (peças com leves defeitos), essas peças no mercado não são tão valorizadas. Através delas iremos transformar os look's através da customização, trazendo conforto, estilo e modernidade, para ser uma peça bem versátil no dia-a-dia. Buscamos trazer também as épocas que marcaram o Jeans como tema das famílias. O ano 1970 foi quando surgiram os hippies e as calças flare, que esta na moda hoje em dia. Foi quando o jeans começou a ser uma peça universal. No ano 1990 foi um supermercado de estilos, as calças altas fizeram sucesso, um estilo urbano, exageros da moda. Em 2000 o futurismo, que está na moda até hoje, com peças modernas.

6 MARCA

Trend Jeans é uma marca que vem para agregar mais estilo e conforto ao seu dia-a-dia. A marca Trend tem como objetivo trazer tais valores como versatilidade, exclusividade junto com a customização e buscando qualidade dentro da moda. Transformamos Jeans em peças resignificadas através de bordados de linhas ,pedraria, aplicações ,artesanais e vários outros métodos.

Para a criação da logo foi abordado um símbolo de triângulo e dentro dele o nome da marca, com intuito de passar leveza, conforto e sofisticação. O público alvo são mulheres de 15 à 30 anos. A Trend Jeans foi criada através de um sonho, de resignificar peças de Jeans com leves defeito, em roupas que se transformam em joias raras , que proporcionam a quem escolhe conforto e estilo em uma só peça.

FIGURA 5 – Logotipo TREND JEANS



Fonte: Da autora, 2019.

7 ELEMENTOS TÉCNICOS DA COLEÇÃO

A pesquisa a respeito do Jeans, com a customização foi criado para a criação da coleção verão 2020. Foi desenvolvido 15 croquis, dividido em 3 famílias: Anos 70 Retro's, Anos 90 Retro's, e 200'0 Contemporâneo. A prancha Referencial traz fontes inspiradas para a montagem da coleção, que e apresentada o Brienfing, O fluxograma e a matriz referencial trazem os dados técnicos de produção como tecidos, cores, modelagem e silhueta. Que também são apresentados os 15 croquis, sendo 3 escolhidos om suas receptivas fichas técnicas e tabela de custo.

7.1 BRIEFING

A marca Trend Jeans apresenta a coleção de Verão 2020, com a proposta de trazer mais versatilidade no dia-a-dia do seu público. As peças são inspiradas nas épocas que marcaram a transformação do Jeans, através das épocas para os dias atuais. Criamos um estilo entre moda e customização, com mais conforto e qualidade numa só peça. Buscando sempre atualizar nossas propostas por estar atenta as novidades.

A coleção e composta por quinze look's será apresentada com diversos bordados, aplicações, patches, pedrarias, etc.. A cor jeans ira representar a coleção, é a modelagem será Fluida e Ajustada, trazendo o tule como exclusividade em algumas peças.

Para compor as peças serão desenvolvidos acessórios como, cintos, colares, é brincos dourados para dar um toque especial na coleção.

