
**CRIATIVIDADE E SUSTENTABILIDADE NO ENSINO DE MODA:
reaproveitamento de tecidos de balões aposentados para desenvolvimento de
projetos de coleção**

Jonas Eduardo Rocha*

RESUMO

Este artigo apresenta os resultados do projeto Jornada de Aprendizagem – Design e Criatividade, desenvolvido por alunos do primeiro período do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda da Unisenai, em parceria com a empresa Balloon & Co. O projeto teve como objetivo propor soluções sustentáveis para o reaproveitamento de materiais têxteis oriundos da indústria do balonismo, por meio da criação de coleções autorais de moda. A metodologia adotada foi qualitativa, aplicada, exploratória, descritiva e explicativa, envolvendo pesquisa de tendências, análise de público-alvo, experimentações técnicas e desenvolvimento de produtos. Com base em referenciais teóricos sobre design, sustentabilidade, marketing e desenvolvimento de coleções, os alunos criaram propostas alinhadas aos valores da marca parceira e às demandas contemporâneas do setor. Os resultados demonstram a importância de uma formação acadêmica pautada em desafios reais, que integre criatividade, responsabilidade social e inovação, aproximando universidade e indústria.

Palavras-chave:

Design de moda; Sustentabilidade; Reaproveitamento têxtil; Educação aplicada; Indústria criativa; Balloon & Co.

**CREATIVITY AND SUSTAINABILITY IN FASHION EDUCATION: repurposing
retired hot air balloon fabrics for fashion collection projects**

ABSTRACT

This article presents the results of the Learning Journey – Design and Creativity project, developed by first-semester students of the Fashion Design Technology Program at Unisenai, in partnership with the company Balloon & Co. The project aimed to propose sustainable solutions for the reuse of textile materials from the hot air balloon industry through the creation of original fashion collections. The methodology

* Autor correspondente (e-mail): jonas.rocha@sistemafiep.org.br

adopted was qualitative, applied, exploratory, descriptive, and explanatory, involving trend research, target audience analysis, technical experimentation, and product development. Based on theoretical frameworks on design, sustainability, marketing, and collection planning, students created proposals aligned with the values of the partner brand and contemporary demands of the sector. The results highlight the importance of academic training grounded in real-world challenges, integrating creativity, social responsibility, and innovation while strengthening the connection between academia and industry.

Keywords:

Fashion design; Sustainability; Textile reuse; Applied education; Creative industry; Balloon & Co.

1. INTRODUÇÃO

A indústria do vestuário ocupa uma posição de destaque na economia mundial e brasileira, sendo responsável por significativa movimentação financeira e geração de empregos. No Brasil, de acordo com a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT), o setor faturou R\$ 203,9 bilhões em 2023 e R\$ 215 bilhões em 2024. No mesmo período, entre janeiro e outubro de 2024, foram criados 30,7 mil postos de trabalho: 14,2 mil no segmento têxtil e 16,5 mil no de confecção.

Apesar de seu impacto econômico positivo, a produção em larga escala do vestuário também está associada a graves impactos socioambientais. Segundo dados da Associação Brasileira de Resíduos e Meio Ambiente (ABREMA), cerca de 92 milhões de toneladas de resíduos têxteis são descartadas anualmente no mundo – sendo 4 milhões apenas no Brasil. Esses números revelam um dos principais desafios enfrentados pelo setor: conciliar desenvolvimento econômico com práticas sustentáveis.

Diante dessa realidade, é imprescindível que os profissionais da área da moda atuem de forma crítica e propositiva, contribuindo para a transformação dos processos produtivos. Para isso, torna-se fundamental que a formação desses profissionais esteja alinhada às exigências contemporâneas do mercado, incorporando princípios de sustentabilidade desde a etapa de criação até a execução

das peças. Cursos superiores, técnicos e profissionalizantes em moda têm, portanto, uma função estratégica: capacitar profissionais capazes de atender às necessidades básicas da população – como o vestuário –, ao mesmo tempo em que aplicam soluções criativas e sustentáveis em suas práticas, pensando e novos materiais e tecnologias.

