

CRIA SUBURBANO

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”

Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design
Departamento de design

CRIA SUBURBANO

Uma coleção de camisetas de futebol voltadas para moda

Eduardo de Moraes Ferracioli

Bauru
2023

F368c	Ferracioli, Eduardo de Moraes
	Cria suburbano : uma coleção de camisetas de futebol voltadas para moda / Eduardo de Moraes Ferracioli. -- Bauru, 2024
	130 f. : il., fotos
	Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Design) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru
	Orientadora: Ana Beatriz Pereira de Andrade
	Coorientador: Juarez Tadeu de Paula Xavier
	1. Moda. 2. Antirracismo. 3. Indústria têxtil. 4. Fotojornalismo. 5. Uniformes esportivos. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

À todos os artistas das periferias e jovens negros do Brasil.

“A PERIFERIA NOS UNE PELO AMOR, PELA DOR E PELA COR.
DOS BEBOS E VIELAS HÁ DE VIR A VOZ QUE GRITA CONTRA O
SILÊNCIO QUE NOS PUNE. EIS QUE SURGE DAS LADEIRAS UM
POVO LINDO E INTELIGENTE GALOPANDO CONTRA O PASSADO. A
FAVOR DE UM FUTURO LIMPO, PARA TODOS OS BRASILEIROS”



SÉRGIO VAZ
MANIFESTO DE ANTROPOFAGIA PERIFÉRICA

Finalização de ciclos nunca é uma tarefa fácil, e este não foi uma exceção. Por esta razão tenho muitos agradecimentos a fazer.

Sou imensamente grato a quem me ajudou nesse momento acadêmico. Aos professores do departamento de Design e da UNESP em um geral, em especial aos meus orientadores Ana Beatriz Pereira de Andrade e Juarez Tadeu de Paula Xavier, agradeço pelo apoio, paciência e conselhos que foram de grande valia para a construção deste projeto. Agradeço também aos amigos que encontrei e compartilhei tanto durante esses anos de Universidade.

Um obrigado bem especial também aos amigos que toparam me ajudar a produzir as fotos sendo fotografados, Thiago, Sant, Vini e Fer. Me ajudaram imensamente, muito obrigado!

Agradeço imensamente ao pessoal que trabalha comigo na GS Wear, principalmente ao Seu Edilson, que foi a pessoa que me ensinou tudo que sei sobre modelagem e produção em geral, e a Roseli, que costurou e me ajudou a produzir todas as peças, sem eles esse projeto nunca teria sido possível.

Sou eternamente grato a minha família Bauruense, a República Ponto, que me acolheu desde o primeiro dia que cheguei aqui e fez parte de todos os momentos que vivi na Universidade.

Agradeço também a Tati, que além de amiga e companheira de vida, me inseriu nesse universo da moda, me apoia em todos momentos da minha vida, me ajudou a tirar as fotos pra coleção e em todo projeto! Muito obrigado, Te amo!

Por fim, o agradecimento mais especial vai para minha família. À minha mãe Édina, minha maior referência de vida, que sempre deu tudo de si para me criar com educação e respeito, sem deixar faltar nada mesmo em meio às dificuldades, sem ela eu não seria nada do que eu sou. As minhas irmãs Caroline e Maria Clara, por todo companheirismo, risadas, choros e trocas. A minha tia-madrinha Maria das Graças, que é sem dúvidas uma das pessoas mais batalhadoras e fortes que conheci, ao mesmo tempo que é uma das pessoas mais carinhosas e cuidadosas que conheci. E ao meu pai, Márcio, por todo apoio.

Resumo

Cria Suburbano, é um projeto que se propõe a lançar uma coleção autoral de Camisetas de Time chamada "Cria Suburbano", através da marca "Dicria". Uma marca de moda periférica, que explora diversos vieses desde a moda esportiva, periférica e a alta costura moderna.

Palavras-chave: moda, antirracismo, indústria têxtil, fotojornalismo, uniformes esportivos

Abstract

Cria Suburbano, is a project that aims to launch an original collection of team jerseys called "Cria Suburbano" through the brand "Dicria". It is a peripheral fashion brand that explores various aspects, ranging from sports and peripheral fashion to modern haute couture.

Keywords: fashion, antiracism, textile industry, photojournalism, sports uniforms

Índice

1. Introdução	09
2. Base Teórica	11
2.1 Pensamento Decolonial	11
2.2 Identidades Híbridizadas	13
2.3 A moda como fator de representação e significação social	14
3. O Projeto	15
4. Pré-Projeto	16
4.1 Sobre mim e o começo de tudo	17
4.2 Camiseta de futebol	18
4.3 Painel Visual	20
4.4 Referências conceituais e fotográficas	21
5. A Marca	31
5.1 O Cria, a marca e a coleção	31
5.2 Identidade Visual	33
6. Produção	43
6.1 Estrutura do projeto	44
6.2 Processo de Produção	47
7. Pós-Produção	76
7.1 Projeto editorial fotográfico	77
7.2 Escolha dos modelos	77
7.3 Ensaio fotográfico	78
7.4 Edição, ajustes e finalização	78
8. Resultado	79
9. Conclusão	126
10. Referências	128

1. Introdução

“FICA ENTENDIDO QUE O CONCEITO DE MODA DIFUNDIDO PELAS ELITES NUNCA DEU CONTA DE CELEBRAR AS RIQUEZAS ESTÉTICAS, HISTÓRICAS E CULTURAIS QUE SE INSURTEM EM NARRATIVAS E DISCURSOS E MOVIMENTOS NAS BRECHAS DAS SOCIEDADES. SÃO ESSAS VOZES AS QUE SEMPRE PENSARAM O VESTIR COMO UMA EXPRESSÃO DE ARTE E COMO UMA MANEIRA DE SE COMUNICAR E CONTAR OUTRAS TANTAS HISTÓRIAS”

(PEREIRA, 2020, on-line).

A moda tem uma longa história entre as civilizações e não pode ser atribuída a um local ou momento específico, porém a ideia de moda que temos hoje em dia surgiu no Ocidente, na época do Renascimento, onde desempenhava papel de distinção social, uma vez que as roupas não eram acessíveis a todas as classes e, consequentemente, pela forma como se vestia, era possível identificar a qual camada social aquela pessoa pertencia. Se apoiando nessa origem, a fim de construir uma zona de influência de escala global, o conceito de bonito e elegante se baseia na cultura eurocêntrica, o que resulta na invisibilização de outras culturas. O mundo dos desfiles, onde só quem recebe convite participa, é marcado pela presença de modelos supermagras e brancas em sua grande maioria. As famosas maisons francesas de alta-costura, com todas as suas regras de etiqueta e comportamento, são exemplos disso.

“Mas e a moda das ruas? E a possibilidade de pensar a moda a partir das memórias de família e do que aprendemos com o nosso entorno? [...] Pensar a moda como uma expressão cultural e, portanto, inserida em um contexto cultural, fruto de ações coletivas, é pensar esse universo não só como ação de empresas e de marcas.” (PEREIRA, 2020, on-line). Ao deslocar o ponto de interesse dos grandes produtores culturais e olhar para quem estava às margens nos processos culturais e sociais, dá o protagonismo para outras experiências. São as possibilidades do pensamento decolonial como uma forma de saber que nos ajudam a pensar a moda como um potente registro histórico e social de expressões culturais.

Nesse emaranhado de conceitos, a moda então se vê não apenas como cheia de superficialidade, mas como um fato social que, baseado em construções sociais coletivas, tem o poder de dar a representatividade que algumas parcelas da população lutam para conseguir. O significado da representação, em relação à moda da juventude negra de periferia, não está nas peças individualizadas escolhidas para vestir, mas sim na ideia de criar novas perspectivas fora da moda tradicional que abarque a cultura e corpos de periferia, já que isso não acontece nas vias tradicionais.

A frase de Hanayrá Negreiros, que abre este capítulo, também o sintetiza. O conceito de moda difundido pelas elites nunca deu conta de celebrar as riquezas estéticas, históricas e culturais que se insurgem em narrativas, discursos e movimentos nas brechas das sociedades. É justamente sobre autoestima do que é ser negro e periférico que se baseia esse projeto. Mostrar como nossa cultura também é potência e que ela não é maior ou menor que as outras. Mas sim uma forma de resistência e uma maneira de se colocar no mundo.



2. Base Teórica

2.1 Pensamento Decolonial

No âmbito dos estudos pós-coloniais, o conceito de Sul Global é adotado para se referir tanto ao terceiro mundo quanto ao conjunto de países em desenvolvimento. No processo de colonização dessas terras, houve a imposição de um sistema de exploração sobre os corpos locais, de expropriação de terras e saberes, com o propósito de atender às demandas dos colonizadores europeus. Com o intuito de estabelecer controle sobre esses povos e explorar os recursos naturais das terras recém “descobertas”, os colonizadores desvalorizaram substancialmente os povos originários em diversos aspectos intrínsecos a eles, como a visão de mundo, estrutura social, manifestações culturais e formas de trabalho, entre outros. Subjugados e rotulados de selvagens, seus territórios e recursos naturais foram transformados em alvo de disputas e instrumentos de poder. Este fenômeno persiste como uma narrativa complexa, com repercussões que transcendem as eras coloniais. Sobre isso, Aníbal Quijano pontua:

A formação de relações sociais fundadas nessa idéia, produziu na América identidades sociais historicamente novas: índios, negros e mestiços, e redefiniu outras. [...] E na medida em que as relações sociais que se estavam configurando eram relações de dominação, tais identidades foram associadas às hierarquias, lugares e papéis sociais correspondentes, com constitutivas delas, e, conseqüentemente, ao padrão de dominação que se impunha. [...] Com o tempo, os colonizadores codificaram como cor os traços fenotípicos dos colonizados e a assumiram como a característica emblemática da categoria racial (QUIJANO, 2005, p. 117).

Surge então, na década de 70, o movimento pós-colonial, uma corrente teórica e cultural que emergiu principalmente como uma resposta crítica às consequências duradouras do colonialismo. A essência do movimento, está, principalmente, na análise das relações de poder, identidades e representações culturais resultantes do período colonial e no reconhecimento das complexidades inerentes às interações entre colonizadores e colonizados.

Oferecendo uma perspectiva mais radical na busca por uma justiça global e pela superação das heranças coloniais, emerge então, o pensamento decolonial. Enquanto o colonialismo descreve o processo de expansão e dominação de uma nação sobre outras, a colonialidade fala sobre as consequências duradouras e aos padrões de poder que persistem mesmo após o fim do domínio colonial formal.

A globalização em curso é, em primeiro lugar, a culminação de um processo que começou com a constituição da América e do capitalismo colonial/moderno e eurocentrado como um novo padrão de poder mundial. Um dos eixos fundamentais desse padrão de poder é a classificação social da população mundial de acordo com a idéia de raça, uma construção mental que expressa a experiência básica da dominação colonial e que desde então permeia as dimensões mais importantes do poder mundial, incluindo sua racionalidade específica, o eurocentrismo. Esse eixo tem, portanto, origem e caráter colonial, mas provou ser mais duradouro e estável que o colonialismo em cuja matriz foi estabelecido. Implica, conseqüentemente, num elemento de colonialidade no padrão de poder hoje hegemônico (QUIJANO, 2005, p. 117).

O pensamento decolonial vem como uma perspectiva crítica que questiona as narrativas dominantes, desafia as hierarquias estabelecidas e busca dismantelar estruturas de poder decorrentes do colonialismo. Originado nas discussões acadêmicas e filosóficas, especialmente nas Américas Latina e África, o pensamento decolonial busca dar voz às experiências marginalizadas e desconstruir as visões eurocêtricas que moldaram a moda ao longo do tempo.

2.2 Identidades Híbridizadas

A cultura negra se apresenta de maneira fluida. Essa constante movimentação cultural desempenha um papel fundamental na formação da cultura periférica. Ser negro e pertencer à periferia se torna uma nova identidade que age de forma política e cultural. Isso decorre dos processos históricos aos quais nós protagonizamos. Observar a história da integração do negro na sociedade brasileira escancara a compreensão do processo de marginalização dessa população. Entre isso e inúmeros outros fatores que abrangem desde o término da escravidão no Brasil até a constituição das periferias urbanas de hoje, é possível ver porque a maioria das populações periféricas é composta por negros e pardos, e junto a isso, pobres.

A autora Lélia Gonzalez (1988) criou o termo “amefricanidade” visando abordar a complexidade da identidade afro-brasileira e as experiências da diáspora africana nas Américas. Lélia (1988) buscava transcender as categorias tradicionais e simplificadoras de identidade, propondo uma abordagem que reconhecesse a riqueza das influências africanas nas Américas e a formação de uma identidade única e complexa.

O conceito de amefricanidade fala justamente sobre essa fluidez e identidades híbridizadas. “Os negros recém chegados nas Américas foram alvos do desraizamento das suas terras de origem e começaram um processo de constante transformação de suas identidades, na qual é reelaborada para uma identidade mesclada ao trauma de origem, que seria a escravidão e a diáspora, junto das outras realidades nesta terra nova, onde terão contato com outras pessoas e costumes.” (BASTOS, 2021, p. 25).

A hibridização cultural, nesse contexto, refere-se à fusão dinâmica de elementos culturais diversos, onde práticas, símbolos, rituais e expressões artísticas são reelaborados em um novo contexto. Essa hibridização destaca a adaptabilidade das culturas afrodescendentes às condições locais, bem como a criação de formas culturais únicas e dinâmicas. Elementos da cultura negra, enraizados na diáspora africana e experiências históricas, são reinterpretados e integrados à realidade das periferias urbanas, contribuindo para a formação de identidades culturais mescladas.



2.3 A moda como fator de representação e significação social

O termo periferia é um termo crítico, que além de seu sentido geográfico, adquiriu também uma dimensão política. Pensando nisso, o autor Tiarajú Pablo D'Andrea (2013) reflete em suas pesquisas sobre essas particularidades que incluem o recente uso do termo periferia de forma política, no qual as pessoas, principalmente jovens negros, tomam para si o ser periférico como algo de que se deve ter orgulho. Esse crescente sentimento de orgulho em ser da quebrada foi precedido pela juventude negra que, ao ter consciência de sua identidade racial, auxilia e movimenta o desenvolvimento do orgulho em ser periférico. Sobre isto, a autora Liliane Pereira Braga, comenta: “sem a presença negra nas periferias, as estéticas que se têm hoje nos centros e nas bordas certamente seriam outras” (BRAGA, 2012, p. 2).

Foi pelo olhar e pelo fazer da população negra que se deram as misturas de manifestações culturais e artísticas de diferentes etnias de africanos, europeus e nativos (povos naturais das Américas chamados pelos europeus de indígenas), resultando em elaborações estéticas presentes nas ruas e nos quintais das regiões que passaram a se chamar “periferias”. (BRAGA, 2012, p. 1).

E é nesse espaço de orgulho e resistência que a moda periférica começa a ganhar cada vez mais força. Os jovens orgulhosos de suas identidades criaram um ambiente em que ser negro e periférico é belo e forte. Conseguiram, depois de muito tempo, sentir orgulho de si, de seu cabelo, de sua cor. A moda foi fundamental para a consolidação de algo que havia se perdido nas centenas de anos da escravidão: a identidade desse povo. A moda negra de periferia é, nesse sentido, um ambiente em que essas pessoas podem se posicionar de modo estético e político. Ela se torna um espaço para que os jovens mostrem seu potencial artístico e apresente suas origens negras, periféricas, funkeiras, do samba, do hip-hop e de vastos outros grupos periféricos.

3. O Projeto



Trazer “a diversidade para o centro da discussão, é um importante passo para começarmos a descolonizar o olhar e projetarmos futuros possíveis e mais plurais a partir da elaboração de um pensamento que pode assumir uma característica anticapitalista e produzir efetivamente a valorização de processos de criação além daquelas das grandes indústrias” (PEREIRA, 2020, on-line). Em um mundo polarizado e dominado pela hegemonia europeia e grandes marcas corporativas que se apropriam de identidades culturais a fim de obter uma falsa representatividade, o projeto nasce justamente dessa ânsia de criar algo que represente o ato político de se vestir, algo que conta mais sobre suas origens, de se expressar através da moda a fim encará-la enquanto ferramenta cultural e desenvolvedor da auto estima periférica.

Cria Suburbano é uma coleção de camisetas de futebol voltadas para a moda negra e periférica, lançada através da marca DICRIA. A proposta da coleção, e da marca, é unir a moda com a valorização das raízes culturais, pensando em roupas casuais no estilo streetwear inspiradas em elementos que tragam identidade e auto estima através da moda de resistência.



4. Pré-Projeto

4.1 Sobre mim e o começo de tudo

O projeto começou de uma forma não muito convencional. Quando procurei a faculdade de Design, a minha intenção era de me tornar um ilustrador conceitual de personagens fictícios e fantásticos, porém, no final das contas, acabei envolvido em um projeto que representa a minha realidade cultural em uma linguagem completamente diferente: a moda.