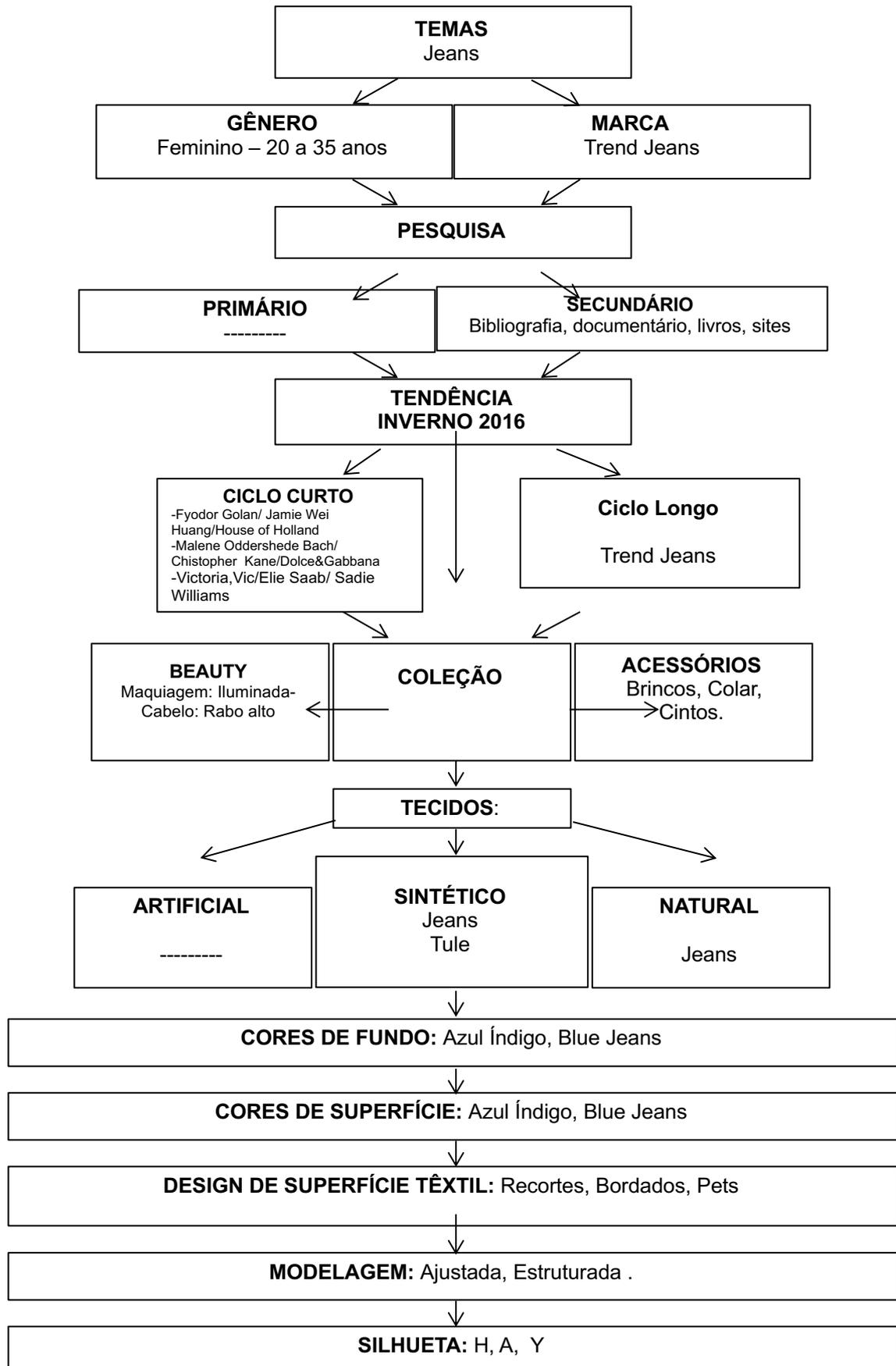
Dentre os quinze look's, apenas três serão confeccionados e apresentados no desfile de encerramento de conclusão de curso de design de moda, da instituição Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora.

FIGURA 6-Prancha Referencial



Fonte: Da autora, 2019

FIGURA 07– Fluxograma da Coleção



7.2 MATRIZ REFERENCIAL

A coleção Resignificando o Jeans através da Customização apresenta quinze croquis, os quais serão divididos em três famílias que são: Retro 70's, Retro 90's, 2000's Contemporâneo. Cada um deles contem cinco look's que inspira a trajetória que marcou o jeans na época. Trazendo a customização como técnica para desenvolver e transformar os look's .

As modelagens escolhidas foram H, Y, A e o tecido será o Jeans, em algumas peças terá o tule. O Design de Superfícies são as, correntes, bordados de linha e artesanal, patches, pompom, pedrarias, franjas, rendas, etc. A seguir serão apresentadas suas características:

Família Retro 70's:

Foi inspirada no ano de 1970, onde o jeans começou a ser uma peça usável pelo seu público. Foi desenvolvida para essa coleção um estilo Folk, Hippie, Indie. A cor será jeans , e o tule em algumas peças , o design de superfície será bordados a linha , franjas, pompom, barbicacho. A modelagem será H,A.

Família Retro 90's:

Buscamos trazer um estilo urbano, com um supermercado de variedades, com peças decoladas. Com o design de superfície iremos desenvolver o bordado a linha, patches, correntes. O tecido utilizado será o Jeans. A modelagem utilizada nessa família será Y, H.

Família 2000's Contemporâneo:

Inspirada na contemporaneidade do ano 2000, trazendo o futurismo para ser uma peça bem versátil e com estilo. Uma coleção com muito glamour através de rendas, pedras, correntes, bordados. O tecido será jeans e o tule em algumas peças e a modelagem e Y,A.

FIGURA 8 – Matriz Referencial

Referência palpável	Tecido			Cor		Design de superfície	Modelagem	Silhueta
	Inspiração impalpável	Artificial	Sintético	Natural	Fundo			
Família 1 Retro 70's	---	Jeans Tule	Jeans	Blue jeans	Vermelho Branco Amarelo Roxo	Bordado a linha, franjas, pompons, barbicachos	Fluida, Ajustada	H/Y/A
Família 2 Retro 90's	---	Jeans	Jeans	Blue jeans	Prata Dourado Azul	Correntes, bordado a linha, paches	Fluida, Ajustada	H/Y/A
Família 3 Retro 2000's	---	Jeans Tule	Jeans	Blue jeans	Prata Branco	Rendas, pedras, correntes, bordados	Fluida, Ajustada	H/Y/A

Legenda:  Referência  Inspiração  Interseção

Fonte: CES/JF, 2019; Da autora, 2019.

