

A INFLUÊNCIA DO YOUTUBE NO COMPORTAMENTO DE CONSUMO DA GEN Z: UMA ANÁLISE DA YOUTUBER JOOB

 <https://doi.org/10.63330/aurumpub.064-019>

Luiza Pereira da Silva

Graduanda em Moda – Universidade Estadual de Maringá (UEM)

E-mail: ra138995@uem.br

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4733343676485078>

Eliane Pinheiro

Doutora em Engenharia de Produção (UTFPR) – Universidade Estadual de Maringá (UEM)

E-mail: epinheiro@uem.br

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3449554626775454>

Resumo

Esse artigo visa analisar a youtuber americana Joob e os vídeos publicados na rede, com a finalidade de entender como seu conteúdo pode influenciar seus consumidores a práticas mais sustentáveis, como o upcycling e o DIY, além de compreender como a influencer por meio dessas práticas conscientes pode ajudar a Geração Z a encontrar uma identidade individual. A metodologia é constituída por meio de pesquisas bibliográficas, disponíveis no Portal de Periódicos da CAPES, Taylor & Francis, e Science Direct, e no canal da youtuber. A relevância deste artigo consiste em entender o padrão de consumo da geração Z e as ideologias ecológicas dessa geração, estudar como o interesse em upcycling e o DIY pode auxiliar na identidade estética dos consumidores e analisar o conteúdo da youtuber Joob e como o canal pode influenciar e inspirar, a Geração Z nas questões de consciência ambiental e construção de individualidade.

Palavras-chave: Consumo; DIY; Upcycling; YouTube.

1 INTRODUÇÃO

O Youtube é a segunda rede social mais popular do mundo, com 2,491 milhões de usuários ativos mensais (We Are Social, 2024). Plataformas como o Youtube são fundamentais para gerar conscientização do consumidor sobre a sustentabilidade na moda, vários vídeos disponíveis na rede social Youtube discutem sobre a importância de manter um estilo pessoal em vez de seguir tendências para garantir a longevidade, e frequentemente incentivam compras intencionais ou destacam seus valores éticos associados a compras potenciais e o impacto positivo dessas escolhas (Matterson; Kim, 2025).

A Geração Z caracteriza-se pelo maior tempo dedicado às atividades on-line e pela menor vivência de experiências fora do ambiente digital (Issa; Issaias, 2016; Chen; Yan, 2016). Nesse contexto, ao se

conectar com determinado produto ou assunto, seus integrantes tendem a aprofundar o envolvimento, buscando conhecer e consumir conteúdo ou aderir a práticas relacionadas a seus interesses (Gollo *et al.*, 2019). Para essa geração, a moda expressa uma visão de mundo marcada pelo realismo e pela hiperconectividade (Criteo, 2018). Paralelamente, observa-se o crescimento do interesse pelo consumo sustentável e uma preocupação significativa com as condições ambientais, aspectos destacados por Prisco *et al.* (2025).

A youtuber estadunidense Joob é uma personalidade das redes sociais de 21 anos, tiktokker e criadora de conteúdo online desde 2023, mais conhecida por compartilhar uma ampla variedade de conteúdos relacionados tanto a moda alternativa quanto à beleza, também grava vídeos sobre achados em brechós, upcycling e diy's. Em janeiro de 2024 a influencer participou do North Carolina Vintage Bazaar, acumulando mais de 100 mil seguidores em sua conta do tiktok (Famous Birthdays, 2026). Diante de tantos youtubers que criam conteúdo, a Joob foi selecionada devido aos vídeos sobre seu dia a dia, compras em brechós, desapego de roupas, customização e upcycling de roupas, além de gerar um conteúdo onde faz um *styling* com peças, seja do seu acervo pessoal ou peças compradas em brechós, dessa forma inspirando seus seguidores a serem mais criativos com o estilo de vestir e auxilia na estilização de peça de roupa que estão inativas guarda roupa.