Quando criança eu não me considerava uma pessoa muito envolvida com a moda. Na minha cabeça não era uma questão tão importante, até eu começar a entender que dependendo de como eu me vestia a forma que as pessoas me encaravam era totalmente diferente. E foi assim que meu apreço pela moda foi se desenvolvendo em volta do meu auto reconhecimento enquanto uma pessoa preta. Quanto mais eu me aproximava da auto aceitação e orgulho, mais eu começava a pensar em como a forma que eu me vestia representava muito do que eu realmente sou. O que, infelizmente, foi um processo bem lento, já que se aceitar enquanto uma pessoa negra de fato é um longo processo de resistência. Confesso que nunca tive conflitos em relação à minha origem pobre, que sempre comuniquei com orgulho, mas levei muitos anos para me reconhecer como um homem negro,

Tenho 30 anos, mas sou negra há dez. Antes, era morena. [...] Minha mãe, economista, funcionária de uma grande empresa, foi branqueada como os mulatos que no século XIX passavam pó de arroz no rosto porque os clubes não aceitavam negros. Eu fui branqueada em casa, na escola, no cursinho e na universidade. É como disse Francisco Weffort: o branqueamento apaga as glórias dos negros, a memória dos líderes que poderiam sugerir caminhos diferentes daquele da humilhação cotidiana, especialmente para os pobres. Ainda em busca de identidade, afirmo com alegria que sou negra há dez anos. (SANTANA, 2015, p.13)

Em 2017, após vir para a Universidade, foi quando eu finalmente comecei a olhar com mais carinho para minhas raízes. Após muita conversa, muita leitura e muitas reflexões foi quando eu finalmente comecei a ter orgulho de ser negro, “Foram vinte e cinco anos pra eu me achar lindo” (BLUES, 2022).

Porém, foi apenas no início de 2020, começo da pandemia, quando comecei a trabalhar em uma confecção de vestimenta esportiva que eu tive uma real aproximação com a moda.

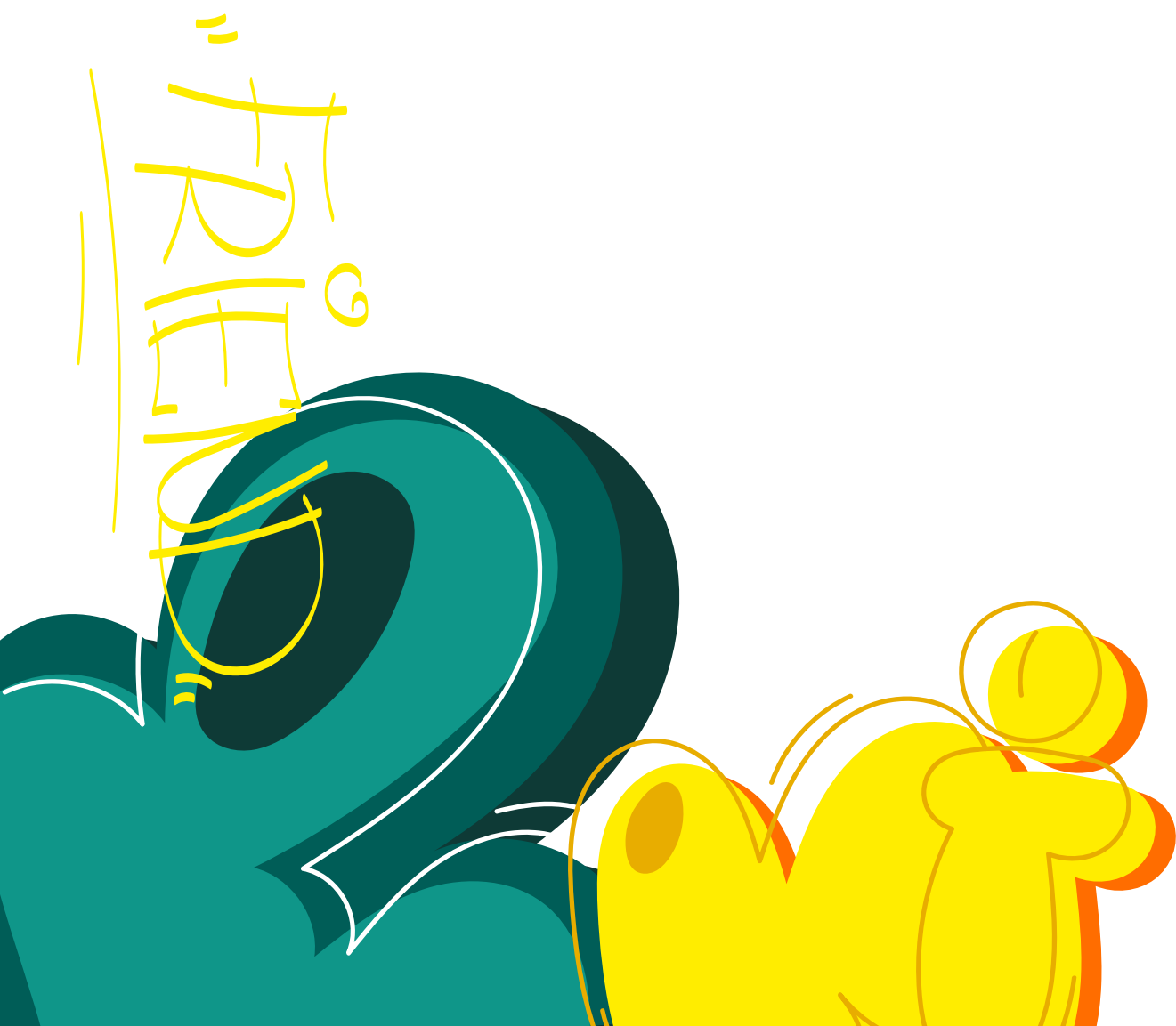
Nessa época eu pude ter cada vez mais contato com a cultura periférica em um âmbito mais amplo e direto da moda, trabalhando com times da várzea da quebrada bauruense e paulistana, fazendo roupas que iam muito além do esporte, referenciando suas identidades, suas vivências e suas culturas locais. E foi assim, que finalmente comeci a entender o conceito de se vestir como um ato político e a importância disso para a auto estima das pessoas periféricas.

4.2 Camiseta de futebol

Mas o que dentro da moda eu iria fazer? Que tipo de roupa eu queria para representar minhas ideias e referências culturais.

Porém a escolha não foi tão difícil assim, desde muito pequeno eu sempre fui uma pessoa muito próxima ao esporte em um geral, gostava muito da intensidade e da emoção de se praticar esportes, porém futebol era o que mais me emocionava. Jogar bola na rua com os amigos até tarde, com bola velha e gol de chinelo, sair com os amigos combinando camiseta do Brasil, até mesmo chutar o chão e “arrancar a tampa do dedo” hoje em dia é motivo de nostalgia para mim.

Parando para pensar, a relação da periferia brasileira com o futebol é bem intensa e complexa, refletindo aspectos sociais, culturais e econômicos do país. E na quebrada isso é muito mais evidente, além de esporte, tornou-se uma parte fundamental da identidade e uma plataforma para a expressão cultural e social. Em meio à miséria, e muitas vezes do tráfico, é dentro dos campinhos que as crianças encontram um escape, seja acompanhando o time do coração ou com a bola rolando aos seus pés. Isso é algo notável até mesmo nos grandes clubes, pois muitos de seus principais jogadores provêm de bairros humildes. Segundo o Luiz Rigolin, em artigo para a revista Galileu, cerca de 90% dos jogadores de futebol brasileiros eram de classe baixa. Esse sentimento de esperança e mudança de vida aproxima mais ainda o jovem em situação de vulnerabilidade social do esporte.



O futebol é o único reino em que o povo sente a sua pátria. Todo brasileiro, do patrão ao empregado. É a pátria comum, é democrático. Qualquer menino arranja uma bola, nem que seja de pano. E quando ele não joga, porque não há campo de pelada, é ruim. O futebol é importante, é o momento em que o brasileiro chora, se apegar, em que ele tem pátria. (RIBEIRO, 1995)

Além disso tudo que o futebol representa para mim, eu já tinha começado a trabalhar em uma confecção de roupa esportiva, fazendo uniformes para os times da região de Bauru e da várzea de São Paulo, o que já tinha feito meus olhos brilhar ainda mais com a camisa de time. E foi assim que decidi fazer uma coleção de camisetas que representasse mais de mim através da moda que sempre fez parte da quebrada.



Foto via Instagram
Foto por: Ruan walker



Editorial "Les Vêtements de Football meets Brazil"
Foto via: Amanda Adász and Samir Bertoli



Editorial "Les Vêtements de Football meets Brazil"
Foto via: Amanda Adász and Samir Bertoli

4.3 Painel Visual

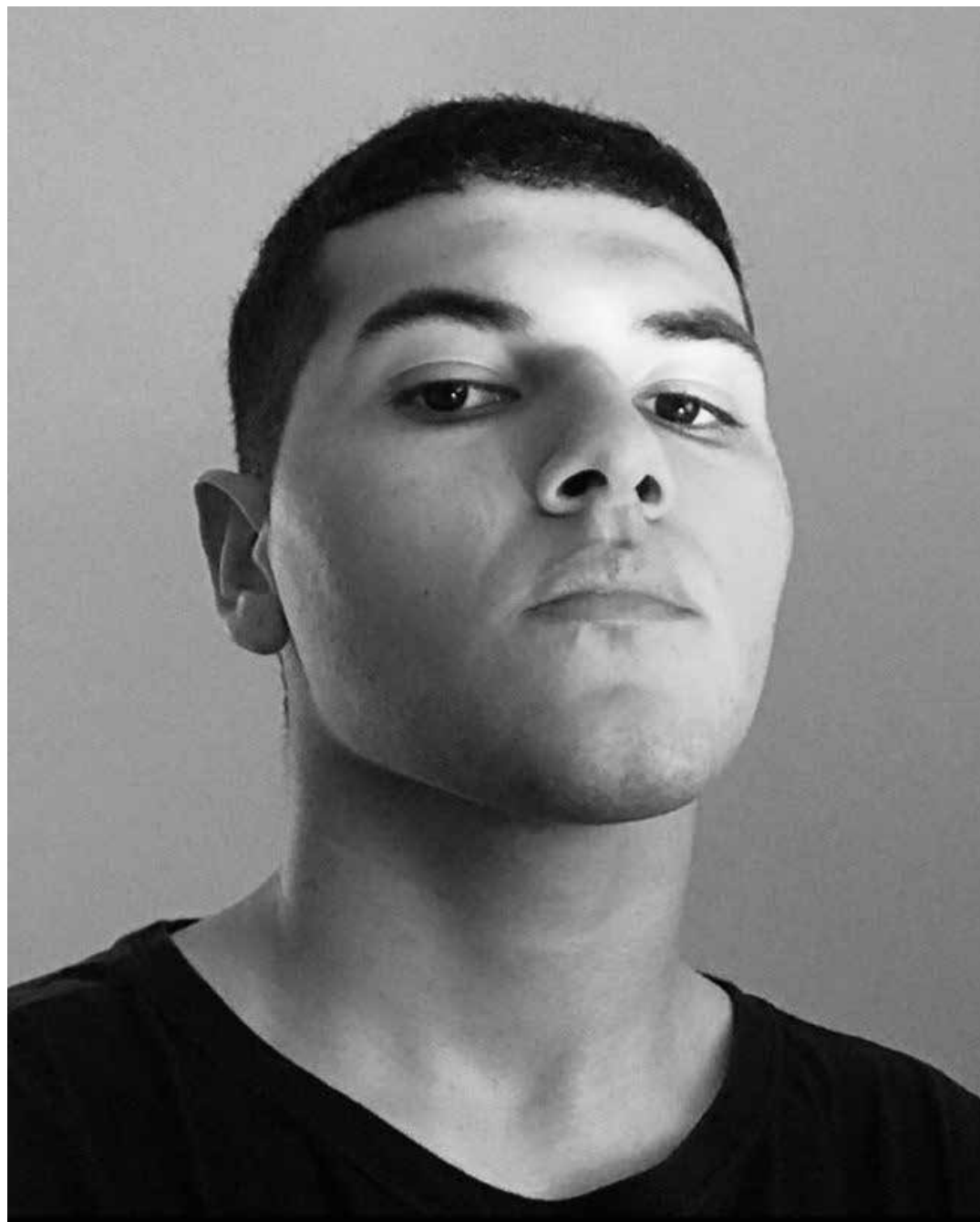
O primeiro passo para a realização do projeto foi a criação de um painel visual, através da plataforma Miro, com elementos que se relacionassem com o tema e pudessem vir a ser futuras referências; fotógrafos, stylists, marcas de streetwear independentes que tivessem um foco periférico na estética, projetos de moda focados em camiseta de time e moda periférica em geral ou simplesmente fotos que pudessem ser referências visuais.

Nessa busca conheci mais dos trabalhos de vários stylists e designers de moda como Samir Bertoli, Juliana Santos, Neguinho da Favela que são conhecidos pelos seus projetos voltados para o streetwear periférico e muitas vezes utilizando camiseta de futebol; da fotógrafa e diretora criativa Amanda Adász que entrega uma pluralidade inconfundível em seus trabalhos. E principalmente, de marcas independentes como Pormenor, Dugueto e Thug Nine, que foram as maiores referências para estruturar e esquematizar como seria feita a coleção, através de uma marca independente focada na subcultura periférica.



4.4 Referências conceituais e fotográficas

Samir Bertoli



Samir Bertoli é stylist, fotógrafo e diretor criativo, focado nas subculturas e movimentos periféricos paulistas, nascido e criado no Jardim Líbano, bairro periférico que fica na divisa da zona oeste com a norte de São Paulo. É formado em Design de Moda e conta com diversas colaborações com empresas como KondZilla, Nike e GQ.

Em janeiro deste ano, durante uma viagem a Paris para acompanhar a semana de moda masculina, teve a ideia de criar um showroom só com marcas de streetwear brasileiras. Com nome de Je M'Appelle Brasil, o projeto reuniu seis marcas nacionais com forte presença no segmento de streetwear para apresentá-las ao mercado europeu. As participantes foram a Carnan, Mad Enlatados, Class, Pace, Sufgang e Quadro Creations – todas elas nasceram nos últimos dez anos.

A forma como Samir representa o streetwear periférico misturado com elementos contemporâneos das grandes marcas como símbolos que são parte da construção da estética e da cultura periférica, de uma forma espontânea da própria quebrada. Essa característica nos trabalhos do estilista foi o que me cativou e se tornou referência ao pensar nessa coleção de camisetas.

O stylist Samir Bertoli.
Foto: Reprodução/Instagram



O stylist Samir Bertoli.
Foto: Reprodução/Instagram

Editorial "Les Vêtements de Football meets Brazil"
Foto via: Amanda Adász and Samir Bertoli



Editorial "Les Vêtements de Football meets Brazil"
Foto via: Amanda Adász and Samir Bertoli

4.4 Referências conceituais e fotográficas

Neguinho de Favela

Neguinho de favela é também stylist e diretor criativo, reconhecido internacionalmente como referência quando o assunto é Sportlife, ao lado de Samir Bertoli e Amanda Adász são considerados os grandes precursores dessa vertente do streetwear. Nascido e criado no Real Parque, bairro do Morumbi, São Paulo, começou a trabalhar como estilista para o cantor do Rio de Janeiro Leal e logo em seguida para o cantor paulista Kyan, depois disso trabalhou com várias marcas trazendo elementos da cultura periférica como forma de expressão e identificação, sempre mostrando o sportswear misturando elementos que já existem nas próprias quebradas.



Neguinho de Favela em Editorial "Sportlife"
Foto: Amanda Adász



Neguinho de Favela em Editorial "Sportlife"
Foto: Amanda Adász



Neguinho de Favela em Editorial "Sportlife"
Foto: Amanda Adász



Editorial "Tropa da Lacoste"
Foto via: Amanda Adász

Videoclipe "Kyan - Adidas ft. MC Pedrinho"
Foto via: Guilherme Cardoso



4.4 Referências conceituais e fotográficas

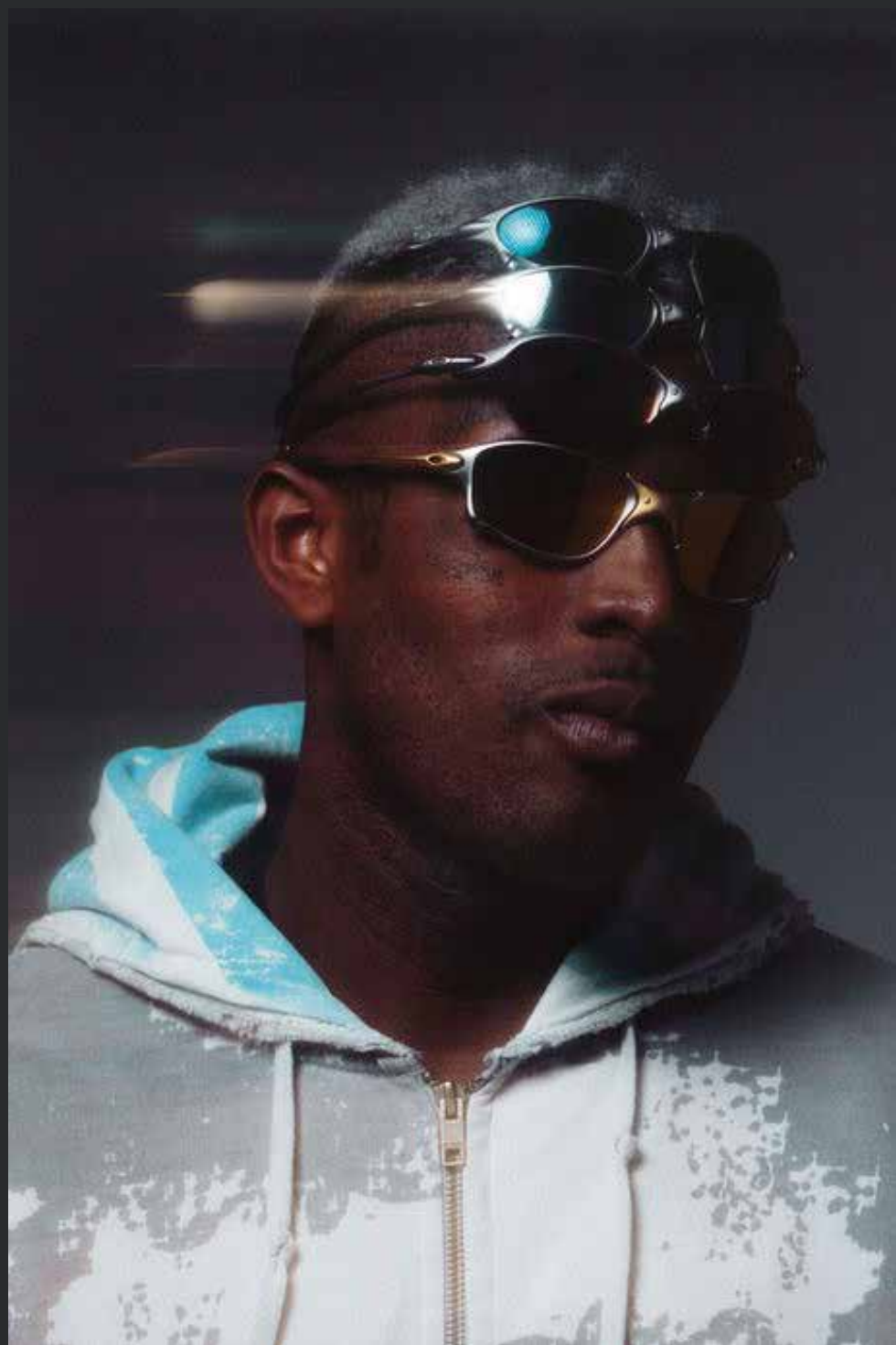
Amanda Adász



Nascida em São Paulo, Amanda Adász é fotógrafa, diretora criativa e sem dúvidas uma das maiores referências da fotografia brasileira sobre cultura jovem, conhecida por documentar histórias carnavais e plurais de forma única e sensível. Mesmo muito nova ela já possui uma empresa, a Poppin – hub criativo de potencialização de ideias e de talentos focado na cultura jovem. Amanda tem vários trabalhos com marcas como Nike, Lacoste, ASICS e outras por seu estilo característico de fotografia. “Smells Like Teen Spirit” é o mais recente projeto editorial de Adász e da estilista Juliana Santos que lança um olhar intimista sobre a cultura jovem no Brasil. O acervo de imagens retrata como os jovens brasileiros se expressam através da moda, da festa e de se sentirem despreocupados e confortáveis em seu próprio ambiente energético.