Tabela 1 – Parâmetro

Mix de Moda / Mix de Produto	Básico	Fashion	Vanguarda	Total	%
Pantacourt	1			1	5,57%
Macacão		4		4	14,28%
Calça	2	4		6	21,74%
Top	3	1		4	14,28%
Camisa	5			5	17,9%
Jaqueta	1	1		2	7,14%
Vestido		2		2	7,15%
Saia	1			1	3,6%
Short	1			1	3,6%
Total	14	12		28	100%
%	57%	43%		100%	

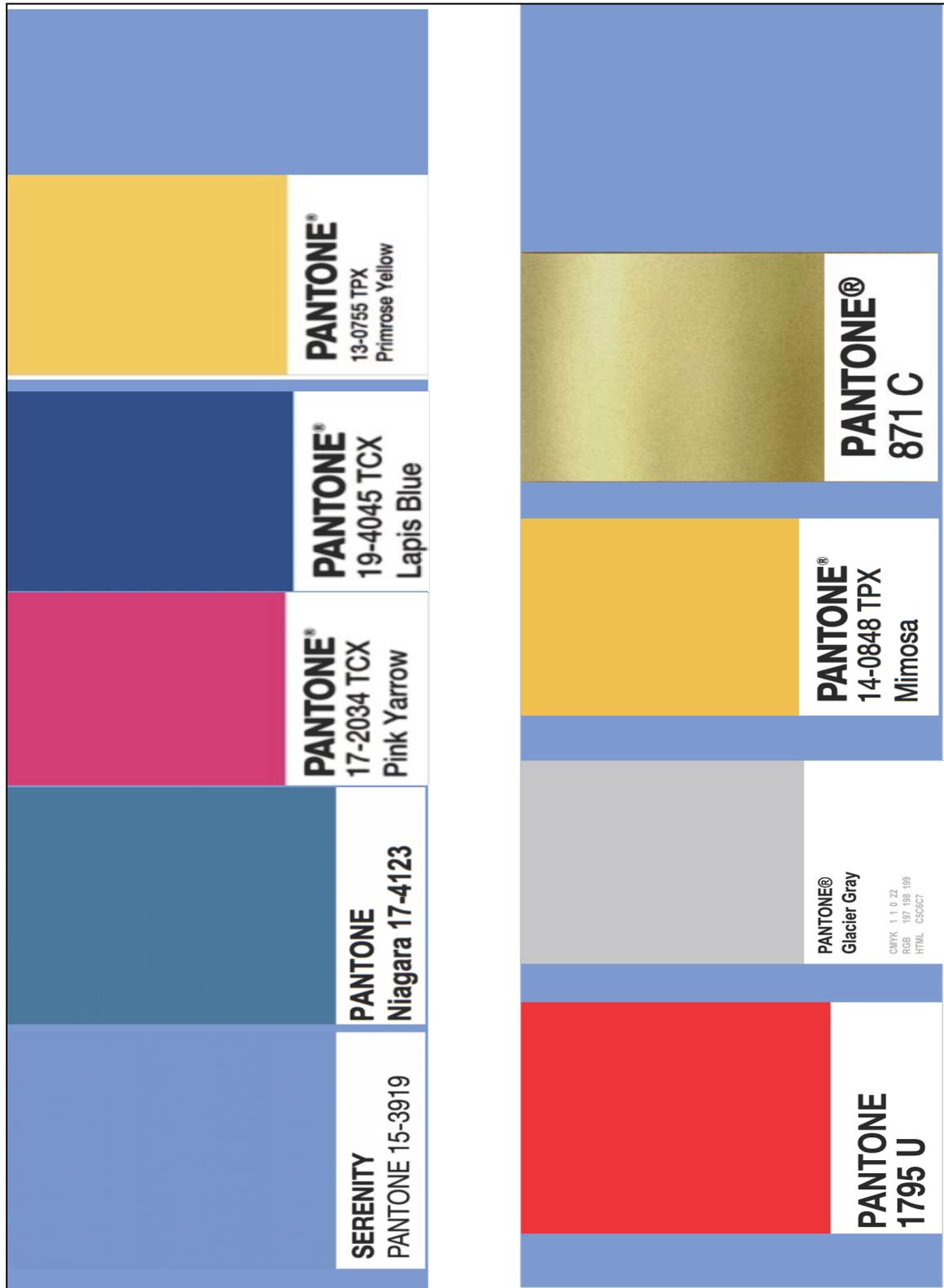
Fonte: CES/JF, 2019; Da autora, 2019.

