

JEANS – PEQUENA REVISÃO HISTÓRICA E PRINCIPAIS PROCESSOS DE DIFERENCIAÇÃO NA MODA.

Versatility and Autonomy of Jeans and Variations of Models and Wash Processes Applied in Fashion.

Maciel, Dulce Maria Holanda; Doutora; Universidade Federal de Santa Catarina, dulceholanda@gmail.com¹

Iwassake, Letícia Hideko; Graduanda em Design de Moda; Universidade do Estado de Santa Catarina, leticiawassake@gmail.com²

Rovaris, Anayara; Graduanda em Design de Moda; Universidade do Estado de Santa Catarina, anyrovaris@hotmail.com³

Ó, Edsandra Regina do; Graduanda em Design de Moda; Universidade do Estado de Santa Catarina, samregina@live.com⁴

Resumo: Este artigo aborda a temática *jeans* desde sua origem, até a atualidade, contando a trajetória deste tecido tão poderoso no universo da Moda. O *jeans* e a moda andam lado a lado conectados pela história. O uso das lavagens passa a ter maior importância ao longo do tempo e as variadas possibilidades são descritas e conectadas com uma das maiores empresas do segmento *jeans* no cenário brasileiro.

Palavras chave: Jeans, moda, lavagens.

Abstract: This article addressing the issue jeans from its origin to the present, telling the history of this powerful fabric in the world of fashion, and how an object can have a multitude of facets without falling in the sameness. The jeans and fashion go hand in hand even if not purposely, they are connected by the history. The use of washings starts to have greater importance along the way, the various possibilities are described and connected with one of the largest companies in the jeans segment in the Brazilian scenario.

Keywords: Jeans, fashion, washes.

Introdução

A jornada do *jeans* até os dias atuais é formidável, as principais características que fizeram do *jeans* o material apropriado para a confecção das roupas para os trabalhadores marcaram sua trajetória. Ao longo das décadas a resistência e maleabilidade deste material foram o ponto chave para

¹ Doutorado em Engenharia de Produção, Ergonomia e Meio Ambiente, pela Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC (2007). Mestrado em Engenharia de Produção pela UFSC (2002). Graduação em Engenharia Elétrica pela UFSC (1986). Pós-Graduação em Design de Moda pela Universidade Estácio de Sá SC (2011). Graduação em Moda na Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC (2011).

² Graduanda da oitava fase do Curso de Design de Moda pela Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC.

³ Graduanda da oitava fase do Curso de Design de Moda pela Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC.

⁴ Graduanda da sétima fase do Curso de Design de Moda pela Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC.

que se desencadeasse a popularização do seu uso. A juventude o usou como forma de identidade, tão intrinsecamente que hoje não sabemos quem de fato foi simbolizado.

Quanto mais longa a linha do tempo, maiores as possibilidades de utilizar ou recriar o *jeans*. As indústrias têxteis não cessam suas habilidades criativas e sua capacidade de introduzir o novo, as lavagens ganham espaço nos corações dos consumidores que hoje enxergam no jeans toda sua versatilidade. No Brasil, a pioneira na lavagem do jeans passou por diversos processos para que essa nova faceta do jeans fosse aceita com soberania popular.

Nesse viés, a moda viu nas lavagens uma oportunidade de modificar a imagem do jeans azul clássico, podendo adicionar valor agregado, exclusividade e um usuário disposto a ter algo único. Assim, cada vez mais é indispensável à produção de novas lavagens, sendo hoje encontrada no mercado uma infinidade delas, passando desde uma lavagem preta clássica até a base de ácido e laser.

Histórico do *Jeanswear*

Acredita-se que a criação da primeira calça jeans da modernidade se deu por volta de 1847, com Levi Strauss visando atender às necessidades dos mineradores que, devido ao serviço árduo, careciam de roupas de maior resistência. Em 1853, tornou-se mundialmente conhecido por “inventar” o jeans, que até então era feito com Lona (tecido com ligamento em tela e altamente resistente). Jacob Davis, alfaiate e consumidor do *jeans* de Levi, elaborou uma forma de prevenir rasgos provenientes da ocupação exercida pelos mineradores, através do uso de rebites de metal que até então eram utilizados em selas e arreios, e somou-se a Levi Strauss para patentear sua idealização.