A forma como a Amanda faz da fotografia analógica uma reivindicação da realidade em sua forma mais autêntica e original, fez ela ser uma das maiores referências fotográficas do projeto.

A Fotógrafa Amanda Adász
Foto: William Lunardi



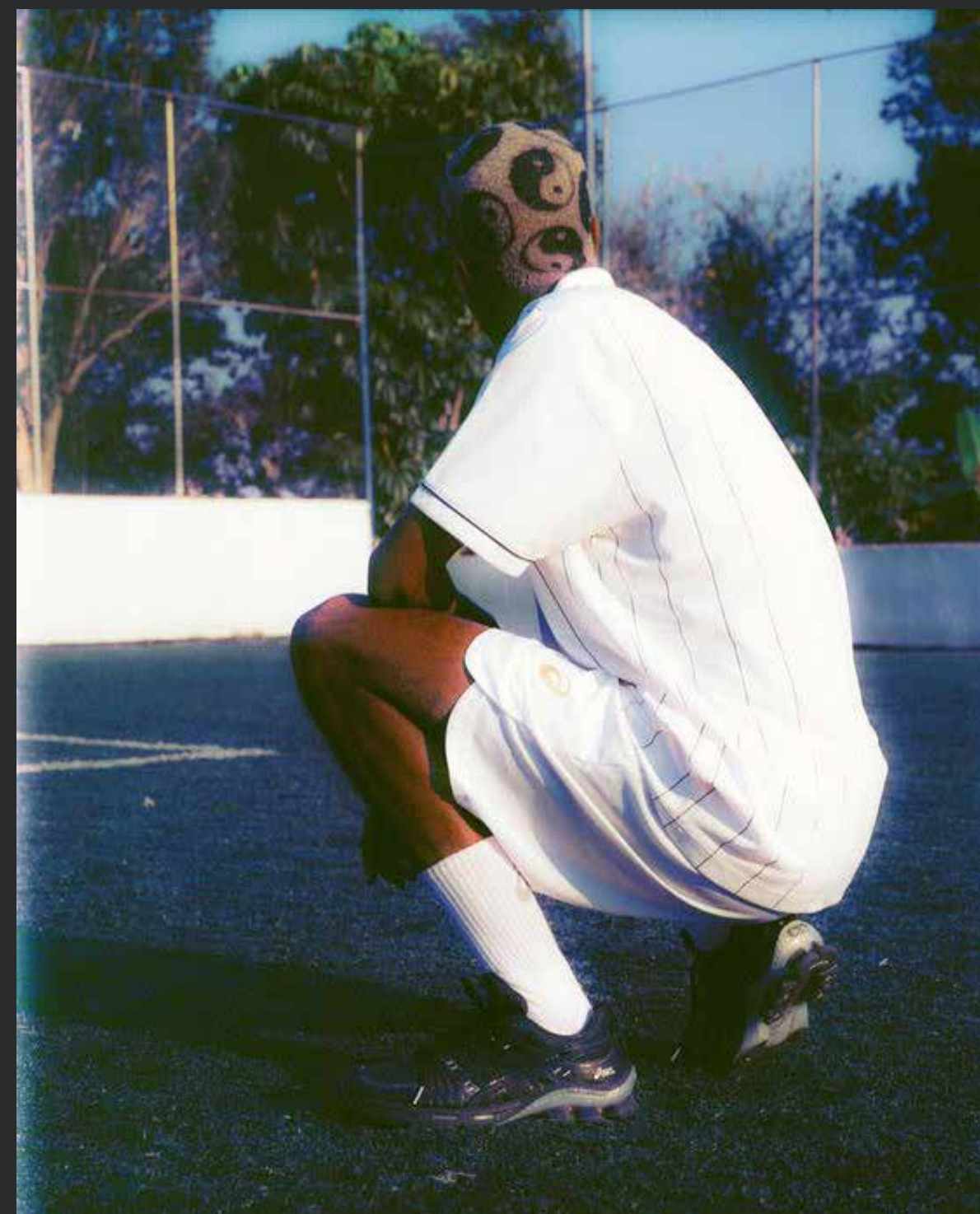
Editorial "Tropa da Lacoste"
Foto via: Amanda Adász



Editorial "Subcultural Youth"
Foto via: Amanda Adász



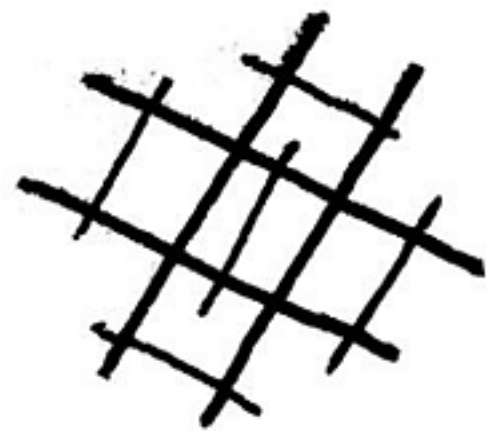
Editorial "Play Inside"
Foto via: Amanda Adász



Editorial "Sportlife"
Foto via: Amanda Adász

4.4 Referências conceituais e fotográficas

Pormenor



P Ø R M E N Ø R ®

Logotipo Pormenor
Via: pormenor.com.br

Pormenor é uma marca de streetwear carioca. Criada em 2016 pelos amigos de infância Matheus Almeida e Bernardo Cordeiro, com a ideia de: "levar a visão e vivência do jovem suburbano pra moda urbana nacional"(PORMENOR, online), produz roupas casuais inspiradas pela estética do subúrbio do Rio.

Identificados com a cultura futebolística, eles tiveram a ideia de lançar uma coleção chamada "Clássico Suburbano", com versões autorais das camisas de Bangu, Madureira, São Cristóvão e Olaria. A ideia da coleção era trazer essa perspectiva do streetwear da quebrada para a moda carioca, que na maioria das vezes era identificado apenas pelo estilo de moda praiano. Segundo Matheus, a ideia surgiu a partir da identificação deles com os clubes e da vontade de produzir peças tradicionais, como homenagem, mas com um toque de originalidade.

Dessa forma a Pormenor se tornou uma das principais referências, não só de fotografia e estilo como também de estrutura de empresa e de como projetar a coleção. Como eu devia começar a pensar para concretizar o projeto.

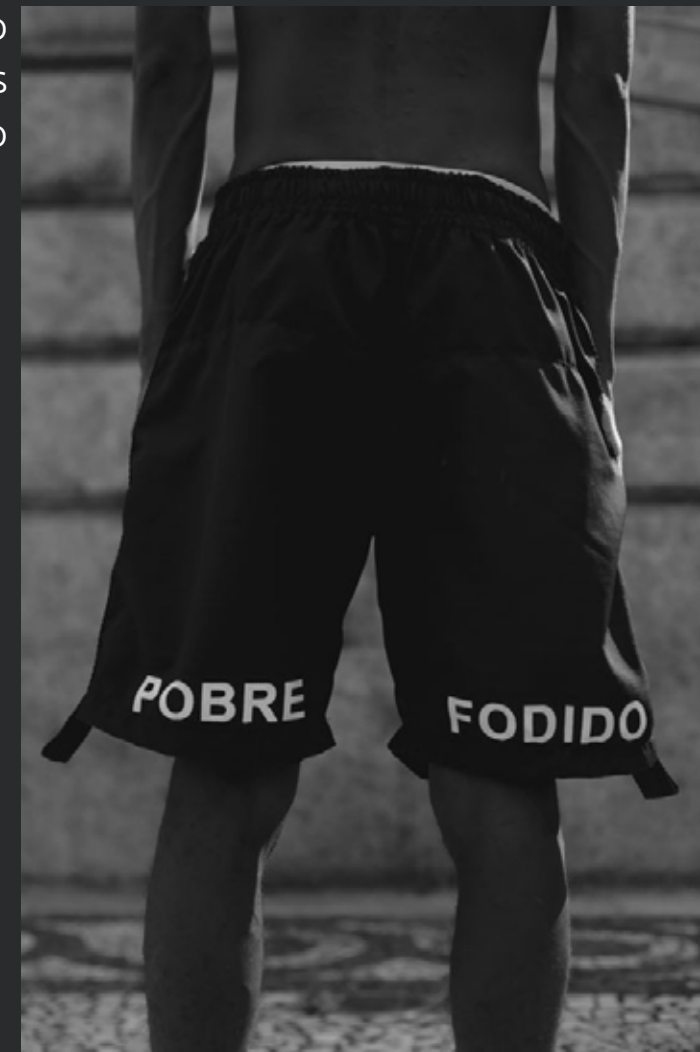


Matheus e Bernardo
Foto via: Custódio Coimbra / Agência O Globo

Coleção Manifesto Cidade Desespero
Foto via: Juliana Colinas
Pormenor/Divulgação



Camiseta homenagem Madureira
Foto via: Pormenor/Divulgação



Coleção Clássicos Suburbanos
Foto via: Pormenor/Divulgação



Camiseta homenagem Olaria
Foto via: Pormenor/Divulgação



4.4 Referências conceituais e fotográficas

Dugueto
DUGUETO

Logotipo Dugueto
Via: Instagram

Imagens de bronzamentos nas lajes e cenas do cotidiano nas ruas do Complexo do Nordeste de Amaralina, em Salvador, fazem parte da estratégia de comunicação das coleções da marca Dugueto. Adriano Soares, criou a marca em 2017 com a intenção de valorizar a estética periférica e estimular o empreendedorismo local ao mesmo tempo.

“Sentia falta de uma verdadeira representatividade, queria ir além de estampar ‘favela’ ou ‘comunidade’ em camisas. Comecei a perceber elementos que poderiam compor a minha marca trazendo essa representatividade do que é realmente ser favela” (Soares, 2021, online)

A preocupação com a estética vai do momento de criação das coleções aos ensaios protagonizados por modelos negros e negras da região. A marca tem um grande foco na representatividade tanto da cultura local quanto da cultura negra, tratando de assuntos como autoestima da população negra e representatividade enquanto se veste, faz e pensa moda.

Dessa forma, assim como a Pormenor, Dugueto se mostra uma referência muito importante, principalmente de estrutura de empresa e de representatividade na hora de pensar as peças e ensaios fotográficos.



Adriano Soares
Foto via: Bruna Rocha/Agência Mural

Duguetto/Divulgação
Foto via: Erickson Araujo



Duguetto/Divulgação
Foto via: Erickson Araujo



Duguetto/Divulgação
Foto via: Erickson Araujo



5. A Marca

5.1 O Cria, a marca e a coleção

As favelas brasileiras nasceram no século XIX, em um país muito mais preocupado com a expansão industrial do que com a população negra que naquele período passava por um momento historicamente importante de emancipação de corpos. A partir do crescimento constante e desordenado da cidade, alinhado à exclusão do povo preto, as favelas começam a surgir à margem das cidades. Com o acúmulo diversificado de pessoas, surgem nesses espaços sociedades inteiras, contendo uma ancestralidade e tecnologia que ampliaria, no futuro, as conexões e desenvolvimento culturais, proporcionando o nascimento dos principais estilos musicais, artes urbanas e manifestações religiosas.

A identidade negra periférica, vem como forma de resgate do que antes era marginalizado e estereotipado, sendo assim uma forma de resistência para que não se destrua o patrimônio presente nas quebradas. Dessa forma, considerando os modos de ser e estar no mundo, esse patrimônio cultural das periferias e favelas, se expressa também em manifestações culturais. Como exemplo, temos o Hip-Hop, que surge como uma expressão artística e como forma de movimento no campo da vivência social, a partir da música, dança e mixagens.

A antropóloga Lélia Gonzalez (1982) fala do conceito do “pretuguês” como uma maneira própria da negritude de se utilizar da língua da colonização, o português. O pretuguês atribui aspectos da ancestralidade negra, manuseando assim a língua portuguesa na forma da periferia, de maneira antissistêmica, antirrascista e fora da norma culta. Assim, quando pensamos no Rap, parte da cultura Hip-Hop, as batalhas são um dos elementos essenciais em que a expressividade e a troca de vivências acontece, motivando assim as relações culturais manifestadas dentro da marginalidade. A linguagem presente no Rap, é uma das formas que a juventude periférica encontra para se expressar, se firmando como forma decolonial de expressividade.

E é justamente desse ambiente decolonial de contra cultura e resistência que nasceu a gíria “Cria”. O termo veio como uma forma de definir o lugar de onde uma pessoa é e se definir parte dela: “Eu sou Cria da Favela”. Porém, no final das contas, desempenha um papel muito importante na expressão de pertencimento e orgulho, fortalecendo os laços comunitários e afirmativamente celebrando a identidade cultural de comunidades suburbanas e periféricas, reforçando a ideia de que todos estão nessa experiência juntos, enfrentando desafios e celebrando conquistas. Ser cria é ter vivência, é ter consciência do lugar de onde você veio e ter orgulho disso. Ser cria é carregar suas origens como forma de expressão. É estar na diversidade com todos. Ser Cria é ser isso tudo que nós somos.

E assim, de Cria para Cria, nasceu o nome da marca DICRIA e a coleção “Cria Suburbano”, uma forma de se representar enquanto moda “de cria”.

5.2 Identidade Visual

5.2.1 Logotipo

Pensando em toda a construção do nome e da marca, foi desenvolvido um logo tipográfico que conseguisse representar a estética periférica de forma clara e simples, mas que ainda remetesse ao âmbito da moda e fosse de fácil aplicação. E com “fácil aplicação” já estava pensando na parte prática em si. Trabalhar na área da confecção desde 2020 me permitiu pensar nas aplicações além do digital e começar projetando a identidade já pensando em diferentes materiais e processos de produção. Como o logo ficaria aplicado em menor escala nas camisetas, como ele ficaria se fosse aplicado como bordado, estampa, DTF e diferentes cores.

Dessa forma procurei algumas fontes que carregassem elementos visuais marcantes, como texturas de spray ou que remetessem ao grafismo do pixo. Cheguei a cinco possíveis opções: Pixo Reto SP, Favela Light, Pixo, Another Tag e Don Graffiti. A escolhida foi a Pixo Reto SP, criada pelo Designer Bruno Corrente, principalmente por carregar a estética e elegância urbana que eu buscava para representar a marca.

Opções de fonte:

Pixo Reto SP Regular

DICKIA

Favela Light

DICKIA

Pixo

DICKIA

Another Tag

DICKIA

Don Graffiti

DICKIA

Versão final após ajustes

x. DICKIA

5.2 Identidade Visual

5.2.2 Brasão e monograma

Com o logotipo da marca criado, decidi que o próximo passo para a concretização da coleção seria a criação de um escudo de futebol e um monograma que pudesse ser aplicado junto ou alternativamente ao brasão em diferentes aplicações.

Para começar pensei em 3 possíveis nomes para representar as coleções de futebol da DICRIA: Dicria Futebol Clube, Sociedade Esportiva Dicria e Esporte Clube Dicria. Após reunir e analisar algumas referências de outros clubes, o nome escolhido foi Dicria Futebol Clube, e consequentemente o monograma seria DFC.

