

aura

PRIMAVERA-VERÃO 26/27



E-BOOK Conceito

IMD.

INOVA MODA DIGITAL

SEBRAE **SENAI** CETIQT **SENAI** Serviço Nacional
de Aprendizagem
Industrial

**A temporada Primavera/
Verão 26-27 nos
convida a refletir sobre
comportamentos, estilo
de vida e impactos na
Indústria da Moda.**

Aquilo que conecta, o que somos e o que nos escapa, sob o tema AURA, transborda referências e impactos sobre as nossas escolhas revelando potenciais inexplorados para desafios e oportunidades emergentes.

O foco tem se deslocado para o imediato, o tangível, a busca pelo prazer. A ênfase está na experiência, refletindo uma necessidade de estimulação intensa dos sentidos. Reproduzindo um cenário onde a busca por equilíbrio se torna multifacetada, rica e transversal, que projeta nossa imaginação e emoções sobre como percebemos território/terra, integrada com a natureza, capaz de guiar tanto o indivíduo quanto a sociedade rumo a um futuro mais harmonioso e sustentável.

**PALAVRAS-
CHAVE**

**REALIDADE
AUMENTADA**

**EQUILÍBRIO
EFÊMERO**

**DESIGN
FUNCIONAL**

REVIGORANTE

PLENITUDE

**ESTÍMULO
SENSORIAL**

CONCEITOS



Re-ação

Plenitude

Resiliência



o
a
c
a
e
r

A força da ação direciona a intensidade das relações que permite a consciência e dá origem ao tangível. Misturas de realidades digitais e físicas se equilibram em um movimento de oportunidades e soluções multifacetadas para demandas da indústria, das pessoas e do planeta.

Processos revisitados, a partir do aprendizado contínuo incorporam inovação para um cenário de inconstância.



Shade – Collina Strada

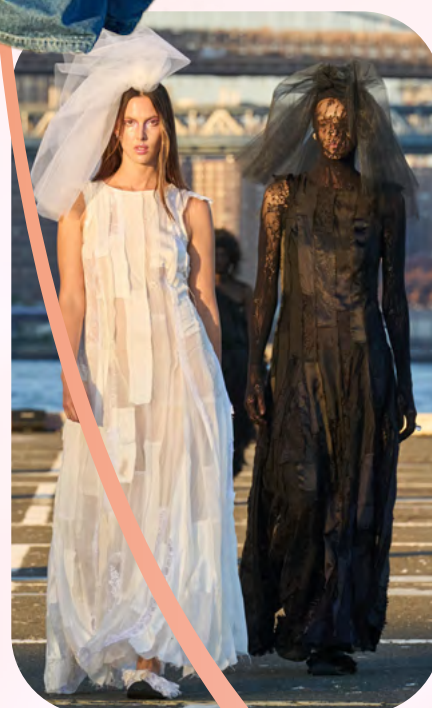
Reconhecida por unir moda, performance e sustentabilidade, a partir da experimentação criativa a marca Collina Strada, apresenta narrativas visuais a cada lançamento de coleção.

Para a semana de moda de Nova York, Hillary Taymour escolheu um heliponto de Manhattan durante o pôr do sol como cenário do desfile “Shade”, onde explorou a dualidade entre a luz e a sombra, inspirado na transição entre o dia e a noite. A dinâmica do evento contou com looks apresentados em dupla – uma versão colorida, acompanhada por sua “sombra”, em preto acompanhado de rendas ou uma segunda pele – convidando o público para uma reflexão sobre força e delicadeza, sobre identidade, contradições e as forças obscuras que acompanham a sociedade contemporânea.

A dualidade foi expressa para além das cores, mistura de tecidos leves e delicados com contrapontos pesados se sobrepunham em composições com volumes exagerados, drapeados que equilibraram os looks e representaram perfeitamente a transição suave entre dia e noite, reforçando a coerência praticada pela marca em gerar impacto positivo com o uso de materiais de estoques parados (deadstock fabrics) com parte da escolha contante das matérias-primas utilizadas pela marca.