A youtuber, como já mencionado anteriormente, aborda em seus vídeos práticas de upcycling e DIY, que são uma essência da subcultura Punk, na qual a criadora de conteúdo se identifica. Isso se deve à importância pelo fato de que a subcultura Punk é um movimento que surgiu em 1970 como um centro de expressão social e como uma forma de protesto ao capitalismo e o consumo desenfreado (Gildarte, 2013). O movimento Punk deu uma nova vida à contracultura através do crescimento de roupas DIY, estética, mídias e valores (Guerra, 2021) como a ruptura de valores estéticos tradicionais, se opondo ao materialismo e expressando o desejo livre ao reciclar roupas antigas (Lee; Li, 2025). Por outro lado, o Upcycling parece atualmente não apenas como uma tendência mas como uma prática transformadora que pode reconstruir a moda, cultura e sustentabilidade (Zhou e Muhammad, 2025).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 GERAÇÃO Z NA INTERAÇÃO DE PRÁTICAS DE DIY E UPCYCLING

A definição de Faça você mesmo (DIY) viabiliza uma oportunidade de se adaptar e personalizar um ambiente ou roupa de forma com que contribua com o bem-estar e uma qualidade de vida melhor, em questão de moradia e habitação, além de promover a autonomia e o protagonismo individual no processo de criação e construção (Zanatta *et al.*, 2025). O DIY é uma prática que pode ser aplicada em diversas circunstâncias como, na customização de roupas, reparos domésticos, artesanato, entre outros. Caracterizada como uma atitude criativa e empreendedora (Silva, 2021).

Em simultâneo ao DIY, o *upcycling*, definido por Wilson (2016), é uma prática que transforma algo “inútil” em algo útil sem desperdiçar materiais e sem o uso de recursos não renováveis. Assim se correlata com a prática de consumo de roupas de segunda mão, especificamente em brechós, devido a sua utilização em roupas usadas que já “não possuem um valor agregado” decorrente ou uso, ou até mesmo por mudanças de tendências decorridas do *fast fashion*, além disso pessoas ambientalmente conscientes, como a geração z, buscam em brechós uma autonomia criativa e o fortalecimento de sua identidade (Azevedo, 2023).

O *upcycling* é considerado uma prática sustentável que tem como objetivo conscientizar sobre o valor de produtos potencialmente descartáveis, de forma de minimizar impactos negativos ao meio ambiente (Moreira *et al.*, 2017). Além de, ser considerado como um movimento além de uma tendência, o *upcycling* é uma prática transformadora que redefine a relação entre moda, cultura e sustentabilidade, ainda assim sendo uma estratégia de longo prazo que preza pela moda circular, a redução do desperdício de têxtil e para apoiar o consumo responsável (Zhou; Muhammad, 2025).

Em comparação com as gerações anteriores, a geração z (nascidos entre 1997-2010), tem maior probabilidade de comprar e consumir roupas de segunda mão (Masserini *et al.*, 2024). Estudos revelam que cerca de 88% dos consumidores da geração Z, apresentam comportamentos sustentáveis, tornando seu envolvimento na causa crucial para garantir que as próximas gerações, geração Alpha (nascidos a partir de 2010) obtenham benefícios a longo prazo.

Para a Geração Z, a moda representa uma forma de expressar a individualidade, afirmar a identidade e promover a inclusão (Criteo, 2018). Além disso, esses consumidores demonstram facilidade em se adaptar a novas tendências e práticas, como o *upcycling* e o *Do It Yourself* (DIY), que podem contribuir para estimular escolhas de consumo mais conscientes, responsáveis e sustentáveis no setor da moda (Pereira, 2024).

2.2 COMO A CULTURA PUNK INFLUÊNCIA EM PRÁTICAS DE DIY E UPCYCLING

Observa-se uma conexão significativa entre o punk e a proteção ambiental. Essa associação entre o punk e o meio ambiente surgiu com o visual hippie rústico no final de 1960, na década seguinte a moda Punk foi introduzida com a reciclagem de roupas antigas, se tornando uma questão social e ambiental nas décadas de 1980 e 1990 (Sklar, 2013).