Dessa maneira, o jeans ao longo dos séculos tomou forma de um signo de expressão, surgindo a princípio para suprir uma necessidade prática de trabalho, mas depois foi adotado por diversas tribos como meio de expressar suas causas. Desde os Beatniks dos anos 50, representados na imagem de

ícones como James Dean e Marlon Brando, passando também pelos Híppies, chegando a outras tendências como a mini saia jeans.

Assim, o *Denim* é o signo do vestuário contemporâneo com maior representatividade ao longo da história. O termo *denim* tem origem por volta do século XVIII, na cidade francesa que o nomeou: Nîmes. Daí vem *denim*, do francês *de Nîmes*. Tecido com uma linha tingida (urdume) com índigo e uma linha de algodão natural (trama). O jeans, por outro lado, tem esse nome devido a pronúncia de marinheiros da cidade de Gênova que pronunciavam *jeans* por conta do sotaque italiano. Era tecido com as linhas da trama e do urdume na mesma cor. Ambos tecidos eram confeccionados visando necessidades diferentes. O Denim atendia mecânicos e trabalhadores com funções manuais que requeriam esforço e durabilidade, enquanto o *jeans* atendia aos trabalhadores num geral.

A adesão do zíper nas peças só começou a ser utilizada em 1926, muito embora já existisse desde 1893. A marca Lee Cooper foi responsável pela introdução deste item na calça jeans, o que criou o entendimento atual ao que se refere quando se é falado do objeto calça jeans.

As *waist overalls*, como eram chamadas as primeiras calças jeans de Levi e Jacob, eram usadas com suspensórios, possuíam apenas um bolso traseiro, um bolso relógio e uma cinta de botões para fixar o suspensório. O objeto agradou aos cowboys americanos e, por volta de 1925, a Levi's lança uma calça voltada para eles, valorizando o conforto para montaria. O cinema da década de 30 foi um grande propulsor da moda e do mercado Western também chamado de filmes de cowboys, que ganham popularidade e são vistos como símbolo de autonomia, liberdade e virilidade.

O jeans foi utilizado por mineradores, marinheiros, cowboys e jovens das décadas de 50, 60, 70 e 80. Executou sua função com maestria, sendo símbolo de juventude, força, irreverência, sexualidade e, principalmente, quebra de tabus. É a peça mais democrática da indumentária, atingindo classes, tribos, idades, etnias e culturas diferentes. Representando a individualidade de cada pessoa, mas ao mesmo tempo significando cada indivíduo como pertencente a algum lugar. O jeans está a mais de um século se reinventando, e como todo produto de moda busca a novidade olhando para o passado como forma de inspiração.

As décadas de 40 e 50 foram de imprescindível importância para seu reconhecimento na atualidade, foi nesse contexto em que jovens buscavam sua individualidade, em uma época em que filhos deveriam ser cópias fiéis de seus pais. O *jeans* não foi escolhido propositalmente para afrontar a sociedade tradicional, mas seu histórico de trabalho árduo relacionado à juventude da época fez com que fosse mal visto. Sendo assim, tornou-se ainda mais popular. O produto é difundido ainda mais com a consolidação da indústria do entretenimento, que se utiliza desses jovens como um novo segmento a ser explorado. Trazendo novamente o clima de Western, só que agora não mais em cavalos, mas sim em motos, popularizando o famoso *bad boy*.

O *blue jeans* só foi aceito e produzido para mulheres durante a segunda guerra mundial, devido ao fato de ocuparem cargos até então ditos masculinos e que careciam de manuseio e produção. Segundo Priore (1997), nas décadas de 60 e 70, as mulheres brasileiras estavam bem mais ativas com relação a seus direitos, participando de movimentos de luta por creches, pela anistia e criando grupos feministas e centros para mulheres, esses grupos avaliavam o papel da mulher como mãe, filha, esposa e trabalhadora. O *jeans* entra juntamente com a expansão e libertação feminina que aos poucos vai ganhando espaço e se consolidando, luta que ainda perdura. A calça também entra nesse contexto como um símbolo de igualdade entre os gêneros.

O *jeanswear* encontrou parcerias ao longo de sua trajetória no universo *fashion*. Uma delas, de grande importância e ainda vigente nos dias de hoje, é a introdução da Lycra. Criada em 1958, veio com objetivo de substituir a borracha utilizada em espartilhos. Lycra é um fio sintético de elastano, usado para dar maior mobilidade e conforto ao usuário. A partir da década de 1970, a indústria têxtil começou a inserir o fio de elastano no denim, leggings e malhas. As calças ajustadas fizeram parte do cenário desta época.