Figura 9-Painel de Tendências



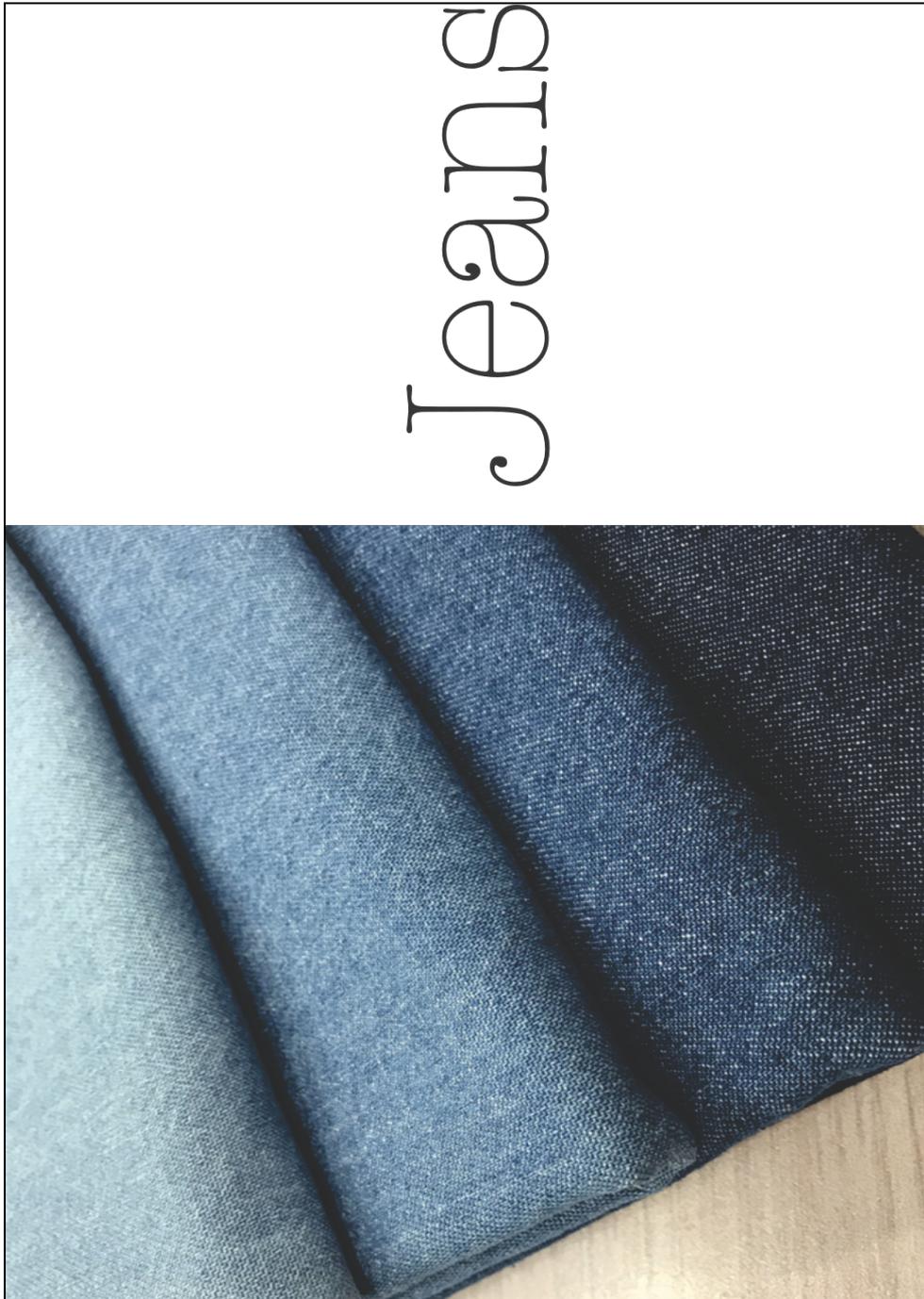
Fonte: Da autora, 2019.