O Punk foi um movimento próximo do garage rock dos anos 1960, constituindo-se em uma resposta a corrente sociocultural hippie, o Punk constitui-se me uma movimentação de jovens por via da vasta quantidade de bandas de rock reivindicando para o movimento o Do It Yourself (DIY). O surgimento do movimento frequentemente é interpretado pelo contexto de crise econômica que acarretou no aumento de preços do petróleo após conflitos israelo-árabe de 1973 (Guerra; Straw, 2017). No início o Punk era um comportamento que se expressava principalmente da moda e da música, era anárquico, nihilista e

deliberadamente agressivo (Colegrave; Sullivan 2002; Reynolds, 2006). Esse movimento foi uma matriz de reconstrução identitária dos jovens no pós-guerra, tornando-se um coletivo de indivíduos que se expressam, o que torna o movimento Punk difícil de definir (Laing, 2015).

Entre as principais características do Punk, estão os tons escuros, DIY com denim, tachas de metal e patches, roupas rasgadas e manchadas, combinação de estampas como xadrez e tartan. As peças de roupas podem ser esportivas, uniformes, combinações de malha com camisetas, jaqueta de couro, jeans skinny, flanela e lenços (Lee; Li, 2025).

O estilo Punk, atualmente, se inspira em diversos grupos, desconstruindo e ecleticamente adaptando seus próprios métodos, como o upcycling e o DIY, para criar um estilo único, criando uma variedade de estilos e formas de expressão são notória devido o design estar em sintonia com a moda punk, o que rompe com os valores estéticos tradicionais se opondo ao materialismo e expressa liberdade ao reciclar roupas antigas (Lee; Li, 2025).

2.3 YOUTUBE E O COMPORTAMENTO DE CONSUMO DA GERAÇÃO Z

O Youtube é a segunda rede social mais popular do mundo e blogueiros do Youtube normalmente apresentam os produtos que testam, fornecendo sua opinião ou promovendo-os para seu público (De Veirman *et al.*, 2017). Os blogueiros tem uma credibilidade no impacto positivo, ou negativo, na intenção de compra (Sokolova; Kefi, 2020). Os consumidores que participam ativamente das redes sociais tendem a ter um comportamento mais sustentável com maiores preocupações em relação a moda (Matteson; Kim, 2025), esses comportamentos facilitam a disseminação de conteúdo e promoveram discussões contínuas sobre a importância de adotar práticas de moda sustentáveis (Salem; Alanadoly, 2021).

Plataformas como o TikTok e o Youtube são fundamentais para gerar conscientização do consumidor sobre a sustentabilidade na moda, vários vídeos disponíveis na rede social Youtube discutem sobre a importância de manter um estilo pessoal em vez de seguir tendências para garantir a longevidade, e frequentemente incentivam compras intencionais ou destacam seus valores éticos associados a compras potenciais e o impacto positivo dessas escolhas. Além disso, os youtubers propõem diversas estratégias para diminuir o consumo de roupas, incluindo o reaproveitamento de peças já existentes, incluindo projetos de DIY ou Upcycling (Matterson e Kin, 2025).

Através das mídias sociais os consumidores, em específico a geração Z, demonstram e aprendem várias práticas de moda sustentável, como por exemplo, optar por roupas de segunda mão, marcas sustentáveis e éticas, reutilizar roupas por meio do Upcycling e diminuir o consumo em geral (Haines, et al. 2023; Vladimirova, 2021).

Pode-se afirmar que o Youtube é uma das ferramentas com elevado valor social e simbólico que permite um contato mais direto entre as pessoas e apresenta a divulgação de informação de consumo

altamente globalizado (Carvalho, 2022). E isso, pode proporcionar uma conexão com a geração Z, que é um público que tem uma presença forte nas mídias, que utilizam a plataforma Youtube para encontrar informações sobre uma moda mais sustentável.

3 METODOLOGIA

A pesquisa do presente artigo conta com duas etapas: (i) Seleção de portfólio bibliográfico e (ii) seleção dos vídeos da youtuber americana Joob a partir dos critérios usados para a seleção dos vídeos, quais sejam: se os materiais utilizados eram acessíveis; às técnicas de upcycling e DIY utilizados; tutoriais; identidade visual e transformações em peças que vão além de apenas ajustes. Com base nesses critérios, foram selecionados seis vídeos para análise: abordam temas de upcycling e DIY e maior visualização do canal da Joob dentro dos temas delimitados. A tabela 1 mostra os vídeos analisados, data de publicação e visualizações.