Movimentos como Hippie, Grunge e Punk juntamente com o *jeans* tinham o mesmo objetivo: desconstruir padrões. No caso dos Hippies também um apelo do desapego material e a valorização da paz e ações comunitárias. Este grupo usava o *jeans* para bordar, aplicar flores e outros tecidos, e principalmente escrever suas mensagens. Viam no *jeans* uma forma de protesto e de ruptura com o sistema. Adeptos e disseminadores do famoso “a paz e o amor”.

Os movimentos Grunge e Punk, provenientes do cenário musical, utilizaram-se do jeans como símbolo de rebeldia. Ironicamente, a contestação característica destas frentes era disseminada pelo mercado da moda com fins capitalistas. O mercado se utiliza da rebeldia juvenil como motor da máquina publicitária. Segundo Viteck (2013), “o mercado ganha relevo e corteja a juventude, depois de instituí-la como protagonista da maioria dos seus mitos” (apud SARLO, 2004, p. 40).

Na década de 80, a estilista Vivienne Westwood, adepta do estilo Punk, introduz o mesmo nas passarelas, sendo representado principalmente pelo jeans, com foco nos rasgos e furos. Neste mesmo contexto, no Brasil, marcas como Triton e Zoomp se consolidam no mercado por meio do marketing com apelo emocional, com ênfase na inserção em determinado grupo social proporcionado pela marca.

No momento em que se eclipsa o imperativo do vestuário dispendioso, todas as formas, todos os estilos, todos os materiais ganham uma legitimidade de Moda: O descuidado, o tosco, o rasgado, o descosturado, o desmazelado, o gasto, o desfiado, o esgarçado, até então rigorosamente excluídos, veem-se incorporados no campo da moda. Reciclando os signos “inferiores”, a moda prossegue sua dinâmica democrática [...] (LIPOVETSKY, 2013, p. 140)

O jeans brasileiro se destacou nas passarelas, ganhando evidência internacional com a presença da modelo Gisele Bündchen no cenário global. As marcas como Zoomp, Triton e Ellus, conquistam visibilidade e começam a exportar seus produtos.

Zoomp Exemplo de inovação

Em 1974, surge no mercado brasileiro a marca Zoomp, fundada por Renato Kherlakian. Teve seu primeiro desfile em 1979, em uma famosa gafeira paulistana, chamada Sandália de Prata, com a coleção *sexy jeans*. A marca Zoomp foi de grande importância no quesito da inovação do jeanswear no cenário Brasileiro.

Segundo Kherlakian (2016), a década de 1970 ansiava por uma nova forma de adquirir o jeans, uma forma mais surrada, usada, envelhecida. Uma maneira de deixar seu o tecido com aspecto gasto pelos anos de uso, sem que

de fato o fosse. De início testou diversos métodos para desgastar o tecido, como o uso de sapólio, escovas de cavalo, estiletes e lâminas de barbear.

Na busca pela aparência desejada, Renato realiza uma pesquisa de mercado, especulando sobre as variedades do universo do jeans. Eis que, numa das lojas visitadas, avista um fardo de calças jeans cuja aparência se assemelhava ao modelo desejado. Renato então entra em contato com a lavanderia na qual o fardo foi produzido, firmando uma parceria para as lavagens da marca.

A produtividade e qualidade progrediram significativamente, mas havia um problema: o produto encolhia com mais facilidade. Como forma de contornar o problema, criam-se peças com números ímpares.

Outras formas de lavagens foram averiguadas, como esfregar um tijolo molhado em água sanitária em uma calça jeans ou lavar o tecido com areia e solvente. Quando achou em meio a tantas tentativas um caminho, Kherlakian recebe um postal de um amigo que morava no Japão, explicando que seu modo de lavagem já existia lá, e essa lavagem era com pedras.

Adaptações foram feitas, usaram-se pedras e também argilas, e assim a Zoomp se aproximava ainda mais do objetivo almejado. Foi neste contexto, no ano de 1980, que a Zoomp surge com o *stone washed*, sendo a primeira marca brasileira a utilizar este método revolucionário de lavagem.