É nesse contexto que se insere o projeto desenvolvido por alunos do primeiro período do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda da Unisenai, no ano de 2025. A atividade foi realizada em parceria com a empresa Balloon & Co, por meio da disciplina "Jornada de Aprendizagem". A proposta da disciplina consiste em apresentar aos estudantes desafios reais trazidos por empresas atuantes no mercado, promovendo a aproximação com o cotidiano da profissão e incentivando a resolução de problemáticas concretas, como a relação entre moda, design, criatividade e sustentabilidade.

Ao enfrentar desafios relacionados ao processo criativo, os alunos não apenas exercitam sua criatividade, como também desenvolvem competências essenciais ao exercício profissional responsável. Projetos como este contribuem para a formação de designers conscientes do impacto de suas decisões e preparados para propor soluções viáveis e inovadoras para um dos setores mais desafiadores e influentes da indústria contemporânea.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O desenvolvimento de projetos de coleção no contexto da formação em Design de Moda exige a articulação entre teoria e prática, considerando aspectos funcionais, estéticos, simbólicos e mercadológicos. Nos projetos desenvolvidos pelos alunos do primeiro período do curso de Design de Moda da Unisenai, em parceria com a empresa Balloon & Co., essa abordagem integrada foi central para a construção de propostas criativas e adequadas à identidade da marca. Como base teórica, foram mobilizados autores que discutem as funções do design, a relação entre moda e

sustentabilidade, os processos de desenvolvimento de coleções e os fundamentos do marketing.

No que diz respeito ao design, qualquer projeto precisa se apoiar em três funções fundamentais: prática, estética e simbólica. A função prática refere-se ao uso e à funcionalidade do produto – no caso do vestuário, por exemplo, proteger o corpo, oferecer conforto térmico, adequar-se a condições climáticas. A função estética envolve aspectos visuais como cores, formas, texturas e materiais, responsáveis por gerar desejo, identificação ou admiração no consumidor. Já a função simbólica carrega os significados culturais e sociais da peça de roupa: ela pode representar pertencimento a um grupo, expressar ideologias, atitudes políticas ou aspectos identitários, como empoderamento e liberdade. Esses conceitos estão presentes nos estudos de autores como Manzini (2015), Faerm (2012), Jones (2007), Pires (2008) e Sorger e Udale (2009).

Segundo Manzini (2015), o design contemporâneo assume um papel que vai além da simples criação de objetos materiais: ele deve propor soluções socialmente responsáveis, resolver problemas de funcionalidade e comunicação, além de construir identidades – tanto culturais quanto mercadológicas. Nesse sentido, o design se posiciona como agente transformador, integrando inovação, valores sociais e necessidades humanas nos diversos contextos onde atua.

No campo da moda, essas funções do design se relacionam diretamente com os desafios da sustentabilidade. A indústria do vestuário, baseada em modelos de consumo acelerado como o *fast fashion*, enfrenta pressões para adotar práticas mais responsáveis. Como destacam Fletcher e Tham (2019), a sustentabilidade na moda requer mudanças sistêmicas, desde o design até os processos de produção, distribuição e descarte. Isso implica o uso de materiais ecológicos, valorização da durabilidade das peças, revisão das condições de trabalho e reconfiguração dos hábitos de consumo. Portanto, a moda sustentável demanda não apenas soluções técnicas, mas também transformações culturais.

Complementando essa visão, os projetos de coleção envolvem uma série de etapas que exigem planejamento estratégico e domínio técnico-criativo. A escolha de

um tema central, a pesquisa de tendências e referências culturais, a definição de materiais, cores, modelagens e o entendimento do público-alvo são aspectos fundamentais para garantir a coerência e a viabilidade das propostas. Renfrew e Renfrew (2009) ressaltam que o desenvolvimento de uma coleção exige equilíbrio entre criatividade e planejamento técnico, de modo que o designer consiga traduzir ideias em produtos concretos com apelo estético e comercial.

Outro aspecto essencial para o sucesso de um projeto de moda é o marketing. Em um setor altamente competitivo e sensível a tendências, o marketing de moda atua como ferramenta estratégica para posicionar marcas, comunicar identidades e criar conexões emocionais com os consumidores. De acordo com Kotler e Keller (2012), “o marketing é o processo de planejar e executar a concepção, a definição de preço, a promoção e a distribuição de ideias, bens e serviços para criar trocas que satisfaçam metas individuais e organizacionais.” No campo da moda, isso se traduz na compreensão do comportamento do consumidor, na definição clara do público-alvo e no uso eficaz dos canais de comunicação e distribuição. Além disso, o marketing pode ser uma via importante para comunicar as ações criativas e sustentáveis das marcas, gerando valor e admiração por parte dos consumidores.

