

Do Trabalho à Passarela: a calça jeans como fenômeno de consumo e identidade social

de Toledo Alves, Gabriel¹
Cruz, Josue Jorge

RESUMO

Este trabalho analisa a trajetória histórica, cultural e simbólica da calça jeans, investigando como uma peça originalmente destinada ao trabalho braçal tornou-se um dos principais ícones da moda contemporânea. A pesquisa caracteriza-se como uma revisão narrativa de literatura, desenvolvida a partir da análise de produções acadêmicas que discutem moda, cultura, comunicação e comportamento de consumo relacionados à calça jeans. Os resultados mostram que o jeans passou por sucessivos processos de ressignificação desde o século XIX, deixando de ser um item exclusivamente funcional para assumir significados associados à liberdade, juventude e expressão individual. Ao longo das décadas, consolidou-se como uma peça democrática e versátil, presente em diferentes grupos sociais, faixas etárias e contextos culturais. Verificou-se também que, no cenário atual, o jeans atua como mediador simbólico entre tradição e modernidade, incorporando discussões sobre identidade, memória afetiva, consumo e sustentabilidade. Sua permanência está relacionada à capacidade de adaptar-se às transformações estéticas e socioculturais, mantendo-se relevante mesmo diante das mudanças no mercado da moda. Conclui-se que compreender a trajetória da calça jeans significa compreender parte da evolução da moda e da sociedade, na qual o ato de vestir se apresenta como forma de comunicação, pertencimento e construção de significados.

PALAVRAS-CHAVE: Calça Jeans. Denim. Moda. Tendência.

1 INTRODUÇÃO

A calça jeans² consolidou-se como uma das peças mais significativas da moda contemporânea, ultrapassando seu caráter utilitário e assumindo funções simbólicas, culturais e identitárias ao longo das décadas. Sua permanência na moda e no imaginário social é resultado da capacidade de acompanhar transformações históricas, comportamentais e estéticas, articulando diferentes leituras e sentidos conforme os contextos culturais e geracionais. Nesse percurso, o denim também se afirma como protagonista na moda brasileira, refletindo dinâmicas de consumo e processos de construção simbólica que atravessam a sociedade (Venzon *et al.*, 2025).

Além de seu valor simbólico e cultural, é fundamental estabelecer a distinção conceitual entre denim e jeans, termos frequentemente utilizados de forma indistinta no senso comum. O denim refere-se ao tecido de algodão, tradicionalmente produzido em sarja e tingido com índigo, cuja principal característica é a resistência, elemento que historicamente o associou ao vestuário de trabalho (Jaeger, 2023; Nishimaki, 2025). Já o jeans diz respeito à peça de vestuário confeccionada a partir desse tecido, especialmente a calça jeans, que, ao longo do tempo, passou por transformações estéticas, simbólicas e culturais, incorporando diferentes modelagens, lavagens e significados sociais (Venzon *et al.*, 2025; Faria, 2025).

Compreender essa diferença é essencial para a análise proposta neste estudo, uma vez que permite distinguir os aspectos técnicos e produtivos do denim das construções simbólicas, comunicacionais e identitárias associadas ao jeans enquanto objeto de consumo e expressão

¹ Acadêmico do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Jaraguá do Sul - Centro.

² Neste artigo, a Inteligência Artificial foi utilizada no processo de revisão de textos, durante a escrita da pesquisa.

cultural (Ventura et al., 2024).

A passagem do jeans de um artefato destinado ao trabalho braçal para um símbolo de expressão pessoal e coletiva é observada em diferentes estudos que analisam sua presença na cultura popular, na memória e na construção das identidades. A difusão de modelos icônicos e o papel do jeans em movimentos culturais ampliaram sua força comunicativa, associando-o a narrativas que envolvem juventude, rebeldia, liberdade e pertencimento (Jaeger, 2023; Guimarães; Scherrer; Viana, 2024). Essas transformações dialogam diretamente com processos midiáticos e comportamentais que, ao longo do tempo, contribuíram para situar o jeans como objeto de significado social e de representação estética (Faria, 2025).

Ao mesmo tempo, a trajetória do jeans relaciona-se diretamente às discussões sobre consumo, produção e sustentabilidade, especialmente no contexto contemporâneo da moda. A literatura recente evidencia que refletir sobre o denim envolve considerar inovações, responsabilidades socioambientais e os desafios da cadeia têxtil, sobretudo no cenário brasileiro (Nishimaki, 2025). Esses debates são ampliados por análises que comparam dinâmicas produtivas globais, demonstrando como diferentes modelos industriais influenciam o valor simbólico e econômico das peças de moda, incluindo o jeans (Morais, 2025).

A dimensão comunicacional também ocupa papel central na compreensão da relevância cultural do jeans. Pesquisas sobre narrativas publicitárias mostram como a peça é mobilizada para representar liberdade, juventude e mudança, especialmente em discursos midiáticos que constroem sentidos sociais e influenciam práticas de consumo. A publicização do jeans ao longo de diferentes períodos reforça sua força simbólica no imaginário coletivo, articulando elementos de nostalgia, pertencimento e comportamento (Lins et al., 2023; Ventura et al., 2024).