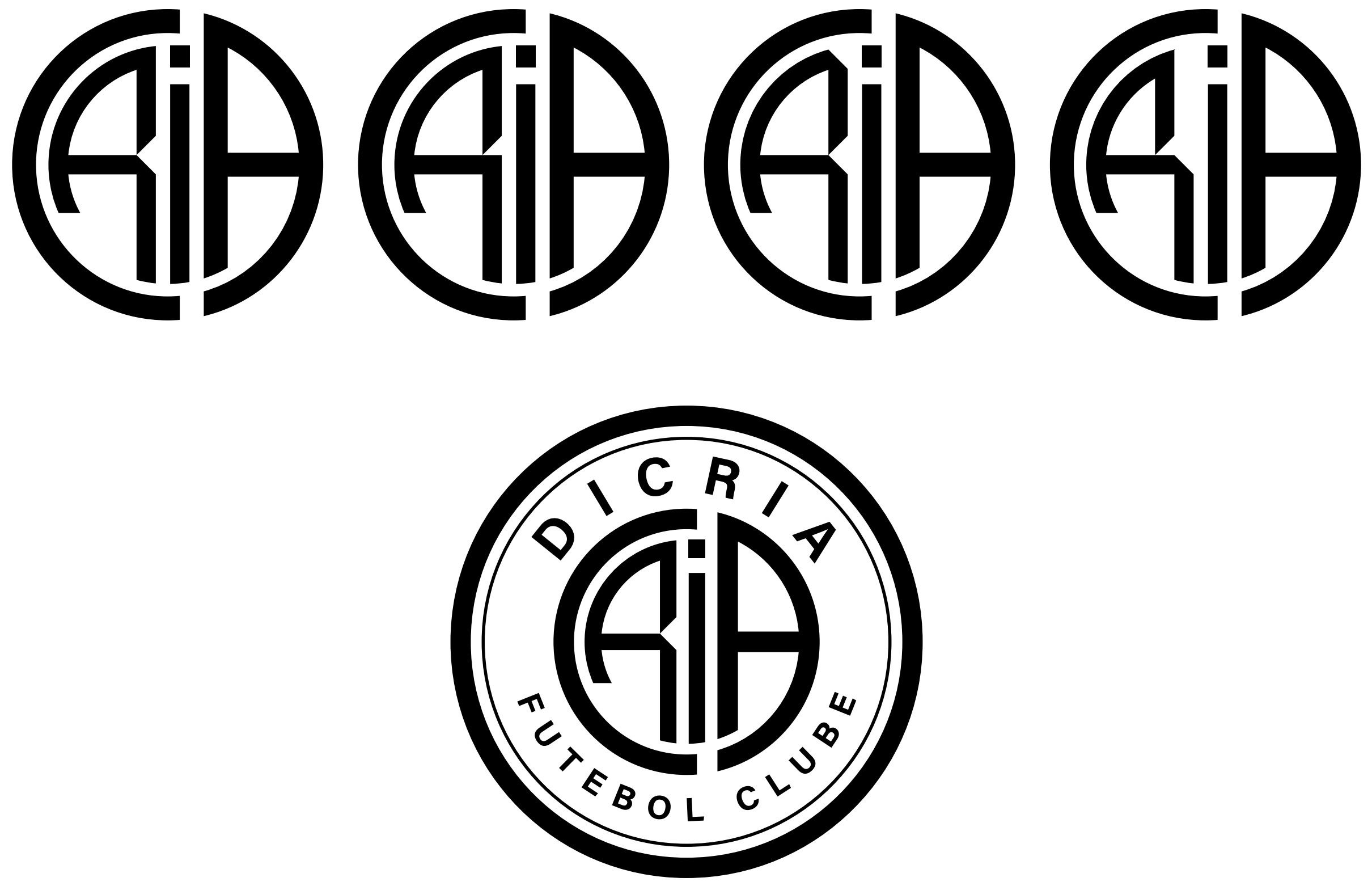
Com o nome definido, comecei o escudo fazendo um símbolo com a gíria “Cria”, que pudesse compor o brasão como uma espécie de semi escudo e que além disso também funcionasse independentemente como uma aplicação alternativa. Junto a esse símbolo escolhi a tipografia Acumin Variable Concept Bold para o nome, por ser uma fonte com traços fortes de boa legibilidade, o que facilitaria a leitura do escudo nas camisas.

Para o monograma, as maiores referências foram sem dúvidas os clubes do Rio de Janeiro, principalmente Flamengo, Fluminense e Bangu. Escolhi a fonte Calisto MT Regular como base para começar e fui fazendo ajustes até chegar na estética desejada.

Referências Brasão



Construção Brasão



Versão Final Brasão



Referências Monograma



Monograma Flamengo



Monograma Fluminense

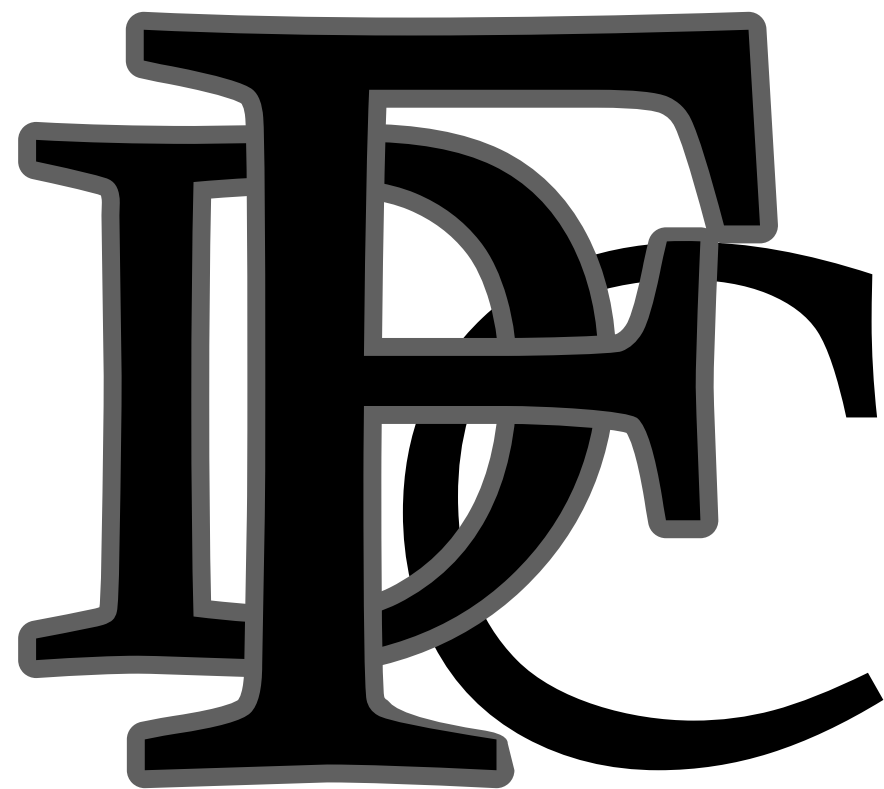
Construção

D F C

Calisto MT Regular



adição de caminho deslocado



Versão Final Monograma





6. Produção

6.1 Estrutura do projeto

Com o passar dos anos e com o avanço das tecnologias de produção no universo da moda, assim como da estética em si, diversos estilos podem ser observados nas camisetas de time, refletindo a diversidade de designs e identidades visuais de diferentes clubes ao redor do mundo, demonstrando como o design das camisetas pode ser uma expressão única da identidade cultural de cada equipe.

Esse aspecto das camisetas de time foi ótimo para a criação de uma coleção voltada para a moda, tendo uma gama de elementos para se usar nas peças, possibilitando trabalhar diversas estéticas de modelagem, cor, tecidos e etc, a fim de deixar a coleção o mais ampla e coerente possível.

Por isso, para estruturar melhor a coleção antes de começar a produzir as peças em si, decidi que ia escolher 5 estilos para as camisetas, para que a coleção abraçasse vários aspectos e estéticas diferentes dentro da vasta possibilidade de designs. Os estilos escolhidos foram:

1- Parceria - Kroz Team

Após a primeira reunião de orientação, conversamos sobre a possibilidade de trabalhar com algum time real, que pudesse funcionar como uma parceria entre a marca e o time, o que me animou bastante. Após pensar nas possibilidades de contato, conversei com alguns amigos que têm um time de futsal em Campinas, chamado Kroz Team, que imediatamente toparam a ideia de parceria para desenvolver a nova camiseta do time. Fizemos uma reunião via Discord para reunirmos ideias e referências e foi definido que teria um design contemporâneo e inovador, seguindo uma linha parecida com os clubes europeus de e-sports.

2- Vintage - Retrô

O segundo estilo escolhido foi o Vintage, estilo que incorpora características nostálgicas que remetem a eras passadas do esporte. Principalmente o uso de cores desgastadas e não tão contrastantes, golas e punhos com fita, modelagem mais larga, além de tecidos e costuras que trazem uma sensação mais artesanal. Os patrocínios são simplificados e integrados de maneira mais sutil, enquanto as estampas gráficas refletem elementos visuais característicos de décadas anteriores, como faixas e padrões geométricos.

3- High Fashion

Durante muito tempo, a alta costura ignorou a cultura popular, mas cada vez mais as estéticas periféricas têm se tornado impossíveis de ignorar. As camisetas de futebol não são exceção, antes eram tratadas com desdém enquanto eram usadas somente pelos torcedores e ganhavam cada vez mais espaço nas periferias até, mais recentemente, chegarem nas passarelas.

Em 2020, a Balenciaga lançou uma camiseta de futebol na coleção de Outono Inverno, inspirada no modelo usado pelo goleiro do Manchester United em 2002, por US\$780 dólares, além disso uma chuteira por US\$725 dólares. Mais recentemente, na temporada de Outono Inverno 2022, a Gucci apresentou luvas de goleiro, em sua colaboração com a Adidas. E David Koma, com sua coleção muito inspirada no sportswear, desfilou uma camiseta de futebol combinada também com luvas de goleiro.

O terceiro estilo seria o que eu chamo de High Fashion. A ideia foi fazer uma camiseta de futebol que combinasse elementos tradicionais das camisetas esportivas com essas características da moda de alta costura. Nesse contexto, o que eu queria era incorporar materiais de alta qualidade, modelagem sofisticada e diferentes do convencional, técnicas de design e detalhes luxuosos que trouxessem uma estética de valor agregado à peça.

4- Blackout e retrofuturismo

O estilo Blackout com aplicações “invisíveis” se tornou tendência nos últimos anos dentre as camisetas de futebol. Clubes como Borussia Dortmund, Liverpool e até mesmo a Seleção da Alemanha fizeram camisetas seguindo esse design. A estética é caracterizada por utilizar predominantemente a cor preta como elemento central, tanto no tecido principal quanto em detalhes como golas, punhos e demais elementos da peça, sendo assim, muitas vezes associada a edições especiais, terceiros uniformes ou eventos específicos.

Dessa forma, a minha ideia para o estilo foi produzir uma peça retrofuturista, feita com base na estética Blackout, porém que reunisse referências vintage de estampa com elementos gráficos contemporâneos que utilizam tecnologias mais recentes para serem produzidos. Criando assim uma peça com aspecto de sofisticação e modernidade.

5- Brasil e Brazil

Pensando na importância da camiseta de futebol para a moda periférica, sem dúvidas a camiseta mais importante de todas é a da seleção. Porém, em agosto de 2022, surgia uma nova tendência na utilização de símbolos e cores da bandeira brasileira pelo mundo. Com milhões de menções no Insta-

gram e TikTok, modelos europeias e norte-americanas viralizaram usando diversos looks com a estética da seleção brasileira, usando a hashtags “Brazilcore”.

Vindo do inglês, o termo significa essência do Brasil, e tem se tornado cada vez mais relevante, sendo considerado inovador na moda em vários países. Diversas marcas, como a Puma e a Tommy, usaram o verde e o amarelo nas passarelas de eventos de moda, como o Copenhagen Fashion Week, na Dinamarca. O mesmo aconteceu novamente no desfile de Nova York, nos Estados Unidos, fortalecendo o nome da tendência, em 2022.

Porém, sempre que eu via ou ouvia falar sobre Brazilcore eu ficava com uma pulga atrás da orelha, de certa forma, “É só mais um nome americanizado de um estilo que nós usava quando era moleque. A moda já estava aqui, presente em jovem negros e periféricos”(RUEDA, 2022, on-line). Além disso, somado ao efeito “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos” o verde e amarelo se tornou cada vez mais associado ao ex-presidente Bolsonaro.

Pensando nisso, eu senti a necessidade de trazer a estética brasileira como um dos estilos escolhidos para o projeto. Trazer o que é nosso de volta pra gente. Uma forma de representar o que a camiseta verde e amarela sempre representou pra gente. E disso, acabou saindo a ideia não só do clássico amarelo, mas também do azul.

6.2 Processo de Produção

6.2.1 Layout

Com os estilos e as referências definidos, decidi seguir a metodologia que uso no trabalho para produzir as peças, principalmente por ter acesso a estrutura da confecção e por ser um processo que estou acostumado.

Portanto, o primeiro passo foi produzir algumas opções de layout de cada modelo diretamente em mockups no Photoshop, a fim de testar elementos e designs diversos, assim, além de acelerar os próximos processos, também já teria uma noção visual de como ficaria a peça fisicamente, possibilitando a comparação visual entre os layouts para ir alterando e refinando os modelos até chegar na versão final que será a escolhida para ser produzida.

1- Kroz Team



2- Vintage - Retrô



3- High Fashion



3- Blackout
e retrofuturismo



3- Brasil e Brazil



Layouts escolhidos



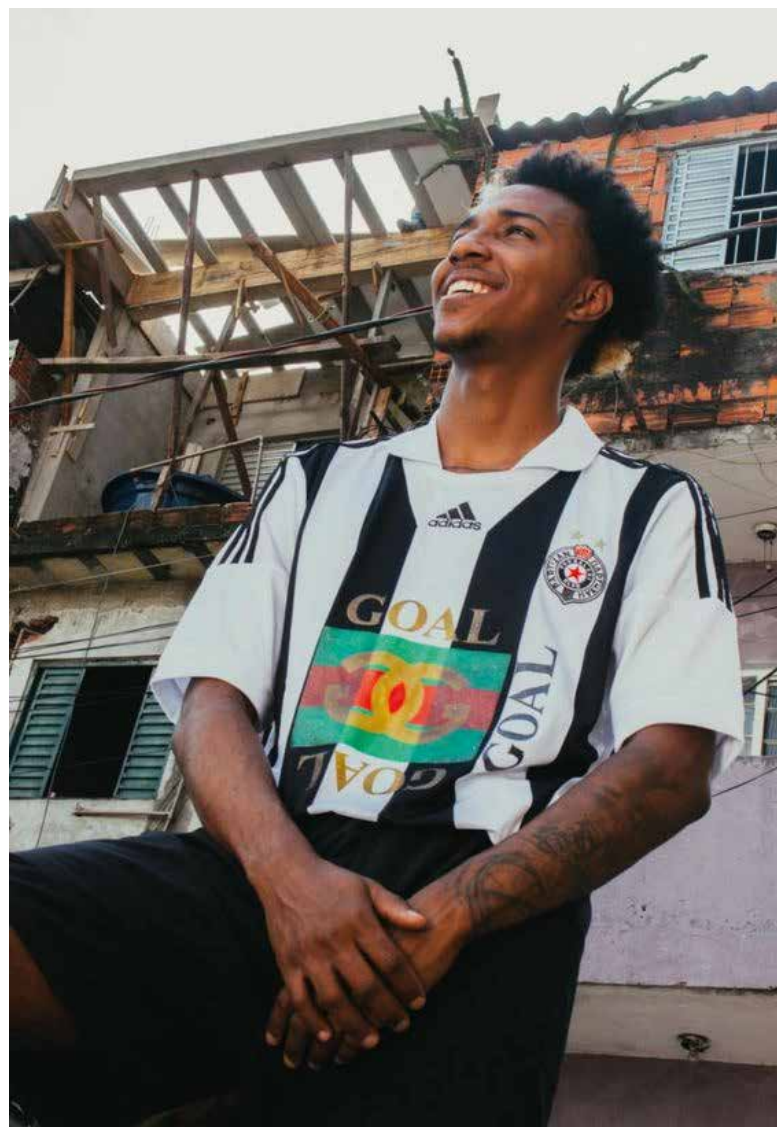
Coleção



6.2.2 Patrocínios e elementos gráficos

Com os layouts prontos, o próximo passo foi pensar nos elementos gráficos que comporiam as camisetas no lugar dos patrocinadores, números e nomes. Além de representar uma importante fonte de receita financeira, a forma como os patrocínios são integrados ao design geral contribui para a identidade visual do clube e das camisetas, influencia a percepção dos torcedores e impacta nas negociações de contratos. Uma estética atraente não apenas aumenta a visibilidade e o valor do patrocínio como ferramenta de marketing para as empresas, mas também pode influenciar positivamente as decisões de compra dos fãs. A harmoniosa integração dos patrocínios ao design da camisa não apenas reforça a associação entre o clube e a marca, mas também cria uma peça de vestuário mais atrativa, fortalecendo laços emocionais e promovendo uma relação positiva entre os torcedores e a identidade visual do time.

Levando isso em consideração, eu produzi algumas opções de elementos gráficos, desde releituras de patrocínios e artes gráficas de grandes marcas, a elementos originais e autorais da marca, como números e tipografia estilizada, e letras de músicas de rap, que poderiam ser usados não somente nessa coleção como também em futuros lançamentos da marca



Editorial “Les Vêtements de Football meets Brazil”
Foto via: Amanda Adász and Samir Bertoli

Editorial “Les Vêtements de
Football meets Brazil”
Foto via: Vincenzo Schioppa/NSS Magazine



Elemento produzido



Elemento produzido

The Rakuten logo consists of the word "Rakuten" in a bold, black, sans-serif typeface. A thick, black, horizontal brushstroke underline is positioned beneath the text, starting from the left and tapering off towards the right.