Dessa forma, os projetos realizados pelos alunos da Unisenai buscaram aplicar, de forma integrada, os conceitos de design, criatividade, sustentabilidade e marketing. A experiência prática, aliada à fundamentação teórica consistente, proporcionou aos estudantes a vivência de desafios reais do mercado, por meio do problema proposto pela Grupo Balloon & Co.. O processo de desenvolvimento dessas coleções será detalhado no próximo item deste artigo.

3. METODOLOGIA

2.1 Tipo de pesquisa

O trabalho desenvolvido pelos alunos do primeiro período do curso de Design de Moda da Unisenai, no âmbito da disciplina Jornada de Aprendizagem, adotou uma

abordagem qualitativa, uma vez que envolveu a análise interpretativa de dados coletados por meio de pesquisas sobre público-alvo, tendências, concorrência, materiais e referências criativas. O objetivo foi compreender de forma aprofundada o contexto de atuação do projeto, bem como identificar soluções criativas e sustentáveis aplicáveis ao desenvolvimento de uma coleção de moda.

Quanto à natureza, trata-se de uma pesquisa aplicada, pois os dados obtidos foram utilizados diretamente como insumos para a criação de produtos – no caso, peças que compõem uma coleção de moda autoral. Essa característica evidencia a articulação entre teoria e prática, elemento essencial na formação em design.

Do ponto de vista dos objetivos, a pesquisa apresentou características descritivas, exploratórias e explicativas. Foi descritiva ao definir o perfil do público-alvo, os materiais utilizados, as tendências de moda e as soluções propostas para a problemática apresentada. Assumiu caráter exploratório no momento em que os alunos realizaram experimentações práticas com tecidos, aviamentos e materiais reaproveitados – como retalhos de confecção e materiais de balões aposentados –, a fim de investigar possibilidades técnicas e criativas antes da fase de criação. Finalmente, o caráter explicativo esteve presente na sistematização e apresentação das soluções à banca avaliadora, com a produção de um book de coleção contendo todas as etapas do projeto, justificativas conceituais e processos adotados.

Quanto aos procedimentos metodológicos, diversas ferramentas e estratégias foram empregadas ao longo do projeto. Dentre elas, destaca-se a pesquisa bibliográfica, utilizada para embasar teoricamente as discussões sobre design, reaproveitamento de materiais, planejamento de coleções e a indústria da moda. Também foram realizados experimentos práticos com os materiais disponíveis, testando combinações, aplicações e possibilidades de transformação. A pesquisa etnográfica foi aplicada na análise do público-alvo e de clientes e seguidores de marcas concorrentes, permitindo a elaboração de personas que orientaram as decisões criativas. Além disso, todo o processo foi sistematicamente registrado por meio de documentação técnica, resultando em um book de coleção disponibilizado

tanto à indústria parceira quanto à comunidade acadêmica, configurando-se como produto final da atividade.

2.2 Empresa parceira

A Balloon & Co. é uma marca que nasce da convergência entre grandes tendências globais nos setores da moda, turismo e sustentabilidade, propondo uma nova perspectiva sobre a indústria e sua cadeia de suprimentos. Inspirada no universo poético e aventureiro das viagens de balão, a marca incorpora em sua identidade os conceitos de mobilidade, leveza e inovação.

Seu diferencial está no reaproveitamento de materiais provenientes de balões de ar quente aposentados ou dos retalhos gerados durante sua fabricação. Esses materiais, que antes teriam como destino o descarte, são transformados em acessórios de moda – como bolsas e peças de vestuário – com alta durabilidade e resistência. Além do caráter funcional, os produtos carregam histórias e significados únicos, reforçados por um sistema de rastreabilidade que valoriza cada etapa da cadeia produtiva e promove transparência quanto à origem dos insumos.