Diante da amplitude do universo do denim na moda, este estudo delimita-se à análise da calça jeans, compreendida enquanto peça de vestuário confeccionada em denim e carregada de significados culturais, simbólicos e comunicacionais. Embora o denim seja abordado enquanto matéria-prima fundamental para a compreensão do objeto, o foco da pesquisa concentra-se especificamente na calça jeans, considerando sua trajetória histórica, sua inserção no consumo contemporâneo e seu papel na construção das identidades sociais, especialmente no contexto brasileiro (Jaeger, 2023; Venzon et al., 2025).

Diante desse cenário, o presente estudo tem como objetivo analisar o percurso histórico, cultural, produtivo e comunicacional da calça jeans, investigando os elementos que contribuíram para sua consolidação como símbolo global de estilo, consumo e identidade social. De forma específica, busca compreender a origem histórica da peça e sua função inicial como vestuário utilitário, analisar os processos de ressignificação cultural e simbólica que marcaram sua trajetória, investigar o papel da publicidade e das narrativas midiáticas na construção de seus significados sociais, bem como refletir sobre sua relação com o consumo contemporâneo, a identidade e os debates acerca da sustentabilidade na indústria da moda (Faria, 2025 e Venzon et al., 2025).

Para atingir esses objetivos, a pesquisa caracteriza-se como uma revisão narrativa de literatura, sendo desenvolvida por meio da análise de artigos científicos e publicações acadêmicas que abordam moda, cultura, consumo, comunicação e indústria têxtil (Lins et al., 2023; Ventura et al., 2024; Nishimaki, 2025; Moraes, 2025; Venzon et al., 2025). Além desta introdução, o artigo está estruturado em seções que abordam a evolução histórica do denim e da calça jeans, os processos de construção e ressignificação de seus significados culturais, sua relação com a comunicação, o consumo e a identidade social, bem como as discussões contemporâneas sobre sustentabilidade e indústria da moda. Por fim, apresentam-se as considerações finais, nas quais são sintetizados os principais resultados e reflexões desenvolvidos ao longo da pesquisa.

A partir dessa abordagem, busca-se responder à seguinte questão norteadora: como a calça jeans se constituiu, ao longo de sua trajetória histórica, cultural e comunicacional, como um símbolo de identidade, consumo e expressão social na moda contemporânea, especialmente no

contexto brasileiro?

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 ORIGEM DA CALÇA JEANS

A origem da calça jeans está vinculada à sua função inicial: atender trabalhadores que precisavam de peças resistentes, apropriadas para o esforço físico intenso. O denim consolidou-se como tecido utilitário e durável, marcando o início de uma trajetória que ultrapassa, posteriormente, o ambiente laboral. Embora esse período inicial tenha um caráter predominantemente funcional, pesquisas sobre memória e cultura ajudam a compreender como a peça carrega consigo significados que ultrapassam sua materialidade.

Figura 1 - Fotografia histórica de trabalhadores americanos usando calças de denim, no final do século XIX.

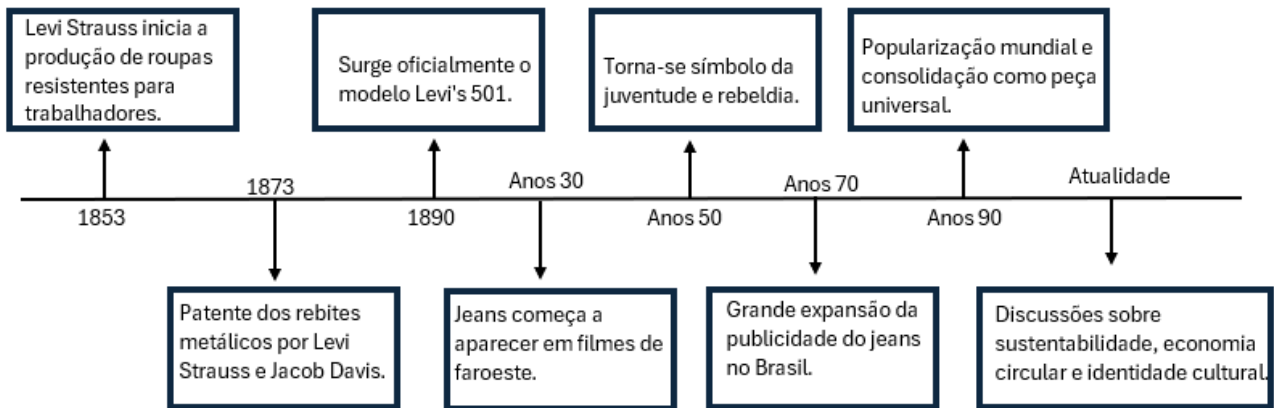


Fonte: CLARSEY (apud REVANCHE ATACADO, 2021).

Para Jaeger (2023), a relevância do jeans não se limita às suas características funcionais ou estéticas, mas também está relacionada à sua capacidade de evocar memórias e experiências compartilhadas ao longo das gerações. Nesse sentido, a peça incorpora dimensões afetivas e culturais que reforçam seu papel como elemento de identidade, pertencimento e construção simbólica no cotidiano dos indivíduos.

