

UNIVERSIDADE FEEVALE

CURSO DE MODA

SABRINA AZEVEDO DOS SANTOS

**O GRAFITE COMO INSPIRAÇÃO APLICADO AO DESENVOLVIMENTO DE
COLEÇÃO DE MODA**

Novo Hamburgo

2018

SABRINA AZEVEDO DOS SANTOS

O GRAFITE COMO INSPIRAÇÃO APLICADO AO DESENVOLVIMENTO DE
COLEÇÃO DE MODA

Trabalho de conclusão de Curso
apresentado como recurso à obtenção do
grau de Bacharel em moda pela
Universidade Feevale.

Orientador: Prof. Esp. Marcelo Ricardo Zeni

Novo Hamburgo
2018

SABRINA AZEVEDO DOS SANTOS

Trabalho de conclusão de curso, com título **“O GRAFITE COMO INSPIRAÇÃO APLICADO AO DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO DE MODA”**, submetido ao corpo docente da Universidade Feevale, como requisito necessário para obtenção do grau de bacharel em moda.

Aprovado por:

Prof. Esp. Marcelo Ricardo Zeni

(Orientador)

Banca examinadora 1

Banca examinadora 2

Novo Hamburgo, novembro de 2018.

RESUMO

Esta pesquisa apresenta informações sobre a arte urbana, como suas formas de expressão, dando ênfase ao manifesto do grafite por ser um dos principais pilares da cultura *hip-hop*, surgida nos anos 70. A questão norteadora do trabalho é o grafite como fonte de inspiração aplicada ao desenvolvimento de coleção de moda. Possui como objetivo conhecer a arte urbana, a relação entre o grafite e cultura *hip-hop*, artistas e obras de destaques. A partir disso, foi desenvolvida uma proposta de coleção para a Dobra, uma marca inovadora que utiliza um material que parece papel para desenvolver seus produtos. Esta pesquisa é de natureza aplicada, o objetivo do estudo é exploratório e como procedimento técnico utilizado a pesquisa bibliográfica e a pesquisa participante, contando com entrevistas de grafiteiros da região de Porto Alegre com o intuito de conhecer seus processos, estilos e técnicas no grafite. Essa pesquisa se faz importante para conhecer a produção do meio artístico e a partir de suas características desenvolver projetos para o mercado da moda.

Palavras-chave: Arte urbana. Grafite. Cultura hip-hop. Dobra. Moda.

ABSTRACT

This research presents information about urban art, such as its forms of expression, emphasizing the graphite manifesto as one of the main pillars of the hip hop culture that emerged in the 1970s. The guiding question of the work is graphite as a source of inspiration applied to the development of fashion collection. It aims to get to know urban art, the relationship between graffiti and hip-hop culture, artists and highlights. From this, a collection proposal was developed for Dobra, an innovative brand that uses a material that looks like paper to develop its products. This research is of an applied nature, the objective of the study is exploratory and as a technical procedure used the bibliographical research and the participant research, counting with graffiti interviews from the region of Porto Alegre with the intention of knowing its processes, styles and techniques in graphite. This research becomes important to know the production of the artistic medium and from its characteristics develop projects for the fashion market.

Keywords: Urban art. Graphite. Hip-hop culture. Dobra. Fashion.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 ARTE URBANA	10
3 GRAFITE E SUA RELAÇÃO COM A CULTURA HIP-HOP	15
3.1 O GRAFITE	17
3.2 PROCESSOS CRIATIVOS DE GRAFITEIROS LOCAIS.....	25
4 APRESENTAÇÃO DA MARCA DOBRA	31
4.1 DOBRA	31
4.2 MIX DE MARKETING	34
4.2.1 Produto	35
4.2.2 Preço	37
4.2.3 Praça	38
4.2.4 Promoção.....	39
5 DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO	41
5.1 BRIEFING	41
5.2 PESQUISA DE REFERÊNCIAS.....	45
5.3 TEMA DE INSPIRAÇÃO.....	46
5.4 ELEMENTOS DE ESTILO.....	47
5.5 CARTELA DE CORES.....	48
5.6 CARTELA DE MATERIAIS.....	49
5.7 DESIGN DE SUPERFÍCIE.....	51
5.8 CROQUIS.....	54
5.9 FICHA TÉCNICA.....	66
5.10 CONSTRUÇÃO DO VESTUÁRIO.....	68
5.10.1 Modelagem e montagem das peças.....	69
5.11 COMUNICAÇÃO DA COLEÇÃO.....	73
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	77
REFERÊNCIAS	79

ANEXO A: Jotapê	83
ANEXO B: Bruno Schilling	85
ANEXO C: Maick	87
ANEXO D: Henrique oliveira	88
ANEXO E: Mariana Castello	90
APÊNDICE: Croquis	91
APÊNDICE: Ficha técnica.....	101

1 INTRODUÇÃO

O conteúdo deste trabalho aborda a arte urbana para a elaboração de um projeto de coleção de moda da autora. Por reconhecer a grande demanda de fontes de inspiração para desenvolver uma coleção de moda, essa pesquisa traz para o meio acadêmico uma sugestão de como elaborar uma coleção buscando inspiração a partir de processos e técnicas utilizadas por grafiteiros no meio urbano.

Assim como no mundo da moda, é importante entender como funciona o processo criativo no mundo artístico, que possuem técnicas e formas de inspirações diferentes que acabam influenciando no resultado final de um projeto. A partir dos estudos desses processos, é possível aplicá-los na execução de uma coleção de moda ou no desenvolvimento de outros projetos para outras áreas de atuação.

A questão norteadora do trabalho é o grafite como fonte de inspiração aplicada ao desenvolvimento de coleção de moda. Portanto, o objetivo do segundo capítulo é abordar o conceito de arte urbana e como ganhou espaço ao longo do tempo, será explicado como as artes são expressas de diferentes formas nas ruas das cidades, através de *performance*, *happening*, instalações e grafite. Para abordar o assunto, dispomos de referências bibliográficas como de Ramos (1994), Archer (2001), Argan (1999).

O terceiro capítulo tem como objetivo explicar sobre a cultura *hip-hop*, apresentando os manifestos envolvidos, como o *rap*, *breakdance* e também o grafite, que será evidenciado como arte urbana, trazendo seu histórico e alguns artistas de destaque mundial, como Basquiat e Banksy; E no Brasil, Os Gêmeos. Serão apresentados alguns grafiteiros da região metropolitana de Porto Alegre e como os mesmos desenvolvem sua arte e processos criativos. Neste capítulo contamos com referências de Andrade (1999), Arce (1999) e Gitahy (1999).

Esta pesquisa é de natureza aplicada, pois procura gerar conhecimentos sobre a arte urbana através dos processos criativos do grafite para aplicação prática de um projeto de coleção de moda. A pesquisa utilizará do método científico fenomenológico, “o método fenomenológico, tal como foi apresentado por Edmund Husserl (1859-1938), propõe-se a estabelecer uma base segura, liberta de proposições, para todas as ciências” (GIL, 2008 apud PRODANOV e FREITAS, 2013 p. 35).

O trabalho apresenta objetivo de estudo exploratório, “a pesquisa exploratória possui planejamento flexível, o que permite o estudo do tema sob diversos ângulos e aspectos” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 52). O procedimento técnico é a pesquisa bibliográfica e a pesquisa participante, já que houve uma breve pesquisa com grafiteiros. A abordagem é qualitativa, que segundo Prodanov e Freitas (p 128, 2013) “é fonte direta para coleta de dados, interpretação de fenômenos e atribuição de significados.”.

Para desenvolver uma proposta de coleção de moda para a marca Dobra, no quarto capítulo, será apresentada a marca, seus produtos fabricados a partir de um material que se assemelha ao papel, como a empresa atua no mercado, seu público-alvo, conceito e *mix* de marketing, apresentando como a empresa atinge o seu público através de produto, preço, praça e promoção. Para compor o capítulo, apropriamo-nos de referências de Xavier (2009), Wheeler 2012 e Tavares (2003).

A partir do quinto capítulo é estudado o desenvolvimento de uma coleção. Passando por briefing, elementos de estilo, tema, cartela de materiais, de superfície, mostrando os croquis desenvolvidos para a coleção e o resultado final.

O objetivo de desenvolver uma proposta de coleção de moda para a marca Dobra foi realizado com a participação do artista Jotapê, que executou um grafite para ser utilizado como design de superfície da coleção.

As peças foram materializadas sendo coerente com todo o trabalho de pesquisa apresentado, e serão apresentadas em um desfile de encerramento do curso de moda, que ocorrerá no dia 05 de dezembro de 2018, no teatro da Feevale.

2 ARTE URBANA

Esse capítulo aborda o conceito da arte urbana, segundo Pallamin (2000) as situações urbanas, são qualificadas por um conjunto de relações históricas, políticas, econômicas, culturais, sociais e estéticas, cujos sentidos perpassam sua materialidade e os processos nos quais se constituem, concomitantemente. Será apresentado como a arte pode ser encontrada nas ruas, como se espalhou pelo mundo ao longo do tempo, das diversas formas de se manifestar, relatando um pouco sobre *performance*, *happening* e intervenções, que trazem importantes informações para caracterizar a arte urbana juntamente ao grafite, que será norteador do projeto. Através desse capítulo, compreendemos diferentes tipos de manifestações artísticas, e como elas contribuem para a formação de uma cultura.

Manifestada nas ruas, a arte urbana tem tomado conta das cidades cada dia mais, mostrando talentos que transformam as ruas uma exposição a céu aberto. A arte urbana é “a arte que se faz no espaço público, o gesto, a intervenção, o evento, a instalação, o espetáculo, a apresentação, a arquitetura – que é enquanto arte, pública por excelência” (PALLAMIN, 2000, p. 10). Pode ser expressa em formas diferentes, deixando de lado a ideologia de classificar arte em pintura ou escultura, uma tradição utilizada até o início dos anos 60 e quebrada a partir disso, quando a inspiração em temas urbanos dá visão a tendências diferentes, evidenciando uma nova era na arte e incentivando novos estilos.

Inicialmente o meio urbano era inspiração para a *pop art* que “é um movimento para fora, para o meio urbano e a cultura de massa” (A METRÓPOLE, 1992, p. 86). Uma das obras que marcam a época é o retrato de Marilyn Monroe (figura 1), desenvolvida após sua morte, através da técnica do estêncil por Andy Warhol (1930-1987), que associou a morte em algumas de suas obras no período, trabalhou a repetição de imagens com cores diferentes e também a ideia de tratar arte como produto de consumo, mercadoria.

Figura 1 - Marilyn Monroe por Andy Warhol



Fonte: National Gallery of Art (2018).

A arte dos anos 70, classificada já como pós-moderna, ganha força como manifesto crítico, “embora poucos pós-modernistas sejam relativistas puros, eles frequentemente usam a arte para denunciar como a sociedade constrói e impõe uma hierarquia de valores e significados culturais.” (LITTLE, 2010, p.131).

Iniciando estilos na Europa, e ganhando força nos Estados Unidos, a arte urbana se destaca em grandes metrópoles, onde uma obra alcança visão e interage com a população, que muitas vezes não tem acesso ou interesse em procurar por museus e acabam se identificando com os protestos expressados por artistas nas ruas. Esse conjunto de manifestações caracteriza a arte urbana, e podem ser expressas por meios que não a pintura em si. **FONTE**

Idealizado por Allan Kaprow (1927-2006), o *happening* “é um acontecimento semântico-experimental, isto é, de experimentação de novos significados (bem como de destruição de significados já codificados). É uma típica manifestação de contexto.” (PIGNATARI, 2004, p. 239). O *happening* não possui uma produção tão sofisticada quanto a *performance*, é um manifesto que embora costuma apresentar características mais teatrais e ter um certo planejamento, o público pode interagir e nortear a apresentação, tornando mais flexível e acaba ganhando improvisos. “Happenings e performances são eventos que propiciam a ação do artista em sociedade e estão presentes em todas as culturas, nas mais diversas formas.” (RAMOS, 1994, p. 132). Podemos notar a interação com o público na figura 2, onde

Allan Kaprow empilha cubos de gelo até que se formem paredes em um retângulo, nesse e em outros *happenings* inspirados no mesmo, pessoas que estavam assistindo passaram a ajudar a carregar ou empilhar o gelo.

Figura 2 - Fluids 1967, por Allan Kaprow



Fonte: Allan Kaprow (2018).

Após o *happening* surge a *performance*. Por conta da semelhança os dois manifestos ainda são confundidos, “o que caracteriza a passagem do *happening* para a *performance* é o aumento de preparação em detrimento do imprevisto e da espontaneidade” (COHEN, 2007, p. 27).

O público pode presenciar o trabalho de forma involuntária, com possibilidade de interferir no manifesto. Apesar de ser repudiado por boa parte da população durante o século XX, pode impactar bastante atualmente, já que muitos artistas buscam inspiração em problemas que a sociedade enfrenta e que estão em nosso cotidiano, mas não é visto ou aceito por muitos, dividindo opiniões às vezes aos extremos. Ela

pode ser elaborada ou improvisada, individual ou em grupo, é conceitual, prioriza a ideia; não é uma arte que cria um produto a ser comercializado, mas uma arte de ritual, que busca repropor novas relações homem/meio ambiente. (RAMOS, 1994, p. 137).

Ocorre normalmente em espaços onde há trânsito de pessoas, fazendo com que observadores idealizem e sintam o que está acontecendo, provocando sentimentos diferentes em cada pessoa. Uma artista que executa performances com um impacto forte é a brasileira Berna Reale (1965), na figura 3 ela aparece em uma *performance* nua, amarrada pelos pés e mãos em um cilindro e sendo carregada pelas ruas, como se fosse um animal morto.

Figura 3 - Berna Reale em performance



Fonte: PIPA (2018)

Outra forma de manifesto são as interferências. Com o objetivo de fazer as pessoas repararem mais tanto em pontos turísticos como em pontos do cotidiano que não são notados, e fazer repensar como a cidade é vista, artistas interferem nos meios urbanos, isso pode ocorrer até mesmo com monumentos históricos, revestindo com tecidos, colocando um objeto que interage com a obra ou interferindo de alguma forma que chame atenção. Reconhecidos por suas interferências, Christo Javacheff (1935) e sua esposa Jeanne-Claude (1935-2009) atuavam em grandes proporções, formando um grande impacto visual em ambientes públicos. “Revestir monumentos ou grandes superfícies negligenciadas pela cultura passa a ser o alvo da prática artística de Christo.” (RAMOS, 1994, p. 139), um exemplo é a interferência que fizeram Pont Neuf em Paris, mostrada na figura 4, onde a ponte foi embrulhada com tecidos, cordas e correntes.

Figura 4 - A Pont Neuf embrulhada



Fonte: Christo and Jeanne (2018)

Todas essas manifestações compartilham da mesma ideologia de que arte vai muito além do que expõe museus, no caso do grafite pode se relacionar com todas as formas de manifestações vista até aqui, por se tratar de uma pintura executada ao vivo, pode apresentar características performáticas, fazer parte de um *happening*, bem como ser representado como uma interferência ou instalação. Todas essas manifestações artísticas agregam a arte urbana, “os significados de arte urbana desdobram-se nos múltiplos papéis por ela exercidos, cujos valores são tecidos na sua relação com o público, nos seus modos de apropriação pela coletividade” (PALLMAIN, 2000, p. 19). No capítulo seguinte será apresentado o grafite e sua representação dentro de outros manifestos, como na cultura *Hip-hop*.

3 GRAFITE E SUA RELAÇÃO COM A CULTURA HIP-HOP

Neste capítulo será relatado sobre o grafite, como teve início, alguns nomes de grafiteiros conceituados, técnicas utilizadas, e toda a relação que o grafite possui dentro da cultura do *hip-hop*. Será analisado como alguns artistas desenvolveram sua produção artística, como acontece o processo criativo e desenvolvimento, associando em seguida esses processos com a criação de coleção de moda.

Com o intuito de canalizar a tensão dos manifestos estudantis dos anos 70 para a música, dança e arte, a cultura *hip-hop* cresce, segundo Arce (1999, p. 90), nas comunidades afro-americanas e latinas dos Estados Unidos, incorpora *breakdance*, *rap* e grafite, e foi um dos grandes fenômenos de renovação cultural etno/juvenil das últimas três décadas.

A cultura *hip-hop* é manifestada através da música pelo rap, que é um estilo musical que traz nas suas letras uma linguagem e assuntos que aproximam jovens de periferia para dentro da cultura, “o rap, independentemente do seu ritmo acelerado, ensurdecador e rebelde, representa um instrumento político de uma juventude excluída.” (ANDRADE, 1999, p. 86). Na construção de um rap, o papel de um MC¹ é desenvolver rimas de forma improvisada como acontece em batalhas ou sendo composta anteriormente, tratando de assuntos sociais e acompanhando o ritmo do DJ², que é o responsável por elaborar batidas de som através de toca-discos. Atualmente, muitos consideram que a cultura *hip-hop* passou a ter quatro elementos, desmembrando o rap e considerando MC e DJ elementos individuais dentro da cultura.

Na dança, os passos do *breakdance* imitam soldados voltando machucados da guerra do Vietnã, “o objetivo dessa dança era justamente mostrar o descontentamento dos jovens com relação à guerra – um instrumento de protesto simbólico, mas de grande significado para a juventude daquela e desta época” (ANDRADE, 1999, p. 87). A cultura *hip-hop* promoveu várias batalhas artísticas entre gangues nos EUA para diminuir a violência, o *breakdance* até hoje é conhecido pelas batalhas, onde dançarinos e expectadores formam um círculo e a

¹ MC: mestre de cerimônia.

² DJ: disc-jóquei.

dança acontece dentro do mesmo, de forma improvisada e acompanhada do som do rap.

Representando as artes visuais, o grafite pode propiciar dentro da cultura *hip-hop* batalhas em que analisam a quantidade e qualidade das artes espalhadas pelos muros da cidade, além de ter grande representatividade pelo conteúdo que manifesta,

Por meio do desenho, o grafite procura expressar 'a revolta, a discriminação e a falta de reconhecimento'. Em muros e painéis ele imprime retratos do cotidiano periférico. O grafiteiro é diferente do pichador que está mais interessado em se divertir e buscar fama. (SOUZA; FIALHO; ARALDI, 2008, p. 14).

Definir o que é pichação e o que é grafite divide opiniões, principalmente se perguntado a quem pratica. Grande parte dos grafiteiros era antes pichador, que evoluiu suas técnicas e aperfeiçoou seu estilo. "Uma das diferenças entre o graffiti e a pichação é que o primeiro advém das artes plásticas e o segundo da escrita, ou seja, o graffiti privilegia a imagem; a pichação, a palavra e/ou a letra." (GITAHY, 1999, p. 19).

Na pichação, não há qualquer gesto estético qualitativo obrigatório, nem quanto à forma e nem quanto ao conteúdo (ainda que muitas vezes isto ocorra); e o processo, que é aleatório e anárquico, permite que qualquer um possa atuar (com um carvão, spray, tinta ou prego; escrevendo, desenhando, pintando ou rabiscando). (RAMOS, 1994, p. 47).

A pichação é bastante utilizada por alguns grupos, "pichar lugares difíceis confere popularidade e respeito, mas também pode ativar a rivalidade, sobretudo quando esta já existe em outros âmbitos sociais" (ARCE, 1999, p. 133). Pichadores trabalham bastante as letras, usando linguagens cifradas para comunicar-se, e escrevendo seus nomes ou grupos a que pertence, como mostra a figura 5.

Figura 5 - Fachada pichada.



Fonte: MALLAND, 2012, p. 82.

Além de trabalhar a linguagem cifrada, muitos pichadores citam frases em muros, trabalhando poesia visual. No próximo subcapítulo será apresentado o grafite, assunto no qual norteia o trabalho e será trabalhado como tema no desenvolvimento de coleção.

3.1 O GRAFITE

Este projeto é norteado principalmente pelo grafite, nesse subcapítulo será dada maior importância para o mesmo, acrescentando também entrevista com grafiteiros da região, como fonte de pesquisa para processos criativos do grafite.

O grafite tem origem desde os primórdios da humanidade, “a manifestação mais antiga, com certeza, foram os desenhos feitos nas paredes das cavernas. Aquelas pinturas rupestres são os primeiros exemplos de graffiti que encontramos na história da arte” (GITAHY, 1999, p. 11). Durante o império romano era utilizado principalmente a escrita, manifestando nas paredes xingamentos, poesias e anúncios. Há muitos registros de grafite nesse período na cidade de Pompéia (Itália), onde era utilizado pela maioria da população, pois se tratava de uma cultura

local, sendo expostos nas paredes palavras e até mesmo resultados de jogos ou apoio a times da época.

No século XX, ganhou força como forma de manifesto ainda mais na década de 60 e 70 por estudantes, e no final dos anos 70 começa a chamar atenção no mundo das artes. Inicialmente o grafite tinha referencias na escrita, com o passar do tempo, essa expressão foi se desenvolvendo e grafiteiros passam a caracterizar a arte local por criar um estilo próprio, com técnicas e linguagens diferentes, e não se limitando apenas a lata de spray.