A proposta da Balloon & Co. está alinhada com os valores da moda de luxo sustentável, segmento que cresce impulsionado por consumidores cada vez mais conscientes e exigentes quanto ao impacto ambiental e social das marcas. Paralelamente, o mercado de turismo de experiência – especialmente o segmento de balonismo – também apresenta projeções otimistas de expansão, reforçando o potencial simbólico e comercial da marca.

2.3 Jornadas de aprendizagem - Unisenai

As Jornadas de Aprendizagem foram instituídas pela Unisenai Paraná como uma estratégia inovadora para aproximar o ambiente acadêmico das demandas reais do setor produtivo. A proposta envolve todos os cursos e períodos da universidade,

promovendo a conexão direta entre os estudantes e a indústria por meio do desenvolvimento de projetos interdisciplinares.

O principal objetivo das Jornadas é proporcionar aos alunos a oportunidade de trabalhar com problemáticas reais apresentadas por empresas parceiras. A partir desses desafios concretos, os estudantes são estimulados a elaborar soluções criativas e viáveis, integrando conhecimentos adquiridos em diferentes disciplinas cursadas ao longo do semestre. A natureza interdisciplinar do projeto possibilita que as atividades da Jornada estejam articuladas com os conteúdos e competências desenvolvidos em sala de aula, fortalecendo o aprendizado prático e contextualizado.

A cada semestre, a problemática proposta gira em torno de um eixo temático central, definido a partir das competências previstas para o período vigente e também das habilidades já trabalhadas em etapas anteriores do curso — com exceção dos projetos do primeiro semestre, que são planejados para alunos em início de formação. Dessa forma, o percurso acadêmico dos estudantes é construído de maneira progressiva e integrada, promovendo a aplicação concreta dos conteúdos teóricos.

Ao final de cada Jornada, os projetos desenvolvidos são apresentados a uma banca avaliadora, composta por professores do curso, docentes convidados e representantes da empresa parceira. Essa dinâmica permite que os alunos recebam feedbacks qualificados, tanto do ponto de vista acadêmico quanto do mercado, ampliando sua visão profissional e favorecendo a inserção no mundo do trabalho ainda durante a graduação. As etapas da Jornada de Aprendizagem são:

- Mãos na massa: apresentação do desafio que norteará as ações do projeto do semestre;
- Vivenciando a indústria: contato com a indústria para entender melhor o mercado e a problemática;
- Trocando ideias: pesquisas e atividades para identificar métodos e opções para solucionar a problemática;

- Hora de falar: elaboração das soluções e apresentação das ideias em diferentes formatos: bancas, vídeo e *slides*;
- Próximo desafio: entrega do projeto final, protótipo ou soluções referentes ao desafio proposto e orientações para os próximos projetos.

Figura 1 – Etapas da Jornada de Aprendizagem



Fonte: Unisenai

No que se refere ao Curso de Design de Moda, os alunos têm a possibilidade de participar de quatro Jornadas de Aprendizagem, pois o curso tem duração de quatro semestres. No primeiro período do curso, a Jornada de Aprendizagem tem como eixo temático Design e Criatividade, englobando as disciplinas de Desenho de Moda, Desenho Técnico, Modelagem Industrial Plana e Oficina de Costura.

Assim, dado o eixo temático Design e Criatividade, a escolha da Balloon & Co. justifica-se pelo fato de que é uma marca ainda em desenvolvimento, com proposta de produtos criativos, com design funcional e utilitário para um público exigente, além de fomentar o uso consciente de materiais que seriam descartados pelo setor do balonismo.

2.4 Desenvolvimento da Jornada e Aprendizagem: Design e Criatividade

A Jornada de Aprendizagem – Design e Criatividade, realizada pelos alunos do primeiro período do curso de Design de Moda Unisenai no primeiro semestre de 2025, seguiu todas as etapas descritas no item 2.3, as quais serão detalhadas no item subsequente.

2.4.1 Mão na massa

Nas primeiras semanas de aula na disciplina de Jornada de Aprendizagem – Design e Criatividade, os alunos foram orientados quanto à ementa da disciplina, conteúdos a serem abordados, competências a alcançar e habilidades a serem desenvolvidas.

O professor da disciplina explicou aos alunos a organização da jornada, as etapas a serem desenvolvidas, seus objetivos e resultados esperados.

