

## **BONS DESIGNS EM FORMATO DE MODA UPCYCLING (ODS 12)**

Marília Ramos Nunes de Souza (Universidade de Taubaté)  
João Pedro de Carvalho (Universidade de Taubaté)  
Arthur Guimarães Teixeira (Universidade de Taubaté)  
Gabriel Martins Maciel Nunes (Universidade de Taubaté)  
Ariane Maiara Viana (Universidade de Taubaté)  
Profa. Dra. Lucia Carvalho Moreira Dias (Universidade de Taubaté)

A cultura cibernética é um universo simbólico em constante expansão, um novo meio de comunicação e expressão que transforma nossa percepção do mundo e de nós mesmos (LEVY, 1999). Jorge González (1980) considera a cibercultura uma extensão das dinâmicas culturais tradicionais, na qual as interações digitais transformam e potencializam os processos de comunicação e construção da realidade. Vivemos um período em que se explora a fusão entre a alta tecnologia e a vida urbana em uma celebração estética que reflete o avanço das mídias, das redes e das novas linguagens visuais. O presente trabalho teve como objetivo a criação e execução de uma performance artística inspirada na cultura cibernética e na estética cyberpunk, trazendo à vida um estilo ousado e inovador que combina elementos tecnológicos, design e sustentabilidade. A pesquisa foi conduzida inicialmente com um levantamento bibliográfico sobre o tema, a fim de compreender os fundamentos teóricos da cibercultura e suas manifestações no campo das artes e do design. Na etapa prática, partiu-se para o desenvolvimento de uma peça artística central: transformar o tecido jeans de uma calça em uma bolsa com formato arredondado, composta por três bolsos externos, cada um com estética distinta, explorando texturas, costuras e contrastes. A alça foi confeccionada a partir de um cinto de couro reaproveitado, reforçando o conceito de upcycling, a proposta de consumo e produção responsáveis, em consonância com o ODS 12. Para complementar a composição estética, foi criada uma corrente com tampinhas de garrafas de vidro que simboliza os logotipos estudados durante o trabalho. Além disso, desenharam-se novos logotipos diretamente na superfície da bolsa, compondo um diálogo entre forma e identidade visual. Como parte do processo criativo, confeccionou-se um maço de cigarros da marca Marlboro, feito de papel e decorado com descrições gráficas de sua identidade visual, além da personalização de um isqueiro com a marca Gnomus, outra das marcas escolhidas. A descrição de cada marca foi apresentada na revista de moda elaborada pela equipe, inspirada na Escola de Bauhaus, integrando design, função e estética de forma interdisciplinar. Por fim, o produto final foi apresentado como parte de uma performance cultural, acompanhada por trilha sonora escolhida para representar a atmosfera cibernética. Essa performance resultou da integração das disciplinas Linguagem e Cultura Contemporânea e Fundamentos do Design, demonstrando a capacidade do design de unir expressão artística, crítica social e

sustentabilidade. Conclui-se que o projeto permitiu exercitar a criatividade, o trabalho colaborativo e a reflexão sobre os impactos do consumo, evidenciando que o bom design é aquele que concilia inovação estética, consciência ambiental e valorização da cultura contemporânea.

**Palavras-chave:** Design; Moda; Upcycling; Estética; Logotipos.