Esse vínculo entre memória, afeto e cotidiano reforça a importância inicial do jeans como peça fundamental no vestuário popular. No Brasil, a disseminação do tecido acompanhou a expansão da indústria têxtil, permitindo sua adaptação ao mercado nacional. Nishimaki (2025) observa que o desenvolvimento técnico e produtivo favoreceu a incorporação do denim à moda brasileira, que mais tarde seria marcada por identidade própria, como afirmam Venzon *et al.* (2025).

Figura 2 - Linha do tempo.



Fonte: Elaborado pelo autor

2.2 EVOLUÇÃO HISTÓRICA E POPULARIZAÇÃO

A popularização da calça jeans no século XX esteve ligada às transformações culturais e ao modo como a comunicação passou a representar a peça. Campanhas publicitárias e produções midiáticas contribuíram para associar o denim a comportamentos jovens, rebeldes e libertários. Esse processo, como analisa Lins *et al.* (2023), marcou profundamente a construção simbólica do jeans no Brasil, especialmente nos anos 1970.

No cenário internacional, modelos icônicos ganharam protagonismo cultural e passaram a integrar o imaginário de várias gerações. Entre os modelos mais emblemáticos da história do jeans, destaca-se o Levi's 501. De acordo com Jaeger (2023), sua permanência ao longo das décadas está relacionada não apenas às características estéticas da peça, mas também ao seu forte valor simbólico e cultural. O modelo consolidou-se como referência de autenticidade, liberdade e juventude, ultrapassando a função de vestuário para representar um estilo de vida reconhecido mundialmente. Mesmo acompanhando as transformações da moda e do comportamento social, o Levi's 501 manteve sua identidade histórica, tornando-se um importante símbolo da evolução cultural e das mudanças nos padrões de consumo ao longo do tempo.

Figura 3 - Fotografia do modelo Levi's 501



Fonte: Site oficial Levi's

Essa força simbólica permitiu ao jeans ser ressignificado por diferentes grupos culturais, de jovens urbanos a movimentos sociais, e reforçou sua presença na moda global. No Brasil, como mostram Venzon *et al.* (2025), a peça foi incorporada à cultura nacional de modo singular, adaptando influências internacionais às características locais. Moraes (2025) complementa essa discussão ao evidenciar a influência dos sistemas produtivos globais na circulação e consagração do jeans como objeto de desejo e expressão cultural.

2.3 A CALÇA JEANS, O CONSUMO CONTEMPORÂNEO E SEU SIMBOLISMO CULTURAL

No contexto atual, o consumo da calça jeans ultrapassa sua função utilitária e passa a se relacionar com valores simbólicos, afetivos e identitários. O vestuário, nesse sentido, não se limita ao uso prático, mas circula socialmente carregado de significados, memórias e narrativas pessoais que influenciam o comportamento do consumidor e as formas de apropriação da peça no cotidiano (Ventura *et al.*, 2024 e Venzon *et al.*, 2025).

A nostalgia também se destaca como elemento relevante nas dinâmicas contemporâneas de consumo e comunicação da moda, especialmente no que diz respeito ao jeans. A retomada de estéticas associadas às décadas de 1990 e 2000, períodos marcados pela ampla difusão da calça jeans, evidencia a mobilização do passado como estratégia para reforçar vínculos emocionais e sentidos de pertencimento. Essas referências temporais são frequentemente exploradas em discursos midiáticos e publicitários, ativando memórias afetivas e estimulando práticas de

consumo (Faria, 2025 e Lins *et al.*, 2023).

O consumo do jeans também se insere de forma significativa nos debates sobre sustentabilidade e responsabilidade socioambiental. Estudos recentes apontam que a produção do denim gera impactos ambientais relevantes, o que tem provocado reflexões sobre práticas produtivas e padrões de consumo mais conscientes. No cenário brasileiro, ganham destaque iniciativas voltadas à redução desses impactos, à valorização de processos sustentáveis e à responsabilidade da indústria da moda (Nishimaki, 2025; Morais, 2025).

Além desses aspectos, o jeans mantém uma relação estreita com identidade, memória e pertencimento geracional. A permanência de modelos consagrados e sua circulação entre diferentes gerações reforçam o caráter simbólico da peça como elemento de continuidade cultural. Conforme observa Jaeger (2023), essa transmissão contribui para a consolidação do jeans como um ícone da moda, associado a valores como liberdade, juventude e autenticidade, fortalecendo sua presença no imaginário coletivo.

Dessa forma, a calça jeans permanece como um objeto central no consumo contemporâneo ao articular estética, memória, identidade e responsabilidade social. Sua relevância ultrapassa o vestuário em si e se manifesta nas formas como o consumo reflete transformações culturais, comunicacionais e comportamentais, especialmente no contexto da moda brasileira (Ventura *et al.*, 2024; Venzon *et al.*, 2025).

A consolidação do jeans como símbolo cultural está diretamente ligada à sua capacidade de acompanhar transformações sociais, comportamentais e estéticas. A mídia, a publicidade e a cultura jovem desempenharam papéis relevantes nesse processo, reforçando valores como autenticidade, liberdade e resistência.