WGSN

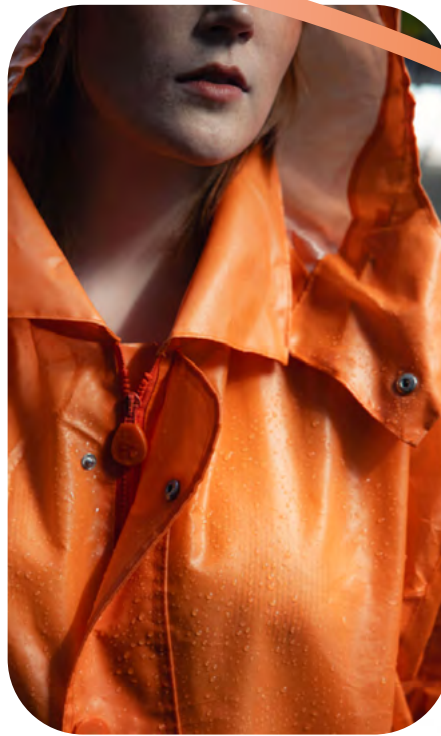


Projetado para refrescar

A marca japonesa Meanswhile une tecnologia com soluções para o aumento das temperaturas. Inspirado no clima dos verões japoneses que são conhecidos por serem quentes e úmidos, a marca projetou uma jaqueta Impermeável com sistema de circulação de ar. Confecciona em nylon ripstop respirável de 3 camadas, a peça ainda pode ser transformada em um colete, ampliando as possibilidades de uso. Aliado a aplicação de dois ventiladores elétricos integrados na parte traseira da jaqueta que promovem a evaporação do suor, reduzindo o acúmulo de vapor de água no interior do produto.

A tecnologia foi originalmente desenvolvida pela empresa japonesa Kuchofoku direcionada a trabalhadores rodoviários, expostos a intempéries. Contudo observando a crescente demanda de consumidores por soluções que amenizem as altas temperaturas urbanas a marca integrou a funcionalidade utilizada nos uniformes com a praticidade de uma peça leve e funcional para o dia o dia a dia.





BrightBio

Beneficiamento circular

O crescimento de soluções projetadas para ciclos inspirados na natureza vem trazer novas abordagens para materiais e acabamentos na indústria têxtil e de confecção, pensando em funcionalidade a partir de matérias-primas renováveis o revestimento BrightBio® apresenta uma iniciativa totalmente circular

a partir de subprodutos agrícolas e biomassa reciclada com o mesmo desempenho usado em têxteis técnicos, proporcionando características como resistência à água, tudo isso sem o uso de produtos químicos nocivos ou revestimentos à base de combustíveis fósseis.

WGSN



Luxo com impacto

O som de “Come Together”, Stella McCartney, traz a passarela um manifesto pela humanidade, pelos animais e pela natureza, materializado em propostas inteligentes para os materiais de sua coleção. Confeccionada com 98% de materiais sustentáveis e 100% livre de crueldade animal, a marca apresentou inovações tecnológicas inéditas como a FEVVERS; uma alternativa vegetal ao uso de plumas e o PURE.TECH, um material programável que absorve e neutraliza poluentes como o CO²

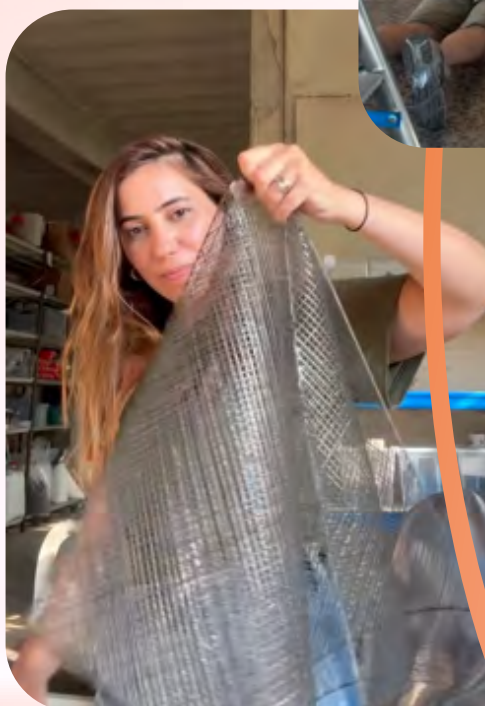
Além de técnicas de Upcycling feito de cos de jeans aplicados como detalhes em calças, sapatos, bolsas e vestidos, denim reciclado em peças de alfaiataria primorosa e uma linha noite leve com um espírito festivo e descontraído.