Figura 10- Cartela de Cores



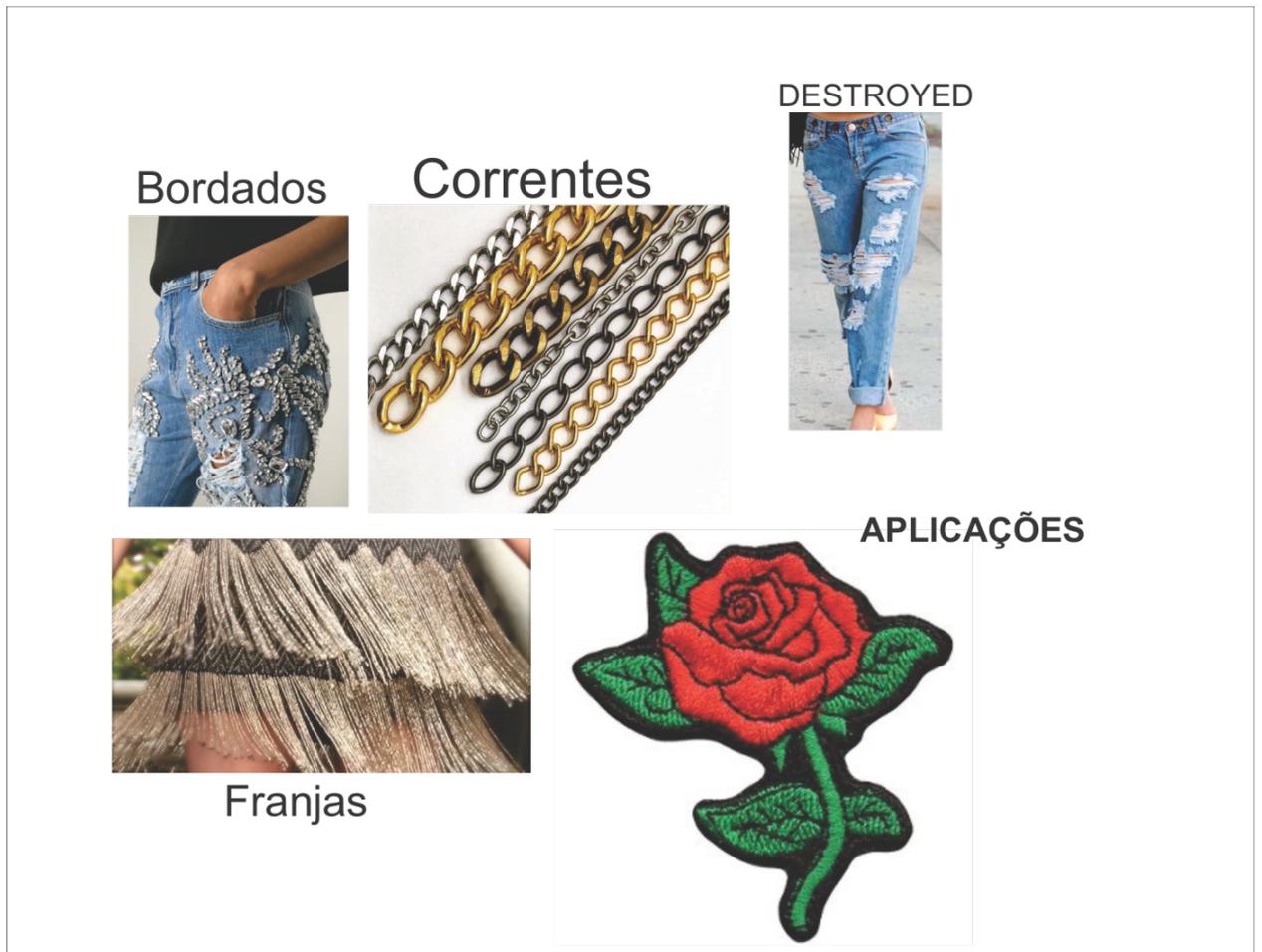
Fonte: Da autora, 2019.

Figura 11 - Prancha cartela de tecidos



Fonte: Da autora, 2019.

Figura 12 - Design De Superfície Têxtil



Fonte: Da autora, 2019.

7.3 CROQUIS E SEUS COMPLEMENTOS

Apresentação dos croquis da coleção junto com suas respectivas tabelas de custos e fichas técnicas.

Figura 14 – Croquis e seus complementos



Fonte: Da autora, 2019

Tabela 2 – Croqui 1



Fonte: Da autora, 2019

Tabela 3 – Ficha Técnica Croqui 1 Blusa Social Jeans

Coleção: Anos 70		Matéria prima principal:						DESIGN DE MODA CAMPUS DE VILA TOLENTINO - 13.060-000																	
Modelista: Ana Beatriz Xavier		Nome/código	Composição	Cor	Gasto	Fabricante	Fornecedor		Largura/m²																
Modelo: Blusa Social Jeans		Jeans	100% ALGODÃO	Blue Jeans	1,50m	—	—	45cm																	
Ano: 2019		Matéria prima secundária (forros, aviamentos...)																							
Ref: 00VA		Nome/código	Composição	Cor	Gasto	Fabricante	Fornecedor	Largura/m²																	
		Patches	100% POLIESTER	Vermecha	3	—	Nika Store	59cm																	
Descrição da peça: Blusa Social Jeans, com aplicações de Patches e bordados.		<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>frente</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>costas</p> </div> </div>																							
Grade de tamanho: <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>Peça</th> <th>PP</th> <th>P</th> <th>M</th> <th>M</th> <th>G</th> <th>G</th> <th>GG</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>BDD001</td> <td>36</td> <td>38</td> <td>40</td> <td>42</td> <td>44</td> <td>46</td> <td>48</td> </tr> <tr> <td>Estampa X</td> <td colspan="7">X</td> </tr> </tbody> </table>									Peça	PP	P	M	M	G	G	GG	BDD001	36	38	40	42	44	46	48	Estampa X
Peça	PP	P	M	M	G	G	GG																		
BDD001	36	38	40	42	44	46	48																		
Estampa X	X																								
Observações Aplicações de patches, e bordados. Blusa já pronta LD.																									
Beneficiamento: patches e bordados.																									