Segundo Jaeger (2023), o jeans mantém sua relevância ao longo do tempo por sua capacidade de se adaptar às transformações do comportamento social e às mudanças culturais de cada época. Essa versatilidade faz com que a peça não seja valorizada apenas por sua funcionalidade, mas também por seu papel como forma de expressão individual e coletiva. Nesse sentido, o jeans se consolida como um símbolo de resistência, liberdade e autenticidade, sendo reinterpretado por diferentes gerações de acordo com os contextos culturais e sociais nos quais está inserido.

Além disso, a peça tornou-se elemento de expressão identitária, especialmente no caso do corpo feminino, como discutem Guimarães, Scherrer e Viana (2024). No Brasil, Venzon *et al.* (2025) explicam que o denim adquiriu características próprias ao unir tradição e inovação, fortalecendo sua presença como símbolo cultural nacional.

Com isso, o jeans se afirma como peça que ultrapassa o vestuário: torna-se narrativa, memória, comportamento e identidade social.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo caracteriza-se como uma revisão narrativa de literatura e de natureza qualitativa, cujo objetivo foi compreender o percurso histórico, cultural e simbólico da calça jeans, bem como sua consolidação enquanto elemento de consumo e identidade social. A adoção dessa abordagem fundamenta-se em estudos que apontam a revisão bibliográfica como método adequado para a análise crítica e interpretativa de produções acadêmicas já publicadas, permitindo o aprofundamento de fenômenos culturais e sociais a partir do diálogo entre diferentes autores e perspectivas teóricas (Faria, 2025 e Guimarães *et al.*, 2024 e Jaeger, 2023). Nesse sentido, a abordagem qualitativa possibilitou observar o jeans não apenas como vestuário, mas como um signo cultural associado a transformações comportamentais, comunicacionais e identitárias da sociedade contemporânea.

O levantamento bibliográfico foi realizado exclusivamente por meio da plataforma Google Acadêmico, escolhida por sua ampla cobertura de produções científicas nacionais, acesso gratuito

e capacidade de indexar artigos, livros, dissertações e teses provenientes de diferentes periódicos e instituições acadêmicas. A utilização dessa base justifica-se ainda por sua relevância no contexto das pesquisas em moda, comunicação e ciências sociais, permitindo a recuperação de materiais recentes e alinhados aos objetivos do estudo.

As buscas foram realizadas no período de junho de 2025 a dezembro de 2025, considerando publicações datadas entre 2023 e 2025, com recorte linguístico restrito ao idioma português, a fim de garantir atualidade, coerência temática e acessibilidade aos conteúdos analisados.

As palavras-chave utilizadas foram “calça jeans”, “denim”, “moda” e “tendência”, definidas a partir de testes exploratórios que demonstraram maior precisão e aderência ao objeto de pesquisa. A aplicação desses critérios resultou na identificação inicial de 93 obras, que constituíram o conjunto preliminar de estudos para análise. Esse processo de busca e seleção seguiu as diretrizes do modelo PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses), amplamente utilizado em revisões sistemáticas por oferecer transparência, rigor metodológico e clareza na apresentação das etapas de seleção dos estudos (Matthew J. *et al.*, 2023).

Na fase de identificação, conforme estabelecido pelo modelo PRISMA, procedeu-se à leitura exclusiva dos títulos das 93 obras identificadas, sem análise aprofundada do conteúdo, com o objetivo de verificar a pertinência temática em relação aos eixos do estudo, como jeans, moda, consumo, comunicação, cultura e identidade. Nessa etapa, foram excluídos trabalhos que não apresentavam relação direta com o objeto investigado, resultando na seleção de 16 estudos para a fase seguinte, correspondente à análise dos resumos.