Depois do sucesso do *stone washed*, o foco era direcionado aos desgastes localizados. Dentre as variadas receitas, uma de grande importância para a marca foi a Z71: “com uma pistola e um produto desbotante, vaporizávamos a calça inflada, preservando apenas o tom das costuras”. Em 1983 a lavanderia responsável pela aparência desbotada cometeu um erro e adicionou cloro ao lote de *stone washed*, este processo era utilizado apenas no *délavé*. O resultado do erro foi aprovado pela Zoomp, que incorporou o método ao repertório.

Outro processo método de sucesso foi o *snow washed*. Uma pedra era molhada em um produto químico e rotacionada em um tambor. Os efeitos eram manchas brancas espalhadas pelo jeans. A Zoomp possui uma lista de métodos de lavagens que a permitiu estar entre as melhores do segmento à 40 anos.

Assim, as lavagens permitem recriar novas propostas de jeans, sendo possível atingir todos os nichos de mercado. Sua versatilidade de design e adaptação ao mercado faz com que o consumidor sinta-se contemplado e único, uma vez que diversas marcas apostam em lavagens exclusivas, o que encarece o produto final, porém a oportunidade de ter algo especial e singular satisfaz o ego de uma sociedade cada vez mais carente de destaque e dissemelhança.

Lavagens

Quando as primeiras calças começaram a ser confeccionadas, o tecido possuía uma cor acobreada de aspecto sujo de terra, posteriormente Levi Strauss começou a tingir essas calças com uma tintura feita com as folhas de uma planta exótica chamada *Indogotina Tinctoria*. Essa tintura dava cor a um azul escuro e intenso, que mais tarde foi chamado de azul índigo. (CATOIRA, 2006)

Desde então o azul índigo teve um papel de suma importância na história do jeans, uma vez que “a cor de um tecido pode inspirar motivar e atrair um designer ou um consumidor para uma peça de vestuário específica” (UDALE, 2009, pág. 56.). O azul índigo foi um dos principais responsáveis para que o jeans se perpetuasse no mundo da moda.

Em torno de 1895 o químico alemão Bayer conseguiu produzir índigo sintético e desde então o índigo tornou-se a cor mais tradicional e conhecida do jeans. De acordo com Oliveira (2008), o jeans é um tecido que possui um alto teor de impregnação de corante, em função disso as peças de jeans ficam muito mais confortáveis e com uma aparência melhor depois de lavadas.

Segundo Chataignier (2006), as lavagens e tingimentos pertencem à ampla área de beneficiamentos visuais uma vez que a maioria dos tecidos precisa melhorar seus aspectos, esse tipo de beneficiamento é essencial à indústria da moda.

As lavagens funcionam como uma ferramenta que oferece a possibilidade de garantir uma diversificação na produção do jeans, de tal modo que possa chegar à originalidade e até mesmo a exclusividade em algumas

peças. Assim sendo, o processo das lavagens garante que o jeans continue se reinventando ao longo das décadas.

As lavagens artesanais e os processos de customização das roupas do movimento hippie dos anos 70 possibilitaram que o jeans índigo tradicional fosse ganhando traços de individualidade. Foi a partir de então que se iniciaram os processos de lavagens do jeans. A repercussão do movimento hippie ganhou visibilidade na mídia, o que começou a interessar ainda mais a indústria da moda, que reconheceu o jeans como um produto capaz de atender a vários públicos consumidores. (CATOIRA, 2009).

A necessidade de atender esses consumidores, que buscavam peças diferenciadas e originais em um mercado que estava saturado de marcas que produziam o jeans tradicional, com modelagens e cortes diferentes, mas ainda no mesmo índigo blue tradicional, fez com que se tornasse fundamental o surgimento das lavanderias industriais.

O processo de lavagem industrial na peça pronta permite que se consiga um resultado muito próximo da peça produzida artesanalmente, só que em grande escala. É isso que torna os processos de lavagens tão importantes para o segmento Jeanswear.

Os processos de lavagens realizado em grande escala nas lavanderias garante a diversificação do produto final, uma vez que uma lavagem nunca fica exatamente igual à outra. Portanto, o processo de lavagem permite que uma peça comum de jeans dificilmente seja igual à outra peça que passe pelo mesmo processo de lavagem.

De acordo com LIPOVETSKY (2009), a moda faz com que os indivíduos pertençam aos grupos sociais pelas roupas, pelos signos que vestem. Assim sendo, podemos inferir que o jeans funciona como um signo de pertencimento ao grupo, e as lavagem funcionam como o fator que mantem a individualidade de cada um dentro do grupo social.