Re-moda 3D

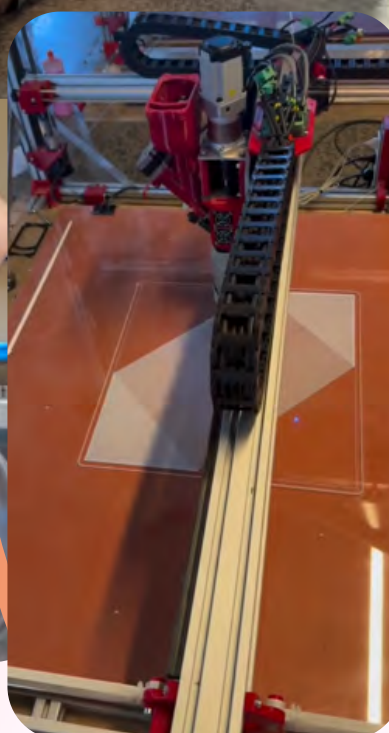
A impressão 3D já faz parte de processos na construção de produtos de moda e quando unimos este dois tema a designer de moda israelense Danit Peleg é uma das grandes referencias na criação de roupas impressas em 3D.

Atualmente a designer vem trabalhando em um projeto produzindo grandes peças de “tecido” maleáveis e macios utilizando uma impressora 3D com 1 metro cúbico de área de impressão, esse tamanho maior possibilita uma impressão 20 vezes mais rápida que os equipamentos comuns. O grande diferencial deste projeto é que o plástico utilizado para a confecção das amostras é totalmente reaproveitado, derivado de reciclagens de plásticos já utilizados anteriormente, oportunizando o reuso do material como termoplásticos em impressoras 3D.

Apartir do TPU (Poliuretano Termoplástico) que nada mais é que um plástico maleável muito utilizado pela indústria como a calçadista em solados que são utilizados por Peleg. No processo as sobras de TPU chegam picotadas, em pequenos cilindros, passam por um aquecimento, logo após são extrudadas pelo bico aquecido da máquina e depositado camada por camada na mesa de impressão, até formar o uma placa maleável, pronta para ser utilizada na construção de produtos de vestuário.



@danit_peleg3d





Portrait

Relação entre o eu e o mundo, conflitos e reflexões sobre métricas de sucesso se desdobram em mudanças de rotas para o que faz sentido e faz sentir.



Emoções a flor da pele se desdobram na busca por experiências sensoriais em diversos níveis, se expandido para comunidades e núcleos multiespécie.



@grlswirl

Celebrando o estilo de vida

Com o propósito de unir pessoas globalmente cultivando uma comunidade autêntica através do skate o coletivo de skate GRLSWIRL, possui uma comunidade com a visão acolhedora para pessoas de todas as origens, empoderando seus membros e fomentando o compartilhamento e celebração da alegria através da cultura do skate. Promovendo ações de filantropia, junto sua comunidade, hoje com extensão global, com arrecadação de fundos para diversas organizações e comunidades carentes. Além de oferecer

mentorias de skate para jovens em diversas cidades ao redor do mundo.

Recentemente o coletivo organizou o World's Okayest Skater Tour que passou por 16 cidades ao redor do mundo, de Bangkok a Boston, convidando os participantes - independentemente de suas habilidades - a celebrar a alegria de patinar por prazer.



TAMBURINS – Sunshine + Puppy

TAMBURINS é uma marca sul-coreana de beleza e fragrâncias reconhecida por sua estética minimalista, design refinado e abordagem sensorial que transcende o conceito tradicional de perfume. A marca integra elementos de design, arte e aroma em uma proposta coesa e distintiva. Em seu último lançamento, a coleção de fragrâncias “Sunshine”, desenvolvida sob o conceito “Napping Sunshine Beneath the Sunlight — An Infinite Journey Within a Dream” (em tradução livre: Cochilando sobre a luz do sol – uma jornada infinita dentro de um sonho). A linha explora o equilíbrio entre força e delicadeza por meio de composições olfativas complementares.