Nos anos 80, a arte do grafite começa a ganhar a força que tem hoje, isso porque artistas resolvem não se limitar aos muros da cidade,

Usando não apenas as paredes, mas também locais móveis como vagões de trem, que levavam a obra da cidade para os subúrbios e além deles, a arte do grafite rapidamente se tornou uma presença difusa em todos os Estados Unidos e na Europa. (ARCHER, 2001, p. 171).

Jean-Michel Basquiat (1960-1988) “ficou conhecido como ‘SAMO’, escrevendo este pseudônimo, numa campanha bem-sucedida de autopromoção, nas paredes externas dos melhores locais de exposição do mundo da arte” (ARCHER, 2001, p. 172), foi um precursor da pichação nos EUA nesse período, inicialmente fugia da escola para registrar críticas e assinar sua marca nas paredes pela cidade de Nova York. Suas obras foram influenciadas por suas vivências, como suas idas a museus com sua mãe e o som de jazz que seu pai tocava. A música sempre esteve presente na sua vida, fez parte de um grupo musical, dividindo a paixão pela música e pela arte. Basquiat foi reconhecido pelos traços e estilo peculiar, notados na figura 6, um estilo de arte trazido dos grafites das ruas para as telas, tornando seu trabalho diferenciado, levando suas obras para dentro de galerias de arte e sendo disputado por agentes. Sempre conviveu com o preconceito, artistas negros não tinham tanto reconhecimento nem fama, mas Basquiat buscou e alcançou, fez grandes exposições e tornou-se amigo de Andy Warhol. Bem financeiramente e conseqüentemente com maior acesso às drogas, Basquiat passou a consumir maior quantidade, e morreu de overdose precocemente, aos 27 anos.

Figura 6 - Obra de Basquiat Fallen Angel, 1981



Fonte: Basquiat (2018)

É preciso citar um dos maiores nomes da arte urbana atualmente, Banksy, assim se denomina esse artista cuja identidade é secreta, executando suas obras sempre com cautela para que não seja visto, optando pela técnica de estêncil³, que propicia a ele mais agilidade e menos tempo para execução, evitando ser flagrado.

Banksy atua de forma ousada, recentemente uma obra reconhecida do artista foi leiloadada em Londres. O artista interferiu durante o processo de leilão, acionando um dispositivo que simplesmente triturava sua própria arte, fazendo com que a mesma se destruísse. O fato pode ser observado na figura 7.

³ Estêncil: Técnica utilizada para reproduzir imagem ou estampa. Trata-se de um material (pode ser usado folha de acrílico ou um papel mais rígido) que possui uma imagem vazada permitindo a passagem da tinta para o objeto a ser pintado.

Figura 7 - Obra de Banksy em leilão



Fonte: instagram de BANKSY (2018).

Algumas de suas obras, como a da figura 8, foram removidas sem o seu consentimento por pessoas que passaram a querer lucrar em cima do reconhecimento mundial do artista, sua arte é urbana, o propósito é se manter nas ruas para que pessoas tenham acesso ao manifesto, e nunca foi elaborada para que esteja em casas de colecionadores sem nenhum acesso a população ou em galerias de arte. Banksy (2012 p. 8) diz que não existe elitismo ou badalação, o grafite fica exposto nos melhores muros ou paredes que a cidade tem a oferecer e ninguém fica de fora por causa do preço do ingresso.

Figura 8 - Grafite de Banksy em estêncil

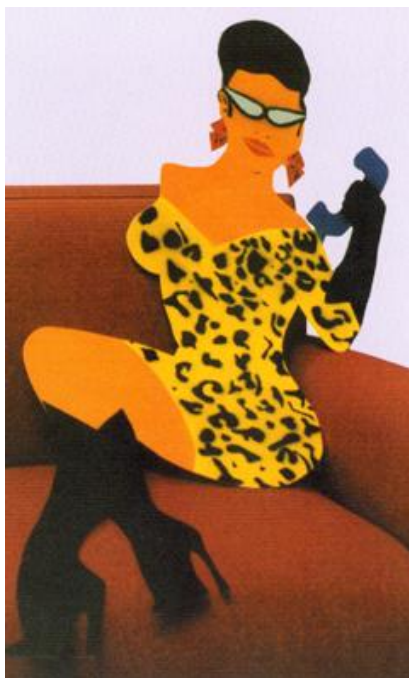


Fonte: BANKSY, 2012, p. 31.

No Brasil, o grafite possui destaque em São Paulo e Rio de Janeiro por serem cidades cercadas de prédios, muros e viadutos, além de possuírem grande circulação de pessoas, locais propícios para se desenvolver grafites e pichações, dando mais visibilidade para a arte. O grafite brasileiro ganha um estilo diferente principalmente pelo desenho de letras, sendo também “famoso por sua ‘pixação’, um estilo alongado e críptico de escrita que se originou em São Paulo” (GANZ, 2010, p. 19).

O Brasil possui grandes nomes de artistas reconhecidos no mundo inteiro, um dos pioneiros foi o etíope radicado no Brasil Alex Vallauri (1949-1987), que se mudou para o Brasil junto a sua família na década de 60. Sempre teve contato próximo com a arte e estudou em diferentes países em busca de aprimorar seus estilos e técnicas, nos anos 80 foi para Nova York e teve contato com grafiteiros como Basquiat. No Brasil reproduzia gravuras e provocava o conservadorismo e a ditadura militar, através de seus grafites (figura 9) que traziam por exemplo a representação feminina de *pin-ups*, prostitutas e estivadores.

Figura 9 - Grafite de Alex Vallauri



Fonte: Itaú Cultural (2018)

Os Gêmeos (1974) iniciaram dentro da cultura *hip-hop* primeiro com a dança, mas logo desenvolveram habilidades com o grafite e tornaram-se uns dos mais importantes grafiteiros do país, possuindo um estilo característico, que desenvolveram com inspiração em personagens que lembram os de histórias em quadrinho, e costumam protestar o sistema em suas artes, sobre o desenvolvimento da arte conjunta, afirmam que

“Somos complementares: um complementa o pensamento do outro a todo momento, pois nosso processo criativo é tão natural para nós, que é até difícil explicar. Parece que existe um fio, vamos sempre estar conectados, mesmo quando estamos longe um do outro. É um vínculo eterno.” (site OSGEMEOS, acesso em 20 de mai. 2018).

Na figura 10 observamos três artes dos Gêmeos, em todas as artes reparamos nos elementos característicos utilizados pela dupla em suas obras. Os personagens desenvolvidos pelos irmãos, por exemplo, são elementos inconfundíveis e estão presentes em grande parte de seus projetos.

Figura 10 - Artes de Os Gêmeos



Fonte: GANZ, 2010, p. 85.

Eduardo Kobra (1975) é conhecido mundialmente pelos seus imensos murais grafitados, um exemplo é o mural (figura 11) realizado em 2017 em Lisboa, atribuído a um projeto social, onde trabalhou a cultura indígena representada pelo cacique Raoni. Para elaborar suas obras, o artista busca inspiração em imagens antigas e em causas ecológicas ou sociais, trabalhando em seus murais cores fortes, tons de sépia, alguns elementos geométricos e efeitos tridimensionais. Entrou para o livro de recordes com o maior mural grafitado, em seu site Kobra comenta que aprendeu e desenvolveu sua arte através de trabalhos de artistas que admira, como Banksy.

Figura 11 - Obra de Kobra



Fonte: Kobra (2018)

Grafitadores e pichadores costumam adotar ou até mesmo mesclar estilos e técnicas diferentes em um mesmo trabalho. Na tabela 1 conhecemos alguns dos diversos estilos e tipos de grafites que costumam ser utilizados.

Tabela 1 - Estilos do grafite

Wildstyle	Estilo de grafite complicado, que entrelaça letras e torna difícil sua leitura.	
Bubble letters	Estilo de grafite onde as letras são feitas de forma arredondadas.	
3D	Estilo de grafite que o desenho possui um efeito de terceira dimensão.	
Tag	Assinatura estilizada de um grafitador ou grupo feita de forma simples.	
Throw-up	Letras simples utilizadas para fazer bomb, normalmente utiliza duas cores.	
Bomb	São grafites feitos de forma rápida e ilegal.	
Piece	São os grafites que utilizam mais que três cores.	
Mural/ produção	São grafites que ocupam um grande espaço, como uma parede de um prédio, podem ser feitos por um grupo de grafitadores.	

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Após conhecer alguns estilos apresentados através da tabela, no próximo subcapítulo serão apresentados alguns grafitadores locais e como os mesmos

desenvolvem suas artes e trabalham seus estilos. As informações apresentadas partiram de um questionário elaborado pela autora desse projeto, no qual foi enviado para cinco grafiteiros, com a finalidade de conhecer sua história dentro do grafite e seus processos utilizados para desenvolver suas artes.

3.2 PROCESSOS CRIATIVOS DE GRAFITEIROS LOCAIS

Será apresentado nesse subcapítulo alguns artistas da região metropolitana de Porto Alegre, para conhecermos como acontece seus processos criativos dentro do grafite. Segundo Ostrower (1996) o ato criador abrange a capacidade de compreender, que, por sua vez, a de se relacionar, ordenar, configurar, significar. Para conhecer o trabalho de grafiteiros da região, foram selecionados cinco artistas para que respondessem um questionário. “O questionário é uma série ordenada de perguntas que devem ser respondidas por escrito pelo informante (respondente). O questionário, numa pesquisa, é um instrumento ou programa de coleta de dados” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p 106).

Para desenvolver o questionário repassado aos grafiteiros, a autora optou por elaborar questões abertas. “Nas questões abertas, os respondentes ficam livres para responderem com suas próprias palavras, sem se limitarem à escolha entre um rol de alternativas.” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p 109). Após ter o questionário pronto, a autora iniciou uma pesquisa para encontrar os grafiteiros que responderiam as questões. Os questionários respondidos encontram-se anexados ao trabalho.

A região metropolitana de Porto Alegre foi escolhida para buscar os entrevistados por ser um grande centro em que o grafite se desenvolveu, uma cidade que abriga grandes nomes da cena e ateliers. A Paxart é uma importante produtora de arte atualmente, que conta com quatro artistas reconhecidos por seus estilos no grafite. Paula Plim é conhecida por suas artes coloridas, fazendo parte de suas composições referências da natureza, como plantas e flores. Marcelo, chamado Celo Pax, tem uma característica própria, desenha criaturas lúdicas e coloridas, e já conquistou espaço e reconhecimento através dos muros. Motu costuma trabalhar motivos urbanos em suas artes, deixando um ar mais contemporâneo, associando cores vibrantes. Jotapê tem seu trabalho reconhecido por ter um estilo característico, trabalhando recortes e referências de personagens

como mulheres, animais e guerreiros. A Paxart foi o ponto inicial para encontrar grafiteiros para participar do presente trabalho.

Jotapê foi o primeiro grafiteiro a interagir com esse projeto. Através do questionário ele conta que quando criança pedia materiais para praticar desenhos, demonstrando interesse por artes desde cedo. Iniciou no grafite em 2001, época em que o grafite ainda não tinha a dimensão como hoje e a pesquisa sobre o assunto se tornava limitada, então sua inspiração vinha de estênceis e murais que via nas ruas. Passou a participar de projetos culturais, oficinas, se dedicar a pesquisas e se aproximar de amigos que também grafitavam, tornando a arte um meio para buscar evolução pessoal e profissional. A curiosidade por colecionar selos, latinhas e figurinhas, despertou nele um interesse pela área visual, até que se deparou com a arte ancestral egípcia, arte africana e outras manifestações mais primitivas, adotando essas referências em seus grafites e criando um estilo próprio.

Jotapê nota que a qualidade dos materiais e o acesso à informação têm contribuindo para o grafite atual e reconhece que isso fez com que o seu trabalho ganhasse maior reconhecimento e visibilidade, levando seu trabalho dos muros para outras áreas, como ambientação e ilustrações digitais. Ele classifica sua arte como neo graffiti ou grafite futurista, utiliza poucas linhas, cores vibrantes trabalhadas de forma harmoniosas, como podemos observar em um de seus grafites, na figura 12.

Figura 12 – Grafite de Jotapê



Fonte: instagram Jotape pax (2018).

O segundo artista a responder o questionário foi Bruno Schilling, de Novo Hamburgo. Grafiteiro e designer gráfico, começou no mundo das artes na infância,

frequentando uma escola de arte infantil. Teve contato com o grafite após observar pessoas da cidade executando as intervenções, se sentindo atraído pelas artes e influenciado por outros grafiteiros, Bruno começou a pintar em locais abandonados. Inicialmente sua inspiração vinha de outros grupos e das letras executadas em pichação, com a experiência e aprimoramento de técnicas, introduziu referências de outros estilos e incluiu elementos do design gráfico. Passou a estudar movimentos artísticos e buscar referência em mestres de cores e arte cinética, além disso, sempre buscou dar ritmo as pinturas, ligando estilos musicais como *jazz* e *afrobeat* em suas criações.

Bruno nota que atualmente o grafite abrange linguagens e técnicas mais contemporâneas, porém, as letras permanecem como essência. O estilo dele se moldou na abstração de formas, trabalhadas junto a uma pesquisa de composição de cores harmônicas em meio a um conjunto cromático, buscando sempre a melhor combinação de cores. Para realizar uma obra, Bruno primeiro trabalha com um *sketchbook* (caderno de esboços) a mão, das ideias que surgem de sua cabeça. Após do desenho definido, leva o trabalho manual para o computador a fim de aperfeiçoar a arte, trabalhar os traços e as cores, depois disso começa a dar vida ao trabalho nos muros ou telas. Na figura 13 podemos notar o trabalho que Bruno desenvolve em cima de formas e das composições de cores.

Figura 13 – Grafite de Bruno Schilling



Fonte: instagram Bruno Schilling (2018).

“Sei lá” é o pseudônimo adotado por Maick, o terceiro artista a responder ao questionário. De Porto Alegre, desde criança anda acompanhado de lápis e caderno desenvolvendo desenhos. Iniciou com a pichação mas adotou o grafite, desenhando um personagem de um rato e mais tarde passou a grafitar “sei lá” (figura 14), o que se manteve até hoje, além da inspiração que busca em *cartoons*, quadrinhos e tipografia. Para Maick, a internet e os novos materiais, como spray, contribuíram para a evolução do grafite, tornando o acesso mais fácil para as pessoas que querem praticar e afastando limitações em relação aos estilos. A prática e o tempo contribuíram para o aperfeiçoamento de seus grafites, Maick sempre está desenhando, já que trabalha como tatuador e ilustrador, conta que não tem tempo para bloqueio mental e suas ideias surgem no meio da correria do dia a dia.

Figura 14 – Maick Seilá



Fonte: instagram Maick seila (2018).

Henrique Oliveira foi o quarto grafiteiro a ser questionado. De Montenegro, o artista é conhecido na cidade por “Dandão” e tendo como pseudônimo “Dan”. Como muitos grafiteiros, Henrique começou pela pichação aos 14 anos, teve um período afastado dos muros e como sempre gostou do movimento *hip-hop* se desenvolveu também na música como *DJ*. No início, Henrique se inspirou nos personagens do jogo *pac-man*, e através de treinos aperfeiçoou seu traço e transições de cores, conseguindo colocar em prática alguns detalhes mais complexos. Sempre esboçou sua arte no papel antes de ir para os muros, e apesar de não conseguir classificar o seu estilo dentro do grafite, passou pelo *bomb*, estilo de grafite que usa letras de formas arredondadas e preenchidas com cores. Sentia que ainda não tinha se

encontrado, até que buscou inspiração no cubismo e desenvolveu um personagem, mostrado na figura 15. Em comparação ao que era antes, Henrique acredita que o grafite atual não difere tanto em estilo, mas nota que houve uma evolução, tornando mais rico em detalhes do que antes, maior qualidade de tintas, além de ter conquistado maior visibilidade.

Figura 15 – Grafite Henrique Oliveira



Fonte: instagram Henrique Oliveira (2018).

A quinta artista a responder o questionário é Mariana Castelo que além de artista e grafiteira, é tatuadora e atua em Porto Alegre. Teve influência no meio artístico pela sua mãe ser professora de artes, que percebia sua criatividade e incentivou ela seguir no mesmo caminho artístico. Sempre foi curiosa e viu no grafite uma forma diferente de expressar sua pintura, se graduou em artes visuais e nunca parou de experimentar novas técnicas. Para ela, o processo criativo vem do acaso, podendo surgir uma ideia em momentos inesperados como de lazer, por exemplo, e acredita que a inspiração é trabalho e curiosidade. Ainda que Mariana faça algum esboço, ela prefere deixar surgir tudo na hora, se deixando levar pelo momento. Mariana trabalha bastantes variações com um personagem que desenvolveu, o qual pode observar na figura 16.

Figura 16 – Arte Mariana Castelo



Fonte: Projeto curadoria (2018).

Os processos apresentados pelos grafiteiros ao desenvolverem suas artes foi importante para dar sequência no projeto de coleção. A partir das entrevistas, o artista Jotapê foi convidado para executar um grafite, para ser utilizado como design de superfície no vestuário. O resultado dessa arte foi utilizado no desenvolvimento de uma coleção de moda para a marca dobra, onde serão elaboradas roupas de um material que se assemelha ao papel e que será apresentada no capítulo seguinte.

4 APRESENTAÇÃO DA MARCA DOBRA

Nesse capítulo será apresentada a marca Dobra, todo processo utilizado para desenvolver seus produtos, seu diferencial em forma de produto e gestão, e impacto positivo gerado no mercado e sociedade. A partir dos estudos sobre a Dobra, será elaborada uma coleção para a marca com a colaboração do artista Jotapê.

Uma marca, de acordo com Tavares (2003, p. 46), possui componentes de produto e de imagem, que podem ser revelados de forma tangível e intangível.

Além disso, a marca é um signo ou *representamen*, que designa e faz-se representar, seja por símbolo, por índice ou por ícone, ou por todos ao mesmo tempo. A marca pode ser estruturada da linguística à ciência cognitiva; pensada sociológica e antropologicamente como um sinal de comunicação entre indivíduos na sociedade. (TAVARES, 2003, p. 46).

No próximo subcapítulo, será apresentada a dobra, seu conceito e o seu perfil de público-alvo, para que desenvolver uma proposta de coleção coerente com a marca.

4.1 DOBRA

Com sede em Montenegro/RS, a marca Dobra é lançada no mercado em março de 2016, mas foi em 2013 através de um projeto da faculdade, que Guilherme Massena desenvolveu uma carteira muito fininha de um material que parece papel, Tyvek®, produzido a partir do polietileno pela empresa Du Pont. Esse material é utilizado pela NASA para diversos fins, por ser resistente a rasgos e a água, possuindo uma boa durabilidade. Guilherme juntamente com seu irmão Augusto Massena, e seu primo Eduardo Seelig, resolveram levar o projeto adiante inicialmente como segundo plano de trabalho, focando em uma empresa inovadora tanto em forma de produto como em forma de gestão, obtendo resultados que não imaginavam (informação verbal)⁴.

Segundo Tavares (2003), o conceito de marca é um termo utilizado para abarcar um certo número de elementos básicos diferenciados que coletivamente definem a marca, se dividindo em atributos ao produto, componentes linguísticos e emocionais, gerando um valor à marca.

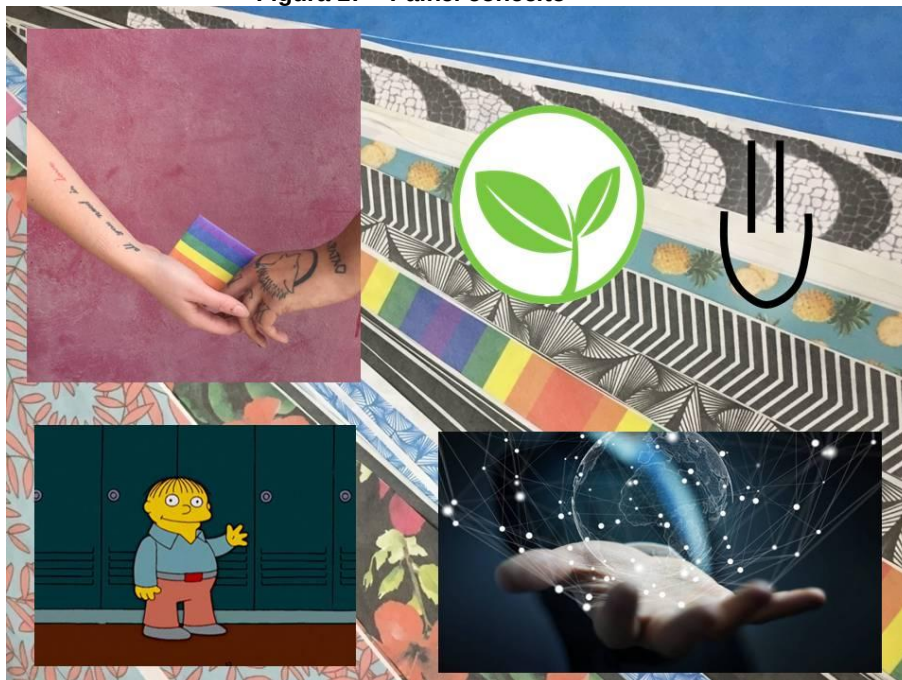
⁴ Informação fornecida pelo meio de comunicação da empresa Youtube, através do vídeo “Por que a dobra existe?”