Para que o jeans tenha cada vez mais inovações, abre-se espaço para o desenvolvimento de um setor que fatura, em média, mais de 2 bilhões por ano: o setor das lavanderias, assim chamadas as empresas especializadas em dar acabamento ao jeans depois da peça pronta.

O setor das lavanderias possibilita o desenvolvimento de outros setores, já que para aprimorar os processos das lavagens é preciso alto investimento

em maquinários, tecnologias e pesquisas de mercado para que as peças de jeans tenham os mais variados efeitos.

Processos e tipos de Lavagem

De acordo com Chataignier (2006) deve-se levar em conta no estudo dos diferentes tipos de lavagens do segmento Jeanswear, que a nomenclatura das lavagens pode mudar constantemente, variando desde nomes utilizados pelas lavanderias industriais, quanto os nomes que surgem das tendências de moda.

O processo das lavagens ocorre basicamente entre a alternância de processos como a desengomagem, o enxague, a estonagem, a neutralização, o amaciamento e a centrifugação. O uso de enzimas e produtos químicos diferentes são os principais responsáveis pela diversidade dos tipos de lavagens do jeans. (COSTA, 2009)

- Desengomagem: É o processo responsável pela retirada da goma do tecido, podendo alternar entre desengomagem neutra, que deixa o jeans mais escuro, e a desengomagem ácida, que deixa o jeans mais claro.
- Enxague: O processo de enxague é o responsável pela remoção de sabões detergentes e produtos químicos, e pode ocorrer diversas vezes em uma lavagem, dependendo do efeito pretendido.
- Estonagem: É o processo responsável pela remoção parcial de corante do tecido, podendo ainda haver o branqueamento que é o processo que remove totalmente o corante do tecido.
- Neutralização: Ajusta o ph para 7.
- Centrifugação: A centrifugação para a retirada total da água do tecido.
- Amaciamento: Regenera as fibras do tecido.

Uma das primeiras e mais conhecida lavagem foi o Stone Washed que começou a ser desenvolvida pelos designers franceses Marithe e François Girbaud, que notaram que conforme o jeans era usado ele ia perdendo a intensidade da cor. A partir de então eles começaram a criar efeitos que dessem o aspecto de envelhecido as calças

1- Stone washed

E o tipo mais comum de lavagem do jeans, ele consiste basicamente em jogar a peça em uma máquina de lavar junto com pedras pomes ou produtos químicos que promovam o amaciamento da peça e um desbotamento do jeans. A quantidade de pedras ou produtos químicos utilizados nessa lavagem pode criar uma infinidade de tons e de efeitos dando ao jeans um aspecto usado e desgastado.

2- Índigo

Foi o primeiro tingimento do jeans, feito inicialmente com uma tinta azul, retirada das folhas da planta *Indigofera Tinctoria*, de onde surgiu o nome índigo, e posteriormente foi sintetizado pelo químico Bayer, o que possibilitou que essa cor tão desejada se difundisse pelo mundo todo. Apesar da grande difusão das lavagens o jeans índigo tradicional ainda é muito desejado pelos consumidores, que muitas vezes procuram lavar o jeans somente quando necessário para evitar que o jeans perca sua coloração.

3- Pre Washed

É uma lavagem realizada com enzimas amaciantes ou silicone, meramente com a finalidade de amaciar o tecido, tornando-o agradável ao uso, porém sem acabar com o tom do índigo tradicional.

4- Délavé

O jeans délavé possui um desbotamento que é obtido de maneira artificial com descolorantes químicos e é lavado até que sua tonalidade fique bem clara. Como esse jeans passa por vários enxagues após o desbotamento e o alvejamento, o tecido fica leve, macio e extremamente confortável.

Quando esse processo de lavagem é realizado no tecido, antes da confecção da peça de jeans, essa lavagem recebe o nome de Bleached.

5- Blue Jeans

O blue jeans é uma lavagem que proporciona ao jeans uma tonalidade média de azul vivo, obtida através de um processo de tingimento mais curto e geralmente acarreta um pouco de desgaste ao tecido. Essa lavagem proporciona uma infinidade de tons de azul entre o índigo e o délavé.

6- *Dark Índigo*

É o jeans índigo bem escuro obtido a partir do efeito de um duplo tingimento com a fixação do corante, o jeans fica praticamente em um tom de azul marinho, em função da grande quantidade de corante. O desbotamento da peça ocorre com muito mais facilidade.