A coleção apresenta duas fragrâncias principais: “Sunshine”, caracterizada por notas que remetem a florestas iluminadas, e “Puppy”, marcada por nuances suaves e reconfortantes. O design dos frascos reflete a dualidade proposta, um modelo em vidro com formato de pata, garras metálicas e tampa de couro, e outro inspirado em um osso de mastigação, revestido em couro sintético com acabamento croco nas cores preta e branca. O lançamento foi antecipado por Felix, integrante do grupo STRAY KIDS, que exibiu em suas redes sociais o press kit exclusivo recebido da marca, além de participar da campanha oficial de divulgação dos produtos.



@tamburinsofficial



Lar Multigeracional

A Casa de Três Gerações de Amsterdã foi projetada pela BETA para duas famílias que se unem para proporcionar “cuidado entre gerações”. O projeto é inspirado pelo movimento de mudanças políticas e econômicas atuais, onde a aproximação de gerações por motivações práticas e de acesso a comodidades urbanas se torna uma conexão de diferentes necessidades proporcionando a troca mútua de cuidado e aprendizado durante o convívio próximo.

Como premissa o espaço contempla os benefícios onde ambas as famílias pudessem desfrutar da companhia uma da outra sem sacrificar as vantagens da vida familiar privada. Assim, dois apartamentos separados são construídos um sobre o outro, com áreas comuns para aproveitar de atividades compartilhadas como fazer compras, participar de encontros sociais e até cuidar das crianças, aumentando a participação dos avós e netos no dia a dia de ambos. Além de contemplar funcionalidade dedicada aos usuários, como pro exemplo a mobilidade, em diferentes estágios da vida.



ArchDaily

@bagmoreno



@sprite_br



Cabine do Grito

A Sprite instalou uma cabine na Avenida Paulista, em São Paulo, oferecendo um ambiente de alívio e desconpressão para os passantes, parte da campanha “On The Go” da marca, reforçando como o refrigerante é a escolha ideal para refrescar a segunda metade do dia.

A ativação da marca, segue as necessidades do consumidor de pausas e escapismos da rotina e pressão do dia a dia, a ação esteve disponível ao lado de um ponto de ônibus e próxima a uma faculdade, funcionando de 06:00 da manhã até às 23:00h da noite, permitindo que os participantes aproveitem a experiência durante todas as jornadas do seu dia, de forma gratuita.

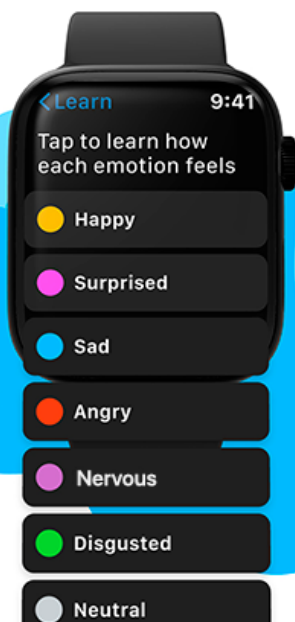
Além de despertar a curiosidade dos passantes, a vivência propõe uma pausa lúdica a partir de um respiro no ritmo intenso da cidade de São Paulo. Além da Cabine do Grito a ação contou com customização do ponto de ônibus ao lado da atividade, equipe na saída da faculdade e 50 lojas do Grupo Carrefour promovendo a experimentação do produto gerando maior engajamento e visibilidade para a ação.



Foodbiz

The Full Spectrum of Emotions

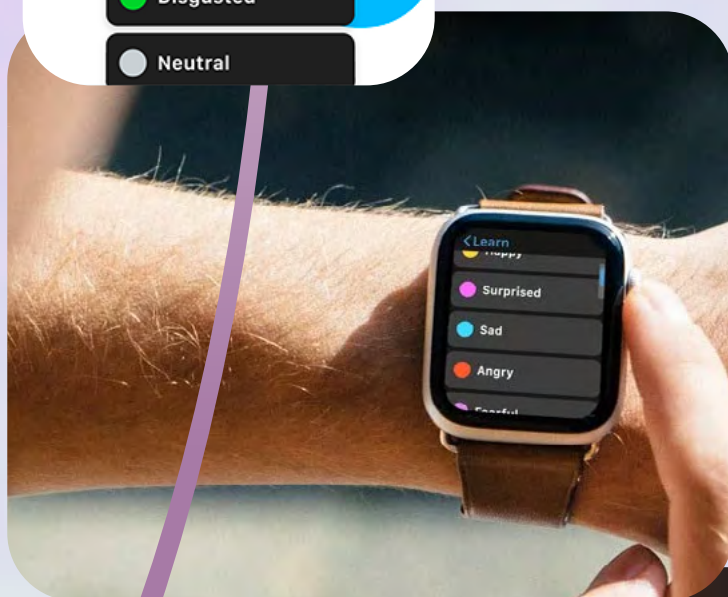
Vibes can recognize 7 common emotions.