Tabela 1 - Vídeos analisados com datas e visualizações

Vídeos analisados: data de publicação e número de visualizações		
Vídeo	Data	Visualizações
Making my closet cool again Upcycling old clothes & closet clean out	17/06/2025	433 MIL
Reciclagem/Faça você mesmo: Transforme meu guarda-roupa sem graça Alternativas de Faça você mesmo	24/02/2026	84 MIL
Deixando meu armário legal novamente parte 2 Roupas e estilo faça você mesmo	01/07/2025	75 MIL
Recriando roupas alternativas com Faça você mesmo Recriando Tripp, Demonía, nyc, etc	07/10/2025	62 MIL
Upcycling e descobertas aleatórias de lojas de brechó DIY e estilo	23/09/2025	59 MIL
Presentes de natal 'Faça você mesmo' (que as pessoas realmente querem)	02/12/2025	56 MIL

Fonte: Elaborado pelas autoras (2026)

A metodologia deste artigo fundamentou-se em uma pesquisa bibliográfica, realizada por meio de consultas ao Portal de Periódicos da CAPES e às bases de dados Taylor & Francis e ScienceDirect. O período delimitado para o levantamento dos materiais foi a partir do ano de 2020. Em seguida a análise do

canal da youtuber americana Joob. Para alcançar o objetivo, que consiste em investigar como as redes sociais, em específico o Youtube, podem influenciar o comportamento de consumo da Geração Z, e como as práticas sustentáveis upcycling e DIY podem ajudar na formação de identidade própria.

A coleta de dados compreendeu a identificação e análise do incentivo de uso de práticas sustentáveis por meio das redes sociais, com o intuito de identificar as possíveis influências que a youtuber Joob exerce ao público jovem, em específico a geração Z.

Após a seleção e elaboração do portfólio bruto dos vídeos, iniciou-se a análise profunda sobre a youtuber americana Joob e seus vídeos publicados na rede, os projetos e atividades sustentáveis praticadas pela influencer. Além de, investigar os comportamentos de consumo da Geração Z, juntamente com o estudo sobre upcycling e o diy, buscando compreender se a prática do upcycling e do diy pode influenciar os jovens, especialmente Geração Z, em questões de consciência ambiental, pertencimento e como o upcycling pode ajudar os jovens a desenvolverem e expressarem sua criatividade e identidade pessoal.

4 ANÁLISE DOS CONTEÚDOS SELECIONADOS DA YOUTUBER JOOB

Diante disso, a seleção da youtuber Joob baseou-se em critérios previamente definidos, tais quais, abordagem dos temas upcycling e DIY em vídeos, em específico a execução das técnicas e como isso pode refletir na sua identidade visual e como pode ser uma fonte de inspiração para seus seguidores. .,

Em seus vídeos é perceptível algumas atitudes consideradas sustentáveis, como a utilização de roupas usadas, segundo (Santos et al, 2019) o mercado de roupas usadas, no caso brechós, não é apenas uma tendência de moda, mas uma alternativa sustentável e viável de minimizar o impacto ambiental da indústria da moda. Entre os materiais utilizados foram identificados tesouras, retalhos de tecidos, stencil caseiro (no qual a youtuber ensina a fazer em um dos seus vídeos), roupa de segunda mão, bites, ilhós, tinta de tecido, patches (feitos de forma artesanal ou comprados) pincéis e linha de bordar.

No primeiro vídeo analisado intitulado de “*Making my closet cool again | upcycling old clothes & closet clean out*” (deixando meu closet estiloso de novo, upcycling de roupa\’s velhas e limpa no guarda-roupa), a youtuber divide o vídeo em duas sessões, na primeira parte ela faz uma limpa em suas roupas, selecionando o que vai pra doação e o que ela aplicaria a técnica de upcycling, já na segunda sessão Joob mostra todos os materiais que serão usados durante o vídeo, em seguida ensina a fazer patches a partir de retalhos e tinta de tecido, conforme a Figura 1.

Figura 1 - Criação de patches



Fonte: Canal Joob (2026)

A próxima peça customizada é uma blusa vermelha, na qual o upcycling é adicionar aplicações de ilhós, de acordo com a Figura 2, novamente o processo todo de colocar os aviamentos é ensinado no vídeo.