A Dobra tem o propósito de deixar o mundo mais aberto, irreverente e do bem, acreditando que empresas e pessoas podem ser mais transparentes, que é possível fazer diferente e que através de uma empresa é possível impactar positivamente na sociedade.

Existe uma estratégia de posicionamento por trás de toda marca de sucesso, impulsionando o planejamento, o marketing e as vendas. O posicionamento é desenvolvido para criar aberturas em um mercado que está sempre mudando, um mercado no qual os consumidores estão saturados com produtos e mensagens. (WHEELER, p. 24, 2012).

Na figura 17 representamos através de um painel um pouco do que a marca transmite, como a questão da diversidade, humanidade, diversão, carinho, amigos do meio ambiente e inovação.

Figura 17 – Painel conceito



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

A dobra possui estampas colaborativas, “nossas estampas são desenhadas por artistas independentes de todo o Brasil, que ganham parte do lucro das vendas” (DOBRA 2018). O artista recebe 5% da venda de cada produto que desenvolveu, no site, é possível encontrar cerca de 400 estampas diferentes elaboradas por no mínimo 200 artistas. Com o propósito de deixar o mundo mais “do bem”, um real de cada venda é destinado para projetos sociais, uma parceria com a *Smile Flame*, além desse projeto, em ocasiões como *Black Friday* (um dia destinado a grandes promoções, de nível mundial), a marca se mobiliza para incentivar doações, dando

uma carteira de graça para cada carteira comprada desde que o cliente faça uma doação de qualquer valor para qualquer projeto social (informação verbal)⁵.

Para deixar o mundo mais “aberto”, no site é possível encontrar o molde das carteiras para quem quiser baixar e fazer em casa sem custo nenhum e com todo o passo a passo, e também é possível encontrar um manual de “como copiar a dobra”, explicando tudo o que alguém precisa fazer para criar uma marca igual à dobra.

A grande quantidade de opções de compra está inspirando as empresas a acentuar a experiência de marca como meio de seduzir e manter os consumidores. Cada contato com o consumidor é uma oportunidade para realçar uma conexão emocional. (WHEELER, 2012, p. 28).

São pequenos detalhes que conquistam os clientes e faz com que a admiração pela marca cresça, seja com um perfume no produto, um post-it® escrito a mão especialmente para aquele cliente dizendo “bem-vindo à dobra” ou “que bom te ver de novo”, gestos simples que tornam a compra em uma experiência de carinho. Quando o cliente efetua a compra no site, pode fazer observações nos pedidos, nessas observações, já teve cliente pedindo desenhos complexos e até pedidos de namoro, a dobra busca atender todos os pedidos da melhor forma.

Todos os produtos desenvolvidos são totalmente veganos,

escolhemos nossos materiais e processos de produção com carinho pra que não tenha nada de origem animal ou testado neles. nossos produtos são aprovados pelo selo PETA-Approved. (DOBRA, 2018).

Prezando pela sustentabilidade, o material (Tyvek®) utilizado nos produtos é reciclável, assim, o cliente que enjoar de seu produto pode enviar para a Dobra reciclar, e ganha 30% de desconto em uma nova compra.

A empresa se moldou através dos conhecimentos dos sócios e experiências vividas como clientes de outros e-commerces. Cansados das burocracias de compras online, de decepções e com o mau atendimento aos clientes, decidiram que o diferencial da empresa seria tratar as pessoas de igual para igual, com menos burocracias e mais afeto, transformando a experiência da compra, onde o cliente se sinta acolhido e valorizado pela marca.

Além do diferencial com os clientes, a Dobra adotou em sua gestão um modelo totalmente horizontal, onde todos que ali trabalham tenham o mesmo poder de decisão, receba o mesmo salário e tenha as mesmas responsabilidades, como se todos fossem sócios, eliminando a necessidade de um chefe.

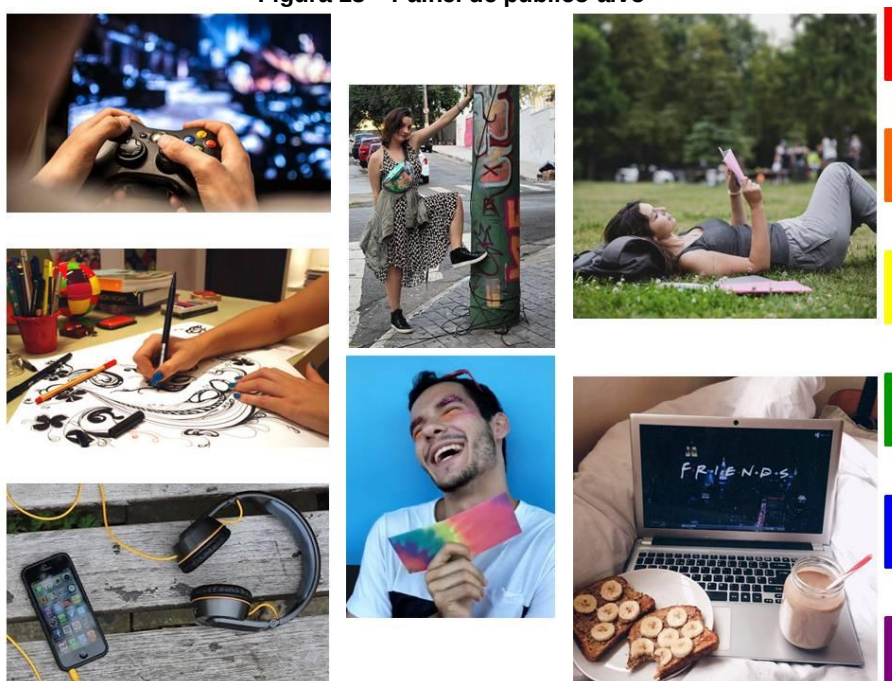
⁵ Informação fornecida pelo meio de comunicação da empresa Youtube, através do vídeo “vamos falar sobre impacto positivo?”

O público da Dobra é considerado amplo por ter produtos básicos com uma grande variação de estampas, porém, o consumo é maior por pessoas entre 17 e 35 anos.

Para facilitar a definição de públicos-alvo e direcionar adequadamente os esforços de marketing, os mercados são divididos em “segmentos” – isto é, em grupos de pessoas com comportamentos, atitudes, crenças, personalidades ou necessidades semelhantes. (BEST, 2012, p.146).

Para representar melhor esses segmentos citados apresentamos um painel (figura 18), que indica algumas particularidades do público-alvo da dobra, como gosto por séries, tecnologia, leituras, meio ambiente e meio urbano, animais, diversão, além de serem pessoas que gostam de fazer o bem.

Figura 18 – Painel de público-alvo



Fonte: Elaborado pela autora através de pinterest (2018).

O painel de público-alvo auxilia de como pode ser direcionado todo o marketing da empresa para conseguir atingir o consumidor final. A partir do conhecimento do público-alvo da Dobra, é possível utilizar uma ferramenta chamada *mix* de marketing, que no próximo subcapítulo será apresentada.

4.2 MIX DE MARKETING

O *mix* de marketing é uma ferramenta desenvolvida para que as marcas consigam atingir o seu público-alvo através dos 4 P's. Para manter a grafia iniciada por 'P', no Brasil traduzimos a divisão deste composto em produto, preço, promoção

e praça (ou ponto de venda) (XAVIER 2009). Apresentamos o *mix* de marketing da marca Dobra, seguindo o conceito dos 4 P's.

4.2.1 Produto

Um produto pode ser caracterizado por bens, serviços, ideias, entre outros. E pode haver diversas variações, como design, tamanho, cores, finalidade do uso, embalagens e garantias (XAVIER, 2009).

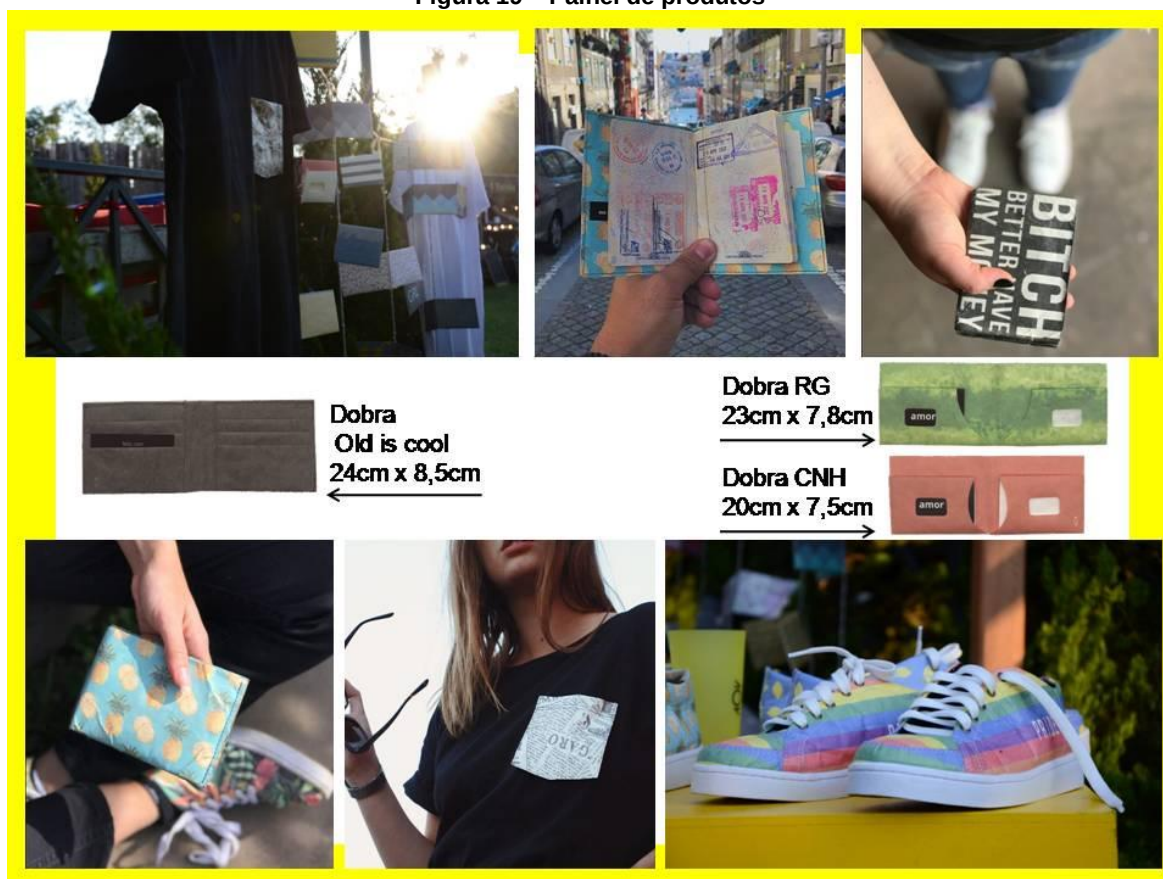
Inicialmente a marca produzia apenas as carteiras clássicas, variando entre os tamanhos RG⁶ e CNH⁷ e não tinha costura na produção, sendo dobradas e para finalizar as carteiras usado cola. Em 2017 foi lançada a primeira linha de carteiras costuradas, o modelo old is cool, trazendo um design que lembra uma carteira mais tradicional, com mais espaços e um tamanho maior. Nesse mesmo período também foi lançado o porta passaporte, costurado, com espaço para dois passaportes e podendo ser utilizado também como porta documentos.

Em 2018 a Dobra lançou camisetas com bolsos trocáveis, o bolso é produzido com o mesmo material da carteira e atrás dele é aplicado um fixador compatível com um fixador aplicado na camiseta, permitindo que o bolso seja trocado. A composição das camisetas é 100% algodão e são produzidas do tamanho PP ao 5G. Recentemente a marca lançou um tênis, leve e confortável, variando entre os tamanhos 34 a 43 e feito sob demanda. Na figura 19 visualizamos os produtos e as medidas das carteiras (clássicas e old is cool).

⁶ Dobra RG (Registro Geral): Equivale ao tamanho de uma carteira de identidade

⁷ Dobra CNH (Carteira Nacional de Habilitação): Equivale ao tamanho de uma carteira de motorista

Figura 19 – Pannel de produtos



Fonte: Elaborado pela autora através do site da Dobra (2018).

Por serem produzidos de um material que parece papel, um dos diferenciais dos produtos é a leveza, além do material possuir o efeito de amassado e proporcionar um design diferenciado. Aliado a ideia de gerar menos lixo, todos os produtos da dobra são enviados em embalagens reutilizáveis como mostra a figura 20, no caso das carteiras, a embalagem se transforma em um cofre, o porta passaporte é embalado em uma doleira, as camisetas são enviadas dentro de um copo reutilizável e ecológico, os tênis são acompanhados de um tapete pequeno. Antes de serem embalados, os produtos são perfumados, recebem um cartão contando sobre o programa de reciclagem e um adesivo, além do post-it® de boas vindas. Em relação a produtos, “Acreditamos que eles são apenas ferramentas pra que a gente consiga atingir coisas muito maiores” (DOBRA 2018).

Figura 20 – Painel de embalagens



Fonte: Elaborado pela autora através do instagram (2018).

A política de trocas da dobra é simples, o cliente que não gostou ou não se adequou ao produto entra em contato pelas redes sociais ou email e tem o dinheiro devolvido, sem ter um prazo estipulado.

4.2.2 Preço

“Reflete o custo do produto para o consumidor: condições de pagamento, aceitação ou não de cartões ou cupons, parcelamento do preço, promoções, descontos, concessões, financiamento.” (XAVIER, 2009, p. 11)

Os preços variam conforme o produto, e o pagamento pode ser feito à vista ou parcelado, através de cartão de crédito ou boleto bancário, e nas compras presenciais pode ser feito no cartão (crédito ou débito) ou no dinheiro. Dobra clássica: R\$ 49,90. Dobra Old is cool: R\$ 69,90. Dobra passaporte: R\$ 89,90. Camiseta da dobra (acompanha dois bolsos): R\$ 99,90. Bolso avulso: R\$ 29,90. Dobra tênis: R\$ 199,90.

A dobra não faz promoções, mas fornece cupom de desconto em alguns casos específicos, por exemplo, quando um cliente tem a sua carteira Dobra roubada, ele pode entrar em contato através dos meios de comunicação da empresa e contar sobre, recebendo um cupom de desconto para uma nova compra. Também ganha desconto o cliente que manda a sua Dobra para a empresa reciclar

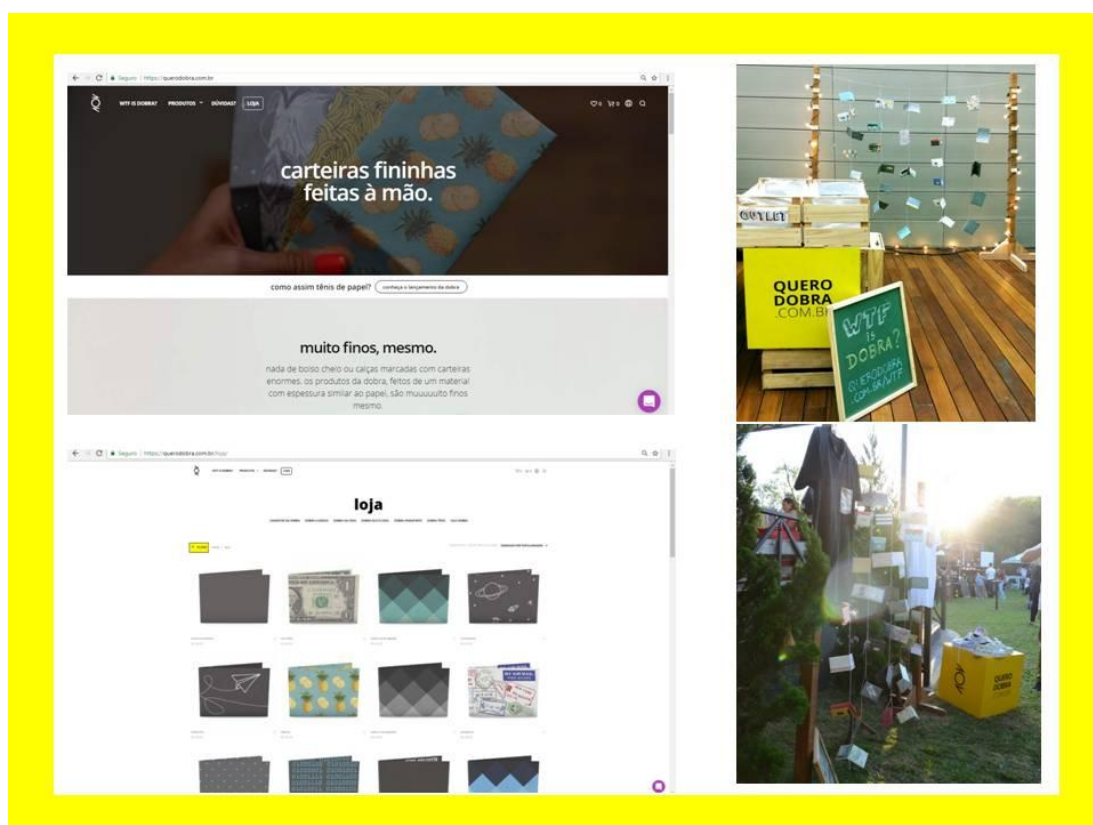
Para os produtos que sofrem algum erro durante o processo de fabricação e sendo que esses erros não impeçam o uso, a Dobra dispõe aos clientes esses produtos com 20 reais de desconto, mas esses produtos estão disponíveis apenas para compras presenciais, na sede da empresa ou em feiras.

4.2.3 Praça

Segundo Xavier (2009) a praça também é conhecida como ponto de venda, ela se relaciona com a distribuição, localização física e logística (estoque, transporte) para que o produto ou serviço chegue às mãos do cliente: canais, cobertura de venda.

A Dobra realiza as vendas através de uma loja virtual, além de conseguir utilizar ferramentas de redes sociais, como o *instagram*, que ao clicar em uma imagem de um produto, o cliente é redirecionado para efetuar a compra. A marca também participa de feiras na região metropolitana de Porto Alegre, e disponibiliza a compra de produtos diretamente sem sua sede. Na figura 21, observamos o site da empresa, a loja virtual e a participação em feiras.

Figura 21 – Pannel de praça



Fonte: Elaborado pela autora através do site da Dobra (2018).

O produto só é feito após o cliente efetuar a compra pelo site, sendo assim, uma característica da marca é não possuir estoque de produtos, apenas dispõem em seu estoque os materiais para fazê-los, como o Tyvek®, tinta para impressão, post-it®, cola, linha, caneta, perfume, cartões e embalagens. Nos produtos que são colados (Dobra clássica) a produção é feita no dia útil após a compra, já os modelos que envolvem costuras, possuem um prazo de produção maior. Depois de feitos, os produtos são embalados e enviados via correio ou através de uma transportadora.

4.2.4 Promoção

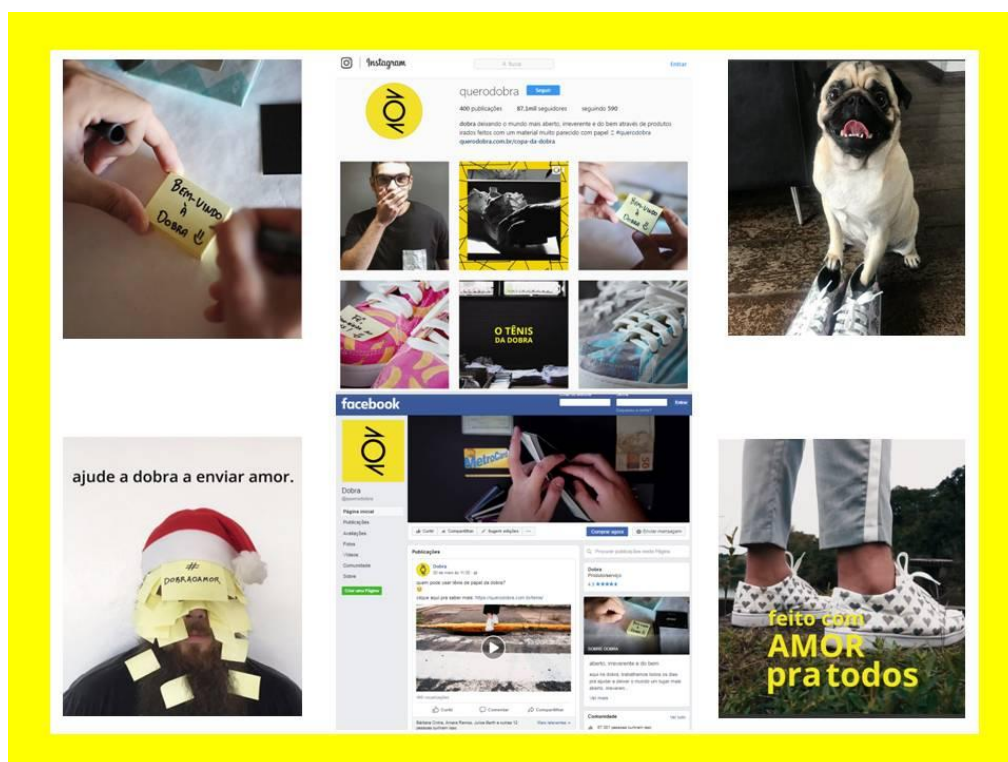
Neste subcapítulo exploraremos a promoção da marca, que segundo Xavier (2009) é a Comunicação dos atributos dos produtos ou serviço para o público-alvo desejado. Envolve criação, veiculação de programas e propaganda, relações públicas, venda pessoal.