Também foi apresentada a empresa parceira do projeto – Balloon & Co. – e a problemática proposta por ela: como utilizar materiais têxteis provenientes de descarte da indústria para desenvolver produtos de moda que aliem design, usabilidade e sustentabilidade, e atendam ao perfil do público-alvo da marca?

A partir da problemática, foi apresentado o desafio a ser cumprido pelos alunos: desenvolver um mix de novos produtos, incluindo peças de vestuário e acessórios, adequados às características dos materiais fornecidos pela indústria, a partir de soluções de design que promovam a sustentabilidade, bem como propor estratégias de comunicação para a marca.

Os alunos foram divididos em seis grupos e cada equipe ficou responsável por desenvolver um mix de coleção que propusesse uma solução para a problemática apresentada e cumprisse o desafio.

Com as equipes divididas, eles colocaram as mãos na massa e realizaram pesquisas sobre o setor do balonismo, sobre o material utilizado na sua fabricação, sobre o nicho de mercado, concorrentes e público-alvo.

Figura 2 – Equipes desenvolvendo as pesquisas



Fonte: autor

2.4.2 Vivenciando a indústria

Para que pudessem ter um contato mais próximo com a empresa parceira, os estudantes participaram de uma reunião com representantes da Balloon & Co., por meio da qual puderam conhecer mais sobre a empresa, valores, missão, visão, curiosidades sobre o nicho de mercado e materiais, além de tirarem suas dúvidas. Também tiveram contato com amostras de tecidos e outros materiais usados na produção de balões de ar quente.

Além disso, tiveram a possibilidade de abrir um balão aposentado, providenciado pela empresa parceira, para que coletassem materiais para experimentações e confecção de futuros protótipos, acompanhados de uma representante da Balloon & Co.

Figura 3 – Bate-papo com a empresa e análise de materiais



Fonte: autor

2.4.3 Trocando ideias

Nesta fase do projeto, as equipes iniciaram o processo de criação com uma pesquisa aprofundada sobre empresas que reutilizam materiais da indústria para a confecção de roupas e acessórios. Foram investigados casos que utilizam insumos como lonas de caminhão, nylon proveniente de equipamentos de acampamento, guarda-chuvas e outros materiais reaproveitados, reforçando o vínculo entre sustentabilidade e inovação no design.

Paralelamente, os grupos realizaram uma análise do público-alvo a partir dos seguidores de marcas similares à Balloon & Co., com o objetivo de identificar hábitos de consumo, marcas preferidas, comportamentos, valores e interesses do nicho. Com

base nessa análise, cada grupo desenvolveu duas personas representativas da marca – uma voltada ao mercado nacional e outra ao mercado internacional. Essas personas serviram como guia para orientar as decisões estéticas, funcionais e conceituais da coleção.

A etapa seguinte consistiu em uma pesquisa de tendências de mercado, realizada em plataformas especializadas como a Start by WGSN. A intenção foi alinhar as tendências emergentes com os valores da marca, a identidade visual e o perfil do público-alvo previamente estabelecido, fortalecendo a coerência e a atualidade da proposta de coleção.

Na disciplina de Jornada de Aprendizagem, os alunos foram desafiados a desenvolver um tema de coleção alinhado à identidade da Balloon & Co. e às personas construídas.

A partir das pesquisas realizadas, os grupos passaram à fase de geração de alternativas, onde cada integrante deveria criar pelo menos 10 propostas de peças de vestuário e 2 de acessórios, com base nos materiais disponíveis. As coleções deveriam conter de 10 a 12 peças de vestuário e 3 a 5 acessórios.

Como atividade interdisciplinar, os conhecimentos teóricos foram aplicados em aulas práticas das disciplinas de Modelagem Industrial Plana e Oficina de Costura, nas quais os alunos realizaram experimentações com os materiais fornecidos pela empresa parceira. Testaram modelagens, encaixes, tipos de costuras e o uso de diferentes maquinários, sempre com o suporte da professora responsável. Essa etapa foi essencial para que compreendessem as características dos materiais reaproveitados e explorassem soluções criativas e viáveis tecnicamente.