Fonte: Da autora, 2019

Tabela 4– Ficha Técnica Croqui 1 Calça flare

Coleção: Anos 70	Matéria prima principal:						DESIGN DE MODA CROQUI DE MODA, BORDADOS E LAYOUT P&P															
Modelista: Ana Beatriz Xavier	Nome/código	Composição	Cor	Gasto	Fabricante	Fornecedor		Largura/m*														
Modelo: Calça Flare	Jeans	100% algodão	Blue Jeans	—	—	—	1,40m															
Ano: 2019	Matéria prima secundária (forros, aviamentos...)																					
Ref: 00CB	Nome/código	Composição	Cor	Gasto	Fabricante	Fornecedor	Largura/m*															
	Pachtes	100% poliéster	Vermelho	1		W&A Text	17cm															
Descrição da peça: Calça flare, com detalhes em aplicações																						
Grade de tamanho:																						
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Peça</th> <th>PP</th> <th>P</th> <th>M</th> <th>G</th> <th>GG</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>B00001</td> <td>36</td> <td>38</td> <td>40</td> <td>42</td> <td>44</td> <td>46</td> <td>48</td> </tr> <tr> <td>Estampa X</td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Peça	PP	P	M	G	GG	B00001	36	38	40	42	44	46	48	Estampa X	X						
Peça	PP	P	M	G	GG																	
B00001	36	38	40	42	44	46	48															
Estampa X	X																					
Observações	Aplicações de Pachtes de cores.Roupa já pronta LD.																					
Beneficiamento:	Pachtes.																					

Fonte: Da autora, 2019

Tabela 5 - Tabela de custo anos 70 Retro's

Coleção: Anos 70 Retro's			Estação: Verão 2020	
Produto: Blusa Jeans			Ref: 00CB	Total:
Descrição do material	Quantidade	Fornecedor	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)
Blusa LD	1	TY	40,00	40,00
Patches Flor	1	Nika Store	15,90	15,90
Patches flor rosa	1	Nika Store	23,00	23,00
Bordados pedras	1	acervo	----	...
...
...
Total		...		R\$ 78,90

Fonte: CES/JF, 2019; Da Autora, 2019.

Tabela 6 - Tabela de Custo anos 70 Retro's

Coleção: Anos 70 Retro's			Estação: Verão 2020	
Produto: Calça Jeans Flare			Ref: 00CJ	Total: 78,90
Descrição do material	Quantidade	Fornecedor	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)
Calça LD	1	TY	40,00	40,00
Patches Flor	1	Nika Store	15,90	15,90
Patches flor rosa	1	Nika Store	23,00	23,00
Bordados	
...
...
Total		...		R\$ 78,90

Fonte: CES/JF, 2019; Da Autora, 2019

Tabela 7 – Croqui 2



Fonte: Da Autora, 2019

Tabela 8 – Ficha Técnica Croqui 2 Jaqueta jeans

Coleção: Anos 90		Matéria prima principal:						DESIGN DE MODA CENTRO DE ENSINO SUPERIOR DE JAZZ DE FORTA
Modelista: Ana Beatriz Xavier		Nome/código	Composição	Cor	Gasto	Fabricante	Fornecedor	
Modelo: Jaqueta Jeans		Jeans	100% algodão	Blue Jeans	1,50m	—	—	1,40m
Ano: 2019		Matéria prima secundária (forros, aviamentos...)						
Ref: 00JC		Nome/código	Composição	Cor	Gasto	Fabricante	Fornecedor	Largura(m) ²
Descrição da peça:		Franjas	Metal	Prata	1pacote			1cm
Jaqueta Jeans com aplicações de franjas.								
Grade de tamanho:								
Peça	PP	P	M	M	G	G	GG	
BDO001	36	38	40	42	44	46	48	
Estampa X			X					
Observações		Franjas. Jaqueta ja pronta LD.						
Beneficiamento:		Franjas						