A equipe de gestão de marcas precisa enxergar além da prancheta e ver o mundo pelos olhos do consumidor. Comprar tornou-se uma atitude a ser assumida e festejada. O próximo terremoto disciplinar no mundo da gestão de marca é a experiência do consumidor: construir fidelidade e relações duradoras em cada ponto de contato. (WHEELER, p. 28, 2012).

A Dobra possui uma relação direta com o público através das redes sociais, publicando não só os produtos vendidos, mas também o cotidiano da empresa e de quem trabalha lá. A empresa optou por utilizar uma linguagem mais informal para responder e dialogar com o público, e transfere essa linguagem também em palestras apresentadas pelos fundadores.

Para transformar a experiência da compra, na figura 22, é possível notar alguns itens que a Dobra adotou para se aproximar do cliente. Um deles é o Batman, um cachorro que se tornou o porta-voz da Dobra, assinando como responsável pelo diálogo com o público através das redes sociais. Outro item é as campanhas em datas específicas, com o intuito de “enviar amor”, no natal a empresa abre espaço para as pessoas escreverem recados a serem enviados nos pedidos de outros clientes.

Figura 22 – Painele de promoção



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Pensando em todos os conteúdos vistos até aqui, no próximo capítulo apresentamos a maneira de como é possível associá-los e desenvolver uma proposta de coleção para a marca Dobra.

5 DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO

Este capítulo será destinado para apresentar todos os processos utilizados para o desenvolvimento de coleção da autora, que será apresentado no desfile Projeta-me, importante evento acadêmico que ocorre no teatro Feevale, em Novo Hamburgo, para encerrar o processo de graduandos do curso de moda. “Coleção é um conjunto de produtos, com harmonia do ponto de vista estético ou comercial, cuja fabricação e entrega são previstas para determinada época do ano” (RECH, 2002, apud TREPTOW, 2007, p. 42).

Unindo as informações adquiridas sobre o grafite e sobre a marca Dobra, foi desenvolvida uma proposta de coleção que será apresentada neste capítulo. Segundo Renfrew (2010) a pesquisa serve de base para uma coleção e é preciso reunir uma variedade exaustiva de materiais de consulta.

Conforme Mazzoti, Broega e Gomes (2012), o processo de criação em moda, por sua vez, faz uso de uma metodologia de criação, para o desenvolvimento de coleções, que de certa forma é comum tanto dentro do ambiente profissional quanto acadêmico. Essas metodologias para criação podem ser facilitadas através de algumas ferramentas, como o uso do briefing, que será apresentado a seguir.

5.1 BRIEFING

Segundo Phillips (2015), o mais importante para um briefing é que contenha todas as informações relevantes aos interessados no projeto. O briefing deste projeto traz informações sobre a relação de TCC I e TCC II, pesquisa de coleção, dimensão de coleção e pesquisas de referências, para a partir dessas referências projetar uma coleção de moda.

No quadro 1, é apresentado importantes informações que relacionam os conteúdos estudados durante TCC I e propostas planejadas para desenvolver a coleção durante o TCC II.

Quadro 1 – Relação TCC1 e TCCII.

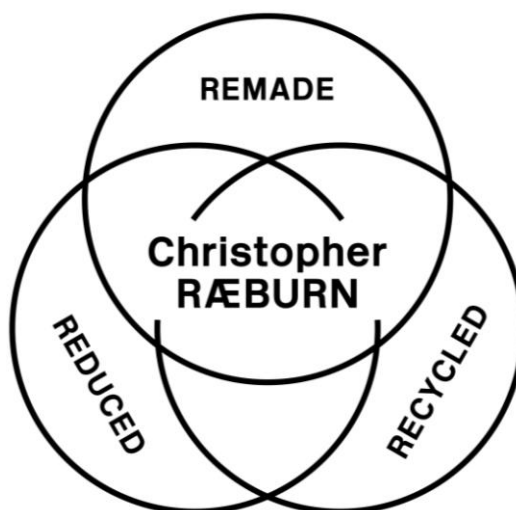
TCC I	TCC II
Arte urbana	-Executar alguma das intervenções estudadas no momento em que desenvolver um grafite.
Grafite	-Explorar os processos criativos apresentados pelos grafiteiros, incluindo suas temáticas e traços; -Trabalhar técnicas e estilos com a colaboração de um artista; -Trabalhar design de superfície para aplicar na coleção.
Dobra	-Roupas de Tyvek® com dobras na modelagem; -Haverá teste de tintas utilizadas para o grafite, como spray, no material.

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

O objetivo do trabalho é desenvolver uma proposta de coleção de vestuário para a marca Dobra utilizando o Tyvek® como matéria-prima e o grafite como tema. Para dar início ao projeto, é importante buscar referências em coleções passadas da marca, e levando em consideração que a mesma não desenvolve coleções e não possui diversidade de peças no vestuário, este trabalho tem inspiração nos produtos já existentes da marca (carteiras, porta-passaporte, bolso, etc.). Além disso, a coleção apresenta uma marca de apoio para pesquisa de referência e inspiração ao desenvolver o quadro de coleção. Através de uma pesquisa de marcas para utilizar como apoio, destaca-se a marca Christopher Raeburn, por possuir um propósito e estilo próximo ao da Dobra, trabalhando inovação e sustentabilidade. “Christopher RÆBURN é um estúdio de moda colaborativo e criativo, onde o design diário se encontra com a produção meticulosa, juntamente com eventos mensais, discussões e workshops.” (RAEBURN, 2018)

Criada pelo designer de moda Christopher Raeburn, a marca britânica trabalha de forma colaborativa e criativa com outras marcas ou artistas em suas coleções, destinadas ao público feminino e masculino. Como observamos na figura 23, a marca está alinhada em 4 R's: refeito, reduzido, reciclado e Raeburn, assim, se torna sustentável de forma criativa e exclusiva através das peças desenvolvidas.

Figura 23 – 4R's Christopher Raeburn



Fonte: site Christopher Raeburn (2018).

A primeira coleção analisada é a primavera/verão 2018, onde a marca se inspirou em um livro sobre uma história de sobrevivência e aventura. O livro conta sobre uma trajetória enfrentada pelo personagem principal, que cruza o deserto de Gobi até o Himalaia. Na figura 24, observamos algumas peças da coleção, que traz casacos corta-vento, parkas, materiais leves, peças reversíveis, fitas de ajustes, estampas e cartela de cores que remetem as condições climáticas do deserto e do Himalaia.

Figura 24 – Primavera/verão 2018



Fonte: Elaborado pela autora a partir de Christopher Raeburn (2018).

React now (reagir agora) é a segunda coleção analisada. Lançamento para primavera/verão 2019, Christopher se inspirou nas mudanças climáticas, e elaborou peças que buscam atender a demanda de vestuário que o consumidor enfrenta devido ao clima. Na figura 25 é possível analisar algumas peças desenvolvidas pela marca, a coleção conta com capas de chuva, roupas forradas, fitas de regulagens,

mistura de materiais mais leves com o pesado, e estampas elaboradas a partir de imagens registradas via satélite sobre condições climáticas.

Figura 25 – Primavera/verão 2019



Fonte: Elaborado pela autora a partir de Christopher Raeburn (2018).

Através desta análise, observamos a modelagem ampla utilizada para desenvolver as peças e as sobreposições que compõe alguns looks, esses detalhes representarão a marca na coleção. Segundo Treptow (2007), a coleção deve distribuir a quantidade de peças que serão produzidas de cada modelo (mix de produto) entre as três categorias do mix de moda. No quadro 2, é mostrado quais tipos de peças serão produzidas para esta proposta de coleção.

Quadro 2 – Mix de produtos

Mix de produto/ Mix de moda	Básico	Fashion	Vanguarda	Total
Camiseta	2	1	0	3
Regata	1	2	0	3
Casaco	0	4	0	4
Vestido	0	2	0	2
Calça	0	2	0	2
Saia	0	2	0	2
Short	1	1	0	2
Macacão	0	2	0	2
TOTAL	4	16	0	20
	20%	80%	0%	100%

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

A partir da organização do quadro de produtos, é possível dar início a materialização da coleção, e para isso, o próximo subcapítulo contém as pesquisas que darão a identidade da coleção.

5.2 PESQUISA DE REFERÊNCIAS

O desenvolvimento de uma coleção requer uma pesquisa de referências, e pesquisando sobre o comportamento do consumidor, conseqüentemente é preciso de uma pesquisa sobre tendências. Segundo Rasquilha (2015), uma análise de tendências utiliza um processo formal e rigoroso com uma abordagem positivista que segue um padrão lógico, combinando um conjunto de metodologias com uma determinada combinação de fatores. O resultado desta análise pode influenciar no direcionamento da coleção, e para este trabalho utilizaremos uma macrotendência.

Relacionada à arte urbana, grafite e a cultura hip-hop, apresentados nos capítulos 2 e 3, a macrotendência escolhida é a conexão glocal (representado pela figura 26), visivelmente presente e “fala sobre conectar as pessoas globalmente através de uma nova noção de cultura urbana e nostalgia compartilhada” (WGSN, 2018).

Figura 26 – Conexão glocal



Fonte: site WGSN (2018).

Conectando culturas os espaços urbanos se renovam. A coleção busca aproximar culturas e fazer com que o consumidor se sinta conectado pelo ambiente urbano. Por isso, a autora do presente trabalho buscou uma conexão com o grafite de forma colaborativa para elaborar a coleção, e trouxe para o projeto essas experiências como tema de inspiração. No próximo subcapítulo, será apresentado o tema e o processo criativo da coleção.

5.3 TEMA DE INSPIRAÇÃO

“O tema de coleção pode surgir de qualquer fonte, cabe ao designer transformar esse elemento inspirador em uma proposta de moda, chocante ou comercial” (TREPTOW, 2007, p. 111). O tema escolhido para direcionar o trabalho foi o grafite e a figura 26 representa o tema de inspiração da coleção, que além do grafite, também traz referências do urbano e da cultura hip-hop. O mesmo painel também é utilizado para pesquisa de elementos de estilo (apresentado no próximo subcapítulo).

Figura 26 – Painel de inspiração



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Para trabalhar com o grafite, a autora entrou em contato com o artista Jotapê, um dos grafiteiros entrevistados e apresentado no capítulo 3.2. Em conversa com Jotapê, foi planejado um trabalho colaborativo para a coleção, no qual se dispôs a participar executando a arte.

O projeto inicial se tratava de um grafite executado diretamente nas peças da coleção e, para isso, foi realizado testes com tinta spray sobre o Tyvek®. O resultado desse teste foi negativo. O Material não consegue absorver totalmente a tinta, por isso acaba saindo quando é amassado, como mostrado na figura 27.

Figura 27 – Teste de material



Fonte: Acervo da autora (2018).

Como alternativa, surge a ideia de elaborar um grafite em um painel de tyvek, para que fosse digitalizado e impresso nas modelagens da coleção. O processo será mostrado no subcapítulo design de superfície.

5.4 ELEMENTOS DE ESTILO

Os elementos de estilo são detalhes que as peças carregam com as características da coleção, representando o tema. “Uma coleção deve apresentar unidade visual, as peças precisam manter uma relação entre si. Essa relação é obtida através dos elementos de estilo e do tema da coleção” (TREPTOW, 2007, p. 138). Na figura 28, aparecem em destaque os elementos de estilos utilizados para a coleção.

Figura 28 – Elementos de estilo



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Segundo Treptow (2007) elementos de estilo são detalhes utilizados repetidamente, mas com variações de um modelo para o outro. Um dos elementos que estará presente nas peças são as formas, como as linhas elaboradas para trabalhar as dobras. Todas as peças possuem dobras trabalhadas de diferentes formas, trazendo principalmente uma mistura do material estampado e cru.

5.5 CARTELA DE CORES

Nesse subcapítulo é apresentada a cartela de cores utilizada para a coleção. Segundo Treptow (2007) a cartela deve ser composta por todas as cores utilizadas na coleção, além de reportar ao tema da mesma. Devido ao tema escolhido estar diretamente ligado a cores, durante o processo do grafite o artista Jotapê teve liberdade para usufruir de diversas opções de cores, conforme achasse necessário.

A cartela mostrada na figura 29 refere-se às cores finais, conforme a tinta da impressão reagiu no material utilizado para confeccionar as peças. “É extremamente importante que as cores da cartela sejam identificadas, por códigos ou por nomes” (TREPTOW, 2007, p. 113). Foi utilizado o sistema Pantone® para identificar as cores.

Figura 29 – Cartela de cores



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

A cor que predomina a coleção é a cor do próprio material, representado na cartela por “*Bright White*”. As demais cores são as cores utilizadas por Jotapê para executar o grafite, e que posteriormente foi utilizado como estampa. A seguir, identificaremos os materiais utilizados para compor a coleção.

5.6 CARTELA DE MATERIAIS

Para materializar as peças, elaboramos uma cartela com os materiais necessários para fazer a coleção. Segundo Treptow (2007) os tecidos são a matéria-prima para projetar uma coleção de moda.

A escolha da matéria-prima foi influenciada pela escolha da marca a ser trabalhada, além disso, o material está alinhado como o tema da coleção,

é mais comum encontrar designers que criam suas coleções a partir dos tecidos pesquisados do que designers que desenvolvam tecidos ou procurem tecidos para transpor ideias pré-concebidas. (TREPTOW, 2007, p. 122)

A autora teve acesso ao material que a Dobra usa, porém de uma gramatura diferente. Popularmente chamado de “Tyvek tecido”, esse material é produzido a partir do polietileno e, apesar do nome, ele não é tecido. Segundo Treptow (2007) os

tecidos não-tecidos representam a forma mais antiga de produção têxtil. O material aparenta ser um papel maleável, tem resistência a água, é respirável, mas ainda é pouco utilizado no setor da moda.

Na cartela onde é mostrada a matéria-prima (figura 30) é apresentado o Tyvek de duas formas, sendo uma delas no rolo, e a outra forma é de como ele se comporta sendo amassado, já que as peças da coleção terão este efeito. Também faz parte da cartela o material utilizado para desenvolver as camisetas da marca Dobra, que será utilizada para compor alguns *looks*.

Figura 30 – Matéria-prima.



Tyvek 1443
Rolo 50 metros de comprimento e 1,52 metros de largura;
100% polietileno de alta densidade;
R\$ 29,78 o metro.



Resultado do Tyvek 1443 amassado, como ficará na coleção.



Algodão orgânico
100 % algodão orgânico
R\$ 16,00 o metro.

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Já na figura 31, observamos a cartela de aviamentos e passamanarias utilizados para confeccionar as peças. Essa cartela não possui uma grande variedade de materiais, sendo utilizados apenas três itens além da matéria-prima para confeccionar as peças. Segundo Treptow (2007) os aviamentos podem ser classificados por função (componente: como linhas e zíperes; decorativo: como franjas, bordados colantes) e por visibilidade (aparente: como zíper e botões; não aparente: como entretelas e elásticos). Para a coleção, o zíper terá função tanto de componente, como decorativo e a visibilidade será aparente. A linha possui a função de componente, e o elástico possui função decorativa e visibilidade aparente.

Figura 31 –Aviamentos e passamanarias

 Zíper vislon destacável (5mm) Cadarço 100% poliéster Cursor de metal R\$ 1,25 o metro R\$ 0,15 o cursor	 Fita elástica (13mm) 70% poliéster 30% elastodieno R\$ 1,00 o metro
 Linha de nylon 60 100% poliamida R\$ 11,00 o rolo (80 gramas)	 Viés de cetim branco 100% acetato R\$ 9,79 o rolo (20 metros)

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

A linha utilizada é de *nylon* por possuir maior resistência, impedindo que as peças se tornem frágeis nas costuras, tanto em relação ao rasgo quanto na possibilidade de ter uma costura desfeita. O zíper utilizado é o modelo *vislon* destacável na cor preta, de plástico e no tamanho cinco milímetros, que se destaca nas peças tanto pela cor quanto por ser mais robusto. Para ajustar as peças ao corpo, foi utilizado fitas elásticas de 13 milímetros de largura na cor preta. Com a cartela de materiais finalizada é possível desenvolver os *looks* propostos, no próximo subcapítulo será apresentado o processo da estampa.

5.7 DESIGN DE SUPERFÍCIE

A partir de um grafite desenvolvido pelo Jotapê, cria-se uma estampa para ser utilizada nas peças. “A estampa pode ser uma padronagem localizada; uma repetição na roupa como um todo; ou ainda projetada para dispor o desenho em partes específicas da peça” (SEIVEWRIGHT, 2015, p. 135).

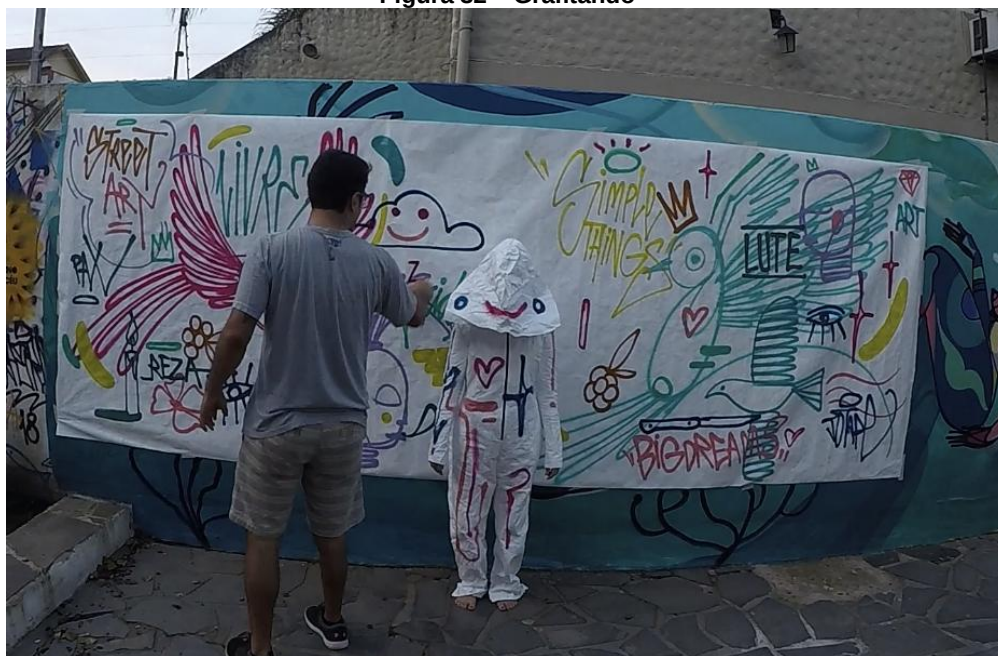
O grafite foi feito no dia 29 de setembro de 2018, em Porto Alegre, onde o Tyvek foi adesivado em um muro do atelier Pax Art. Segundo Ostrower (1995), os

conteúdos expressos na arte, de obras figurativas ou abstratas, são conteúdos essencialmente vivenciais e existenciais. Por isso, o processo aconteceu de forma natural, o único planejamento era manter os traços e características de Jotapê, deixando-o livre para trabalhar de acordo com suas percepções.

A época em que o grafite ocorreu antecedia as eleições presidenciais de 2018, ocorreu no mesmo dia em que um grande número de pessoas se uniram para manifestar nas ruas de Porto Alegre e em todo o Brasil. Esse fato acabou refletindo no grafite, já que o processo ocorreu de forma natural, deixando a sensibilidade do artista conduzir a execução. “A sensibilidade é uma porta de entrada de sensações. Representa uma abertura constante ao mundo e nos liga de modo imediato ao acontecer em torno de nós” (OSTROWER, 1996, p. 12).