7- *Dirty Washed*

Essa lavagem possibilita que o jeans tenha uma aparência de encardido com uma coloração terrosa, são aplicados efeitos que imitam a sujeira propositalmente. Para criar esse efeito o jeans acaba recebendo diversas tonalidades de diferentes corantes durante o processo de lavagem, dando ao jeans uma aparência de muitos anos de uso e desgaste do corante.

8- *Acid Wash*

Nessa lavagem são aplicados produtos químicos abrasivos para manchar o jeans em determinadas áreas. A aplicação desses produtos deixa o tecido manchado com um efeito marmorizado, que pode ser mais ou menos intenso, dependendo da quantidade de produtos utilizados na lavagem.

9- *Resinado*

Nesse efeito de lavagem é feita uma aplicação manual de resina para umedecer a peça que pode ser uma aplicação de spray resinado com corante ou brilho e posteriormente a peça é levada para uma estufa e passa por um processo de aquecimento de até 160°C para que o efeito tenha adesão ao tecido. Esse acabamento resinado confere ao jeans uma aparência de couro com o conforto da peça de jeans.

10- *Dip Dye*

É um efeito de lavagem que consiste basicamente em mergulhar o blue jeans em alvejantes e produtos químicos que possibilitam a descoloração parcial do tecido de maneira orgânica, criando um efeito degrade na peça já confeccionada.

11- *Destroyed*

Nesse processo de lavagem são utilizadas técnicas que simulam o desgaste excessivo do jeans, chegando a corroer certos pontos. Podem ser utilizadas lixas, pedras, jatos de areia e diversos componentes abrasivos para simular esse desgaste. Geralmente esse desgaste é feito com uma pistola de pressão contendo uma solução de permanganato de potássio diluída em água.

12- Bigode

Esse efeito é utilizado para deixar o jeans com aspecto de desgastado, clareando as regiões que geralmente clareiam nas lavagens e fazendo na peça linhas paralelas e horizontais, com fricção de uma lixa d'água na superfície do tecido, geralmente nas áreas do quadril e do fecho da peça, dando a aparência de marcas de uso na peça pronta.

13- White Jeans

É o processo de lavagem que descolore o jeans com uma série de alvejantes ao ponto de ficar parcial ou totalmente branco.

14- Black Jeans

É o Jeans tingido com um corante preto, ao invés do azul índigo tradicional do jeans. Esse tingimento é feito geralmente no tecido bruto antes da confecção da peça, os processos de lavanderia possibilitam que o Black jeans ganhe diversos efeitos e tonalidades de acordo com o processo realizado.

15- Grey Jeans

A lavagem do grey jeans é obtida a partir do processo de descoloração do Black Jeans criando uma peça em um tom acinzentado.

16- Paint Splatter Jeans

É um efeito obtido com respingos de tinta têxtil, ou produtos alvejantes abrasivos, muito utilizados em lavanderias. O jeans ganha um efeito respingado, como se tivesse sido manchado com tinta.

17- Estonado

É um processo de lavagem realizado com pedras de argila chamado Sinasitas, em tambores de lavagem industrial, causando no tecido ranhuras e um leve desbotamento e amaciamento da peça, conferindo ao jeans um aspecto de usado e desgastado.

18- Fire Wash

É uma lavagem realizada em peças de jeans escuro, geralmente no Black jeans, que é desgastado e posteriormente são adicionados corantes em tons de vermelho.

19- Mud Wash

É uma lavagem realizada em peças de jeans escuro geralmente o Black jeans que é desgastado e posteriormente são adicionados corantes em tons de verde. Algumas vezes esse efeito produz um aspecto camuflado

20- Laser

A utilização do laser na realização de processos diferenciados obtidos através das lavagens possibilita que processos químicos e equipamentos sejam substituídos. Pode ainda criar efeitos como o bigode e o lixado das peças de jeans, além de criar efeitos de estamparia obtidos através da queima do corante do tecido de maneira computadorizada.

Desta forma considera-se que as lavagens no segmento Jeanswear são um processo de beneficiamento do tecido que buscavam inicialmente dar ao tecido um aspecto mais desgastado e oferecer mais conforto pelo processo de amaciamento do tecido. Esse processo de lavagens começou de maneira artesanal e evoluiu de uma forma tão rápida que acabou despertando o interesse para o mercado. Hoje em dia existem diversos tipos de lavagens que podem ser realizadas no jeans, e as lavanderias que fazem esse beneficiamento possuem uma ampla cartela de opções.