Figura 2 - Peça customizada com ilhós



Fonte: Canal Joob (2026)

No segundo vídeo denominado de “Reciclagem/Faça você mesmo: Transforme meu guarda-roupa sem graça | Alternativas de Faça você mesmo”, a influenciadora após uma breve introdução do que será feito no vídeo, inicia o primeiro projeto de DIY, customizar uma camiseta branca pintando, com tinta de tecido, uma imagem, desse modo ela ensina uma técnica de como realizar o DIY caso seus seguidores não saibam desenhar, que consiste em colocar a camiseta embaixo de uma tela de notebook e retrazar o desenho (Fig. 3), ela também dá dicas de que pode se usar um celular, desenhar em um papel e depois passar para o tecido como se fosse um stencil, Joob deixa livre para que seu público utilize a técnica mais acessível e favorável a eles.

Figura 3 - DIY Camiseta



Fonte: Canal Joob (2026)

A Figura 4 mostra no mesmo conteúdo, a Youtuber realizando modificações em uma bolsa preta lisa, antiga e desgastada. Foram desenvolvidos patches a partir de retalhos de tecido e costurados a mão com linha de bordado por toda a bolsa, desse modo a bolsa ficou com a identidade visual que se encaixa na moda Punk.

Figura 4 - Customização de uma Bolsa



Fonte: Canal Joob (2026)

No vídeo intitulado “Deixando meu armário legal novamente parte 2 | Roupas e estilo faça você mesmo”, Joob dá continuidade ao primeiro vídeo analisado uma vez que havia separado roupas demais para aplicar as técnicas de DIY e upcycling, e por esse motivo teria que gravar uma segunda parte do vídeo. A youtuber comentou anteriormente que acha esse processo de fazer customizações e alterações em roupas divertidas e desse modo não se importaria em fazer outras partes do conteúdo. a primeira peça a ser transformada é uma jardineira capri em jeans (Fig. 5).

Figura 5 - Customização Jardineira jeans capri



Fonte: Canal Joob (2026)

É notório que, as alterações realizadas foram o aumento no comprimento da peça e a adição de patches. Conforme evidenciado na Figura 6, Joob, ensina uma técnica de como fazer stencil em casa de uma forma mais barata. No tutorial a youtuber utiliza uma pasta feita de plástico para realizar a escrita desejada, ela usa o seu notebook como um apoio para desenhar e em seguida recorta as partes necessárias com um estilete, o próximo passo é a aplicação de tinta no tecido.

Figura 6 - DIY stencil caseiro



Fonte: Canal Joob (2026)

No quarto vídeo, com o título de “Recriando roupas alternativas com Faça você mesmo | Recriando Tripp, Demonia, nyc, etc” no enunciado a youtuber cita algumas marcas de roupas alternativas que consome para que assim seus seguidores identifiquem o estilo que será empregado nas práticas de Upcycling e DIY. Ao decorrer do vídeo Joob antes de realizar a customização de suas roupas, mostradas na tela os materiais necessários e a peça utiliza, como pode ser observado na Figura 7, a customização da vez se trata de uma calça jeans camuflada que ganhará uma nova vida útil como uma saia, novamente todo o processo de transformação da peça foi ensinado durante o vídeo.

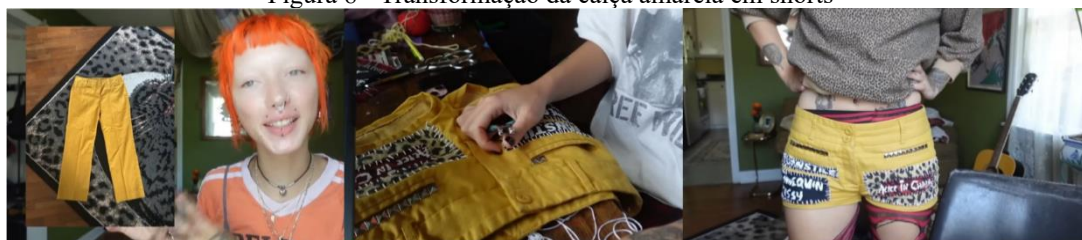
Figura 7 - Transformação de calça em saia