Para complementar a execução do grafite, a autora interagiu de forma performática durante o processo. Vestindo um macacão de Tyvek®, se posicionou em frente à tela para fazer parte da ação e ter sua roupa pintada também, como é possível observar na figura 32. Além disso, interagiu auxiliando o Jotapê com ideias para serem grafitadas e complementar a arte.

Figura 32 – Grafitando



Fonte: Acervo da autora (2018).

O grafite realizado foi registrado através de foto em um dia com uma luminosidade adequada. “Croquis em duas dimensões, fotografias e amostras de tecido podem ser escaneados, salvos como um arquivo de imagem e depois ajustados ou combinados” (JONES, 2011, p. 122). A foto foi importada para o

computador e editada utilizando o *Adobe Photoshop CS6*, um programa para edição e tratamento de imagens. Na figura 33 observamos a diferença entre três imagens, sendo a primeira foto original, na segunda a foto já editada, na terceira tratada com efeitos para melhorar a qualidade das cores, e na quarta uma variação da estampa, com efeitos e filtros para a alteração de cores.

Figura 33 – Resultado do grafite e variações



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Após edição e tratamento de imagem, a estampa foi aplicada nas modelagens (este processo será apresentado no subcapítulo sobre o desenvolvimento das peças) e em seguida impressa, utilizando impressão digital. No próximo subcapítulo, serão apresentados os croquis desenvolvidos.

5.8 CROQUIS

Para elaborar os croquis da coleção, a autora optou por desenvolver desenhos a mão livre, que segundo Treptow (2007), é preciso passar por diversos estágios até obter o resultado desejado. Com a junção de todas as pesquisas realizadas até aqui, a autora iniciou pelo desenho a lápis do esqueleto, posteriormente desenhando o *look* em cima do manequim.

Com os *looks* desenhados, a autora utilizou tinta de aquarela para fazer o fundo das peças, a fim de obter o efeito do material utilizado para desenvolver as peças. Após isso, o desenho recebeu um contorno de caneta nanquim⁸, e em seguida foi aplicado uma referência às estampas utilizando lápis de cor. A partir de testes com tinta spray e a técnica de estêncil (explicada no capítulo sobre grafite), a autora utilizou jatos de tinta para finalizar cada croqui. Na figura 33, é mostrado como aconteceu o processo de finalização.

⁸ Caneta nanquim: caneta de tinta preta bastante utilizada para finalizar desenhos.

Figura 33 – Testes com spray e estêncil



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

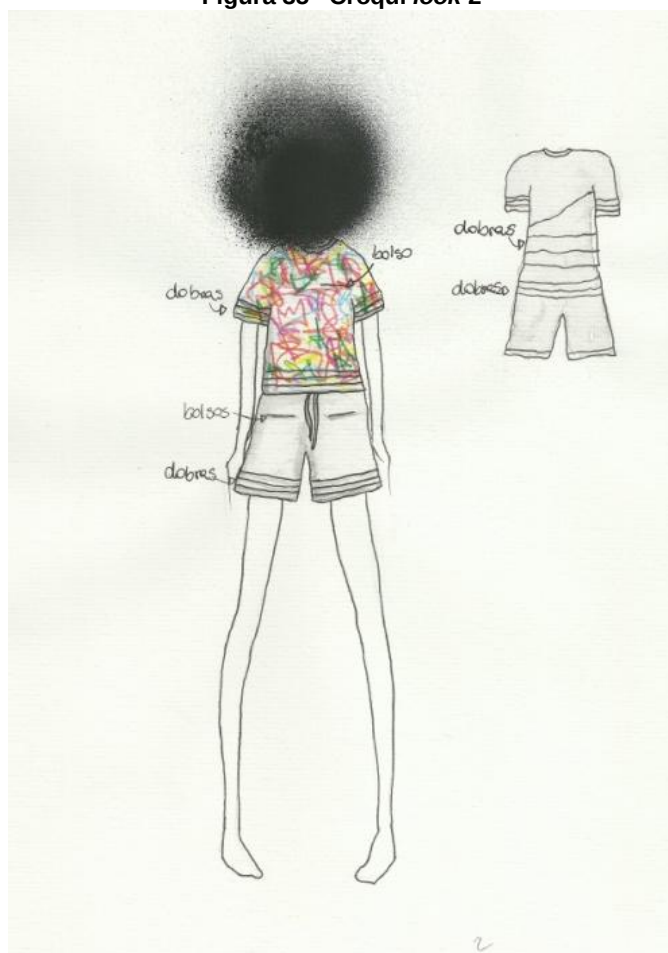
Com a finalização dos croquis, todos receberam uma ordem de entrada de passarela, e é com essa ordem que eles serão explicados nesse subcapítulo. Todos os croquis apresentados também se encontram no apêndice do trabalho.

No primeiro *look*, apresentado na figura 34, a saia possui inspiração nos bolsos trocáveis das camisetas vendidas pela Dobra, remetendo ao formato do bolso. A saia possui dobras na barra e dobras verticais na parte de trás, além de ser toda estampada. Na parte de cima uma camiseta básica sem estampa da marca Dobra, com sobreposição de uma jaqueta estilo bomber com forro, abertura em zíper e bolsos frontais com vivos, remetendo aos bolsos das carteiras clássicas da Dobra. Nas costas, a jaqueta recebe dobras horizontais na pala e estampa, exceto nas mangas.

Figura 34 – Croqui *look 1*

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

O *look dois* (figura 35) é composto por uma camiseta que possui estampa apenas na parte da frente (incluindo apenas a parte da frente das mangas), remetendo a algumas carteiras que trabalham a estampa apenas em uma área. A camiseta conta com dobras horizontais na barra e nas mangas, e nas costas possui dobras irregulares, remetendo à irregularidades de calçadas nas ruas. Na parte inferior, um shorts sem nenhuma estampa que possui dobras na barra e dois bolsos frontais. Na parte de trás possui dobras horizontais, que remetem os bolsos internos do modelo de carteira *old is cool*.

Figura 35– Croqui *look 2*

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Na figura 36, está representado o terceiro *look*, o vestido remete a modelagem do porta-passaporte, por ser mais alongado e possuir mais dobras na parte de trás, onde recebe estampa apenas em algumas dobras. Na parte da frente, o vestido é todo estampado e recebe pequenas dobras horizontais na região do busto e quadril. Para reforçar uma silhueta que remete a lata de spray, um casaco com forro, fechamento frontal em zíper e estampas apenas na parte de trás das mangas. O casaco recebe dobras horizontais nos punhos e dobras irregulares na parte de trás das mangas.

Figura 36– Croqui *look 3*

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Para o quarto *look* (figura 37), foi elaborada uma regata com a cava mais aberta, com dobras verticais na parte da frente e estampa na parte central. Nas costas a regata recebe uma pala estampada que remete a um diamante, elemento muito utilizado tanto em grafites e pichações. Na parte de baixo, o detalhe da saia remete a uma das artes utilizadas para compor o painel de inspiração, recebendo estampa apenas na parte esquerda das dobras, e atrás lisa e sem detalhes. Esse *look* foi escolhido para ser produzido e apresentado no evento Projeta-me, sendo o primeiro a entrar na passarela.

Figura 37– Croqui look 4



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Já o quinto *look*, mostrado na figura 38, conta com três peças, sendo uma delas uma camiseta básica sem estampa da Dobra. O Casaco possui zíper frontal e estampa apenas no lado direito, já nas costas, possui dobras verticais e estampa também do lado direito do corpo. Para compor o *look*, o short possui dobras verticais na frente e recebe estampa apenas na perna esquerda. Na parte de trás, os bolsos com vivos na altura do quadril remetem ao compartimento destinado para cartões dentro das carteiras da Dobra.

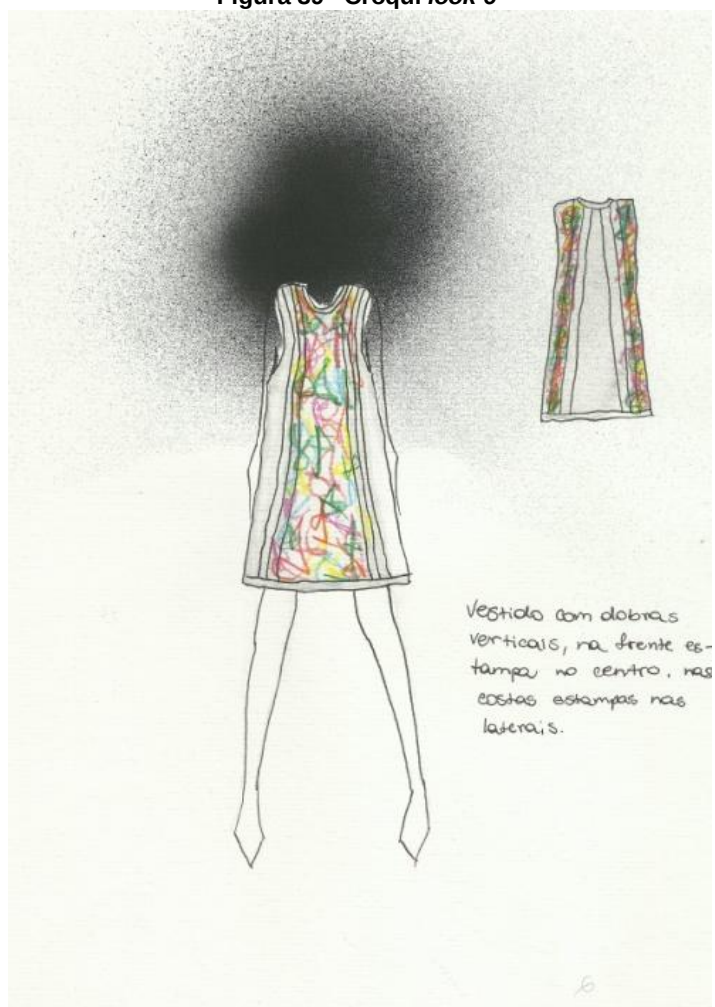
Figura 38– Croqui look 5



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

O sexto *look* se trata de um vestido que tem como referência de silhueta a lata de spray, com uma modelagem mais ampla, cava mais aberta e sem sobreposição no *look*. Como podemos observar na figura 39, as dobras do vestido remetem a tinta sendo expelida da lata, posicionadas de forma mais encontrada próxima a gola e se abrindo para as laterais na barra. A estampa foi posicionada na parte central da frente, e nas costas nas laterais. Este *look* também foi escolhido para ser confeccionado e compor o desfile, sendo o segundo a entrar no palco.

Figura 39– Croqui look 6



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Além de ser escolhido para ser confeccionado e ser o terceiro *look* a desfilarmos, o sétimo *look*, apresentado na figura 40, também foi escolhido para ser o primeiro a ser produzido e ser utilizado para a foto conceito. O destaque é o casaco, que possui forro, abertura frontal em zíper, dobras na barra, nos punhos, e estampa em toda frente. Nas costas, as dobras são irregulares remetendo as pontas de uma coroa na vertical, já que é um elemento bastante utilizado por grafiteiros e pichadores. Para compor o *look*, uma calça de Tyvek® branca com dobras na barra, e optou-se por utilizar uma camiseta da marca Dobra por haver sobreposição com casaco já construído a partir do Tyvek®.

Figura 40– Croqui look 7



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Na figura 41 é apresentado o oitavo *look* contando com duas peças. Na parte superior uma regata que possui estampa na parte da frente, com dobras horizontais na linha do busto e da cintura. Nas costas conta com dobras irregulares remetendo a calçadas desniveladas, e estampa em algumas dobras. A parte inferior conta com uma calça de ajuste através de fita na cintura, possui um bolso com vivo no lado esquerdo, e do lado direito possui dobras verticais, além de receber estampa.

Figura 41– Croqui look 8



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Inspirado em macacões que alguns grafiteiros utilizam para executar uma arte, o nono look (figura 42) também será produzido e será o último a cruzar pela passarela. O macacão comprido possui dobras nos punhos das mangas, quatro bolsos frontais, sendo dois na linha do peito e mais dois abaixo da cintura. Na parte da frente o macacão recebe estampa do lado esquerdo, e atrás possui estampa em algumas das dobras. O macacão ainda recebe dobras na barra, capuz e um zíper na parte da frente.

Figura 42 – Croqui *look 9*

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

O décimo e último look que compõe a coleção é outro macacão, como observamos na figura 43. Na parte da frente possui dobras verticais do lado direito, que vão desde o ombro até o tornozelo. Possui um bolso com vivo do lado esquerdo e é inteiramente estampado. As mangas recebem dobras nos punhos, além de estarem divididas entre a frente estampada e o lado das costas não. Nas costas, a peça recebe dobras diagonais que vão do quadril até a cava, e possui estampa que vão desde as dobras até o tornozelo. O macacão ainda ganha um capuz estampado pelo lado externo.

Figura 43 – Croqui look 10



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Para visualizar a sequência de entrada da passarela, e para ser apresentado ao *look book*, que segundo Renfrew (2010) destina-se a transmitir o visual ou tema de forma completa, foi elaborado um plano de coleção (figura 47). Assim, é possível analisar a coleção completa em sua sequência.

Figura 47 – Plano de coleção



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Dentro do plano de coleção foram selecionados quatro *looks* para serem reproduzidos, os escolhidos foram os *looks* 4, 6, 7 e 9. A seleção está apresentada na figura 48, onde é mostrado a sequência que ocorrerá no desfile.

Figura 48 – Looks projeta-me



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

A partir dos croquis selecionados, inicia-se a produção dos *looks* que serão utilizados para o desfile Projeta-me. No próximo subcapítulo será apresentado desenhos e fichas técnicas das peças da coleção que serão desenvolvidas.

5.9 FICHA TÉCNICA

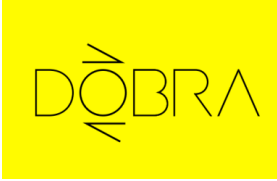
As fichas técnicas são um importante meio de comunicação entre quem produziu os croquis e de quem irá confeccionar ou modelar. “Este é um importante instrumento para representação e interpretação das peças do vestuário. E o meio de comunicação entre estilista e modelista.” (FULCO e SILVA, 2012, p. 10).

As fichas técnicas devem reunir todas as informações de cada peça que será desenvolvida, desde suas medidas até os aviamentos a serem utilizados. Segundo Duarte e Saggese (2016), a ficha acompanha a peça desde a modelagem até o final da produção, acrescentando informações a cada etapa de produção. Isso também ajuda a calcular o custo final do produto.

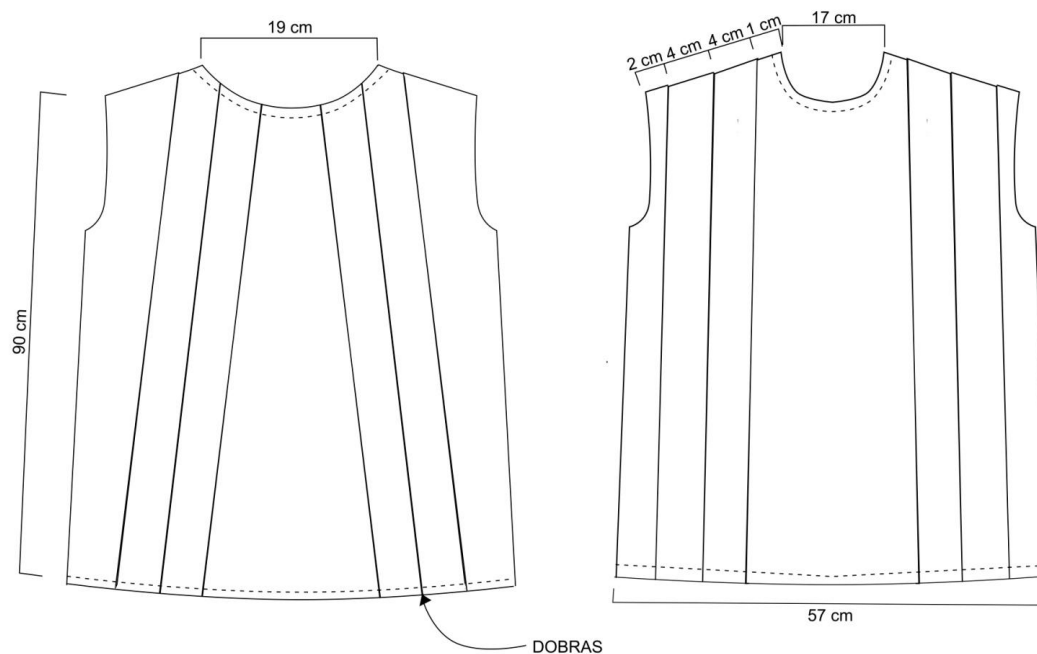
Na figura 49, é apresentado o desenho técnico do vestido produzido para o *look* 6. Na ficha técnica contem informações como medidas, maquinário utilizados para confeccionar a peça, matéria prima, aviamentos e algumas observações sobre a construção da peça.

Figura 49 – Ficha técnica vestido

FICHA TÉCNICA DE PROTOTIPIA

	Estilista: Sabrina Azevedo dos Santos	Referência: VES01
	Produto: Vestido	Coleção: Dobra Manifesto
	Modelista: Sabrina Azevedo dos Santos	Data: 08/10/2018
	Grade de tamanhos:	TM peça piloto: 42 masculino

DESENHO TÉCNICO (frente / costas)



Maquinário: reta industrial
 Margem de costura: 2 cm
 Acabamento: costura francesa (1cm)
 Pesponto barra: 2 cm

Medidas do modelo:

Altura: 1,73 cm
 Busto: 98 cm
 Cintura: 84 cm
 Quadril: 101 cm

Amstras dos tecidos:

DESCRIÇÃO TÉCNICA DETALHADA DO PRODUTO

Vestido produzido com modelagem masculina tamanho 42. Com dobras na verticais na frente e nas costas. Importante dobrar nos locais indicados antes de iniciar a costura.

MATÉRIA-PRIMA

TECIDO	Cor	Largura	Composição	Fornecedor	Custo	Consumo
1. Tyvek	Branco	1,52	100% polietileno	DuPont	R\$ 29,78/m	
2.						

AVIAMENTOS

Descrição	Cor	Composição	Fornecedor	Custo	Consumo
Linha de nylon	Branco	100% poliamida	Linhanyl		

TERCEIRIZAÇÕES

Descrição	Referência	Fornecedor	Custo	
1. Estampa	Estampa1	Dobra	R\$ 5,00/ m	
2.				

REGISTROS SOBRE TESTES DE VESTIBILIDADE

1° prova: Ajuste lateral e na cava. 26/10/2018

2° prova: Ok

Data de aprovação: 01/11/2018 . Responsável: Sabrina Azevedo dos Santos .

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

As demais fichas produzidas, das peças confeccionadas para a coleção, encontram-se no apêndice do trabalho.

5.10 CONSTRUÇÃO DO VESTUÁRIO

Nesse subcapítulo será apresentado todo o processo desenvolvido para a construção do vestuário, desde as modelagens até a montagem das peças e também a comunicação da coleção

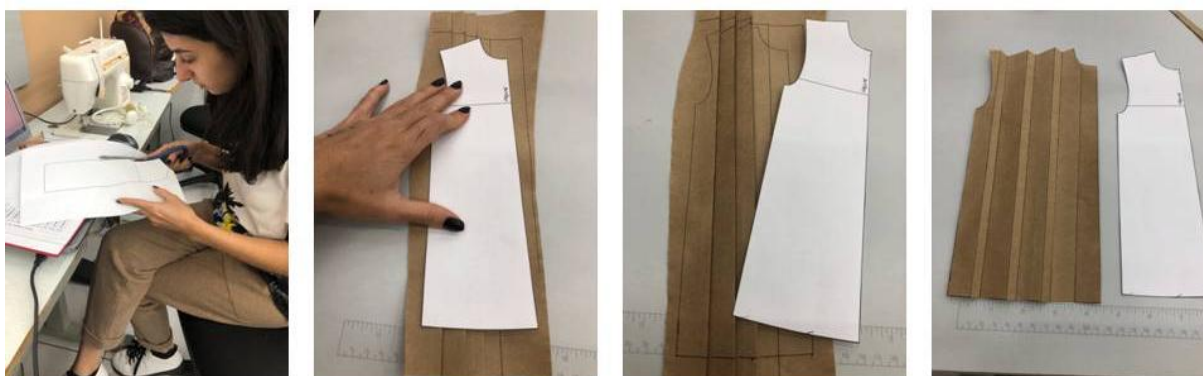
5.10.1 Modelagem e montagem das peças

Para realizar a modelagem das peças utilizou-se a modelagem plana, que segundo Fulco e Silva (2012), é uma etapa fundamental para que um belo desenho venha de fato se transformar em uma roupa com corte e caimento ideal, é o método de criar em papel os moldes para serem usados na confecção.