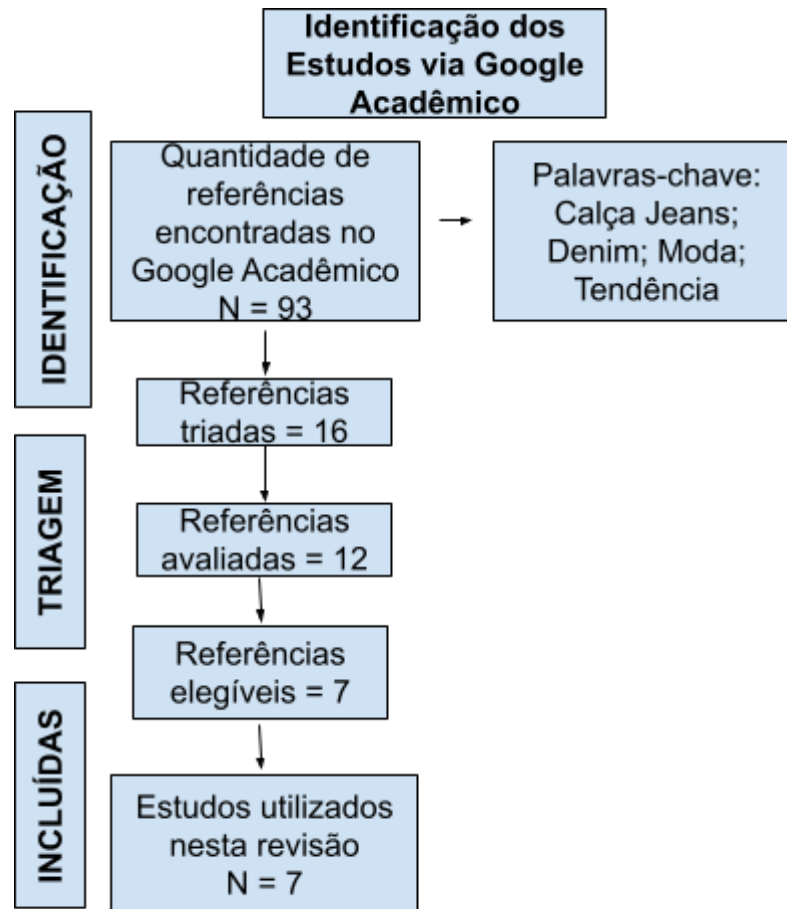
A etapa de triagem consistiu na leitura dos resumos desses 16 trabalhos, aplicando-se critérios de inclusão e exclusão que consideraram a disponibilidade do texto completo, autoria identificada, linguagem acadêmica e alinhamento com os temas centrais da pesquisa. Foram excluídos materiais de caráter comercial, textos sem fundamentação teórica consistente ou que abordavam o jeans apenas de forma tangencial, conforme detalhado no Quadro de Artigos Incluídos e Excluídos apresentado no apêndice (Lins *et al.*, 2023 e Ventura *et al.*, 2024). Ao final dessa etapa, 12 estudos foram selecionados para leitura integral.

Na fase de elegibilidade, realizou-se a leitura completa dos 12 estudos selecionados, avaliando-se a profundidade das discussões, a coerência teórica e a contribuição efetiva para a compreensão do jeans enquanto fenômeno cultural, simbólico e social. Alguns materiais foram excluídos por apresentarem abordagens superficiais, excesso de tecnicismo ou ausência de articulação com os aspectos culturais e comunicacionais necessários ao estudo, conforme critérios de análise qualitativa adotados (Nishimaki, 2025; Morais, 2025). Dessa forma, permaneceram 7 textos acadêmicos considerados elegíveis, entre os quais se inclui um livro em formato físico (Venzon *et al.*, 2025).

A etapa final de inclusão consolidou as 8 referências que compõem a revisão bibliográfica deste trabalho: Faria (2025), Guimarães *et al.* (2024), Jaeger (2023), Lins *et al.* (2023), Nishimaki (2025), Morais (2025), Venzon *et al.* (2025) e Ventura *et al.* (2024). Esses estudos foram selecionados por apresentarem forte aderência aos eixos temáticos da pesquisa, oferecendo contribuições relevantes para a discussão sobre memória, identidade, comunicação, cultura, produção, sustentabilidade e consumo relacionados à calça jeans.

O percurso metodológico adotado está sintetizado no Quadro 1, que apresenta o fluxograma de seleção dos estudos elaborado com base no modelo PRISMA (2020). O fluxograma evidencia de forma clara as etapas de identificação, triagem, elegibilidade e inclusão, demonstrando o processo de filtragem que conduziu da seleção inicial de 93 estudos à inclusão final de 8 referências na revisão bibliográfica.

Quadro 1 – Fluxo de seleção dos estudos (modelo PRISMA)



Fonte: Adaptado pelo autor com base no modelo PRISMA (2020).

A análise das obras selecionadas foi realizada de forma interpretativa, o que permitiu comparar e confrontar as ideias dos diferentes autores para entender como o jeans passou da função utilitária para a condição de símbolo estético, cultural e social. A intenção não foi quantificar dados, mas construir uma reflexão crítica sobre o significado do jeans enquanto peça que participa das transformações comportamentais, simbólicas e identitárias da sociedade contemporânea.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A análise das obras selecionadas demonstra que a calça jeans consolidou-se, ao longo de mais de um século, como um artefato cultural que ultrapassa significativamente sua função inicial. As referências estudadas convergem em mostrar que o denim não apenas acompanhou transformações técnicas e estéticas, mas também participou da formação de identidades, comportamentos e narrativas de consumo. Assim, o jeans aparece simultaneamente como objeto material, símbolo cultural e veículo de expressão individual e coletiva. A seguir, discutem-se os principais eixos identificados nas obras analisadas.

Quadro 1 – Quadro-síntese dos principais pontos a serem abordados

Categoria de análise	Principais autores	Principais achados
Origem histórica	Jaeger (2023); Nishimaki (2025)	O jeans surgiu como vestimenta de trabalho devido à resistência do denim.
Memória e identidade	Jaeger (2023); Ventura et al. (2024)	A peça tornou-se símbolo de memória afetiva e identidade cultural.
Gênero e corpo	Guimarães et al. (2024)	O jeans participa das construções sociais do corpo e da identidade feminina.
Publicidade e consumo	Lins et al. (2023); Faria (2025)	A publicidade consolidou o jeans como símbolo de liberdade e juventude.
Sustentabilidade	Nishimaki (2025); Moraes (2025)	Cresce a preocupação com impactos ambientais e consumo responsável.
Identidade brasileira	Venzon et al. (2025)	O jeans assume características próprias no contexto brasileiro.