Fonte: Canal Joob (2026)

No subsequente vídeo estudado, denominado de “Upcycling e descobertas aleatórias de lojas de brechó | DIY e estilo”, o vídeo segue o mesmo padrão dos anteriores, a youtuber vai a brechós atrás de roupas para aplicar a prática de Upcycling ou DIY, ou utiliza suas próprias roupas, faz uma leve introdução sobre quais peças serão customizadas, o que será feito e os materiais usados. Diante disso, foram selecionadas duas customizações de calça, a primeira, como apresentado na Figura 8. A calça amarela torna-se em um short curto com aplicação de diversos patches feitos e costurados a mão com linha de bordar.

Figura 8 - Transformação da calça amarela em shorts



Fonte: Canal Joob (2026)

Já na segunda calça, a customização foi a adição de retalhos de tecido pela extensão da calça, costurados a mão, além da utilização da técnica de bordado sashiko (Figura 9).

Figura 9 - Aplicação de retalhos em calça



Fonte: Canal Joob (2026)

O último vídeo analisado, com o título “Presentes de natal ‘Faça você mesmo’ (que as pessoas realmente querem)”, o projeto de DIY que mais se mostrou pertinente ao artigo, de acordo com os critérios

delimitados foi a customização de uma tênis branco, que segundo a youtuber é “uma tela em branco, perfeito para qualquer customização”, em seu vídeo Joob aplica a mesma técnica utilizada no vídeo analisado anteriormente, costurando retalhos de tecido a mão por toda a extensão do tênis, conforme evidenciado na Figura 10.

Figura 10 - DIY Tênis



Fonte: Canal Joob (2026)

De acordo com o tema do vídeo, a customização seria um presente para sua irmã, a youtuber comentou diversas vezes no decorrer o quanto ela valorizava presentes feitos a mão, e assim como muitas pessoas valorizam, além de afirmar que presentes assim carregam em si sentimentos como carinho, assim como uma forma de demonstrar amor e que se importa com o destinatário, além de ser uma presente cheio de personalidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, considera-se que o objetivo deste artigo foi contemplado por meio da análise dos vídeos publicados pela YouTuber americana Joob, buscando compreender como seu conteúdo pode influenciar o público a conhecer e adotar práticas mais sustentáveis na moda, especialmente o *upcycling* e o *Do It Yourself* (DIY). Os resultados da análise evidenciam que a criadora apresenta essas práticas de maneira acessível, incentivando a criatividade, o reaproveitamento de materiais e a personalização de peças de vestuário.

Além disso, seu conteúdo articula sustentabilidade e expressão da individualidade, aspectos relevantes para a compreensão das relações entre moda, identidade e consumo. Embora a análise dos vídeos não permita comprovar mudanças efetivas no comportamento dos seguidores, ela evidencia o potencial do conteúdo digital para disseminar conhecimentos, estimular reflexões sobre os hábitos de consumo e apresentar alternativas mais sustentáveis. Dessa forma, o estudo contribui para a discussão sobre o papel dos criadores de conteúdo na divulgação de práticas sustentáveis e na construção de novas possibilidades de relação com a moda.