A permanência do jeans como um produto de moda ao longo do tempo deu-se principalmente pelo uso das lavagens, que conferem ao jeans infinitas possibilidades de atender as necessidades dos consumidores que anseiam por novidades. A cor de um tecido ou um determinado tingimento criam efeitos

únicos que são capazes de agregar ainda mais valor ao produto (UDALE, 2009)

Desde o começo de sua história o jeans foi um marco no mundo da moda, ele se reinventou de diversas formas e acompanhou acontecimentos importantes nos cenários políticos e sociais do mundo, tornando-se uma roupa-memória, como comenta o sociólogo francês Daniel Friedman em seu livro:

Os processos de lavagens possibilitam essa reinvenção constante do jeans como um produto capaz de se transformar de acordo com a necessidade das pessoas em diferentes momentos históricos possibilitando que o jeans continue sendo altamente desejável para os consumidores e atraente para o mercado.

Considerações Finais

A trajetória e a contemporaneidade do jeans dentro do universo fashion deixam clara sua versatilidade, algo incomum num universo que anseia pelo novo e pelo inusitado. Sua capacidade de se reinventar é algo inédito no cenário da moda. Poucas peças que tiveram seu surgimento a mais de um século ainda são consideradas importantes. O jeans, por sua vez, não só fez história, como ainda hoje é considerado “peça chave”, utilizado por diversas classes, gêneros, idades, grupos, etnias, e etc. Suas variadas formas são valorizadas, sejam elas rasgadas, furadas, amassadas, tingidas, descoloridas, envelhecidas ou desbotadas.

Neste sentido, este artigo analisou a carreira de sucesso do jeans. Exemplificando momentos históricos, suas inúmeras aplicações, características, processos de lavagem e suas etapas, assim como a entrada das famosas *washes* no cenário brasileiro e sua importância para a marca precursora do novo jeito de consumir jeans. O legado de Levi Strauss para o mundo é muito mais do que um tecido para fins laborais, é o plano de fundo das revoluções da Moda.

Referências Bibliográficas

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

CATOIRA, Lu. **Moda Jeans: Fantasia estética sem preconceito**. São Paulo: Ideias e Letras, 2009.

CHATAIGNIER, Gilda. **Fio a fio: Tecidos, moda e linguagem**. São Paulo: Estação das Letras, 2006.

COSTA, A. F. S. **Aplicação de tratamentos biológico e físico-químico em fluentes de lavanderia e tinturaria industriais do município de Toritama no estado de Pernambuco**. 2008. 99f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento de Processos Ambientais) – Universidade Católica de Pernambuco.

COSTA, Andréa; VOLUNTÁRIOS, Alunos de Iniciação Científica. **Jeans beneficiado possibilita valor agregado às confecções no Agreste Pernambucano**, 2009– Universidade Católica de Pernambuco.

FRIEDMANN, Daniel. **Une histoire du blue-jean** - Ramsay

KHERLAKIAN, Renato. **Uns jeans... Uns não**. São Paulo: SENAI SP, 2016.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. São Paulo: Schwarcz S.A, 2013.

MAHLMEISTER, Eliana Acar Pedro. **Design de Moda pós-moderno: o Jeans como referencia**. São Paulo – Anhembi Morumbi – (Dissertação apresentada para obtenção do Título de Mestre em Design)

OLIVEIRA, G. J. **Jeans a alquimia da moda**. São Paulo: 1ª Edição, 2007.

PEZZOLO, Dinah Bueno. **Tecidos: História, Tramas, Tipos e Usos**. 1 ed. Senac. São Paulo, 2008.

PRIORE, Mary Del. **Historia das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 1997.

UDALE, Jenny. **Fundamentos de design de moda: tecidos e moda**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

VITECK, Cristiano Marlon. **Dofa, Derma, Jimo 1: O Grunge e o Rock Underground às Avessas**. Cascavel: Universidade do Oeste do Paraná – UNIOESTE. (I Congresso Internacional de Estudos sobre o Rock).

ZIBETTI, Silvana. **Jeans — Um símbolo da cultura jovem**. Marília: Faculdade de Comunicação, Educação e Turismo – UNIMAR. (Dissertação apresentada para obtenção do Título de Mestre em Comunicação, Área de Concentração em Mídia e Cultura).