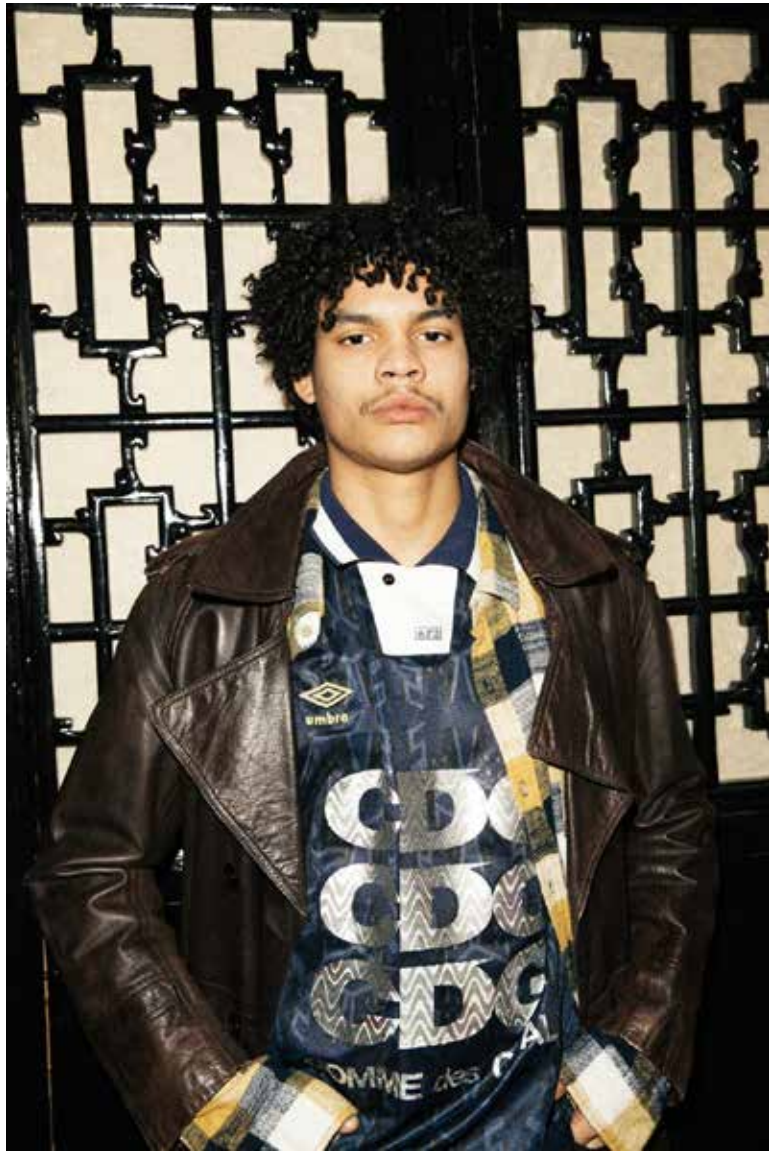
Logo da empresa Rakuten,
conhecida por patrocinar o Barcelona

The Correria logo features the word "CORRERIA" in a bold, black, sans-serif font. A thick, black, horizontal brushstroke underline is located below the text, beginning under the "C" and ending under the "A", with a slight upward curve at the right end.



Editorial “Les Vêtements de
Football meets Brazil”
Foto via: Vincenzo Schioppa/NSS Magazine

Editorial “Les Vêtements de
Football meets Brazil”
Foto via: Vincenzo Schioppa/NSS Magazine



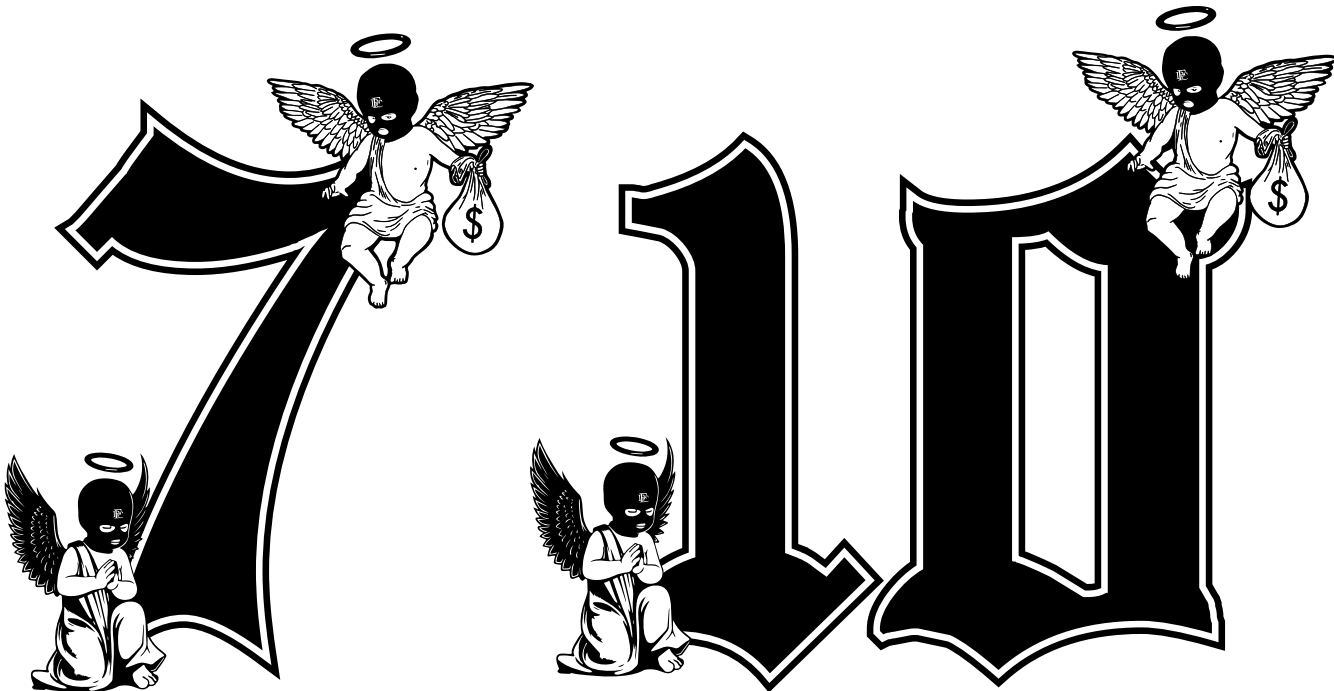
Elemento produzido

CDG
CDG
CDG
CLUBE dos CRIA

Originais da marca

DICRIA

*FOGO
NOS
ACISTAS*



DEUS NA DEFESA
E EU MESMO NO ATAQUE

6.2.3 Modelagem

A escolha da modelagem certa para cada peça é muito importante para transmitir a estética desejada. Uma camiseta mais justa e acinturada pode trazer um aspecto mais elegante e formal, enquanto uma modelo mais larga e oversized pode trazer uma estética mais despojada e inovadora.

As possibilidades são muitas, porém criar modelagem em si não é uma habilidade que eu possuo. Então, baseado nas minhas experiências obtidas nesses anos trabalhando na área, decidi explorar as modelagens que já tinha acesso no trabalho, fazendo ajustes de largura e comprimento tanto na frente e costas quanto nas mangas, golas e recortes e afins.

Escolhi fazer 3 camisetas de tamanho G e 3 de tamanho GG, cada uma com uma especificidade, para conseguir trazer inovação e individualidade para cada peça do projeto.

No modelo da Kroz, a modelagem escolhida foi a Raglan acinturada, tamanho G, que traz um aspecto de modernidade e tem um caimento mais justo no corpo, sem muitas alterações, apenas um ajuste nas mangas para ficar melhor encaixada nos braços, seguindo a escolha dos integrantes do time. O estilo da gola escolhida foi a “gola padre” e além disso com punho.

Já na peça Vintage, a modelagem escolhida foi a camiseta polo oversized, onde eu peguei a modelagem da polo tradicional GG e aumentei 8 centímetros de largura, 4 de cada lado, na frente e nas costas, e usei a manga com o tamanho do que seria a manga da extra grande, tanto na largura quanto no comprimento. Para dar um aspecto mais retrô, eu simplifiquei a abertura da gola deixando ela mais larga e menor, para caber 2 botões. Também contendo punho.

Para o modelo High Fashion, também foi escolhido a camiseta polo, porém com um caimento completamente diferente, mais justo e acinturado no tamanho G. Com a abertura da gola mais fina e curta, e apenas 1 botão. Além disso, também foi definido que o recorte na lateral seria de 6 centímetros de largura, contando que perderia 1 cm de cada lado na costura e ficaria com uma média de 4 centímetros de largura.

Para a quarta peça, a Blackout, seguindo a ideia de retro-futurismo e modernidade, a escolha estética na modelagem foi de camiseta oversized GG, seguindo o mesmo molde de expansão da Vintage, com as mangas maiores no tamanho da extra grande e 8 centímetros a mais na largura da frente e das costas, porém com gola redonda para dar um acabamento mais simples. Além disso, também contendo punho.

No último modelo, como são duas camisetas iguais porém diferentes, decidi trabalhar a mesma modelagem mas com tamanhos diferentes. A amarela no tamanho G e a azul no tamanho GG, ambas com a modelagem de camiseta tradicional, com gola redonda e punho. Além disso, as duas contendo ajuste de tamanho na manga, com um aumento de 6 centímetros de comprimento.

6.2.4 Grade de Impressão, DTF e Vinil térmico

Com isso, eu tinha tudo para fazer o que eu chamo no trabalho de “Grade de impressão”. Basicamente, montar a Grade é preparar o arquivo de impressão no Illustrator ou outro programa de vetorização, com as dimensões em tamanho real, com base na arte escolhida da camiseta, definindo as cores exatas através de testes de impressão, assim como tamanho dos elementos, padrões e afins, literalmente montar a camiseta no molde e tamanho específico. Porém somente os elementos que serão impressos e sublimados posteriormente. Os escudos e outros elementos gráficos eu decidi aplicar através de uma tecnologia chamada DTF.

O DTF ou “Direct to Film”, é uma abordagem moderna de estamparia que envolve a impressão direta de tintas especiais sobre um filme ou mídia semelhante, que posteriormente é transferido para o tecido da camiseta através de uma prensa de calor. Embora tenha sido inicialmente desenvolvida para tecidos mais rígidos, a DTF também é aplicada em camisetas de time.

A técnica DTF oferece vantagens, como a capacidade de reproduzir detalhes finos, cores vibrantes e degradês complexos. Além disso, ela permite a impressão de pequenas tiragens com custos relativamente menores em comparação com outras técnicas, como a serigrafia. No entanto, é essencial que o processo seja executado corretamente para garantir a durabilidade e a qualidade da estampa. O uso dessa técnica em camisetas de time pode proporcionar designs inovadores e personalizados, oferecendo uma estética única aos uniformes esportivos.

O processo consiste basicamente em: Criar o design e o arquivos de impressão digitalmente > Imprimir em uma impressora específica que utilize a tinta certa > Passar o impressão em um pó adesivo chamado Poliamida, que adere à impressão e forma uma película que logo após é derretida em um forno e forma o adesivo que será usado para aplicar a estampa na camiseta > Transferir a estampa termossensível através de uma prensa de calor > depois de descansar um tempo, a peça é aplicada novamente na prensa por apenas alguns segundos, garantindo que a estampa fique permanentemente fixada no tecido.

Uma das questões que envolve impressões a base de tinta sempre foi a “limitação” das cores do CMYK em relação às cores digitais ou fluorescentes. Para produzir a peça Blackout eu tinha decidido no layout que teria os elementos holográficos para representar avanço tecnológico, o que é impossível de se fazer em impressões. E é aí que o vinil de recorte e a plotter de corte entram em jogo.

O vinil de recorte termotransferível é um material composto por uma camada de vinil flexível que pode ser cortada em formas específicas usando uma plotter de corte. Existem diferentes tipos, como vinil holográfico, vinil refletivo, vinil fluorescente, de cores mais vibrantes que o comum e etc. Já a plotter de corte é uma máquina que utiliza uma lâmina afiada para cortar materiais finos e flexíveis, como vinil, papel, cartolina, tecido, entre outros, em formas específicas e detalhadas. Assim, utilizando a plotter eu consegui cortar os elementos holográficos que precisava para produzir a camiseta.

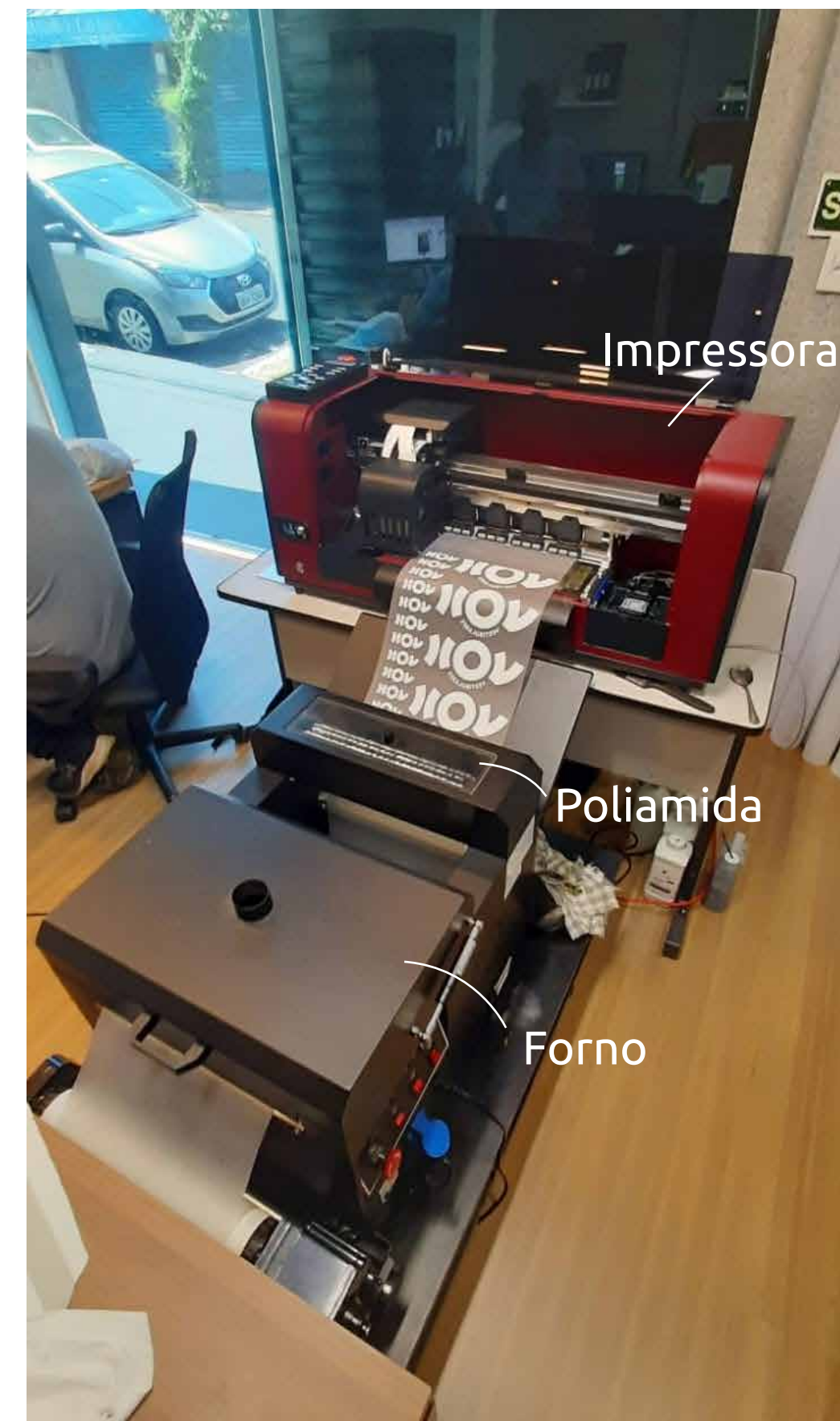
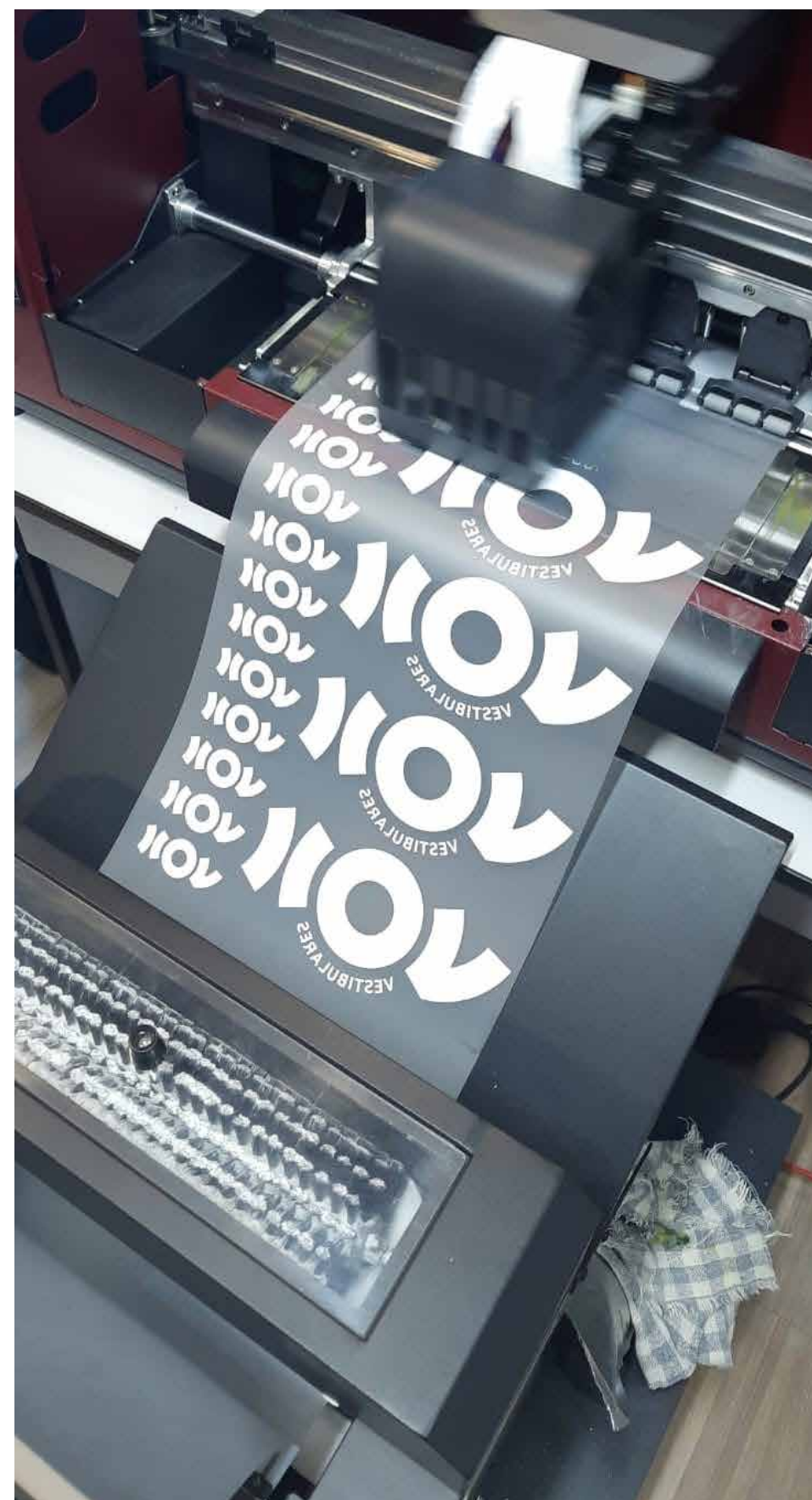
Após isso, foram impressas todas as camisetas e todos os elementos em DTFs e vinil, seguindo assim para a próxima fase da produção.