Fonte: Da Autora, 2019

Tabela 9 – Ficha Técnica Croqui 2 Calça jeans

Coleção: Anos 90	Matéria prima principal:						DESIGN DE MODA CURSO DE GRADUACÃO SUPERIOR DE ARTES DE MODA
Modelista: Ana Beatriz Xavier	Nome/código	Composição	Cor	Gasto	Fabricante	Fornecedor	
Modelo: Calça Jeans	Jeans	100% algodão	Blue Jeans	1,50m	—	—	1,40m
Ano: 2019	Matéria prima secundária (forros, aviamentos...)						
Ref: 00JC	Nome/código	Composição	Cor	Gasto	Fabricante	Fornecedor	Largura/m ²
Descrição da peça:	Pedras	Metal	Prata	1pacote	—	—	1cm
Calça Jeans com detalhes de, babados na barra, e na lateral alguns detalhes também de pedraria.	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>frente</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>costas</p> </div> </div>						
Grade de tamanho:							
Peça	PP	P	M	M	G	G	GG
BDC001	36	38	40	42	44	46	48
Estampa X			X				
Observações	Bordados de Pedras. Roupa já pronta LD						
Beneficiamento:							
Pedras							

Fonte: Da Autora, 2019

Tabela 10 - Tabela de custo anos 90 Retro's

Coleção: Anos 90 Retro's			Estação: Verão 2020	
Produto: Calça Jeans			Ref: 00JC	Total:
Descrição do material	Quantidade	Fornecedor	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)
Calça LD	1	TY	40,00	40,00
Pedras	1	6,50	15,90	15,90
...
...
...
...
Total		...		R\$ 55,90

Fonte: CES/JF, 2019; Da Autora, 2019.

Tabela 11 -Tabela de custo anos 90 Retro's

Coleção: Anos 90 Retro's			Estação: Verão 2020	
Produto: Jaqueta Jeans			Ref: 00JB	Total: 77,29
Descrição do material	Quantidade	Fornecedor	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)
Jaqueta LD	1	TY	40,00	40,00
Strass correntes	1	Parco Comercio	37,29	37,29
...
...
...
...
Total		...		R\$ 77,29

Fonte: CES/JF, 2019; Da Autora, 2019.

Tabela 12 – Croqui 3



Fonte: Da Autora, 2019.

Tabela 13 – Ficha Técnica Croqui 3 Vestido Ajustado

Coleção: Anos 200'0		Matéria prima principal:						DESIGN DE MODA CENTRO DE ANEXO SUPERIOR DE ARTES DE MODA																								
Modelista: Ana Beatriz Xavier		Nome/código	Composição	Cor	Gasto	Fabricante	Fornecedor		Largura/m ²																							
Modelo: Vestido Ajustado		Jeans	100% ALGODÃO	Blue Jeans	1,50m	---			39cm																							
Ano: 2019		Matéria prima secundária (forros, aviamentos...)																														
Ref: 00VA		Nome/código	Composição	Cor	Gasto	Fabricante	Fornecedor	Largura/m ²																								
		Rendas	100% ALGODÃO	Branca	0,5 M	Casa Chic		11cm																								
		Correntes	Metal	Prata	0,5 M	---		1,30cm																								
		Pedras		Prata	1 FRODOTE																											
Descrição da peça: Vestido ajustado com rendas e corrente aplicadas. Alças finas e altura midi.		<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>frente</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>costas</p> </div> </div>																														
Grade de tamanho: <table border="1"> <thead> <tr> <th>Peça</th> <th>PP</th> <th>P</th> <th>M</th> <th>M</th> <th>G</th> <th>G</th> <th>GG</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>BDO001</td> <td>36</td> <td>38</td> <td>40</td> <td>42</td> <td>44</td> <td>46</td> <td>48</td> </tr> <tr> <td>Estampa X</td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>									Peça	PP	P	M	M	G	G	GG	BDO001	36	38	40	42	44	46	48	Estampa X		X					
Peça	PP								P	M	M	G	G	GG																		
BDO001	36	38	40	42	44	46	48																									
Estampa X		X																														
Observações Aplicações de rendas, correntese pedras , na parte lateral do vestido. Vestido já pronto LD.																																
Beneficiamento: RENDAS, CORRENTES, PEDRAS																																

Fonte: Da Autora, 2019.

Tabela 14 - Tabela de custo anos 200'0

Coleção: Anos 200'0 Retro's			Estação: Verão 2020	
Produto: Vestidos Jeans			Ref: 00V	Total: 86,50
Descrição do material	Quantidade	Fornecedor	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)
Vestido LD	1	TY	40,00	40,00
Renda	1	Casa Chic	40,00	40,00
Pedras	1	Bela Biju	6,50	6,50
Correntes	1	Acervo	-	...
...
...
Total		...		R\$ 86,50

Fonte: CES/JF, 2019; Da Autora, 2019.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como citamos anteriormente percebemos que assim como o mundo vive em constante mudança, milhares de novas informações e ideias surgem a todo o momento, de certa forma estas mesmas mudanças também aparecem no mundo da moda. Com isso observamos que a customização está em evidência nas ruas e nas passarelas. Descobrimos diversas técnicas de customização que envolvem bordado, colagem, estamparia, pintura, aplique, cortar, costurar e até rasgar. Chegamos a uma conclusão que moda atualmente não segue mais os padrões clássicos. Pois, a procura inquieta por identidade, onde cada pessoa quer vestir algo que apresenta de certa forma um pouco de sua personalidade assim como a customização é livre para representar em forma de vestimenta um pouco da personalidade de quem usa.