Com apoio e orientação do professor da disciplina, os grupos realizaram a seleção final das peças que integrariam o mix de produtos da coleção. Essa curadoria levou em conta critérios como originalidade, viabilidade técnica, harmonia com o conceito da marca e aplicabilidade dos materiais sustentáveis.

O mix de produtos final foi estruturado da seguinte forma:

- Divisão de peças por tecido escolhido para a coleção;

- Divisão entre *tops* (peças de cima), *bottoms* (peças de baixo), *onepice* (peças únicas) e sobreposições;
- Divisão entre peças básicas, tendência e vanguarda;
- Cartela de tecidos e aviamentos usados;
- Soluções de design aplicadas em cada peça.

Na disciplina de Desenho técnico, eles realizaram os desenhos técnicos das peças da coleção e também as fichas técnicas das peças escolhidas como protótipo para confecção.

Além disso, os alunos precisaram elaborar croquis das peças confeccionadas, como estratégia de comunicação das ideias, com base em habilidades desenvolvidas na disciplina de Desenho de Moda.

O resultado completo de todas essas etapas resultou em um *book* de coleção, disponibilizado à empresa parceira e também à comunidade acadêmica da instituição.

Figura 4 – Alunos realizando experimentações



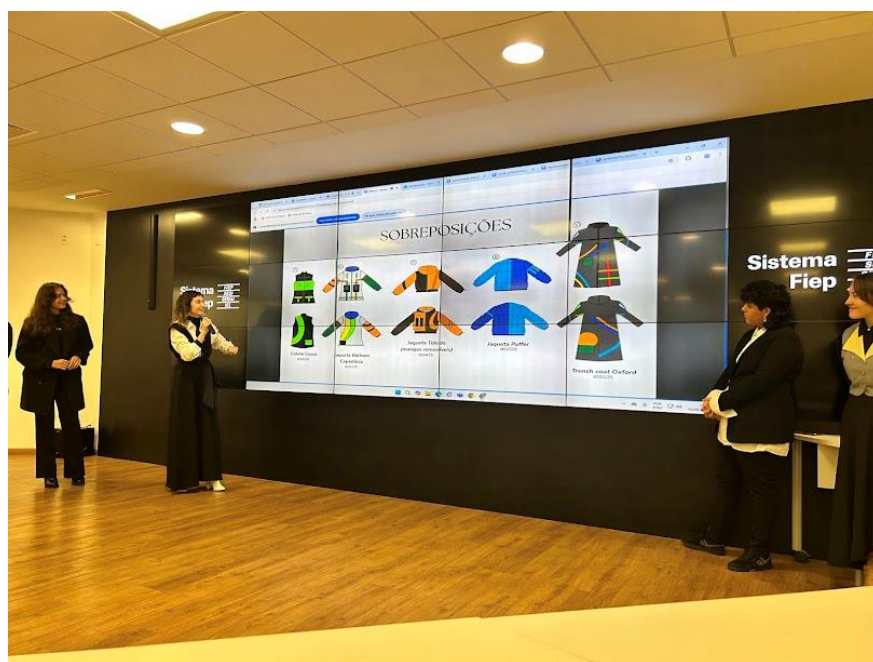
Fonte: autor

2.4.4 Hora de falar

Nesta etapa, os alunos apresentaram seus projetos de coleção à banca avaliadora, composta por professores do curso de Design de Moda Unisenai e pelos fundadores da Balloon & Co.

Aqui, os alunos puderam apresentar as pesquisas realizadas, as ferramentas usadas, a coleção desenvolvida, as soluções de design aplicadas e demais informações relevantes.

Figura 5 – Apresentações – bancas



Fonte: autor

2.4.5 Próximo desafio

Após a finalização dos projetos, os estudantes receberam o *feedback* da banca avaliadora e do professor de Jornada de Aprendizagem, com destaque aos pontos positivos e orientações sobre melhorias, bem como dicas de aperfeiçoamento para a próxima jornada.

4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Como resultado final da Jornada de Aprendizagem, os alunos elaboraram *books* de coleção que reuniram todas as etapas do projeto, desde as pesquisas iniciais até as criações finais. Esses materiais documentam de forma sistemática o processo de desenvolvimento das coleções, incluindo as ferramentas utilizadas, as análises realizadas e as decisões criativas adotadas ao longo do percurso.