Impressão



Processo de Impressão Sublimática em Impressora Epson
Acervo pessoal

Impressão do DTF



Máquina DTF - Processo de impressão
Acervo pessoal

DTF Impresso



Vinil Térmico



Processo de “depilação” do vinil após o corte
Acervo pessoal



6.2.5 Sublimação e tecido

A sublimação funciona de forma semelhante ao DTF e Transfer, no sentido de se transferir no calor. A diferença principal vem em como a tinta é transferida e onde pode ser aplicada. Quimicamente falando, a sublimação acontece quando os elementos passam do estado sólido para o gasoso diretamente, sem passar pelo estado líquido. Resumindo o processo, a arte é impressa com o auxílio de uma impressora sublimática, em um papel específico e com tinta certa. A tinta passa do líquido para o sólido durante o processo de impressão, se aderindo ao papel. Após isso, ela é prensada em uma prensa térmica, junto ao tecido sintético, que resista altas temperaturas, nesse processo a tinta em estado sólido, vira vapor e penetra na camiseta, aderindo totalmente tudo que está na impressão.

Esse processo só funciona de maneira perfeita em tecidos totalmente brancos. O que leva a ser feita a sublimação total para preencher uma camiseta completamente. O interior da camiseta continua sendo branco, mas seu exterior pode ser totalmente personalizado.

O poliéster e suas misturas de alta qualidade que contenham pelo menos 50% do material são os únicos tecidos onde a sublimação funciona, devido à composição química desses materiais. O material, sendo uma fibra sintética composta por polímeros de éster, permite uma transferência direta de corantes a gás durante a sublimação, com sua estrutura molecular facilitando a penetração da tinta nas fibras, resultando em estampas duradouras e resistentes à lavagem. A resistência a rugas, secagem rápida e capacidade de reproduzir cores vibrantes fazem da sublimação uma escolha ideal para produtos esportivos, roupas esportivas e outros itens, proporcionando resultados de alta qualidade.

Sendo assim foram escolhidos dois tipos malha para trazer conforto, qualidade e diferentes estéticas de acabamento para a coleção:

O primeiro tecido escolhido foi o “Dry Plus” que contém 100% de poliéster em sua composição, porém mesmo sem elastano ele é produzido de forma que sua trama tenha mais elasticidade que os tecidos de poliéster comum, trazendo assim um caimento melhor no corpo sem ficar mais pesado. Diferente do “Jump Dry” que possui 91% de poliéster e 9% de elastano, que tem uma elasticidade e acabamentos incríveis, porém acaba ficando mais pesado e quente que o Dry Plus.

A segunda trama escolhida foi o “Double Dry” que também possui em sua composição 100% poliéster, porém com um acabamento bem diferente do Dry Plus, sendo as maiores diferenças entre eles:

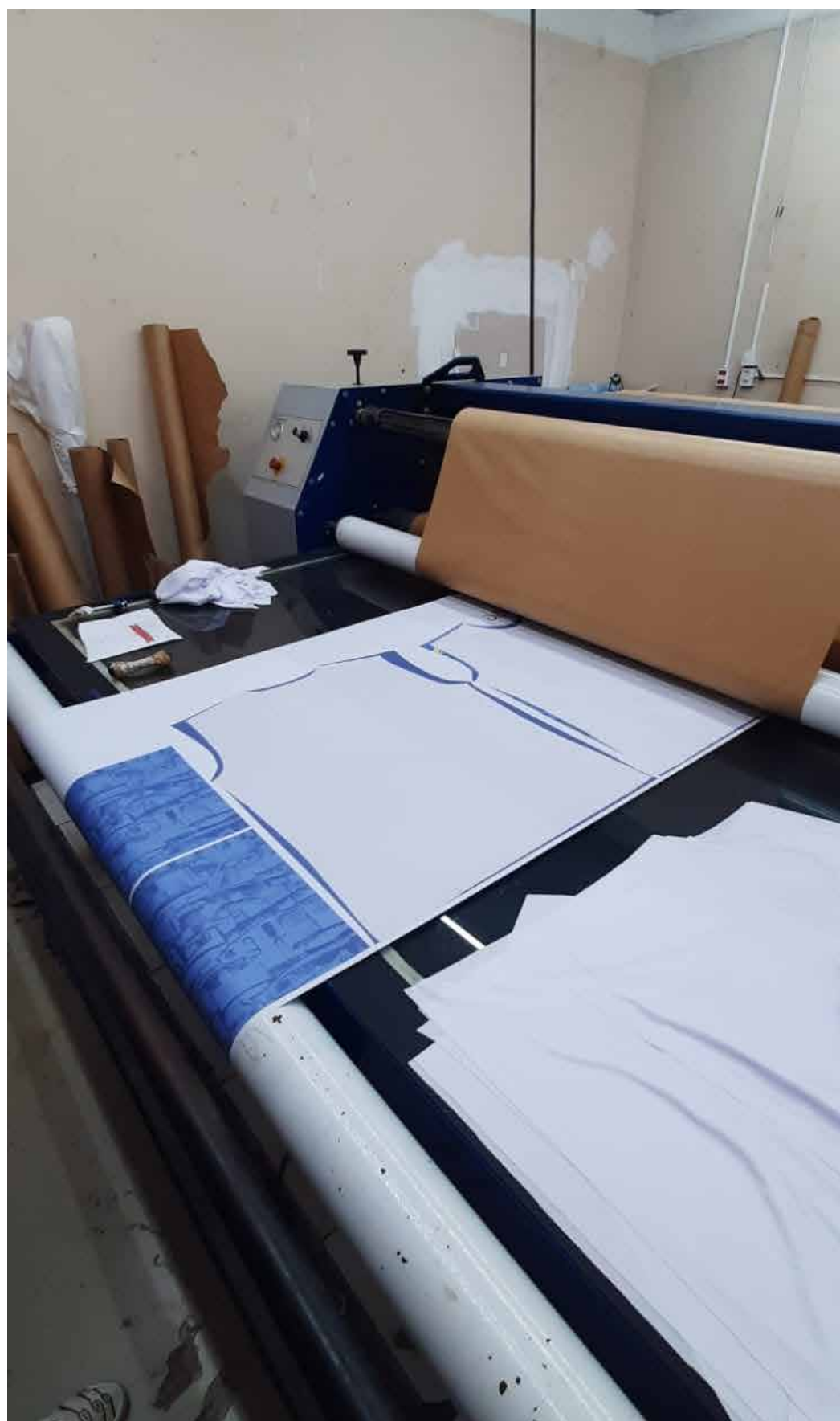
leveza, respirabilidade e modernidade, uma vez que ele é construído para permitir a passagem de ar, por isso os “furinhos” na trama.

proporciona um maior controle de umidade, transportando o suor para longe da pele para a superfície do tecido, onde pode evaporar mais facilmente.

Ao afastar a umidade da pele, o tecido com tecnologia Double Dry ajuda a acelerar o processo de secagem, mantendo o usuário mais confortável durante a prática esportiva.



Calandra sublimática
Acervo pessoal



Processo de sublimação através da calandra
Acervo pessoal

6.2.6 Golas e punhos personalizados

Um dos maiores problemas de se produzir poucas peças fora de uma escala maior é, principalmente, o custo e a dificuldade de se conseguir insumos em pouca quantidade, principalmente de qualidade. Até mesmo em larga escala se torna uma tarefa complicada, dependendo muito do tipo de material que você produz, pois as matérias primas são comercializadas apenas em grandes quantidades. Uma vez que as empresas precisam de uma alta rotatividade de venda para suprir os gastos, manter quantidades altas de insumos em estoque que não terão saída é literalmente deixar dinheiro parado sem ter o que fazer com ele.

A confecção onde trabalho, a fim evitar esse acúmulo de matérias primas específicas, como golas e punhos, compra apenas materiais de cor sólida que tem alta rotatividade de saída, como azul royal, azul marinho, amarelo, vermelho, verde, preto, branco e etc. Uma vez que eu estava usando os recursos e estruturas da confecção para produzir as camisetas, acabei caindo nesse dilema: como conseguir golas e punhos personalizados para alcançar a estética que eu almejava? Uma vez que apenas conseguiria comprar quilos ou precisaria comprar na internet sem ter a menor chance de conseguir as cores que eu precisava, sem contar que a questão do tempo era o que mais me preocupava.

Desse modo, eu tive a ideia de tentar aplicar uma fita de DTF diretamente nas golas e punhos. Diferentemente da sublimação, que literalmente faz a tinta evaporar e então tingir o tecido, o DTF na verdade é aplicado através da poli-amida que funciona como uma cola térmica que, sob calor e pressão, derrete, assim fazendo a tinta aderir ao tecido. Dessa forma, após alguns testes para ver como o material dos insumos reagiria, tanto a prensa quanto a impressão, conclui que seria perfeito, pois além de reagir bem a elasticidade da gola e do punho, eu poderia imprimir a cor exata que combinaria com a estética da camiseta, assim como escolher o tamanho da fita, onde posicionar e etc.



Golas e punhos com DTF aplicado
Acervo pessoal

6.2.7 Confecção

Com isso, todos os passos para a confecção estavam prontos. Infelizmente, costurar e fazer modelagens, apesar de ter grande desejo, não são coisas que sei fazer ainda. Portanto, neste tópico irei apenas explicar o processo de produção da camiseta em si, pois a partir daqui foi o pessoal que trabalha comigo que deu prosseguimento na finalização das peças.

O processo todo se resume em:

Primeiramente, produzir os layouts das peças e após a aprovação, é feito o pedido com os tamanhos a serem produzidos, no meu caso foram 6 camisetas, 3 sendo de tamanho G e 3 sendo GG, porém cada uma com sua especificação.

Depois disso, o próximo passo é seguir para corte da malha, seguindo as orientações do pedido, como o aumento das peças, por exemplo. Assim também como para a parte das camisetas, pois essas partes do processo funcionam de forma independente uma da outra, apenas os próximos processos se tornam contínuos.

Com o tecido cortado e as impressões feitas, o que se segue é justamente a sublimação das peças. Esse passo pode ser realizado de diversas formas, dependendo do maquinário disponível. Prensa térmica, individual e industrial e calandra

sublimática são exemplos de maquinários que produzem sublimação. A prensa é literalmente uma estrutura robusta com uma área de prensagem, normalmente plana, onde o substrato e a mídia de transferência são posicionados, a individual consegue apenas aplicar impressões localizadas ou aplicar elementos localizados como DTF, transfer, filme térmico e etc, enquanto a industrial consegue realizar impressão total em uma ou mais peças, pelo seu tamanho. A calandra, por sua vez, também aplica pressão e calor a fim de realizar o processo da sublimação, porém, diferentemente da prensa que precisa, literalmente, prensar a impressão por alguns segundos para funcionar, a calandra realiza isso de forma contínua, através do seu sistema de cilindros, um de aquecimento e um de pressão, e esteira. Portanto, para produções em larga escala, a calandra se mostra essencial.

Com o tecido tingido, o próximo passo é a costura. Essa parte da produção é um processo muito mais conhecido, que não muda tanto na sublimação, porém a única diferença é que a costura acaba sendo mais complexa devido a quantidade de processos e maquinários que pode envolver a confecção dessas peças. Fora isso, a execução é a mesma: separação das peças, costura-se a frente e as costas, depois as mangas, então é feito a barra e por último é costurado gola e punhos. Com as camisetas costuradas, elas passam por um processo de inspeção e limpeza, onde as peças são checadas e finalizadas, retirando as imperfeições como linha sobrando,

corrigidos possíveis erros e etc.

E por último, com as peças quase finalizadas, o próximo passo foi a aplicação dos elementos impressos em DTF e filme refletivo, como os brasões, elementos gráficos e afins. Esse processo não precisaria ser feito exatamente por último, poderia ter sido logo após a sublimação e antes da costura, por exemplo, mas como eu não participei desses processos no meio, deixei este por último para que pudesse participar. De qualquer forma, o processo consiste basicamente na aplicação de DTF através da prensa sublimática explicada anteriormente. Após isso as peças foram passadas e estavam prontas.

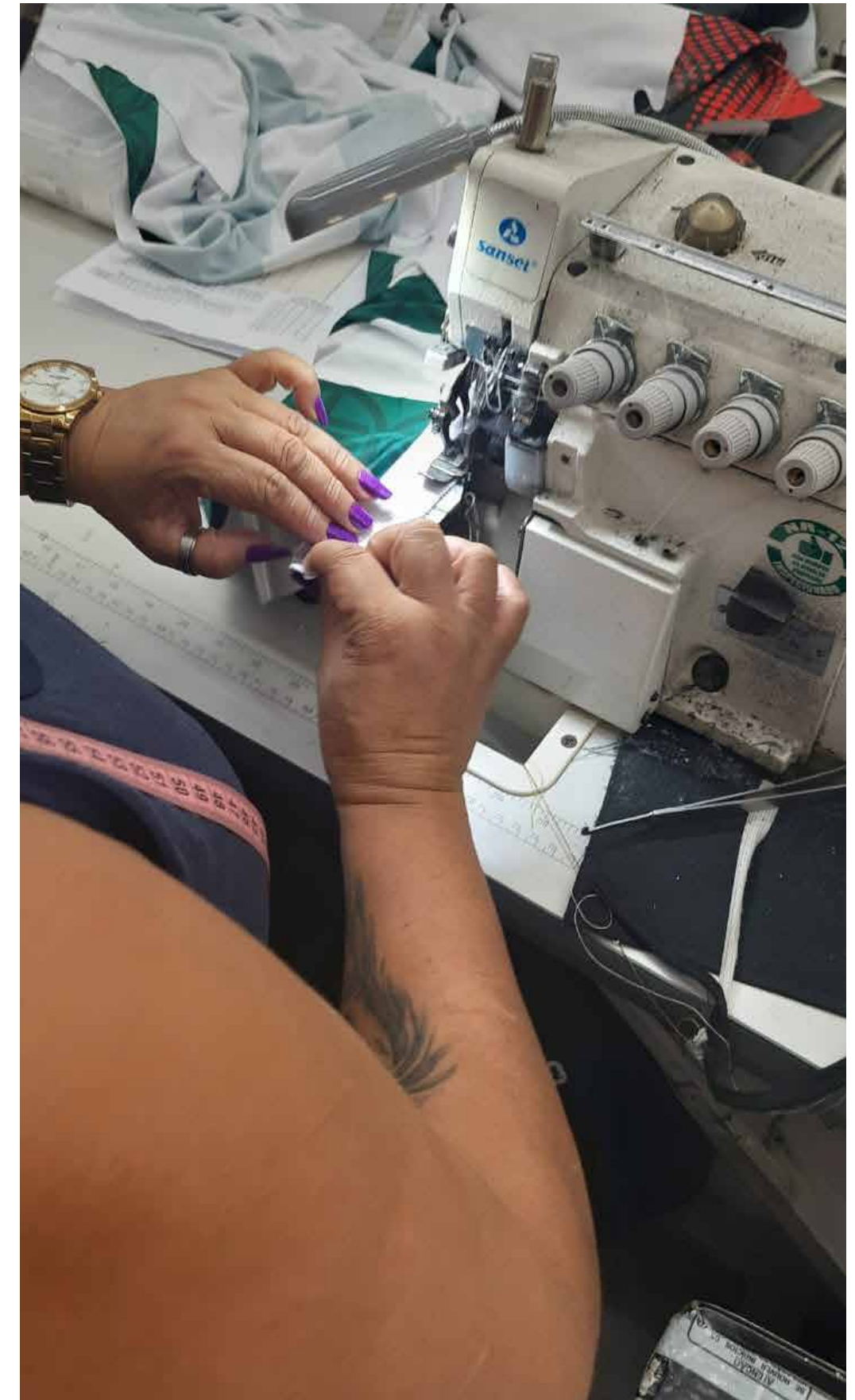
6.2.4 Grade de Impressão, DTF e Vinil térmico

Com isso, eu tinha tudo para fazer o que eu chamo no trabalho de “Grade de impressão”. Basicamente, montar a Grade é preparar o arquivo de impressão no Illustrator ou outro programa de vetorização, com as dimensões em tamanho real, com base na arte escolhida da camiseta, definindo as cores exatas através de testes de impressão, assim como tamanho dos elementos, padrões e afins, literalmente montar a camiseta no molde e tamanho específico. Porém somente os elementos que serão impressos e sublimados posteriormente. Os escudos e outros elementos gráficos eu decidi aplicar através de uma tecnologia chamada DTF.