As peças foram produzidas utilizando como apoio o livro *Modelagem plana masculina*, de Fulco e Silva. O tamanho utilizado para desenvolver as peças foi o tamanho 42. Segundo Treptow (2012), a modelagem plana pode ser desenvolvida através de sistemas, onde programas permitem a criação e manipulação do molde. O processo de modelagem ocorreu através do editor *Photoshop*, o motivo é pela familiaridade da autora com o programa, além disso, as modelagens recebem estampa e seriam impressas através de impressão digital. “A partir do desenho criado pelo estilista, usa-se a tabela de medidas para fazer as bases para modelagem. As bases correspondem a uma ‘segunda pele’, isto é, possuem exatamente as medidas do corpo” (FULCO e SILVA, 2012, p. 8). Utilizando um processo experimental, a modelagem iniciou pelo programa e foi impressa em folha de ofício em escala reduzida.

A partir da escala reduzida, a autora utilizou um papel com dobras para reproduzir o efeito proposta pelas peças. A modelagem de escala reduzida foi recortada e aplicada em cima da folha de papel dobrada, como mostrada na figura 50. Na figura, a modelagem representada é a do vestido (*look 6*).

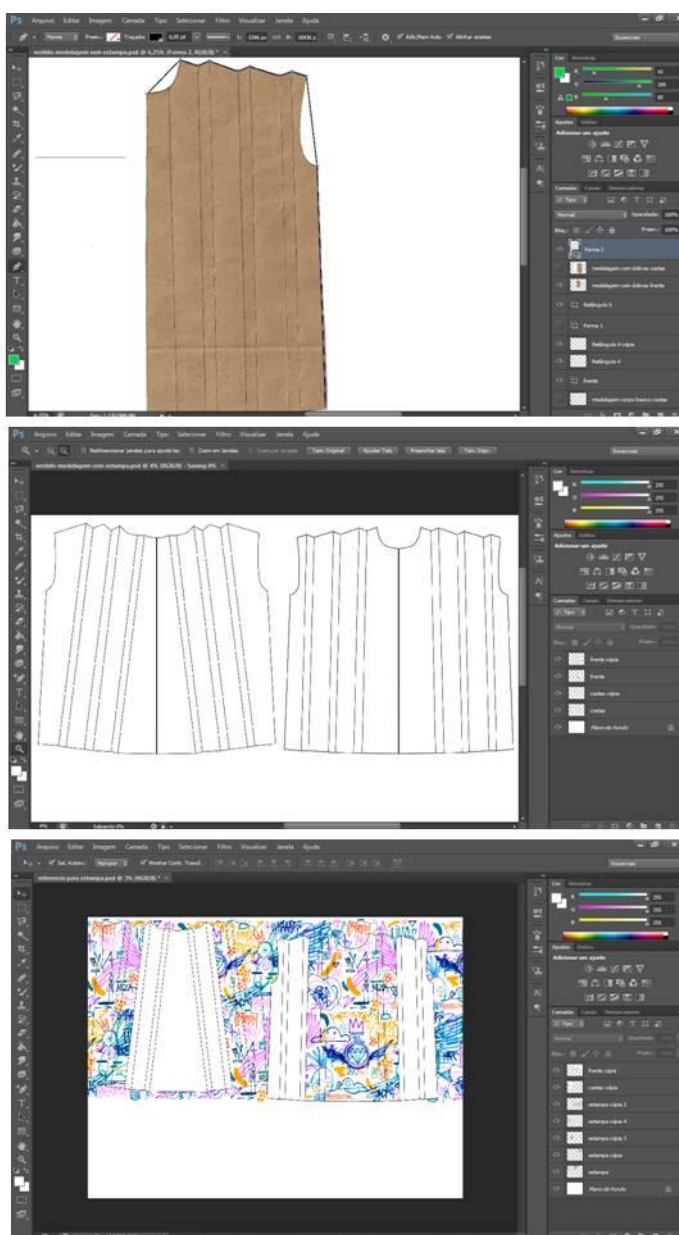
Figura 50 – Modelagem do vestido.



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Conforme Treptow (2012) é possível inserir modelagens feitas externamente ao sistema através de um *scanner*⁹ ou mesa digitalizadora. Após esse processo, a autora utilizou um *scanner* para transferir a modelagem em formato de imagem para o computador. Na figura 51 é possível entender como a modelagem foi utilizada desta maneira. Utilizando o *photoshop*, a autora utilizou a ferramenta caneta para demarcar o molde e as dobras da peça. Com as modelagens frente e costas devidamente desenhadas e com as medidas conferidas, a autora aplicou a estampa nas partes propostas.

Figura 51 – Modelagem no photoshop.



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

⁹ Scanner: aparelho que digitaliza imagens para o computador, fazendo o processo inverso de uma impressora.

Depois de aplicada a estampa, a modelagem foi salva no formato PDF¹⁰ e impressa através de uma impressora digital. A impressão foi terceirizada pela Dobra, e teve o acompanhamento da autora durante o processo. Na figura 52, observa-se o processo de impressão do macacão (*look* 9), além das modelagens da regata (*look* 4) já impressas e prontas para recorte.

Figura 52 – Impressão das modelagens.



Fonte: Acervo da autora (2018).

Após a impressão, inicia-se o processo de recorte. Utilizando uma tesoura, cada molde é cuidadosamente cortado, para que as linhas das dobras não sejam confundidas com recorte da peça. Após cada molde ser recortado, ele passa pelo processo de dobradura, onde o mesmo é dobrado no local indicado através das linhas. Na figura 53, é mostrado o processo e como fica depois de dobrado, através do molde da regata (*look* 4).

¹⁰ PDF: formato de arquivo representado por uma sigla, que significa formato portátil de documento.

Figura 53 – Dobradura.

Fonte: Acervo da autora (2018).

Depois de dobradas, cada modelagem é costurada, através de uma costura francesa para um melhor acabamento. Para realizar a costura francesa, é preciso primeiro costurar as peças pelo lado direito, com uma margem de um centímetro, depois disso, a modelagem é desvirada e ocorre uma segunda costura, com um centímetro de margem, pelo lado avesso. A costura francesa está representada na figura 54, onde é mostrado o acabamento de uma das peças da coleção.

Figura 54 – Costura francesa.

Fonte: Acervo da autora (2018).

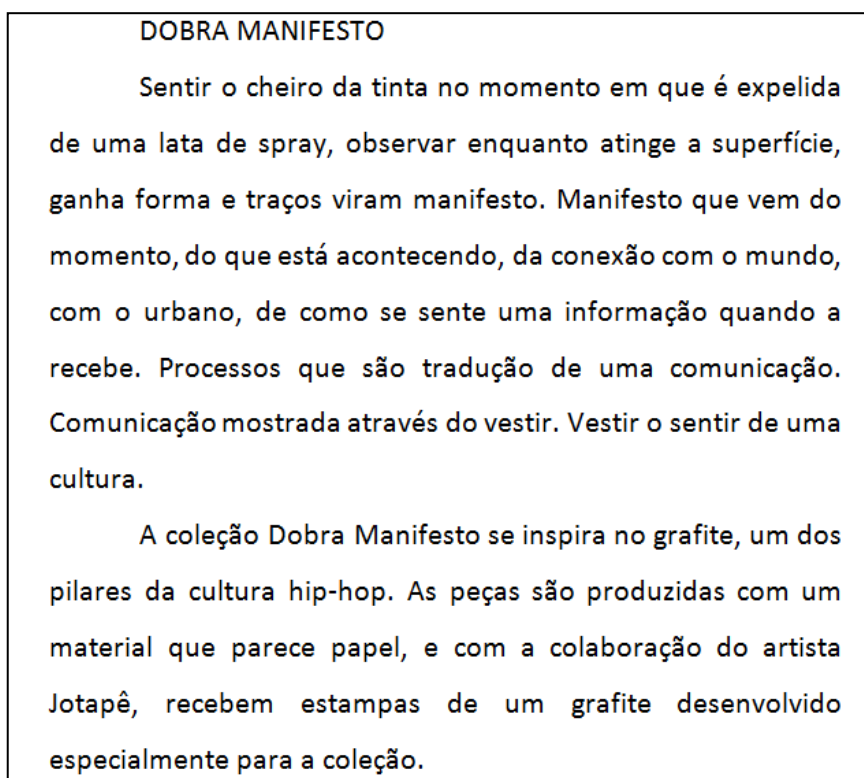
Após unir todas as partes das modelagens, as peças recebem o acabamento final, como pespontos, para serem finalizadas e experimentadas. No próximo subcapítulo será apresentado o resultado da produção fotográfica realizada para o *look book* do evento Projeta-me.

5.11 COMUNICAÇÃO DA COLEÇÃO

Para apresentar todo o projeto de coleção desenvolvido pelos graduandos do curso de moda, é elaborado um *look book*. “Um look book é um plano de coleção fotográfico produzido pelos estilistas, fabricantes e varejistas a cada temporada ou para cada tema de inspiração” (RENFREW, 2010, p. 158).

O look 7 foi escolhido para representar a coleção “Dobra manifesto”. O nome da coleção foi criado para representar as peças que possui a característica de serem dobradas, acrescidas da estampa que representa um manifesto através do grafite. Foi elaborado um *release* para ser adicionado ao *look book*, segundo Treptow (2007) o release se trata de um texto de divulgação enviado a meios de comunicação. Na figura 55, é apresentado o release de coleção desenvolvida pela autora desse projeto sobre sua coleção.

Figura 55 – Release.



Fonte: Acervo da autora (2018).

Para a produção fotográfica, a autora fez o convite para o modelo João Victor vestir o *look* desenvolvido. A produção ocorreu no campus II da universidade Feevale, e contou com o apoio de alunos da fotografia para dirigir as fotos. Para organizar melhor a foto a ser produzida, foram elaborados três painéis de inspiração, sendo um para pose, um para beleza e outro para iluminação.

Na figura 56, é apresentado o painel de inspiração para as poses. Essas referências foram repassadas para o modelo e para o fotógrafo, o objetivo era reproduzir poses compatíveis com o tema da coleção, buscando bastante referência no *street style*. A autora acompanhou as fotos orientando o modelo e o fotógrafo para obter o melhor resultado possível.

Figura 56 – Painel de poses.

Poses



Fonte: Elaborado pela autora a partir de pinterest (2018).

Para produzir a beleza, a responsável foi a maquiadora Renata Correa, que através de um painel de referências desenvolvido pela autora (figura 55), aplicou uma leve maquiagem no modelo. A maquiagem foi produzida apenas para reduzir imperfeições captadas pelas câmeras e para dar uma iluminada no rosto do modelo. Optou-se por não utilizar nenhuma cor, já que o *look* contava com uma peça estampada, contendo uma cartela de cores grande.

Figura 57 – Painele de beleza.

Beleza:

Maquiagem simples, pele bem iluminada
Cabelo: modelo possui corte raspado.



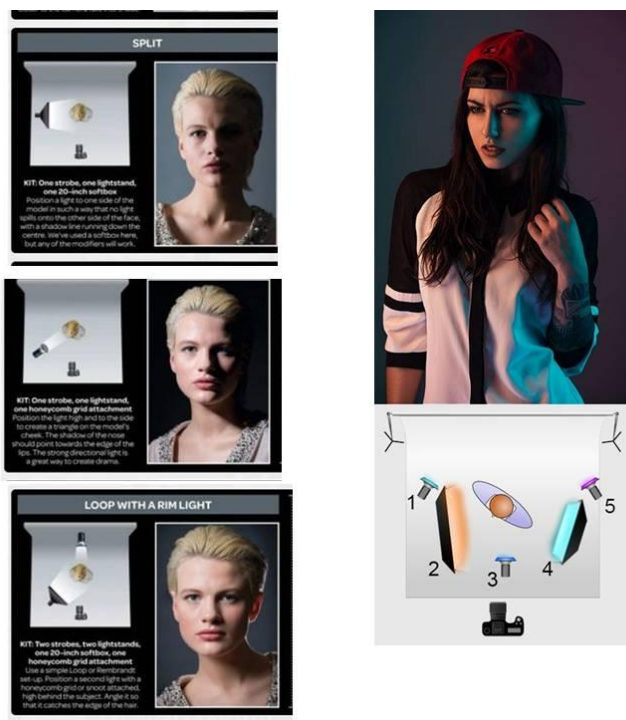
Fonte: Elaborado pela autora a partir de pinterest (2018).

Para a iluminação, o objetivo da autora era uma iluminação baixa e com efeitos coloridos, representando o ambiente urbano. As fotos foram feitas utilizando um fundo de estúdio preto, e na figura 58 podemos analisar o painel de referência para a iluminação. O mesmo foi repassado para o auxiliar de fotografia, a fim de conseguir reproduzir os mesmos efeitos.

Figura 58 – Painele de iluminação.

Iluminação:

Fundo preto, luz baixa e
luz colorida



Fonte: Elaborado pela autora a partir de pinterest (2018).

O resultado da união entre todas essas referências pode ser analisado na figura 59. Essa foto foi uma das fotos escolhidas para representar a coleção Dobra Manifesto no *look book* do Projeta-me 2018/2.

Figura 59 – Foto look book.



Fonte: Elaborado acervo da autora (2018).

Esse e os outros quatro looks desenvolvidos para coleção poderão ser vistos no desfile que encerra o trabalho de conclusão de curso dos alunos de moda da Universidade Feevale. Para concluir o trabalho, no capítulo seguinte serão apresentadas as considerações finais desse projeto.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando o objetivo de conhecer os processos criativos do grafite e suas influências culturais para desenvolver uma proposta de coleção para a marca Dobra, este capítulo destina-se para concluir este projeto.

No capítulo dois conseguimos compreender a arte urbana e como ela se manifesta, conseguindo notar que o happening, interferência e performance podem estar diretamente ligados ao grafite e além disso podem fazer parte de um processo de execução de grafiteiro. Além disso, notamos que toda arte urbana tem um forte manifesto, podendo estar relacionado a questões sociais, por exemplo.

No terceiro capítulo mostramos a relação dentro da cultura *hip-hop*, que se fez importante para esclarecer que essa cultura se caracteriza por um conjunto de manifestos que possuem um mesmo propósito. Conhecemos também a história do grafite e conseguimos distinguir alguns estilos e tipos praticados, podendo associá-los e notar que é possível não se limitar a apenas um tipo e estilo, e sim poder mesclar e desenvolver trabalhos diferenciados. O uso da pichação e suas características também foram esclarecidos, importante informação por dividir opiniões. Conhecer trabalhos de artistas renomados foi fundamental para notar suas inspirações e a forma de como trabalham elementos que se tornaram característicos de suas artes.

A entrevista com grafiteiros da região foi imprescindível para entendermos como trabalham suas artes e como acontecem seus processos criativos. Nota-se que normalmente cada grafiteiro adota uma característica específica em seus trabalhos, que acabam referenciando e dando conhecimento em seus grafites. Através deste capítulo foi escolhido o grafiteiro Jotapê para trabalhar de forma colaborativa com esse projeto.

No quarto capítulo conseguimos captar o propósito da marca dobra, além de entender que cada processo dentro da empresa se torna importante e propicia o diferencial da empresa. Observamos que há alguns processos relativamente simples, como os recados escritos a mão, que tornam a compra em uma experiência para o consumidor.

Durante o processo de desenvolvimento de coleção, a autora buscou referências em todas as pesquisas elaboradas até o quarto capítulo, e a partir disso, projetou uma coleção com o tema baseado no grafite.

A experiência do processo criativo trabalhado para executar uma arte, no qual foi feita de forma colaborativa com o artista Jotapê, foi exposto na coleção através das estampas aplicadas. Além da colaboração com um artista, a coleção toda elaborada com Tyvek e com dobras nas modelagens carrega as características da marca Dobra. Para desenvolver a coleção, a autora pesquisou referências na marca Christopher Raeburn, e desenvolveu seu plano de coleção de forma que dialogasse com as duas marcas.

Por se tratar de um processo criativo, ao longo desse projeto se desenvolveu a necessidade de fazer testes, etapa muito importante para descartar possibilidades como a de usar tinta spray para grafitar as peça e gerar novas opções. As modelagens feitas com escala reduzida foram um processo de resultado positivo, sendo utilizado no processo de desenvolvimento de coleção.

Através de peças do vestuário, todos os estudos desse projeto se materializaram, e serão apresentados no desfile projeta-me, que ocorrerá no dia 05 de dezembro de 2018, no teatro Feevale, em Novo Hamburgo.

REFERÊNCIAS

A METRÓPOLE e a arte. São Paulo, SP: SUDAMERIS, 1992.

ANDRADE, Elaine Nunes de; **RAP e educação, rap é educação**. São Paulo, SP: Selo Negro, 1999.

ARCE, José Manuel Valenzuela; **Vida de barro duro**: cultura popular juvenil e grafite – Rio de Janeiro, RJ: Editora UFRJ, 1999.

ARCHER, Michael; **Arte contemporânea**: uma história concisa – São Paulo, SP: Martins Fontes, 2001.

ARGAN, Giulio Carlo. **Arte moderna**: do iluminismo aos movimentos contemporâneos. São Paulo, SP: Companhia de Letras, 1999.

BANKSY; **Guerra e spray** – Rio de Janeiro, RJ: Intrínseca, 2012.

BASQUIAT. Disponível em: <<http://www.basquiat.com/artist.htm>>. Acesso em: 19 mai. 2018.

BASQUIAT – **Traços de uma vida**. Direção: Julian Schnabel; Intérpretes: Jeffrey Wright (Basquiat). Miramax Films and Jon Kilik, 1996. (1:46:25) Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=-i1t-MF5MuA>>. Acesso em 20 mai. 2018.

BEST, Kathryn. **Fundamentos de gestão do design**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2012.

CAMPOS, Ricardo Marnoto de Oliveira. **Porque pintamos a cidade?**: uma abordagem etnográfica do graffiti urbano. Lisboa: Fim de século, 2010.

CASTELLO, Mariana. Instagram. Disponível em <<https://www.instagram.com/tintabordada/>>. Acesso em: 20 mai. 2018.

CHRISTO. **Realized Projects**: The Pont Neuf Wrapped. Disponível em <<http://christojeanneclaude.net/projects/the-pont-neuf-wrapped>>. Acesso em: 5 mai. 2018.

COHEN, Renato. **Performance como linguagem**: criação de um tempo-espaço de experimentação. 2. ed. São Paulo, SP: Perspectiva, 2007.

DOBRA. **Por que escolher a Dobra?** Disponível em: <<https://querodobra.com.br/porque/>> Acesso em: 10 nov. 2018)

DOBRA. **Por que a Dobra existe?** Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=nCllusGHHjg>>. Acesso em: 10 nov. 2018.

DOBRA. **Vamos falar sobre impacto positivo?** Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=nCllusGHHjg>>. Acesso em: 10 nov. 2018.

DUARTE, Sonia; SAGGESE, Sylvia. **Modelagem industrial brasileira**. Rio de Janeiro: Editora Guarda Roupas, 2016.

FULCO, Paulo de Tarso; SILVA, Rosa Lúcia de Almeida. **Modelagem plana masculina**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2012.

FUNARI, Pedro Paulo Abreu. **Cultura popular na antiguidade clássica**. São Paulo, SP: Contexto, 1989.

GANZ, Nicholas. **O mundo do grafite**: arte urbana dos cinco continentes. edição revista e ampliada. São Paulo, SP: WMF Martins Fontes, 2010.

GITAHY, Celso. **O que é graffiti** – São Paulo: Brasiliense, 1999.

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design** – o manual do estilista. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

JOTAPÊ. Instagram. Disponível em <<https://www.instagram.com/jotapepax/>>. Acesso em: 20 mai. 2018.

KAPROW, Allan. About reinventions. Disponível em <http://www.allankaprow.com/about_reinvention.html>. Acesso em: 5 mai. 2018.

LITTLE, Stephen. **--ismos**: para entender a arte. [1. ed.]. São Paulo, SP: Globo, 2010.

MAICK. Instagram. Disponível em <<https://www.instagram.com/maickseila/>>. Acesso em: 20 mai. 2018.

MALLAND, Julien; **Tropical spray**: viagem ao coração do grafite brasileiro. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

MELIM, Regina. **Performance nas artes visuais**. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 2008.

OLIVEIRA, Henrique. Instagram. Disponível em <<https://www.instagram.com/henriqueoliveira/>>. Acesso em: 20 mai. 2018.

OS GEMEOS. **Biografia**. Disponível em <<http://www.osgemeos.com.br/pt/biografia/>>. Acesso em: 20 mai. 2018.

OSTROWER, Fayga. **Acasos e criação artística**. 2. ed., rev. Rio de Janeiro, RJ: Campus, 1995.

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e processos de criação**. Rio de Janeiro: Vozes, 1996.

PALLAMIN, Vera Maria. **Arte urbana**: São Paulo: região central (1945-1998) – obras de caráter temporário e permanente. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2000.

PHILLIPS, Petter. **Briefing**: a gestão do projeto de design. 2. ed., São Paulo: Blucher, 2015.

PIGNATARI, Décio. **Contracomunicação**. São Paulo, SP: Perspectiva, 1971.

PIPA. **Berna Reale**. Disponível em <<http://www.pipa.org.br/pag/berna-reale/>>. Acesso em: 6 mai. 2018.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2013.