REFERÊNCIAS

- ANNA PRISCO; IRENE RICCIARDI; MARTINA PERCUOCO; VINCENZO BASILE. Sustainability-driven fashion: Unpacking generation Z's second-hand clothing purchase intentions. **Journal of Retailing and Consumer Services**. V.85, Naples, Italia, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2025.104306>. Acesso em: 7 de fev de 2026.
- AZEVEDO, Francisco Glauberth Ribeiro de. **Sustentabilidade e Moda**: as práticas de consumo consciente no mercado de brechós em São Luís/MA. Trabalho de Conclusão de Curso -TCC (Administração), Universidade Federal do Maranhão – UFMA, Maranhão, São Luís, 2023. URI: <http://hdl.handle.net/123456789/8034>. Acesso em: 24 de nov de 2025.
- CARVALHO, Sofia Jorge Dias. **Os usos do Youtube e o consumo**: um estudo exploratório sobre a geração Z. Dissertação de Mestrado (Design de Comunicação de Moda), Universidade do Minho, Portugal Lisboa, 2022. Disponível em: Os Usos do Youtube e o Consumo: Um Estudo Exploratório Sobre a Geração Z - ProQuest. Acesso em 24 de nov de 2025.
- COLEGRAVE, STEPHEN, and CHRIS SULLIVAN. Punk. **Hors Limites**. Paris: Éditions du Seuil. 2002
- CHEN, Quan. YAN, Zheng. Does multitasking with mobile phones affect learning? A review. **Computers in Human Behavior**. v. 54, p. 34-42, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.07.047>. Acesso em: 18 de nov de 2025.
- CRITEO. **Como se expressa a Geração Z**: o que ela quer da moda. 2018. Disponível em: <https://www.criteo.com/br/insights/como-se-expressa-a-geracao-z-o-que-ela-quer>. Acesso em: 18 de nov de 2025.
- DE VEIRMAN, Marijke; CAUBERGHE, Veroline; HUDDERS, Liselot. Marketing through instagram influencers: The impact of number of followers and product divergence on brand attitude. **International Journal of Advertising**, v. 36, p. 798-828. 2016. DOI: <https://doi.org/10.1080/02650487.2017.1348035>. Acesso em: 9 de mar de 2026.
- FAMOUS BIRTHDAY. **Joober.s**. Disponível em: joober.s - Idade, Biografia, Família | Aniversários Famosos. Acesso em: 26 de mar de 2026.
- GILDART, K. The anthesis of humankind: exploring responses to the Sex Pistols, Anarchy Tour, 1976. **Cultural and Social History**, 2013, v. 10, n. 1, p. 129-149. Disponível em: 'O Antítese da Humanidade': Explorando Respostas à Anarchy Tour dos Sex Pistols 1976: História Cultural e Social: Vol 10, Nº 1. Acesso em: 17 de nov de 2025.
- GOLLO, Silvana Saionara. Et al. Comportamento de compra e consumo de produtos de moda da geração Z. **Brazilian Journal of Development**, [S. l.], v. 5, n. 9, p. 14498–14515, 2019. DOI: <https://doi.org/10.34117/bjdv5n9-058>. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/3115>. Acesso em: 18 nov. 2025.
- GUERRA, Paula. **So close yet so far**: DIY cultures in Portugal and Brazil. Faculdade de Artes e Humanidades, Universidade do Porto (FLUP), Porto, Portugal, 2021, v. 30, n. 2, p. 122-138. Disponível em: Artigo completo: Tão perto e tão longe: culturas DIY em Portugal e Brasil. Acesso em 17 de nov de 2025.

GUERRA, Paula; STRAW, Will. I wanna be your punk: o universo de possíveis do punk, do D.I.Y e das culturas underground. **Cadernos de Arte e Antropologia**, v. 6, n.1, 2017. DOI: <https://doi.org/10.4000/cadernosaa.1189>. Acesso em: 17 de mar de 2026.

HAINES, Shelley. Et al. Social media fashion influencer eWOM communications: Understanding the trajectory of sustainable fashion conversations on YouTube fashion haul videos. **Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal**, 2023. v. 27. i. 6. p. 1027–1046. DOI: <https://doi.org/10.1108/JFMM-02-2022-0029>. Acesso em: 26 de nov de 2025.

ISSA, Tomayess; ISAIAS, Pedro. Internet factors influencing generations Y and Z in Australia and Portugal: A practical study. **Informations Processing & Management**. v. 52, n. 4, p. 592-617, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2015.12.006>. Acesso em: 18 de nov de 2025.

LAING, Dave. **One chord wonders: power and meaning in punk rock**. Oakland:PM Press, 2015.

LEE, Yoon Kyung; LI, Desheng. Será que o Estilo Punk é a Nova Solução para a Moda Upcycled?, 2025. **Anais da Conferência Anual da International Textile and Apparel Association 81(1)**. DOI: <https://doi.org/10.31274/itaa.17578>. Acesso em: 17 de mar de 2026.

MATTESON, Anna; KIM, Shin-Hye. **Reduction of fashion consumption on social media: a review of Youtube vídeos**. Departamento de Estudos de Moda e Vestuário, Universidade de Delaware, Newark, DE, Estados Unidos, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1080/17543266.2025.2467091>. Acesso em: 26 de nov de 2025.