O DTF ou “Direct to Film”, é uma abordagem moderna de estamparia que envolve a impressão direta de tintas especiais sobre um filme ou mídia semelhante, que posteriormente é transferido para o tecido da camiseta através de uma prensa de calor. Embora tenha sido inicialmente desenvolvida para tecidos mais rígidos, a DTF também é aplicada em camisetas de time.

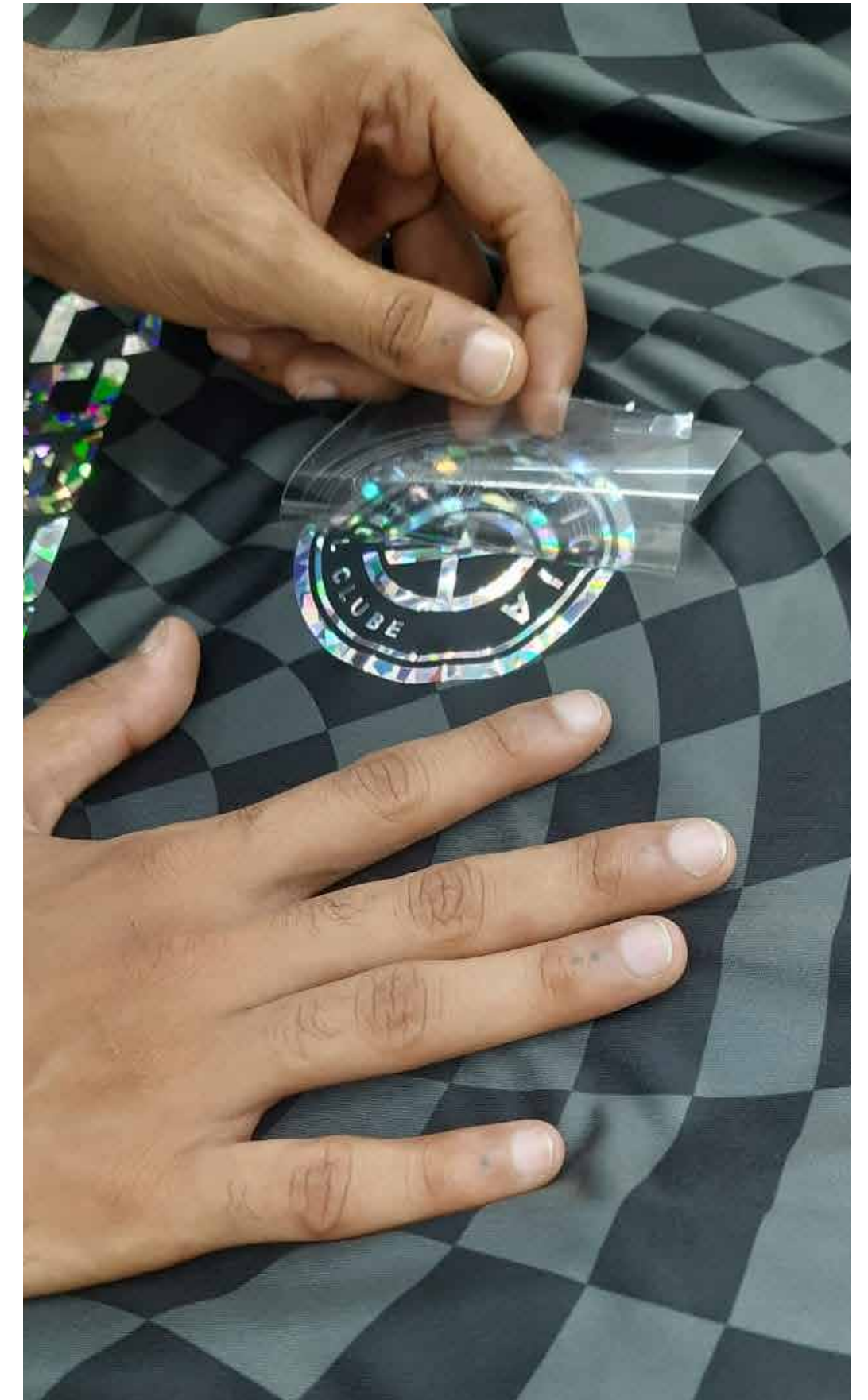
A técnica DTF oferece vantagens, como a capacidade de reproduzir detalhes finos, cores vibrantes e degradês complexos. Além disso, ela permite a impressão de pequenas tiragens com custos relativamente menores em comparação com outras técnicas, como a serigrafia. No entanto, é essencial que o processo seja executado corretamente para garantir a durabilidade e a qualidade da estampa. O uso dessa técnica em camisetas de time pode proporcionar designs inovadores e personalizados, oferecendo uma estética única aos uniformes esportivos.

Costura



Processo de costura das peças
Acervo pessoal

Aplicações



Aplicação de DTF e Vinil térmico holográfico nas peças
Acervo pessoal



7. PÓS-PRODUÇÃO

7.1 Projeto editorial fotográfico

Na pós-produção eu decidi que iria fazer um ensaio fotográfico editorial, que seguisse a estética periférica, e atuaria como principal ferramenta de divulgação, tanto da coleção e do projeto de TCC, quanto da marca, e até mesmo das temáticas envolvendo a estética fotográfica e o conteúdo abordado como tema central da coleção, a vestimenta de resistência.

Portanto, eu reuni referências de vários projetos editoriais envolvendo essa estética e temática, o que foi tranquilo pois foram basicamente as mesmas que usei para a construção da coleção. Inclusive, as principais referências foram os projetos da fotógrafa Amanda Adász, citada anteriormente, assim como Samir Bertoli e o Neguinho da Favela, que possuem vários projetos em conjunto, o que facilitou a construção da estética da seção de fotos.

7.2 Escolha dos modelos

Baseado no tema central do projeto e na estética que eu queria passar, fiz a escolha de buscar pessoas que acreditei serem condizentes para convidar. Minha ideia foi a de retratar pessoas pretas em um contexto de role, descontração e compartilhamento de emoções, exaltando a beleza de se estar confortável usando uma roupa que te representa, junto de fotos posadas que destaquem a beleza da estética negra e periférica, que pudesse, inclusive, atuar como ferramenta de auto estima e representação.

Dessa forma, eu convidei quatro amigos que eram perfeitos para o projeto, o Thiago, o Sant, o Vini e a Fer. Eles são pessoas que tive imenso prazer de conhecer durante esses anos de faculdade, e é até engraçado como todas as vezes que nos encontramos no role estávamos com camisetas de time e dançando um mandelão de cria.

7.3 Ensaio fotográfico

Nessa etapa, a ideia era que eu pudesse participar tirando as fotos, porém, na hora do ensaio, fez muito mais sentido que eu pudesse participar como modelo também, junto do pessoal. Assim, além da ajuda dos modelos, eu tive uma ajuda imensa da Tati, minha namorada, que tirou praticamente todas as fotos, enquanto eu pude ajudar mais na questão produção e direção dos modelos e fotos, assim conseguindo participar enquanto modelo também.

A câmera utilizada para as fotos foi uma Canon 7D emprestada da Tati. A lente utilizada foi a 18-135mm ou “lente kit”, também dela. O que mostra como o projeto foi desde o começo realizado através de muitas mãos e muito afeto.

As fotos foram produzidas em dois ambientes durante a tarde. O primeiro ambiente foi o de um bar na rua, que pudesse trazer esse aspecto de felicidade, se divertindo e compartilhando momentos espontâneos, perspectivas das peças diferentes dos convencionais, close nos rostos, expressões e outro olhar nos detalhes da coleção.

O segundo ambiente foi feito em uma escadaria na rua, com diversas artes pichadas nas paredes, trazendo mais ainda essa estética suburbana. Aqui a ideia central era fazer fotos posadas individualmente e em conjunto, mostrando de forma mais completa as camisetas e seus detalhes.

7.4 Edição, ajustes e finalização

Na pós-produção, as fotos foram editadas nos softwares Adobe Photoshop e Adobe Lightroom. Onde foi feito, principalmente, correções de cor, contraste e iluminação, e a adição de alguns filtros como ruído.

Como dito anteriormente, a minha intenção era trazer um olhar íntimo para a cultura do jovem brasileiro, negro e periférico, e como se expressam através da moda, da festa e de se sentirem despreocupados e confortáveis em seu próprio ambiente energético. Por isso a escolha de se estar no bar, entre amigos, na resenha, trocando risadas durante a tarde, que trás uma luz mais calorosa. Enquanto a segunda parte do ensaio procura mostrar a estética do streetwear em si, fotos posadas, focando detalhes das peças, mostrando todo o projeto junto de forma mais visual.

Acho válido mencionar que todos os modelos se mostraram imensamente confortáveis durante o ensaio, o que tornou tudo muito leve e divertido de realizar. No final das contas foi realmente um momento de resenha entre amigos. Além disso, pude sentir que foi um momento de olhar para si e se sentir bem, confortável, belo, através das fotos e de estar junto entre pretos. Isso me trouxe uma alegria imensa, pois para mim era exatamente esse o objetivo do projeto e da marca.