Empatia digital

O Vibes é o primeiro aplicativo de legendas emocionais para Apple Watch, transmitindo emoções com feedback tátil e visual em tempo real. A empresa de tecnologia Valence Vibrations desenvolveu uma solução para ajudar a comunicação emocional e o entendimento mútuo, com foco principal no público neurodivergente a aproximação de conversacional entre diferentes comunidades.

A partir da análise de apenas 10 segundos de fala, o aplicativo analisa e sinaliza até 7 emoções básicas com diferentes tipos de vibrações, cores e formas associadas buscando oferecer uma maior compreensão e conexão entre os usuários.



Valence Vibrations





Pausa para um cochilo

Para a releitura de um produto ícone, o design busca inovações se desdobrando em soluções inteligentes para o usuário, como a qualidade do sono de um país – o recorte reflete uma questão de saúde pública bem mais ampla, visando a qualidade de vida de inúmeras pessoas atualmente -, Tendo como ponto de partida os dados do estudo global feito pela YouGov, Singapura se mostrou como um dos países com maior privação de sono do mundo, com 54% de sua população relatando que dormem seis horas ou menos por noite. A recorrência dessa falta de sono pode afetar a produtividade, a saúde mental e o bem-estar geral.

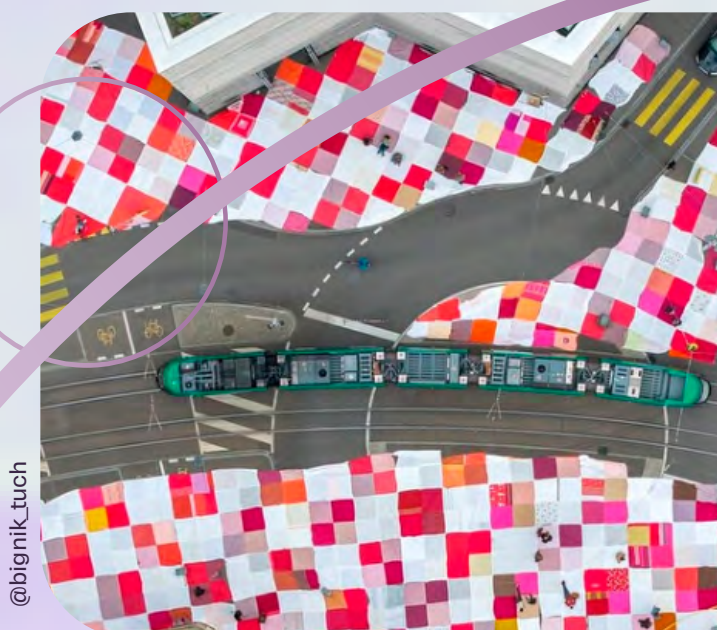
O design entra com a iniciativa da IKEA Singapura, aliando estes dados a um de seus produtos mais famosos, a bolsa azul Frakta, transformando a peça em uma almofada portátil, para atender momentos de descanso na rotina acelerada. Mantendo o formato e cor da peça original, nasce a bolsa Resten em edição limitada.

A peça é acolchoada e construída com materiais confortáveis ao toque, além de se transformar em um travesseiro ou saco de dormir, apenas desdobrando a peça. Após o cochilo é só dobrar novamente e ela volta ao formato de bolsa.

Realidade Ampliada

Em meio a intervenções digitais transformando e ocupando as cidades de forma imaginativa, o evento de arte coletiva BIGNIK, ocupou fisicamente, colorindo as ruas temporariamente em um grande piquenique de 24.000 m², como um exemplo de modificação do espaço urbano com a promoção de conexão e senso de comunidade.