MASSERINI, L., BINI, M. & DIFONZO, M. **A Geração Z está mais inclinada do que a Geração Y a comprar roupas sustentáveis?** Soc Indic Res 175, 1155–1171 (2024). DOI: <https://doi.org/10.1007/s11205-024-03328-5>. Acesso em: 4 de fev de 2026.

MOREIRA, Roseilda Nunes. Et al. **O Modelo de Produção Sustentável Upcycling: o Caso da Empresa TerraCycle**. EGEMA, 2017. Disponível em: O Modelo de Produção Sustentável Upcycling: o Caso da Empresa TerraCycle | Moreira | AMBIÊNCIA. Acesso em: 24 de nov de 2025.

PEREIRA, Ana Rita Silva. **Atitudes e Comportamentos de Compra da Geração z Sobre a Moda Sustentável**. Dissertação de Mestrado (Marketing e Estratégia), Universidade de Minho, Portugal, Lisboa, 2024. Disponível em: Atitudes e Comportamentos de Compra da Geração z Sobre a Moda Sustentável - ProQuest. Acesso em 24 de nov de 2025.

REYNOLDS, Simon. 2006. Rip It Up and Start Again: Post Punk 1978-1984. Londres: Faber and Faber. Salem, Foad Suha; Alanadoly, Alshaimaa. Personality traits and social media as drivers of word-of-mouth towards sustainable fashion. **Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal**, 2021. v. 25. i. 1. p. 24–44. DOI: https://doi.org/10.1108/JFMM-08-2019-0162?urlappend=%3Futm_source%3Dresearchgate.net%26utm_medium%3Darticle. Acesso em: 26 de nov de 2025.

SANTOS, Heliana M; LOUREIRO, Ana Clara B, et al. Moda sustentável através da reutilização de roupas usadas. In: **Jornada Científica e Tecnológica do Ifsuldeminas**, v. 16 n. 3, 2019. Disponível em: Moda Sustentável através da Reciclagem de Roupas Usadas | 17º JORNADA CIENTÍFICA E TECNOLÓGICA E 14º SIMPÓSIO DE PÓS-GRADUAÇÃO DO IFSULDEMINAS. Acesso em 28 de abr de 2026.

SILVA, Polyana Inácio Rezende. **Mediações tecnológicas em experimentos com vestíveis: gambiarra, fabricação digital e codificação criativa em espaços do fazer DIY**. Tese (Pós- Graduação em Comunicação social), Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2021. URI: <https://hdl.handle.net/1843/45026>. Acesso em: 17 de nov de 2025.

SOKOLOVA, Karina; KEFI, Hajer. Instagram and Youtube bloggers promote it, why should i buy? How credibility and parasocial interaction influence Purchase intentions. **Revista de Varejo e Serviços ao Consumidor**, v. 53, 2020. Paris, França. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.01.011>. Acesso em: 9 de mar de 2026.

SKLAR, M. (2013). **Punk Style**. NY: Bloomsbury Academic.

WE ARE SOCIAL; DATAREPORTAL; MELTWATER. Most popular social networks worldwide as of January 2024, ranked by number of monthly active users (in millions) [Graph]. **Statista**. 2024. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>. Acesso em: 26 de nov de 2025.

WILSON, Matthew. **When creative consumers go green: Understanding consumer upcycling**. Journal of Product & Brand Management, 25(4), 394–399. 2016. DOI: <https://doi.org/10.1108/JPBM-09-2015-0972>; Acesso em 1 de dez de 2025.

ZANATTA, Bianca Regina, et al. **A prática do DIY na qualidade de vida: promovendo sustentabilidade e criatividade em habitações**. 2025, v. 6, n. 1. DOI: <https://doi.org/10.54033/icmr6n1-011>. Acesso em: 17 de nov de 2025.

ZHOU, Jiu; MUHAMMAD, Hussnain Sethi. Sustainable fashion practices through the Upcycling of tradicional Sindhi Ralli. **Jounarl of Textile, Research and Practice**, 2025. DOI: <https://doi-org.ez79.periodicos.capes.gov.br/10.1080/17569370.2025.2556716>. Acesso em: 1 de dez de 2025.