4.1 ORIGEM E FUNÇÃO INICIAL DO JEANS

A função original da calça jeans, associada ao trabalho braçal e à resistência física exigida no ambiente laboral, é destacada especialmente por Jaeger (2023), que recupera o caráter utilitário e robusto do denim nas primeiras décadas de uso. Segundo a autora, a peça nasceu como uma solução prática, pensada para durar, suportar desgaste e oferecer conforto aos trabalhadores norte-americanos. Embora seu surgimento tenha sido marcado pela funcionalidade, Jaeger (2023) já identifica, nesse período inicial, elementos simbólicos que mais tarde favorecem sua transformação cultural, como a associação com força, autenticidade e coletividade.

Esse processo também aparece no contexto brasileiro, em que a incorporação do denim ao mercado acompanhou o avanço técnico da indústria nacional. Nishimaki (2025) mostra que a consolidação da calça jeans no Brasil dependeu tanto de fatores produtivos quanto de adaptações às demandas locais, envolvendo desde escolhas de matéria-prima até modelos que se adequassem ao clima, ao corpo e ao estilo do consumidor brasileiro. Já Venzon *et al.* (2025) complementam essa análise ao argumentar que, apesar da função utilitária permanecer evidente, o denim rapidamente se inseriu no imaginário urbano, tornando-se parte da construção visual e simbólica das cidades brasileiras.

Assim, observa-se que a origem funcional da calça jeans não deve ser tratada como um momento isolado, mas como ponto de partida para uma série de ressignificações posteriores que transformaram a peça em um ícone cultural global.

4.2 O JEANS COMO SÍMBOLO DE MEMÓRIA E IDENTIDADE

Um dos aspectos mais evidentes nas obras analisadas é a força simbólica da calça jeans como elemento de memória e identidade. Jaeger (2023), ao analisar especificamente o modelo Levi's 501, argumenta que a peça se mantém relevante porque atravessa gerações carregando significados afetivos e culturais. Para a autora, o 501 exemplifica como o jeans se torna parte de histórias pessoais e coletivas, funcionando como registro visual de comportamentos sociais e estilos que marcaram diferentes épocas.

Faria (2025) reforça essa perspectiva ao discutir a nostalgia como estratégia de comunicação na moda. O retorno de tendências dos anos 1990 e 2000, décadas em que o jeans ocupou lugar central no vestuário, demonstra que marcas e consumidores acionam memórias afetivas na construção de novas propostas estéticas. Essa nostalgia não é apenas estética, mas também emocional, ativando lembranças, estilos de vida e referências culturais que dialogam com diferentes gerações.

Ventura *et al.* (2024) ampliam essa discussão ao observar como o jeans circula em práticas sociais contemporâneas, como encontros de troca de roupas. Nessas dinâmicas, a peça não é apenas reutilizada; ela é ressignificada a partir das histórias que carrega. Essa circulação evidencia que o denim ultrapassa sua materialidade, funcionando como objeto que conecta pessoas e reforça sentidos de pertencimento.

As três abordagens convergem ao demonstrar que o jeans não é apenas um item de moda, mas uma plataforma de memória coletiva e individual. Ele reúne passado e presente, preservando vínculos afetivos e reforçando a construção de identidades sociais.

4.3 MODA, GÊNERO E CORPO

No campo das discussões sobre corpo e gênero, Guimarães, Scherrer e Viana (2024) apresentam uma análise aprofundada da calça jeans feminina na década de 1980, destacando a ambivalência entre autonomia e objetificação. Para as autoras, o jeans feminino foi, ao mesmo tempo, ferramenta de expressão e de conformidade com padrões estéticos, especialmente em um período marcado por forte influência midiática sobre o corpo da mulher.

Essa abordagem revela como a moda jeans não pode ser dissociada das estruturas sociais que regulam o corpo. As autoras demonstram que campanhas e discursos da época reforçavam idealizações e expectativas que moldam a forma como o jeans era apresentado e consumido. Ainda assim, o denim também serviu como recurso de liberdade e mobilidade, o que reforça sua complexidade simbólica no imaginário feminino.

Embora outros autores não tratem diretamente das questões de gênero, há intersecções possíveis. Lins *et al.* (2023), por exemplo, analisam narrativas publicitárias dos anos 1970 que promoviam o jeans como expressão de liberdade. Embora voltadas a um público amplo, essas campanhas também influenciaram a estética e a experiência feminina, reproduzindo e, simultaneamente, ressignificando representações de corpo e comportamento.

Essa combinação de elementos demonstra que o jeans, especialmente o feminino, não é neutro: ele participa diretamente das disputas simbólicas que envolvem corpo, estética e identidade social.

4.4 PUBLICIDADE, MARKETING E CONSUMO

A força da calça jeans como símbolo cultural também é sustentada por estratégias de publicidade e marketing, que desempenharam papel fundamental na construção de sua imagem ao longo das décadas. Lins *et al.* (2023) analisam a propaganda da calça *US Top* nas revistas brasileiras dos anos 1970 e destacam como as narrativas de liberdade, juventude e autenticidade

ajudaram a associar o denim a valores aspiracionais. Essa construção simbólica foi essencial para transformar o jeans em um produto que ultrapassa a funcionalidade e assumia status de estilo de vida.