Neste contexto, acrescentamos o jeans como matéria prima para usarmos como tela em branco para reinventá-lo, um tecido que atualmente representam, além de moda eterna, conta a história dos grupos sociais, com uma linguagem universal. Da versão mais popular à que traz a assinatura do estilista mais famoso, o que muda é a qualidade, mas jamais seus inúmeros significados. Esses significados compõe a base da longevidade e da fama do jeans, por esse motivo, podemos resignificá-lo com customização sem perder a essência do que o jeans representa.

Portanto, podemos combinar qualquer look com qualquer peça, basta identificar seu estilo, e escolher o que lhe cai bem. Assim ao elaborar um visual é necessário ser criativo e saber combinar os tons e as estampas. Brilho, cores, paetês, bordados e sobreposição de tecidos são características da modernidade.

A Marca Trend Jeans, chega ao mercado com muita versatilidade e inovação.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Ariana De Camargo Villela Rocha; EMÍDIO, Lucimar De Fátima Bilmaia. **A evolução da calça Jeans e Do Comportamento Do Consumidor: Uma reflexão como parâmetro para a concepção do produto.** Disponível em <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/14124/12188>>. Acesso em 13 de março de 2019.

BARREIRO, Ana Martinez. *La Moda em las sociedades modernas.* Madrid: Tecnos, 1998.

BULLA, Vivian. *O bom negócio da customização.* Disponível em <<http://modapoint.com.br/materiaprima/repord/custom/custom.html>> Acesso em 13/03/2019.

CATOIRA, Lu. **Jeans, a roupa que transcende a moda.** São Paulo: Ideias e Letras, 2006.

COBRA, Marcos. **Marketing e moda.** São Paulo: Senac, 2007.

FONTENEILE, Ana Paula Gorini. **O segmento de índigo.** Disponível em <<http://www.bndes.gov.br/bibliotecadigital>>. Acesso em 12 de março de 2019.

Gshow. **Aprenda a fazer em casa o jeans detonado, tendência da estação.** Disponível em: <<http://gshow.globo.com/programas/mais-voce/O-programa/noticia/2014/09/aprenda-a-fazer-em-casa-o-jeansdetonadotendencia-da-estacao.html>> Acesso em 20 de abril de 2019.

KHERLAKIAN, Renato. **Uns jeans... outros não.** São Paulo: Senai. 2011.

LEVIS. **História e Legado.** Disponível em <<https://www.levi.com.br/institucional/sobrenos/historia-legado>> Acesso 20 de abril de 2019.

LOPES, Eber Ferreira. **Índigo Natural- O azul de origem vegetal.** Disponível em <<http://www.etno-botanica.com>>. Acesso em 14 de março de 2019.

MAZEPA, Gabriela. **Projeto Re-Roupa.** São Paulo: 2012. Projeto disponível em <<http://gabrielamazepa.com/br/>> Acesso em 20 de abril de 2019.

PINTEREST. **Roupas customizadas**. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/317996423686751302/feedback/?invite_code=9a160502c1894e0dae5db3432fe3291a&sender_id=416864646666958726> Acesso em 20 de abril de 2019.

QUINTANA, Niara Berenice. **Como customizar calça jeans: truques Incríveis**. <<https://tudocommoda.com/calças-shorts/como-customizar-calça-jeans/>> Acesso em 20 de abril de 2019.

RESENDE, Marina. **Como Customizar Roupas – 35 Ideias Lindas para Copiar**. Revista de Artesanato. Disponível em: <<https://www.revistaartesanato.com.br/como-customizar-roupas>> Acesso em 20 de abril de 2019.

SANTOS, Flávio. O design como diferencial competitivo. Editora: Univali, 2000.

SEBRAE. Redesign um conceito de moda sustentável. Caderno de Tendências SEBRAE, 2016. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/redesign-um-conceito-de-moda-sustentavel,26cae5d5e77be410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso 10 de abril de 2019.

SEXE, Néstor. **Casos de comunicación y cosas de diseño**. Buenos Aires: Paidós:SAICF, 2007.

SILVA, Anna Lúcia G1 Centro-Oeste de Minas. **Customização de jeans garante estilo com baixo investimento**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mg/centro-oeste/noticia/customizacao-de-jeans-garante-estilo-com-baixo-investimento-veja-dicas-de-estilista-de-itauna.ghtml>> Acesso em 20 de abril de 2019.

Valquíria Ap. dos Santos Ribeiro, **Apostila da disciplina de lavanderia UTFPR**, 2016. <http://estilo.abril.com.br/moda/tie-dye-jeans-manchado-com-estilo/tiedye>. Acesso em 20 de abril de 2019.