RAMOS, Célia Maria Antonacci. **Grafite, pichação & cia**. 1. ed. São Paulo, SP: Annablume, 1994.

RASQUILHA, Luís. **Coolhunting e pesquisa de tendências** – Observar, identificar e mapear as tendências e mentalidades emergentes do consumidor. São Paulo: Actual Editora, 2015.

RENFREW, Elinor; RENFREW, Colin. **Desenvolvendo uma coleção**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2010.

SAVING BANKSY. Direção: Colin Day. 2017. Disponível em <<https://www.netflix.com/watch/80160131?trackId=13752289&tctx=0%2C0%2C08a14895c6fb5da4f7cbd9b05471e016fe613afb%3A0e5590a24a8e4e4fede193a25295a075fbd20b29%2C%2C>>. Acesso em 20 mai. 2018.

SCHILLING, Bruno. Instagram. Disponível em <<https://www.instagram.com/brunoschilling/>>. Acesso em: 20 mai. 2018.

SEIVEWRIGHT, Simon. **Pesquisa e design**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

SOUZA, Jusamara Vieira; FIALHO, Vania Malagutti; ARALDI, Juciane. **Hip hop**: da rua para a escola. 3. ed. Porto Alegre, RS: Sulina, 2008.

SPINELLI, João J. **Alex Vallauri**: graffiti — fundamentos estéticos do pioneiro do grafite no Brasil. São Paulo: BEÍ Comunicação, 2010.

STRICKLAND, Carol; BOSWELL, John. **Arte comentada**: da pré-história ao pós-moderno. 5. ed. Rio de Janeiro, RJ: Edições de Ouro, 1999.

TAVARES, Fred. **Gestão da marca**: estratégia e marketing. Rio de Janeiro: E-paper, 2003.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda**: Planejamento de coleção. 4 ed. Brusque: D. Treptow, 2007.

XAVIER, Juarez Tadeu de Paula. **Marketing**: Fundamentos e processos. Curitiba: IESDE Brasil, 2009.

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca:** guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas. 3. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2012.

ANEXO A - Questionário Jotapê

1- Como começou no grafite, sua história com a arte

No início eu sempre tinha como referência os desenhos animados, histórias em quadrinhos e RPG. Comecei cedo a me interessar por tinta e cores. Me lembro de pedir de presente sprays e material para pintar como lápis aquareláveis e canetas.

2- No início grafitava o que, qual era a inspiração?

Minha principal motivação e inspiração foi as intervenções em stencil e pinturas murais que via na rua. Na época nem se falava muito de graffiti, somente se fosse a uma biblioteca ou em revistas de skate que tinham fotos de grafite nas páginas centrais. Isso era em 2001, eu estava recém começando.

3- Como aconteceu a evolução de sua arte no grafite?

Eu acredito que como qualquer outro trabalho, requer muito esforço e dedicação. Tive que pesquisar muito, me aproximar de amigos que faziam a mesma coisa, participar de projetos culturais onde existia espaço para oficinas e intervenções. Em 2005 teve o Forum Social Mundial e lá conheci pessoas de outros estados, aquilo foi uma porta para eu me envolver definitivamente neste estilo de vida. E foi assim que comecei a pensar na minha arte como meio de evolução pessoal e profissional.

4- Como surgiu o teu estilo, onde buscou inspiração pra ser o que é hoje?

Eu sempre tive influencia de desenhos na minha vida. Sempre fui curioso por colecionar selos, latinhas, figurinhas. Isto fez com que prestasse mais atenção nos rótulos, nas capas de revista e toda esta área visual. Foi aí que me deparei com a arte ancestral egípcia, arte africana e outras manifestações mais primitivas. Pensei em pintar algo relacionado a isso, e juntamente com as técnicas que aprendi pintando na rua, hoje mistura estas referências e utilizo materiais atuais para fazer como spray e tinta acrílica. Dessa forma criei um estilo próprio de pintar e interagir no mobiliário urbano, o que me fez potencializar meu trabalho autoral e expandir para além dos muros, em ilustrações digitais ou em produtos.

5- Percebe diferenças no estilo do grafite atual?

Muita coisa mudou, o material, a qualidade das tintas, o acesso à informação.

Nesses quase 18 anos eu tive a oportunidade de viajar e ver de perto vários artistas que eram referências pra mim, pintar com alguns deles, poder visitar museus famosos. Isto fez com que meu trabalho ganhasse mais força e consequentemente maior visibilidade no Brasil e no exterior.

6- Consegue classificar o teu estilo dentro do grafite?

Acredito que pode ser chamado de neo graffiti ou grafite futurista. Tento utilizar poucas linhas hoje, cores vibrantes e uma combinação harmoniosa, então o graffiti dessa forma se tornou um meio onde pude expandir meus conhecimentos para outras áreas como ambientação, fine art e trabalhos de ilustração digital, sendo hoje a minha profissão.

Em 2014 abrimos oficialmente nossa produtora de arte, a PaxArt, que desenvolve junto com mais uma equipe de artistas, projetos especiais de ambientação, publicidade e em parceria com arquitetos e designers.

ANEXO B - Questionário Bruno Schilling

1- Como começou no grafite, sua história com a arte

A história com a arte começou desde a infância, quando frequentava uma escola de arte infantil. Depois de um tempo, fui perdendo essa conexão com a arte que foi retomada através do graffiti. Comecei no graffiti depois de observar que pessoas da minha cidade estavam fazendo intervenções na rua que chamavam muito a atenção.

Fui muito influenciado por essas pessoas, que depois acabaram virando meus amigos. O começo no graffiti foi pintando em locais abandonados.

2- No início grafitava o que, qual era a inspiração?

No início eu fazia praticamente só letras, inspirado em um grupo que pintava muito e estava muito avançado pra época (2004). A inspiração era a pichação mesmo.

3- Como aconteceu a evolução de sua arte no grafite?

A evolução aconteceu com muita prática, muitos anos pintando na rua. Comecei a estudar outros estilos e a ser influenciado pelo Design Gráfico. Comecei a inserir elementos de Design no graffiti e acho que isso acabou influenciando na própria evolução do trabalho.

4- Como surgiu o teu estilo, onde buscou inspiração pra ser o que é hoje?

Comecei a estudar movimentos de arte como Op Art e Kinetic Art, fui buscando referências em alguns mestres da cor e da arte cinética como Carlos Cruz-Diez, Rafael Soto, Julio LeParc e Israel Pedrosa. Antes disso, tinha muita influência de Arte Africana, Bauhaus e Geometria Sagrada. Estilos musicais como Jazz e Afrobeat sempre estiveram ligados as criações, pois sempre busquei dar ritmo as pinturas.

5- Percebe diferenças no estilo do grafite atual?

Acho que hoje o Graffiti está mais contemporâneo, permitindo novas técnicas e outras linguagens. Mas a essência do graffiti sempre serão as letras.

6- Consegue classificar o teu estilo dentro do grafite?

Meu estilo é um cruzamento de linguagens, que começou na abstração de formas e evoluiu para uma pesquisa de cores, onde eu tento sempre estabelecer uma composição harmônica no meio de um conjunto cromático que sempre busca a melhor combinação entre as cores.

7- Atualmente, como acontece o processo criativo de suas artes?

Atualmente, eu faço um sketch a mão e tiro a ideia da cabeça. Depois do sketch a mão bem definido, eu levo pro computador e faço o trabalho mais grosso, que é aperfeiçoar o layout e deixar ele o mais bem resolvido o possível. Depois da parte digital bem definida e com todas as cores e formas posicionadas, levo para o muro ou tela e faço a execução.

ANEXO C - Questionário Maick

1- Como começou no grafite, sua história com a arte

Sempre desenhei, minha vida sempre esteve ligada ao desenho. Desde criança sempre ando com lápis e caderno. Eu fazia alguns pixos com amigos mas como curtia desenhar, o graffiti me chamou mais atenção. Em 99 conheci outros amigos que também estavam fazendo e aí não paramos mais.

2- No início grafitava o que, qual era a inspiração?

Eu tinha um personagem de um ratinho que fiz por um tempo, até começar a assinar SEI LÁ. Me inspiro muito cartoon e quadrinhos.

3- Como aconteceu a evolução de sua arte no grafite?

Acho que a internet e os novos materiais/sprays ajudaram o graffiti evoluir no mundo todo.

4- Como surgiu o teu estilo, onde buscou inspiração pra ser o que é hoje?

Me inspiro em quadrinhos, tipografia e meu estilo foi evoluindo com o tempo. Junto com a técnica do spray. É tudo uma questão de tempo. Quanto mais fazer, mais a pessoa evolui na qualidade do estilo.

5- Percebe diferenças no estilo do grafite atual?

Sim, hj tem muito mais pessoas fazendo e empurrando os limites do estilo. Além da internet.

6- Consegue classificar o teu estilo dentro do grafite?

Gosto de graffiti de letras mas também faço personagens.

7- Atualmente, como acontece o processo criativo de suas artes?

Surge no meio da correria do dia a dia. Trabalho com meu desenho, então sempre tenho q estar desenhando. Não tem muito tempo pra bloqueio mental. É trabalho diário em busca sempre de evoluir.

ANEXO D - Questionário Henrique oliveira

1 - Como começou no grafite, sua história com a arte

Então, a minha história com o grafite começou antes mesmo do grafite propriamente dito, acho que muitos grafiteiros começaram no picho, e eu comecei pichando aos 14 anos, com 15 fui preso pela primeira vez e como era menor, acabei sofrendo uma medida de pena paga em serviço comunitário, que foi uma pena de 1 mês trabalhando na creche lar do menor, e foi legal que o pessoal gostou de mim e segui fazendo trabalho voluntário. Depois disso dei um tempo, passei a não fazer nenhuma intervenção por um longo período. Sempre gostei de musica também, *hip-hop*, movimento que acho bem legal, sempre gostei de rap, Black-music, sempre gostei de arte, eu fiz vestibular pra história e sempre gostei de história da arte, os períodos da arte, sempre foi bem vivo em mim.

2 - No início grafitava o que, qual era a inspiração?

Eu comecei grafitando os personagens do jogo pac-man, eu achava legal, sempre curti e foi meus primeiros passos no grafite fazendo isso, em Montenegro ainda tem alguma coisa dos meus primeiros grafites.

3 - Como aconteceu a evolução de sua arte no grafite?

A minha evolução no grafite ela se deu com diversos segmentos, que foi na base de treino, prática, quanto mais fazia, melhor meu traço ficava, as transições de cores e assim foi evoluindo minha parte técnica, e com a evolução da parte técnica eu consegui colocar em pratica coisas um pouco mais complexas de fazer.

4 - Como surgiu o teu estilo, onde buscou inspiração pra ser o que é hoje?

Logo depois dessa minha fase inicial que eu comecei fazendo os personagens do pac-man, eu sempre achei muito legal o bomb, sempre que eu ia a Porto Alegre me chamava muita atenção o bomb, sempre achei um estilo irado, aquela coisa do role, de tu sair e fazer um bomb, claro que tem a diferença de tu fazer um bomb legal, em um espaço mais tranquilo faz um bomb mais elaborado, mas eu caí ali nas letras logo após a fase do pac-man, mas nunca me senti seguro, nunca achei tipo “bah, que afudê”, eu fazia porque eu gostava, mas não sentia que tinha me encontrado ali. Então fui fazendo bomb, e fui melhorando meu traço, transição de cores, sempre gostei muito de cubismo, sempre achei legais as formas do cubismo desde o tempo de colégio, sempre tendia pra um lado cubista, e minha inspiração é o cubismo atualmente, criei um personagem cubista.

5 - Percebe diferenças no estilo do grafite atual?

Eu acho que o grafite atual tem muitas possibilidades, muito rico em detalhes, se analisar do ponto de vista do início do movimento pra atualidade, pros dias de hoje, as gerações do grafite no Brasil, tudo o que evoluiu e a visibilidade que o grafite ganhou mundialmente, eu acho que não percebo tanto uma diferença no estilo, eu percebo mais uma evolução, maiores referências, maiores informações, maiores técnicas, maior qualidade de tinta, eu acho muito bom o grafite atual, acho que a gente deu passos longos. O grafite segue sendo uma intervenção urbana, mas atualmente vivemos um momento melhor do que já foi um dia.

6 - Consegue classificar o teu estilo dentro do grafite?

Não consigo classificar o meu estilo dentro do grafite, eu não faço realismo, não sou letrista, não faço bomb, não faço 3D, minha arte é bem livre, tenho minhas referências, mas não me vejo enquadrado dentro de um estilo, muitas pessoas já me falaram que meu grafite não se parece tanto com o grafite que se vê todos os dias, talvez pela maneira que eu coloco meus traços, como eu faço, mas não me vejo dentro de nenhuma divisão do grafite.

7 - Atualmente, como acontece o processo criativo de suas artes?

O meu processo criativo, eu desenho em casa, costumo fazer um esboço, uma idéia do que vou colocar na rua, primeiramente em casa no papel e depois muro. Vale ressaltar que o grafiteiro tem muito uma marca registrada, de personagem, então tu faz um trampo, mas sempre com aquela mesma característica, tudo muito parecido.

ANEXO E - Questionário Mariana Castelo

1 - Como começou no grafite, sua história com a arte

Minha mãe é prof de artes. Ela apenas deu sequência no incentivo criativo que toda criança possui. E eu segui nesse trajeto.

2 - No início grafitava o que, qual era a inspiração?

Sempre fui curiosa e nunca gostei das mesmices da vida. Por isso busquei no grafite uma outra plataforma de pintura e intervenção artística

3 - Como aconteceu a evolução de sua arte no grafite?

Assim: criança criativa, minha mãe incentivando através da percepção dela como prof de Artes, segui experimentando técnicas em casa, depois na faculdade, em paralelo à faculdade, me graduei e nunca parei.

4 - Como surgiu o teu estilo, onde buscou inspiração pra ser o que é hoje?

Não existe essa de inspiração. Não acredito muito nisso não. Acredito no acaso que rola dentro do processo criativo. Seja organizando o ambiente de trabalho numa faxina, assistindo um filme, escutando algum álbum bacana, spotify, atelier em movimento e "ploft!" A inspiração é trabalho e curiosidade. Simples assim.

5 - Percebe diferenças no estilo do grafite atual?

Muito. Hoje deixo surgir tudo na hora. Mesmo que role algum esboço meu grafite será sempre mais pintura do que grafiti. Porquê deixo ele acontecer e se mostrar pra mim.

6 - Consegue classificar o teu estilo dentro do grafite?

Não. Hehueh Não sei se me defino muito apenas como grafiteira. Prefiro artista mesmo.

7 - Atualmente, como acontece o processo criativo de suas artes?

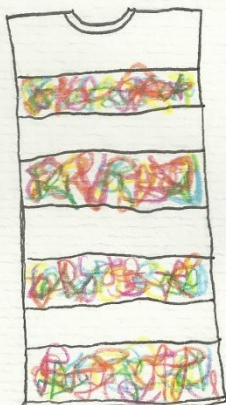
Acho que na questão 4 respondo mais ou menos isso. Lembrei de uma entrevista muito bacana que fiz vinda de um projeto magnânimo de uma artista muito querida chamada Nini, sobre mulheres artistas. Sejam elas grafiteiras, pintoras, gravuristas, tatuadoras,... Acho que esse link da entrevista será mais amplo pro que tu espera: <http://projetocuradoria.com/mariana-castello/>

APÊNDICE - Croquis





costas
vestido



Vestido com dobras
horizontais

costas
casaco



Casaco com dobras
irregulares nas
mangas e estampa
pa

Casaco com
dobras horizontais
apenas nas mangas
sem estampa

Vestido com dobras hori-
zontais e todo estampado
na frente.

















APÊNDICE – Fichas técnicas

FICHA TÉCNICA DE PROTOTIPIA

	Estilista: Sabrina Azevedo dos Santos	Referência: CAL01
	Produto: Calça	Coleção: Dobra Manifesto
	Modelista: Sabrina Azevedo dos Santos	Data: 08/10/2018
	Grade de tamanhos:	TM peça piloto: 42 masculino
DESENHO TÉCNICO (frente / costas)		
Maquinário: reta industrial Margem de costura: 2 cm Acabamento interno: costura francesa (1cm) Pesponto barra: 2 cm		
Medidas do modelo: Altura: 1,73 cm Busto: 98 cm Cintura: 84 cm Quadril: 101 cm Outras:	Amostras dos tecidos:	

DESCRIÇÃO TÉCNICA DETALHADA DO PRODUTO
Calça de tyvek produzida no tamanho 42. Fazer cós duplo e com aberturas na frente para fita de ajuste. Aplicar dobras na barra depois da primeira prova.

MATÉRIA-PRIMA						
TECIDO	Cor	Largura	Composição	Fornecedor	Custo	Consumo
1. Tyvek	Branco	1,52	100% polietileno	DuPont	R\$ 29,78/m	130cm
2.						

AVIAMENTOS					
Descrição	Cor	Composição	Fornecedor	Custo	Consumo
Fita elástica 13mm	Preto	70% poliéster; 30% elastodieno	Miriam Aviamentos	R\$ 1,00 / m	140 cm
Linha de nylon	Branco	100% poliamida	Linhanyl		

TERCEIRIZAÇÕES				
Descrição	Referência	Fornecedor	Custo	
1. Estampa	Estampa1	Dobra	R\$ 5,00/ m	
2.				

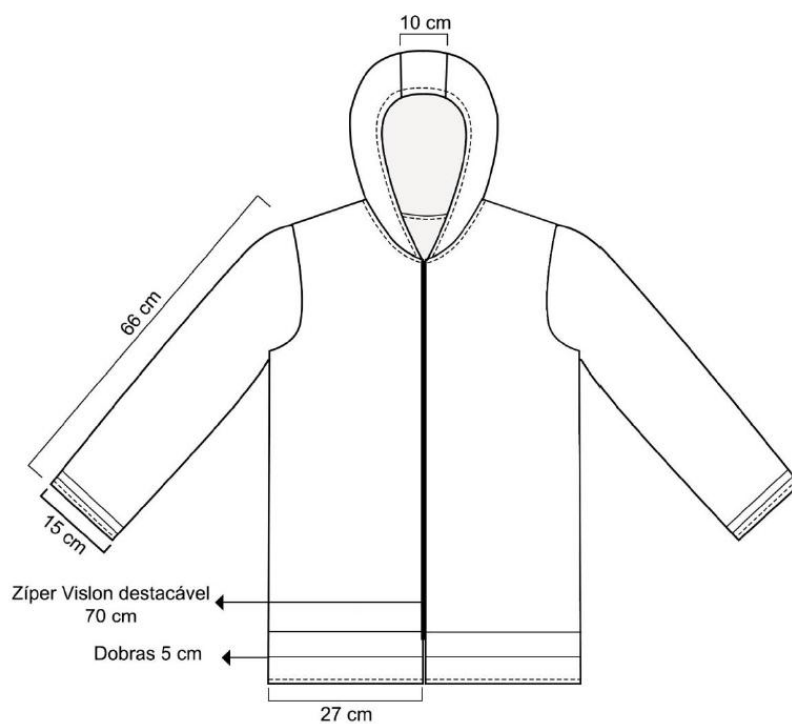
REGISTROS SOBRE TESTES DE VESTIBILIDADE
1º prova: Cortar 2 cm na barra antes de aplicar as dobras. 2º prova: Ok

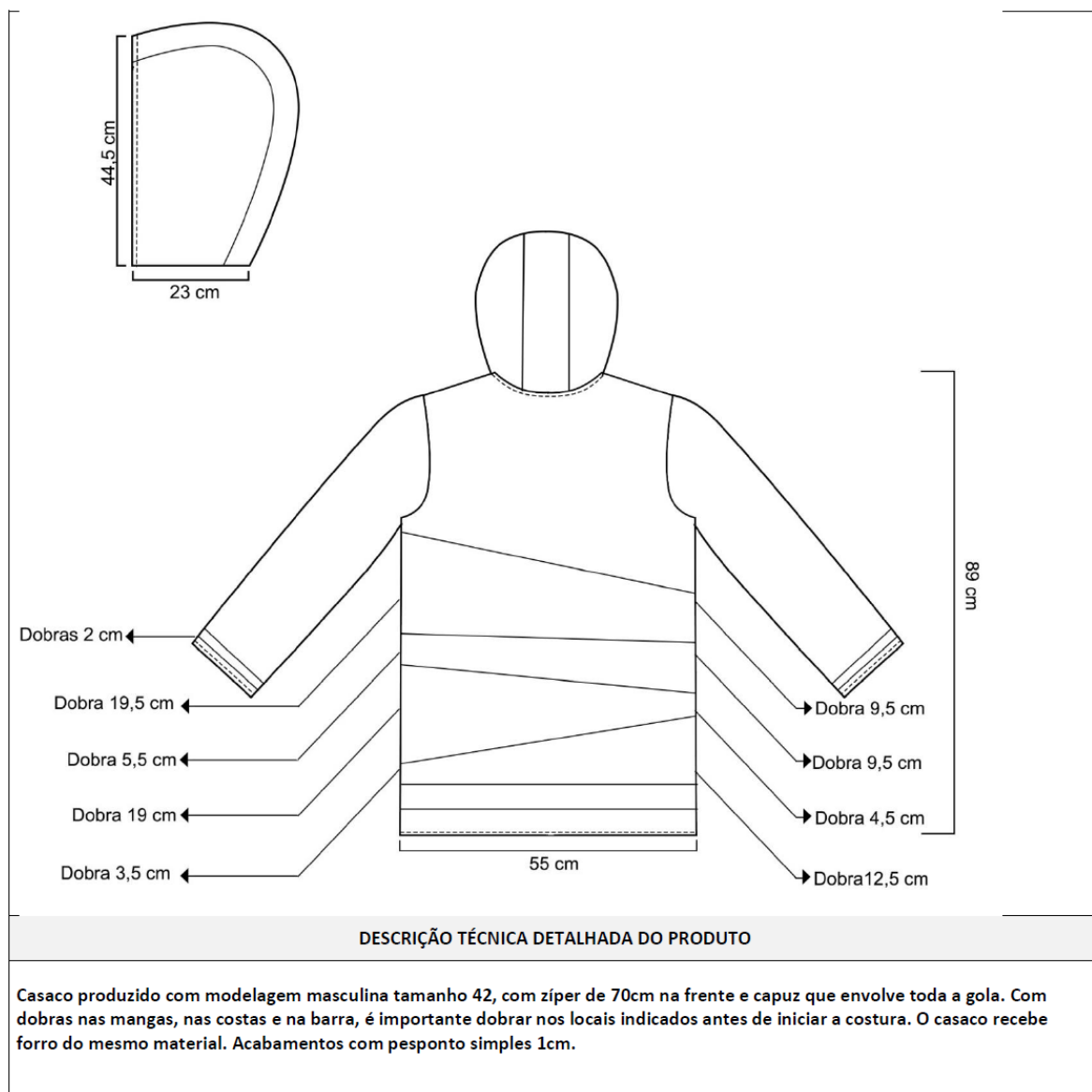
Data de aprovação: 12/10/2018 . Responsável: Sabrina Azevedo dos Santos .