O projeto aconteceu na cidade de Basileia, na Suíça como um gesto coletivo em toda a execução do projeto, engajando a comunidade na etapa da costura de quadrados brancos e vermelhos que formaram a toalha gigante, abordava a temática central “Transformação” que incluiu na programação no dia do evento com piqueniques compartilhados, diálogos abertos sobre transformação urbana e atividades de dobradura coletiva dos tecidos utilizados.



@bignik_tuch



Revolução estendida

O projeto DIYR (Do It Yourself Revolution), do Design Friction Lab da Itália, é uma coleção de “eletrônica social” para solucionar o problema da obsolescência dos produtos, através de soluções modulares, personalização e capacitação dos usuários para estender o ciclo de vida dos produtos.

O laboratório multidisciplinar, somado a um estúdio de design que buscam constantemente soluções ambientais inovadoras, desafiando convenções e fomentando a reflexão a partir da exploração de cenários especulativos visando atender às necessidades do mundo real com uma perspectiva glocal e incorporando a estética à ética, resume a abordagem do Design Friction Lab, onde o projeto foi concebido.

Por sua vez o projeto DIYR, incentiva a repensar, reciclar, reaproveitar e usar materiais comuns para produzir alternativas as oferecidas pelo mercado, promovendo a construção de “eletrônicos sociais” que são fáceis de reproduzir, reparar ou personalizar por qualquer pessoa, em qualquer lugar.



DIYR



“Designed by DIYR, made by you.”

Projeto por DIYR, feito por você.



resiliencia

Com cenário de instabilidade sendo cada vez mais compreendido, a adaptação se solidifica como etapa do processo, revisão e reavaliação de técnicas, materiais que enaltecem territórios ampliando soluções mirando no futuro.

Resiliência

Qualidade de vida

A roupa íntima Skiin, da Myant Health, monitora métricas vitais de saúde e pode ser conectada aos dispositivos dos cuidadores para fornecer atualizações. Sensores biométricos são incorporados à peça, garantindo um ajuste discreto e confortável.

Baseado em tecnologia vestível a Myant Health propõe a construção de um ecossistema de cuidados baseado em dados coletados do usuário diretamente de peças do vestuário, como tops, calcinhas e camisetas, que são compartilhados através de um aplicativo próprio entre a equipe de cuidados e médica para prevenir eventos críticos. As informações coletadas vão desde contador de passos, metas de atividades, monitoramento eletrocardiográfico e derivações de frequência cardíaca, temperatura corporal, frequência respiratória até padrões de sono.



Myant Health

Colaboração de expertises

O programa Havaianas reCICLO é uma iniciativa de logística reversa desenvolvida para promover a circularidade e a destinação responsável de sandálias usadas da marca. Por meio do programa, produtos fora de uso são coletados, processados e transformados em novas matérias-primas aplicadas na criação de soluções sustentáveis.

A coleta é realizada em Lojas da Havaianas e Cooperativas parceiras. Após a coleta, os chinelos são encaminhados a parceiros beneficiadores, que executam as etapas de triagem, limpeza e processamento, convertendo os resíduos em grânulos, mantas e placas de borracha. Esses insumos são posteriormente destinados a parceiros transformadores, que utilizam tecnologias inovadoras para o desenvolvimento de novos produtos.

Entre as parcerias estabelecidas, destaca-se a colaboração com a Desmobilia, marca especializada em mobiliário sustentável. A parceria resultou na coleção Resola, composta por peças de design autoral fabricadas com borracha reciclada proveniente de chinelos Havaianas. O processo envolve coleta, lavagem e trituração do material, que é transformado em uma nova matéria-prima aplicada à produção de itens como poltrona, luminária, mesas laterais, cabideiro, porta-guarda-chuvas e



Desmobilia e Havaianas
reCICLO e Revoada

banqueta, esta última confeccionada integralmente com borracha reciclada, equivalente a mais de 30 pares de chinelos. O resultado é uma linha de mobiliário que combina design contemporâneo, durabilidade e impacto socioambiental positivo.