Os *books* configuram-se como instrumentos valiosos para a empresa parceira, pois consolidam informações relevantes sobre o público-alvo, tendências de mercado, nichos específicos e, sobretudo, apresentam estratégias e soluções inovadoras de design aplicáveis à problemática proposta. Servem tanto como fonte de inspiração quanto como referência técnica e conceitual para futuros projetos da marca.

Dentre as soluções desenvolvidas pelos alunos, destacam-se:

- Reaproveitamento de tecidos de balões aposentados para a criação de peças de vestuário e acessórios, conferindo originalidade, resistência e forte apelo simbólico aos produtos;
- Utilização de retalhos têxteis como elemento de composição visual, criando sobreposições, texturas, forros e acabamentos com identidade própria;
- Aplicação criativa de materiais fornecidos pela empresa parceira, como alças, mantas térmicas, retalhos de couro e outros insumos, incorporando-os de forma funcional e estética nas peças;
- Exploração de modelagens inteligentes, com encaixes que maximizam o aproveitamento dos tecidos e reduzem o desperdício de material;
- Desenvolvimento de acessórios sustentáveis (como brincos, bolsas e broches), a partir de sobras de tecidos e pequenos retalhos, promovendo o reaproveitamento total dos recursos disponíveis.






Essas soluções demonstram a capacidade dos estudantes de integrar pesquisa, técnica e criatividade com foco em design sustentável, alinhando-se aos

valores e necessidades do mercado contemporâneo. Além disso, reforçam o compromisso da formação acadêmica em moda com a inovação, a responsabilidade socioambiental e a conexão com desafios reais da indústria.

Figura 5 – Exemplos de soluções aplicadas pelos alunos

Problemática:
Como utilizar materiais têxteis provenientes de descarte da indústria para desenvolver produtos de moda que aliem design, usabilidade e sustentabilidade, e atendam ao perfil do público-alvo da marca?

SOLUÇÕES APLICADAS:

				
Bolsos removíveis e detalhes intercambiáveis, garantindo personalização e multifuncionalidade.	Desenvolvimento de peças com cortes retos, amplos e trançados maximizando o aproveitamento de materiais e reduzindo desperdícios.	Acessórios feitos de sobras do balão, distribuídos como brindes para engajar o público e reforçar a identidade da marca.	Uso de sobras de fitas como alças ajustáveis em bolsas e mochilas, ou como detalhes decorativos e funcionais em roupas.	Aproveitamento do tecido de balão descartado para desenvolver peças de moda funcionais, valorizando sua resistência e durabilidade.

Fonte: autor

Figura 6 – Exemplos de produtos criados pelos alunos

COLOR STORY 2



Macacão Liberdade BC0030P

Sala Incandescência BC005BT

Blusa Envolvimento BC006TP

Broche Flutuar BC0015ACR

Macacão Atmosfera BC0070P

Jaqueta Sopro BC004TP

Chapéu Céu BC0013ACR

Calça Radiante BC008TP

Fonte: autor

Diante do cenário atual da indústria da moda e da confecção — marcado pelo uso intensivo de recursos naturais, altos índices de descarte de materiais e significativo impacto ambiental — torna-se imprescindível repensar os processos produtivos à luz da sustentabilidade. Nesse contexto, projetos como o desenvolvido na Jornada de Aprendizagem – Design e Criatividade são fundamentais para a formação de profissionais conscientes, criativos e alinhados às demandas contemporâneas do setor.

A atividade permitiu que os alunos compreendessem, na prática, a complexidade de desenvolver soluções que integrem estética, funcionalidade e responsabilidade socioambiental. Ao trabalhar com problemáticas reais, trazidas por empresas atuantes no mercado, os estudantes foram desafiados a aplicar seus conhecimentos de forma estratégica, colaborativa e inovadora, experimentando alternativas sustentáveis viáveis dentro do contexto profissional.

Assim, a Jornada se consolida como um exemplo pedagógico eficaz de como pensar e fazer moda hoje, indo além da teoria e promovendo o encontro entre universidade e indústria. Ao aproximar os alunos de desafios autênticos, contribui para a formação de designers mais preparados para atuar com ética, criatividade e compromisso diante das transformações e exigências do setor.