FICHA TÉCNICA DE PROTOTIPIA

	Estilista: Sabrina Azevedo dos Santos	Referência: CAS01
	Produto: Casaco	Coleção: Dobra Manifesto
	Modelista: Sabrina Azevedo dos Santos	Data: 08/10/2018
	Grade de tamanhos:	TM peça piloto: 42 masculino

DESENHO TÉCNICO (frente / costas)





MATÉRIA-PRIMA						
TECIDO	Cor	Largura	Composição	Fornecedor	Custo	Consumo
1. Tyvek	Branco	1,52	100% polietileno	DuPont	R\$ 29,78/m	200 cm
2.						

AVIAMENTOS					
Descrição	Cor	Composição	Fornecedor	Custo	Consumo
Zíper vislon destacável	Preto	100% poliéster	Quezip	R\$ 1,25/m	60 cm

Cursor para zíper	Preto	Metal	Quezip	R\$ 0,15/uni.	1 uni.
Linha de nylon	Branco	100% poliamida	Linhanyl		

TERCEIRIZAÇÕES				
Descrição	Referência	Fornecedor	Custo	
1. Estampa	Estampa1	Dobra	R\$ 5,00/ m	
2.				

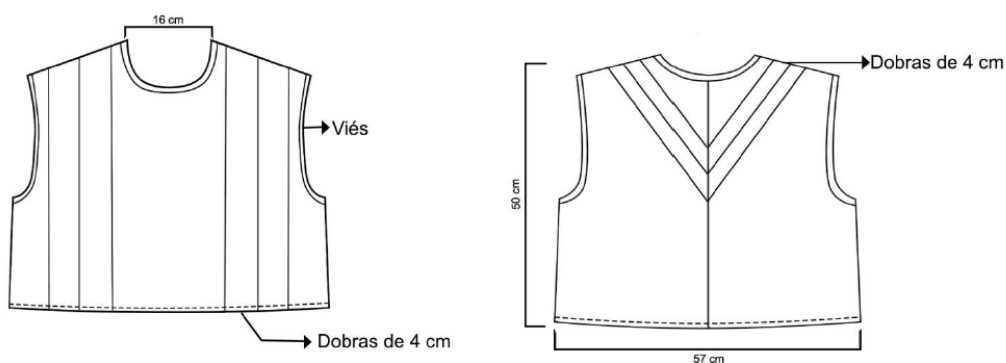
REGISTROS SOBRE TESTES DE VESTIBILIDADE
1° prova: Ajuste lateral e na cava, aumentar margem de costura. 08/10/2018 1° prova: Ok

Data de aprovação: 12/10/2018 . Responsável: Sabrina Azevedo dos Santos .

FICHA TÉCNICA DE PROTOTIPIA

	Estilista: Sabrina Azevedo dos Santos	Referência: REG01
	Produto: Regata	Coleção: Dobra Manifesto
	Modelista: Sabrina Azevedo dos Santos	Data: 08/10/2018
	Grade de tamanhos:	TM peça piloto: 42 masculino

DESENHO TÉCNICO (frente / costas)



Medidas do modelo:

Altura: 1,74 m
 Busta: 89 cm
 Cintura: 70 cm
 Quadril: 90 cm

Amostras dos tecidos:

DESCRIÇÃO TÉCNICA DETALHADA DO PRODUTO
Regata com dobras verticais na parte da frente e dobras na diagonal na parte de trás. Acabamento com viés de na gola e na cava. Pesponto simples de 1 cm na barra. Importante dobrar a peça nos locais indicados antes de iniciar a costura

MATÉRIA-PRIMA						
TECIDO	Cor	Largura	Composição	Fornecedor	Custo	Consumo
1. Tyvek	Branco	1,52	100% polietileno	DuPont	R\$ 29,78/m	60 cm
2.						

AVIAMENTOS					
Descrição	Cor	Composição	Fornecedor	Custo	Consumo
Viés	Branco	100% acetato	Miriam aviamentos	R\$ 10,00/ rolo	126 cm
Linha de nylon	Branco	100% poliamida	Linhanyl	R\$ 11,00	

TERCEIRIZAÇÕES				
Descrição	Referência	Fornecedor	Custo	
1. Estampa	Estampa1	Dobra	R\$ 5,00/ m	
2.				

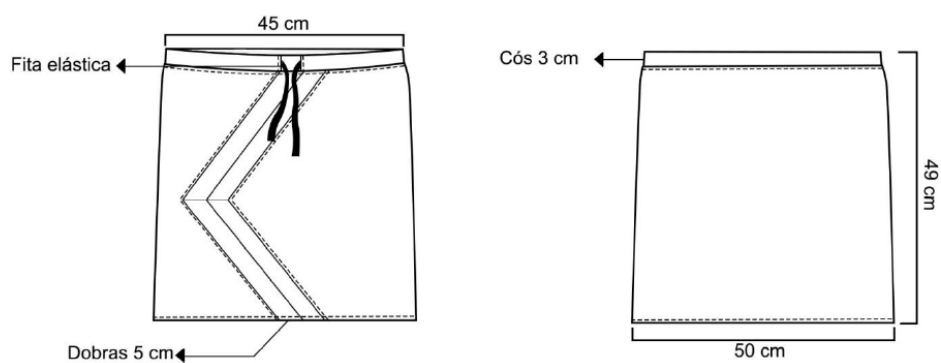
REGISTROS SOBRE TESTES DE VESTIBILIDADE
1ª prova: aumentar gola 2ª prova: ok

Data de aprovação: 21/11/2018 . Responsável: Sabrina Azevedo dos Santos .

FICHA TÉCNICA DE PROTOTIPIA

	Estilista: Sabrina Azevedo dos Santos	Referência: SAI01
	Produto: Saia	Coleção: Dobra Manifesto
	Modelista: Sabrina Azevedo dos Santos	Data: 08/10/2018
	Grade de tamanhos:	TM peça piloto: 42 masculino

DESENHO TÉCNICO (frente / costas)



Medidas do modelo:

Altura: 1,74 cm
 Busta: 89 cm
 Cintura: 70 cm
 Quadril: 90 cm

Amostras dos tecidos:

DESCRIÇÃO TÉCNICA DETALHADA DO PRODUTO						
Saia com dobras na frente, e estampa nas dobras. Cós de 3cm, pesponto simples na barra de 1 cm. Fita elástica na cintura para ajuste.						

MATÉRIA-PRIMA						
TECIDO	Cor	Largura	Composição	Fornecedor	Custo	Consumo
1. Tyvek	Branco	1,52	100% polietileno	DuPont	R\$ 29,78/m	60 cm
2.						

AVIAMENTOS					
Descrição	Cor	Composição	Fornecedor	Custo	Consumo
Fita elástica 13 mm	Preto	70% poliéster 30% elastodieno	Miriam aviamentos	R\$ 1,00/m	120 cm
Linha de nylon	Branco	100% poliamida	Linhanyl	R\$ 11,00	

TERCEIRIZAÇÕES				
Descrição	Referência	Fornecedor	Custo	
1. Estampa	Estampa1	Dobra	R\$ 5,00/ m	
2.				

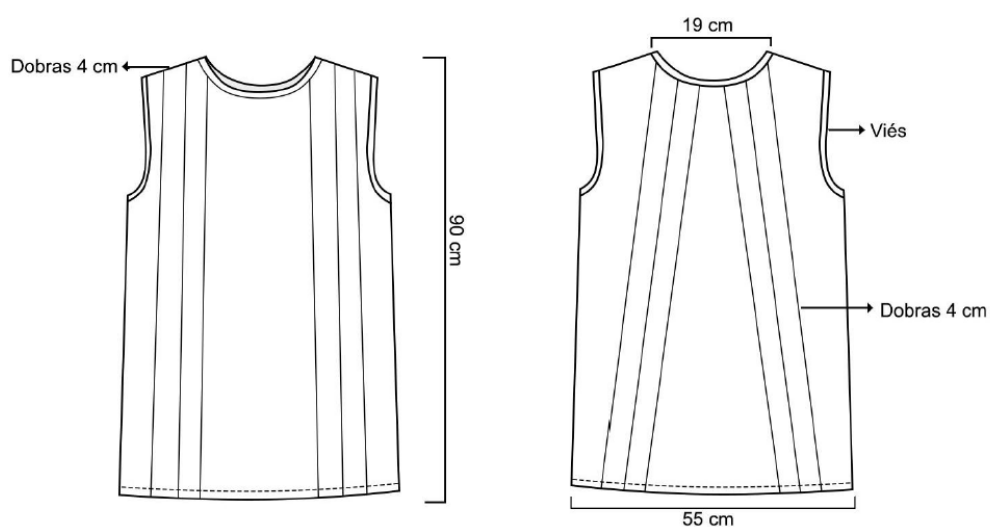
REGISTROS SOBRE TESTES DE VESTIBILIDADE
1º prova: reduzir 3 centímetros de toda lateral (muito grande na modelo). 2ª prova: ok

Data de aprovação: 15/11/2018 . Responsável: Sabrina Azevedo dos Santos .

FICHA TÉCNICA DE PROTOTIPIA

	Estilista: Sabrina Azevedo dos Santos	Referência: VES01
	Produto: Vestido	Coleção: Dobra Manifesto
	Modelista: Sabrina Azevedo dos Santos	Data: 08/10/2018
	Grade de tamanhos:	TM peça piloto: 42 masculino

DESENHO TÉCNICO (frente / costas)



Medidas do modelo:

Altura: 1,73 cm

Busto: 98 cm

Cintura: 84 cm

Quadril: 101 cm

Amostras dos tecidos:

Outras:
DESCRIÇÃO TÉCNICA DETALHADA DO PRODUTO
Vestido produzido com modelagem masculina tamanho 42. Com dobras na verticais na frente e diagonais nas costas. Acabamento com pesponto simples de 1 cm na barra. Acabamento com viés no decote e cavas. Importante dobrar nos locais indicados antes de iniciar a costura.

MATÉRIA-PRIMA						
TECIDO	Cor	Largura	Composição	Fornecedor	Custo	Consumo
1. Tyvek	Branco	1,52	100% polietileno	DuPont	R\$ 29,78/m	90 cm
2.						

AVIAMENTOS					
Descrição	Cor	Composição	Fornecedor	Custo	Consumo
Viés de cetim	Branco	100% acetato	Miriam aviamentos	R\$ 10/ o rolo	126 cm
Linha de nylon	Branco	100% poliamida	Linhanyl		

TERCEIRIZAÇÕES				
Descrição	Referência	Fornecedor	Custo	
1. Estampa	Estampa1	Dobra	R\$ 5,00/ m	
2.				

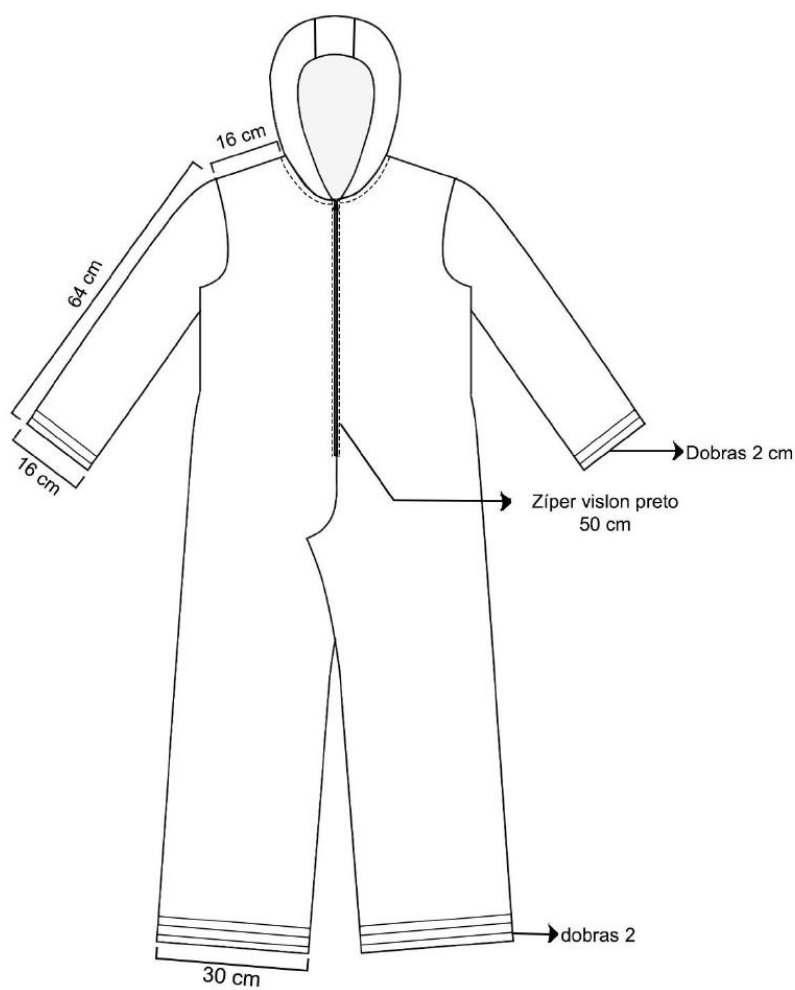
REGISTROS SOBRE TESTES DE VESTIBILIDADE
1° prova: Ajuste lateral e na cava. 26/10/2018 2° prova: Ok

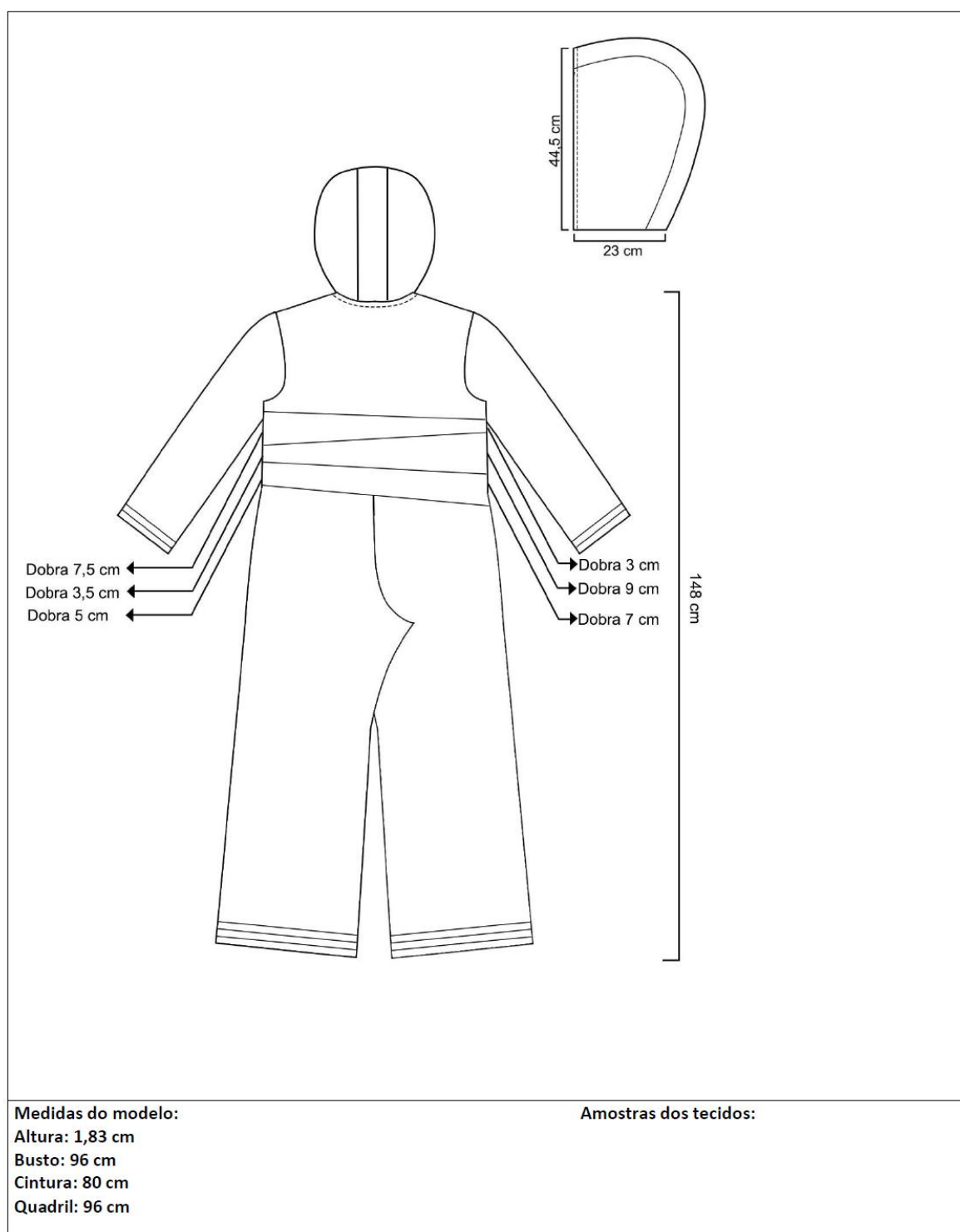
Data de aprovação: 01/11/2018 . Responsável: Sabrina Azevedo dos Santos .

FICHA TÉCNICA DE PROTOTIPIA

	Estilista: Sabrina Azevedo dos Santos	Referência: MAC01
	Produto: Macacão	Coleção: Dobra Manifesto
	Modelista: Sabrina Azevedo dos Santos	Data: 08/10/2018
	Grade de tamanhos:	TM peça piloto: 42 masculino

DESENHO TÉCNICO (frente / costas)





DESCRIÇÃO TÉCNICA DETALHADA DO PRODUTO
Macacão com dobras irregulares nas costas. Importante dobrar nos locais indicados antes de iniciar a costura. Abertura através de um zíper frontal, dobras nos punhos das mangas e na barra.

MATÉRIA-PRIMA						
TECIDO	Cor	Largura	Composição	Fornecedor	Custo	Consumo
1. Tyvek	Branco	1,52	100% polietileno	DuPont	R\$ 29,78/m	180 cm
2.						

AVIAMENTOS					
Descrição	Cor	Composição	Fornecedor	Custo	Consumo
Zíper vislon	Preto	100% poliéster	Quezip	R\$ 1,25/m	60 cm
Cursor para zíper	Preto	Metal	Quezip	R\$ 0,15/uni.	1 uni.
Linha de nylon	Branco	100% poliamida	Linhanyl		

TERCEIRIZAÇÕES				
Descrição	Referência	Fornecedor	Custo	
1. Estampa	Estampa1	Dobra	R\$ 5,00/ m	
2.				

REGISTROS SOBRE TESTES DE VESTIBILIDADE
1° prova: ok

Data de aprovação: 10/11/2018 . Responsável: Sabrina Azevedo dos Santos .