@kiloshopfrance



O Kilo Shop é um exemplo de negócio com foco em revenda onde a compra se realiza a partir do peso das peças escolhidas. Cada produto passa por uma curadoria da equipe da empresa e recebe uma cor equivalente ao preço do seu peso, que pode variar de 20 até 60 euros por quilo. Com uma variedade de itens disponíveis, entre peças masculinas, femininas, acessórios e calçados a iniciativa já possui mais de 30 lojas distribuídas por França, Suíça, Bélgica, Grécia e Alemanha.

Novos ciclos de negócios

O crescimento de modelos de negócios com foco em novos ciclos de vidas de produtos, vem se popularizando junto a Geração Z. A crise do custo de vida somada a vivenciar valores, como opções de consumo sustentável se tornam o combustível para a ampliação de iniciativas com foco em Second Hand.

Segundo o relatório “Resale Report 2025” da Thredup, o mercado de revenda representou 9% dos gastos globais com moda 2024 e possui uma projeção US\$ 367 Bilhões até 2029, com crescimento 2,7 x mais acelerado que o mercado tradicional. Este movimento vem sendo apoiado por gerações mais jovens, comércio social e legislações adotadas nos últimos anos.





Conectando Conquistas

A Lacoste criou uma jaqueta histórica em homenagem a Novak Djokovic, um ícone do tênis inspirada em suas conquistas, unindo performance e o estilo inconfundível da marca.

Feita com artesanato francês, a jaqueta apresenta peças de couro cortadas a laser que evocam elevações de mapas, além das texturas ligadas diretamente a trajetória do tenista, enquanto as bolinhas de tênis representam suas vitórias nos Grand Slams em diferentes superfícies como saibro, grama e piso duro.

A narrativa da peça ainda inclui mais um elemento fazendo referência ao espírito futurista da Exposição Mundial de Nova York de 1964, que aconteceu no Queens, mesmo bairro que recebe o US Open. A homenagem a Djokovic ainda redeu uma coleção limitada com um ícone alternativo de bode, que substituiu o crocodilo nas peças da coleção, como referência do título GOAT (Greatest Of All Time) do atleta no mundo do tênis.



Desenvolvimento artistas

A Bottega Veneta fundou a Accademia Labor et Ingenium (Academia do Artesanato e da Criatividade) para preservar suas técnicas tradicionais e formar os artesãos do futuro. A iniciativa é tratada pela marca como um pilar estratégico para manutenção de sua excelência, atuando como um ateliê permanente onde não só os alunos como novos colaboradores podem aprender com os mestres artesãos da Maison além de propagar a herança do “feito na Itália”.

A academia recrutará 50 aprendizes por ano, e todos terão emprego garantido na empresa ao final dos estudos. Além dos aprendizes a academia também promove treinamento para os funcionários em processo criativo artesanal, desenvolvimento de produtos, design de bolsas e Upcycling, com a intenção de que as trocas possibilitem a transmissão do conhecimento artesanal entre as gerações.



União de excelência

A coleção Floresta, da marca Flávia Aranha, apresentou o potencial de inovação da junção de diferentes expertises com a sustentabilidade como foco. O desfile da marca na 47ª edição do SPFW, apresentou a visão de futuro não só da marca como caminhos para a moda brasileira, através de novos processos, colaboração e biodiversidade aplicada de forma brilhante nos produtos da marca.

Parcerias nacionais e internacionais amplificaram a pesquisa têxtil aplicada nas peças que compõem a coleção, com a marca paraense Da Tribu, látex da amazônico se originaram revestimentos, já o uso de micélio em parceria com a startup Mush foram criadas bolsas, blusas nasceram do biomaterial composto de algas e fios de algodão do designer colombiano David Cabra. Bordados com sementes de açaí, paxiubão e tiririca coletadas por um grupo de mulheres amazonenses e enquanto as pinturas à mão são feitas pelo artista indígena Xadalu Tupã Jekupé.

O tingimento natural, identidade da marca, esteve presente com clitória, crajiru, urucum, cebola roxa, índigo, chá preto, mate e macela e foi incorporado com lilases e verdes oriundos de corantes bacterianos em parceria com a empresa brasileira AIPER. A coleção Floresta apresentou em produtos um vislumbre da potência da cadeia da moda nacional.



WGSN

| INOVA MODA | DIGITAL.

inovamodadigital.com.br
@inovamodadigital



SENAI CETIQT

SENAI Serviço Nacional
de Aprendizagem
Industrial