Figura 7 – Exemplo de peça criada pelos alunos



Fonte: autor

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização da Jornada de Aprendizagem – Design e Criatividade com os alunos do primeiro período do curso de Design de Moda da Unisenai, em parceria com a empresa Balloon & Co., representou uma experiência significativa de articulação entre ensino, prática profissional e compromisso socioambiental. O projeto permitiu aos estudantes vivenciar de forma concreta os desafios da indústria da moda, ao mesmo tempo em que desenvolveram competências técnicas, criativas e reflexivas fundamentais à formação do designer contemporâneo.

Diante dos impactos ambientais gerados pela cadeia produtiva do vestuário, torna-se cada vez mais urgente que os futuros profissionais do setor estejam aptos a propor soluções criativas, sustentáveis e alinhadas às exigências de um mercado em constante transformação. O contato com materiais reaproveitados, o diálogo com a empresa parceira e a experimentação prática de processos e técnicas de modelagem e costura contribuíram para que os alunos compreendessem, de forma crítica e propositiva, as possibilidades de atuação responsável no campo do design de moda.

Além disso, o formato da Jornada de Aprendizagem se mostrou eficaz ao promover uma abordagem interdisciplinar e colaborativa, conectando teoria e prática, universidade e indústria, criatividade e estratégia. O envolvimento dos alunos em todas as etapas do processo – desde a pesquisa inicial até a apresentação das soluções desenvolvidas – proporcionou não apenas a aplicação de conhecimentos adquiridos, mas também o desenvolvimento de habilidades como trabalho em equipe, comunicação, análise de tendências e resolução de problemas reais.

Como resultado, foram desenvolvidas coleções autorais coerentes com o perfil da marca Balloon & Co., com soluções estéticas e funcionais inovadoras, reforçando o potencial do design como agente transformador. Os books de coleção entregues pelos alunos materializam não apenas suas ideias e criações, mas também um novo olhar sobre o fazer moda – mais consciente, mais conectado com as urgências sociais e ambientais, e mais preparado para os desafios do presente e do futuro.

Dessa forma, a experiência aqui relatada confirma a relevância pedagógica das Jornadas de Aprendizagem como estratégia de ensino voltada à formação integral do estudante, capaz de prepará-lo para uma atuação crítica, ética e criativa na indústria da moda.

REFERÊNCIAS

ABIT – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO. **Indústria têxtil e de confecção aumentou a produção e gerou 30 mil empregos em 2024**. 2024. Disponível em: <<https://www.abit.org.br/noticias/industria-textil-e-de-confeccao-aumentou-a-producao-e-gerou-30-mil-empregos-em-2024>>. Acesso em: 27 jun. 2025.

ABREMA – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RESÍDUOS E MEIO AMBIENTE. **Na era da moda rápida e barata, 80% do descarte têxtil vira lixo**. 2025. Disponível em: <<https://www.abrema.org.br/2025/01/20/na-era-da-moda-rapida-e-barata-80-do-descarte-textil-vira-lixo/>>. Acesso em: 27 jun. 2025.

CIETTA, E. **A revolução do fast-fashion: estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

FAERM, S. **Curso de design de moda: princípios, prática e técnicas**. São Paulo: GGModa, 2012.

FLETCHER, K.; ST. PIERRE, L.; THAM, M. **Design and nature: a partnership**. London: Earthscan, 2019.

JONES, S. J. **Fashion design: manual do estilista**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 14. ed. Tradução de Sônia Midori Yamamoto; revisão técnica de Edson Crescitelli. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

MANZINI, E. **Design, when everybody designs: an introduction to design for social innovation**. London: MIT Press, 2015.

PIRES, D. B. **Design de moda: olhares diversos**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

RENFREW, E.; RENFREW, C. **Desenvolvendo uma coleção**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

SORGER, R.; UDALE, J. **Fundamentos de design de moda**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

VALLE, A. et al. **Fundamentos do gerenciamento de projetos**. Rio de Janeiro: FGV, 2011.



Esta obra está licenciada com Licença Creative Commons Atribuição-Não Comercial 4.0 Internacional.
[Recebido/Received: Dezembro 18 2024; Aceito/Accepted: Janeiro 29, 2025]