Faria (2025) dialoga diretamente com esse processo ao mostrar que, no contexto contemporâneo, a nostalgia ocupa lugar central nas estratégias de comunicação. Ao recuperar tendências passadas, a indústria cria um elo emocional que reposiciona o jeans como peça atual, embora carregada de referências históricas. Essa estratégia evidencia como o mercado da moda utiliza temporalidades distintas para gerar significado e engajamento.

Por outro lado, Morais (2025) analisa o jeans no contexto das cadeias produtivas globais, destacando como dinâmicas econômicas e geopolíticas influenciam a circulação e o consumo do denim. Segundo a autora, sistemas produtivos como os da Itália e da China moldam padrões estéticos, precificação e distribuição, demonstrando que o consumo do jeans envolve, simultaneamente, dimensões simbólicas e estruturais.

4.5 O JEANS BRASILEIRO E A IDENTIDADE CULTURAL

Essa perspectiva encontra correspondência no trabalho de Nishimaki (2025), para quem o desenvolvimento técnico da indústria brasileira permitiu que o país deixasse de ser apenas consumidor para assumir papel relevante na criação e reinvenção de estilos. Já Morais (2025) oferece contraponto importante ao destacar a influência das cadeias globais e das lógicas de produção internacional, sugerindo que a identidade do jeans brasileiro se constrói na intersecção entre influências externas e adaptações internas.

Há, portanto, consenso sobre o fato de que o jeans no Brasil não se limita a replicar tendências globais, mas participa da construção de uma estética própria, relacionada à diversidade cultural e social do país. A peça se torna, assim, mediadora entre referências internacionais e práticas locais.

5 CONCLUSÃO

A partir da análise realizada, foi possível perceber que a calça jeans deixou de ser apenas uma peça prática do vestuário e passou a ocupar um lugar central na moda, no consumo e na construção de identidade. Os estudos utilizados mostram que o jeans acompanhou as mudanças sociais e culturais ao longo do tempo, mantendo-se presente justamente por se adaptar aos diferentes estilos e necessidades das pessoas (Lins *et al.*, 2023).

Também ficou evidente que o jeans carrega significados que vão além do uso cotidiano. De acordo com Ventura *et al.* (2024), a peça se tornou um elemento que expressa modos de ser, de consumir e de se relacionar com a moda, funcionando como um ponto de ligação entre escolhas individuais e tendências coletivas.

Na leitura completa dos materiais, observou-se ainda que o jeans permanece atual porque dialoga com questões importantes da contemporaneidade. Nishimaki (2025) aponta que a relação entre moda, identidade e consumo aparece com força nas discussões sobre o denim, reforçando o papel simbólico da calça jeans. Além disso, Morais (2025) destaca que o setor tem enfrentado novos desafios ligados à sustentabilidade, que influenciam tanto o mercado quanto o comportamento dos consumidores.

Por fim, conclui-se que a calça jeans se consolidou como uma peça duradoura e carregada de significado, acompanhando mudanças culturais, estéticas e sociais ao longo das décadas. Como observam Vezon *et al.* (2025), compreender o jeans é compreender parte do modo como as pessoas consomem moda e constroem sua identidade hoje.

REFERÊNCIAS

FARIA, Bárbara. A nostalgia como estratégia de comunicação na moda: o retorno de tendências dos anos 90 e 2000. **The Trends Hub**, v. 1, n. 5, 2025.

GUIMARÃES, Maria Paula; SCHERRER, Rachel Rios; VIANA, Teresa Campos. O jeans e a objetificação do corpo feminino na década de 1980. **Projética**, v. 15, n. 2, p. 1-33, 2024.

JAEGER, Valentina. **Moda e memória: a importância do Jeans 501 da Levi's como parte da cultura popular e identidade das gerações**. 2023.

LINS, Luizianne de Oliveira *et al.* **As narrativas da liberdade no discurso publicitário dos anos 70 no Brasil: um olhar sociossemiótico sobre a propaganda da calça jeans US Top nas páginas da Revista Geração Pop (1972-1975)**. 2023. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2023.

NISHIMAKI, Edimara Mieko Cabral. **Caminhos possíveis para a evolução do jeans produzido com responsabilidade em território brasileiro**. 2025. Tese (Doutorado em Ciências). Universidade de São Paulo. São Paulo, 2025.

MORAIS, Isadora Queiroz Vaz de. **“Made in Italy” e “Made in China”**: estudo de caso de dois grandes produtores mundiais de moda no cenário capitalista global. 2025. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Relações Internacionais) – Escola de Direito, Negócios e Comunicação, Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2025.

PAGE, Matthew J. *et al.* A declaração PRISMA 2020: diretriz atualizada para relatar revisões sistemáticas. **Revista panamericana de salud publica**, v. 46, p. e112, 2023.

VENZON, Beth; LIMA, Gabriela Cirne; BRANCO, Giuliana Castelo; ROMÃO, Jussara. **O jeans do Brasil**. 1. ed. Brasil: Quattro Projetos, 2025.

VENTURA, Jéssica Baptista dos Santos. **A nova roupa velha: narrativas de consumo em encontros de troca no Rio de Janeiro**. 2024. Tese (Doutorado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024.

APÊNDICE A - Artigos selecionados

ORDEM DOS ARTIGOS	TÍTULO DOS ARTIGOS	ANO	PALAVRAS CHAVES	MOTIVOS DE INCLUSÃO	MOTIVOS DE EXCLUSÃO
1	A nostalgia como estratégia de comunicação na moda: o retorno de tendências dos anos 90 e 2000.	2025	Nostalgia, Estratégia, Comunicação, Moda, Retorno, Tendências, Comportamento, Consumidor, Vintage	Incluído por abordar como estratégias comunicacionais utilizam elementos nostálgicos para ressignificar peças de moda, entre elas o jeans, dialogando diretamente com o objetivo de compreender como narrativas e discursos culturais influenciam o consumo no contexto contemporâneo.	
2	O jeans e a objetificação do corpo feminino na década de 1980.	2024	jeans, publicidade, Corpo feminino	Selecionado por oferecer uma análise histórica da publicidade do jeans e de como esse vestuário esteve associado a representações do corpo feminino, contribuindo para a discussão sobre gênero, corpo e	

				construção imagética na moda.	
3	Moda e memória: a importância do Jeans 501 da Levi's como parte da cultura popular e identidade das gerações.	2023	Publicidade. Moda. Jeans. Identidade cultural. Gerações.	Incluído por discutir a construção simbólica do jeans ao longo de gerações, reforçando sua relevância cultural, identitária e histórica, aspectos centrais para compreender o papel do jeans na sociedade.	
4	As narrativas da liberdade no discurso publicitário dos anos 70 no Brasil: um olhar sociosemiótico sobre a propaganda da calça jeans US Top nas páginas da Revista Geração Pop (1972-1975).	2023	Moda, Jeans, Publicidade, Liberdade	Selecionado por evidenciar como o discurso publicitário do jeans historicamente mobiliza significados de liberdade e expressão, elementos essenciais para entender a evolução simbólica da peça ao longo das décadas.	
5	Caminhos possíveis para a evolução do jeans produzido com responsabilidade em território brasileiro.	2025	Denim; Jeans; Sustentabilidade.	Incluído por abordar práticas sustentáveis na produção do jeans, ampliando a discussão sobre consumo responsável, impactos ambientais	

				e tendências contemporâneas do setor têxtil.	
6	“Made in Italy” e “Made in China”: estudo de caso de dois grandes produtores mundiais de moda no cenário capitalista global.	2025	Moda, Indústria têxtil, China, Itália, Redes sociais, Capitalismo	Selecionado por contextualizar a produção global da moda e os processos econômicos que influenciam a circulação, o valor simbólico e a competitividade do jeans no mercado internacional.	
7	O jeans do Brasil.	2025		Incluído por oferecer uma análise direta da produção, trajetória e relevância do jeans no contexto brasileiro, sendo fundamental para compreender o recorte nacional do estudo.	
8	A nova roupa velha: narrativas de consumo em encontros de troca no Rio de Janeiro.	2024	Consumo; Moda circular	Selecionado por abordar práticas de moda circular e novas formas de consumo, contribuindo para ampliar o debate sobre sustentabilidade, ressignificação do	

				vestuário e comportamento do consumidor.	
9	A indústria do denim e seus desafios ambientais	2025	Desafios; Sustentabilidade; ODS		Excluído por não conter o texto completo.
10	Moda evangélica: compreendendo e equilibrando tradição e tendências de moda	2024	Comportamento do consumidor; Cultura; Evangélicos; Moda		Excluído por não ter relação com Denim.
11	Toda Jeans	2024	Comércio; Jeans		Excluído por ter ligação direta com uma empresa e por não abordar o tema central desta pesquisa.
12	Perspectivas de gestão ambiental na moda brasileira: um estudo de práticas na produção de jeans	2023	Indústria do vestuário; Impactos ambientais; Práticas sustentáveis.		Excluído por abordar mais o tema da sustentabilidade.
13	Moda masculina e expressão de gênero e sexualidade novas tendências em contraponto ao binarismo	2024	Moda Masculina. Gênero. Sexualidade. Co-ed.		Excluído por não falar sobre Denim.
14	Mulheres entre costuras e resíduos	2023	Costureiras; Histórias das		Excluído por não tratar de Denim.

	têxteis: entrelaçamentos do cuidar e educar		mulheres; Interseccionali dade; Reprodução social; Upcycling de resíduos têxteis pós-consumo		
15	Diálogos entre artesanato e design no contexto cultural brasileiro: preservação das tradições pela inovação na prática projetual criativa	2025	Artesanato; Design; Identidade cultural Brasileira		Excluído por não tratar de Denim.
16	Denim reborn: o upcycling na produção de coleção de figurinos	2024	Upcycling; Moda; Artesanato; Jeans (Vestuário); Produção; Handicraft; Jeans (Clothing); Fashion; Pr oduction		Excluído por abordar mais o tema da sustentabilidade.

Fonte: Elaborada pelo autor.