8. Resultado











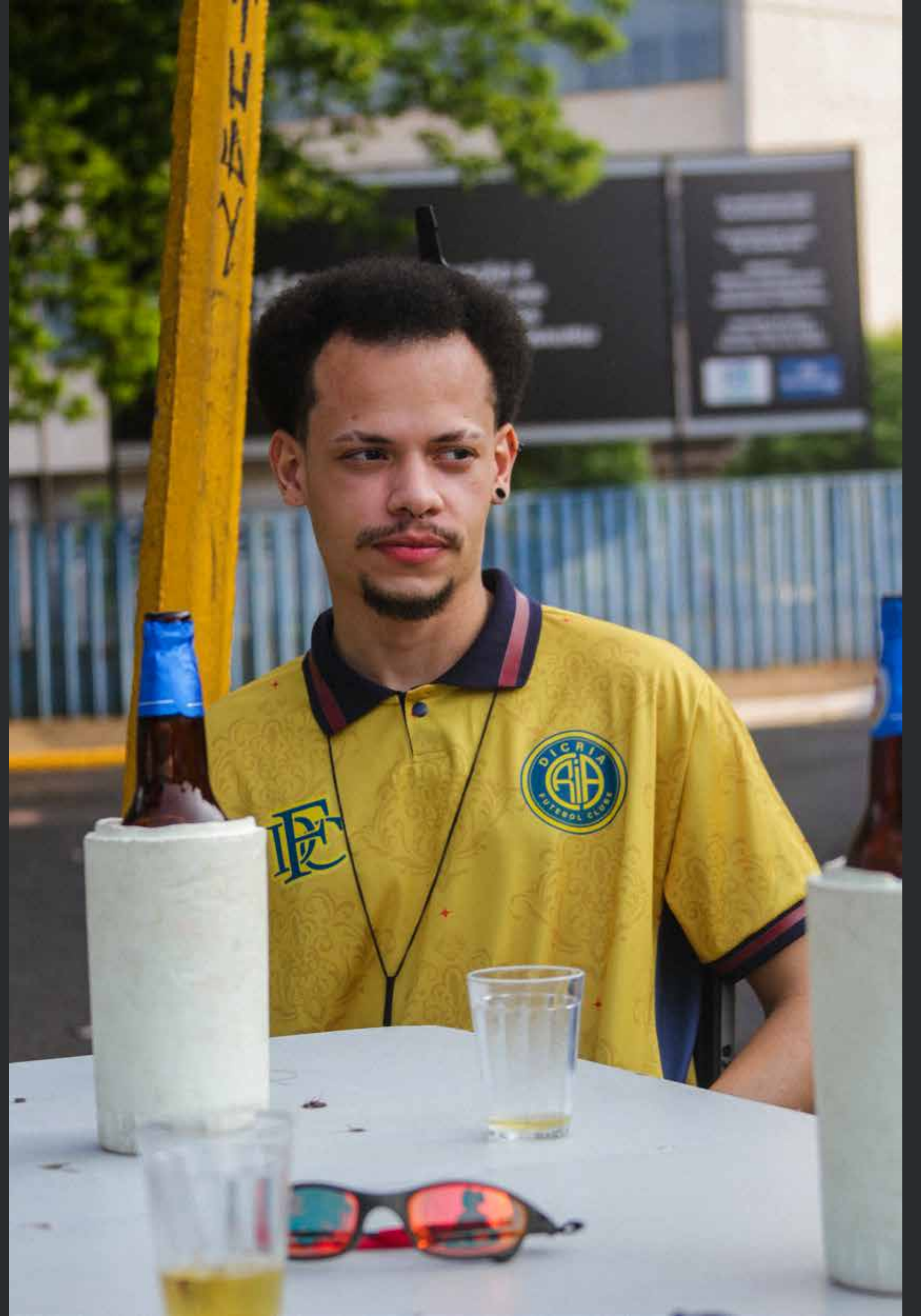
















NECESSÁRIO ACREDITAR
QUE O SONHO É POSSÍVEL,
QUE O CÉU É O LIMITE
E VOCÊ É IMBATÍVEL

ZÉ POVINHO QUER MEU FIM
SE ESPERAR APODRECE,
SE DECOMPÕE
E A GENTE FAZ, CORRE ATRÁS





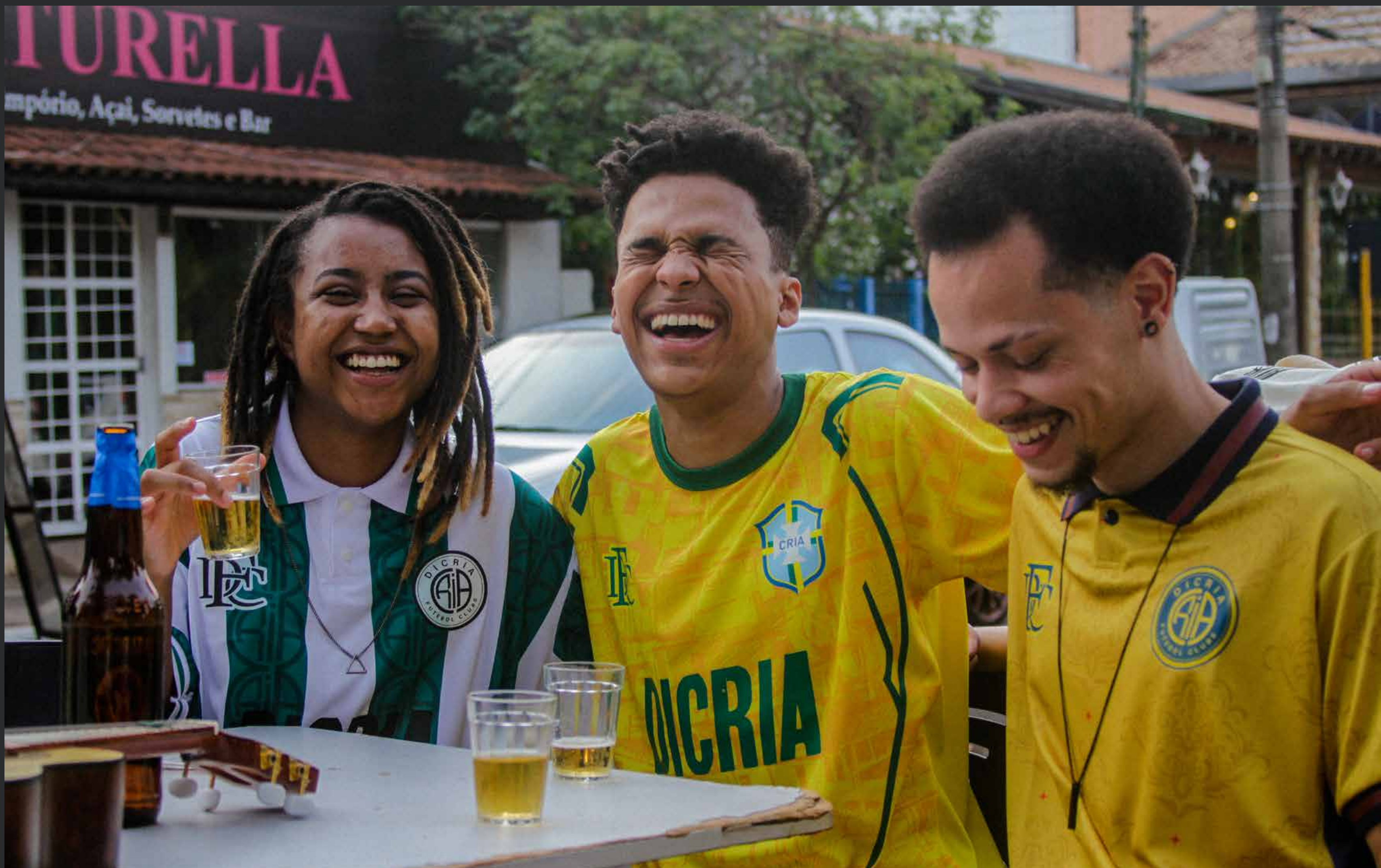


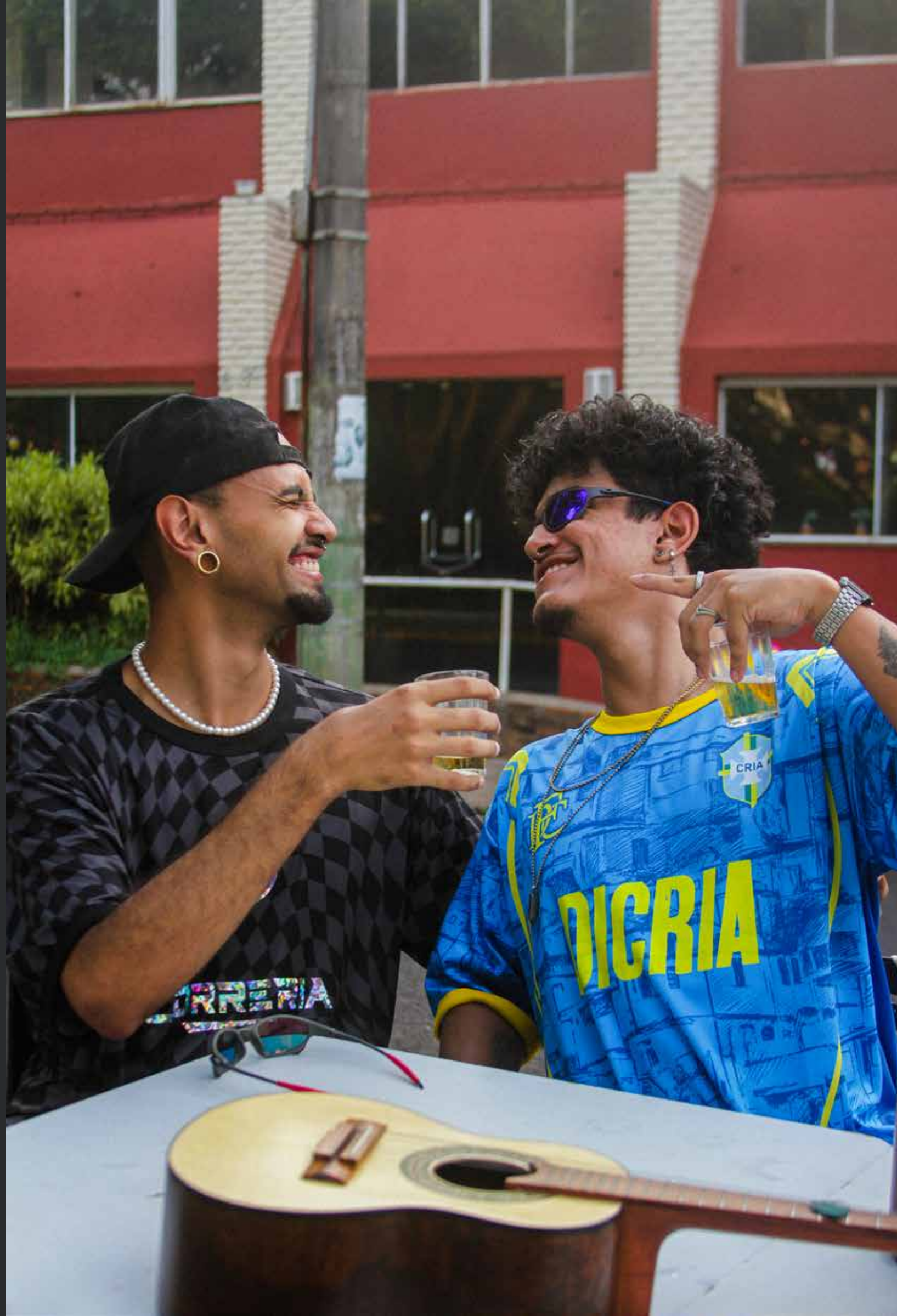














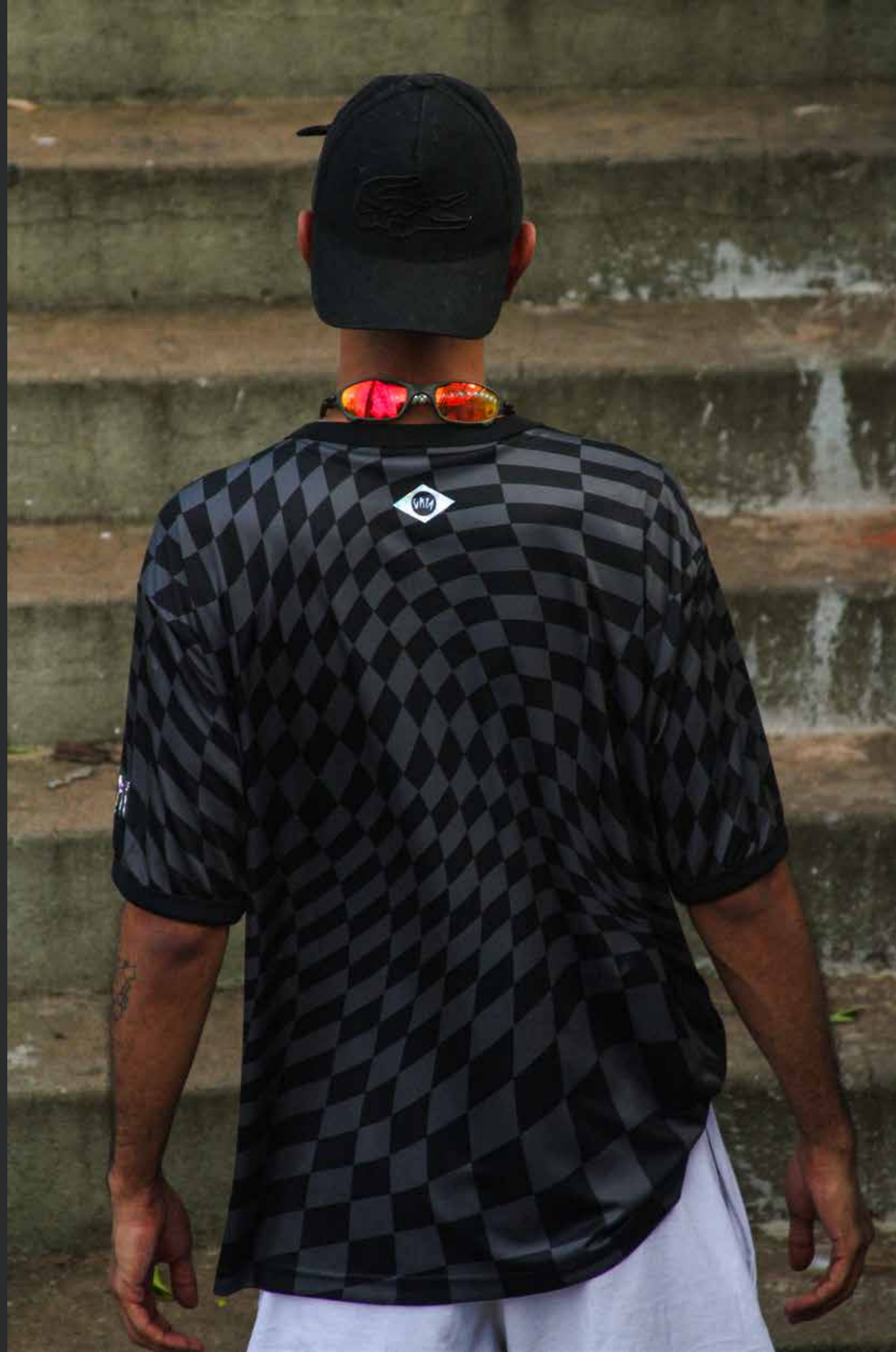












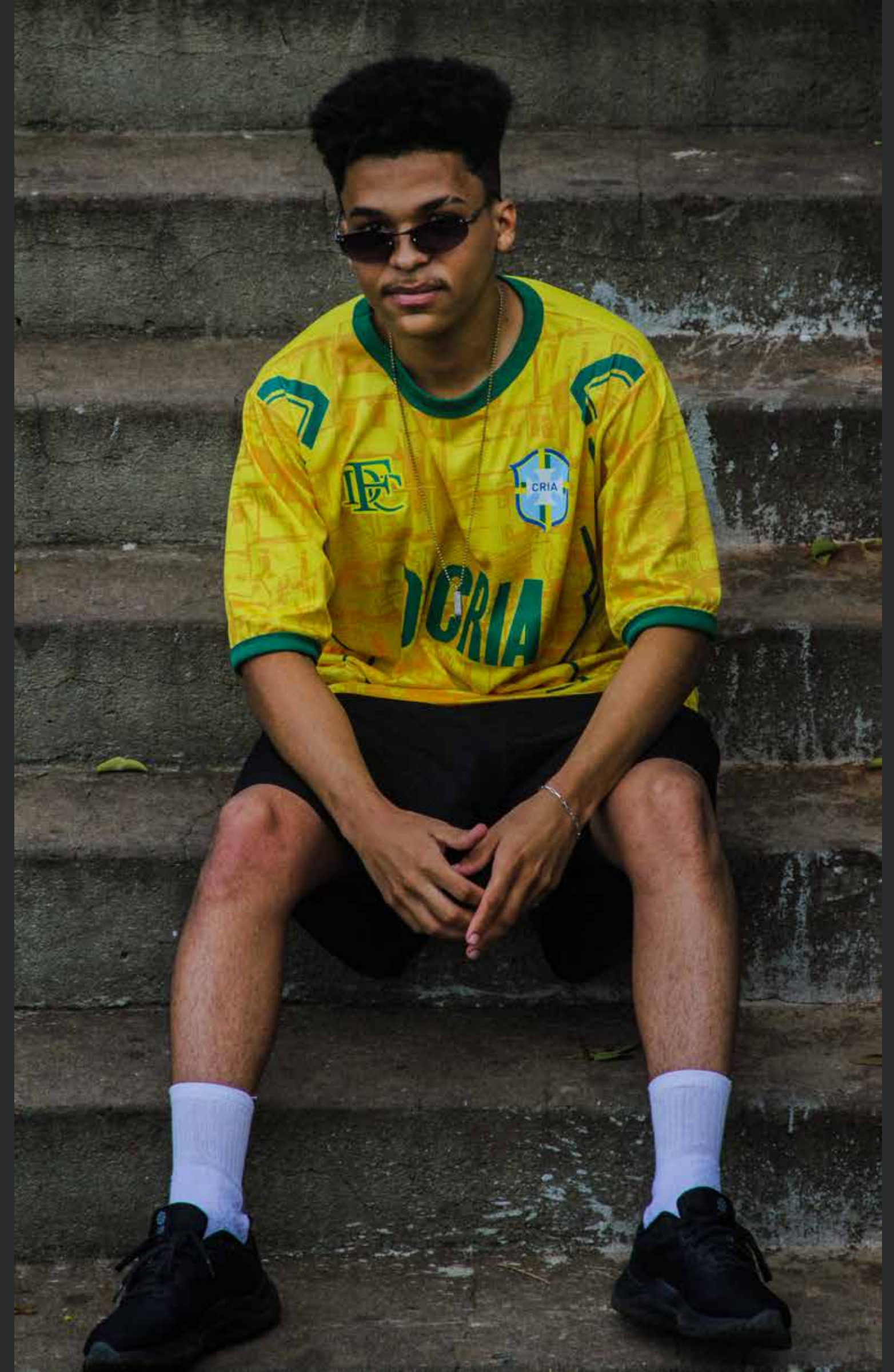
































ZÉ POVINHO QUER MEU FIM
SE ESPERAR APODRECE,
SE DECOMPÕE
SE A GENTE FAZ, CORRE ATRÁS,
PEDE A PAZ, ELES ESQUECEM

É NECESSÁRIO ACREDITAR
QUE O SONHO É POSSÍVEL,
QUE O CÉU É O LIMITE
E VOCÊ É IMBATÍVEL



9. CONCLUSÃO

Ao refletir sobre as funções sociais da moda, como a capacidade de representar ideais, grupos e classes sociais, foi dada à ela importância na sociedade para além dos hábitos de consumo. Sendo assim, surgem novas formas de se vestir, já que a moda tradicional hegemônica não contempla todos os grupos, corpos e culturas. Pensando nisso, nasce a necessidade de se construir uma moda que abrace as estéticas da juventude negra de periferia, que finalmente está cheio de orgulho em ser morador de quebrada, desenvolvido por eles mesmos a partir de sua história.

Assim, nasceu o projeto, e conseguir trazer meu trabalho para a finalização deste ciclo foi muito importante para mim. Esse amadurecimento na hora de se trabalhar a moda foi muito importante inclusive para minha identidade, então espero que este trabalho possa servir de exemplo para mais pessoas.

Porém, claro que nem tudo são flores, como diz Don L na música Favela Venceu, "pra gente nada é fácil nunca". Uma das maiores dificuldades foi finalizar a faculdade e trabalhar ao mesmo tempo, culminando em ter que fazer o projeto em pouco tempo. Olhando para trás agora, consigo ver várias coisas que faria diferente, principalmente em relação à organização, mas acredito que isso também faça parte do processo de amadurecimento que envolve esse projeto.

Outra dificuldade foi em relação a produção. Toda a produção da camiseta de futebol envolve muitos processos e maquinários, e a qualidade do material que você usa faz muita diferença no resultado final. O problema é que, além de caro, ainda é de difícil acesso como explicado anteriormente, o que acaba limitando alguns processos dependendo do material que você possui acesso. O que te obriga a procurar grandes fábricas de confecção para produzir esse tipo de material, o que torna mais difícil para que artistas e marcas independentes produzam essas peças.

No mais, enquanto uma pessoa preta vindo da periferia de Franca, me orgulho muito do resultado conquistado. Me inspirar em marcas tão importantes para a cultura popular, pessoas com olhares tão amplos, que levam o legado brasileiro de onde vem para a moda, e ver o resultado final foi indescritível e sou muito grato. Ver todo o processo sendo feito e finalmente ver as peças sendo usadas por pessoas que se identificam com elas e com todo o projeto foi muito significativo.

10. Referências

BASTOS, Angela Oliveira. Periféricas maneiras de vestir: a juventude negra de periferia na construção de uma moda engajada. Monografia (Graduação em História da Arte) - Escola de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade Federal de São Paulo. São Paulo, p. 25. 2021.

BLUES, Baco Exu do. Youtube. Autoestima. Videoclipe. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5Zj9aef2AEE> . Acesso em 21 nov. 2023.

BRAGA, Liliane. África em toda parte: cultura negra é o coração das estéticas das periferias. São Paulo: Revista do Sesc, n.6, dez/2012.

D'ANDREA, Tiarajú Pablo. A formação dos sujeitos periféricos: cultura e política na periferia de São Paulo. 2013. Tese (Doutorado em Sociologia) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8132/tde-18062013-095304/pt-br.php> . Acesso em: 21 nov. 2023.

GONZALEZ, Lélia. “A categoria político-cultural de amefricanidade”. Tempo Brasileiro. Rio de Janeiro: E.d Global, Nº. 92/93.

GONZALEZ, Lélia. “A mulher negra na sociedade brasileira”, O lugar da mulher – Estudos sobre a condição feminina na sociedade atual, Rio de Janeiro, Graal. 1982

PEREIRA, Hanayrá Negreiros de Oliveira. O vestir como cultura: caminhos possíveis. Coluna Negras-Maneiras. Elle Brasil, 25 set. 2020. Disponível em: <https://elle.com.br/ovestir-como-cultura-caminhos-possiveis> . Acesso em: 25 nov. 2023.

PORMENOR. Página “Sobre”. Disponível em: <https://www.pormenor.com.br/pagina/sobre.html> . Acesso em: 25 nov. 2023.

QUIJANO, Aníbal. Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina. A colonialidade do saber. Eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latino-americanas. Buenos Aires: CLACSO, 2005.

RIBEIRO, Darcy. Roda Viva: Darcy Ribeiro. Entrevista. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=AAFzOemlAbg> . Acesso em: 25 nov. 2023.

RUEDA, Thiago. Brasilcore e o pertencimento da camiseta da seleção brasileira nas periferias. Agência Mural, 25 nov. 2022. Disponível em: <https://agenciamural.org.br/brasilcore-e-o-pertencimento-da-camiseta-da-selecao-brasileira-nas-periferias/> . Acesso em: 01 dez. 2023.

SANTANA, Bianca. Quando me descobri negra. São Paulo: Se-si-SP, 2015.

SILVA, Luiz Roberto Rigolin . A maioria dos atletas vem de periferia. Galileu, p. 82 - 82, 12 dez. 2012.

SOARES, Adriano. Jovem aposta em estética periférica e cria marca com pegada sustentável no Nordeste de Amaralina. Agência Mural, 20 ago. 2021. Disponível em: <https://www.agenciamural.org.br/jovem-aposta-em-marca-periferica/> . Acesso em: 25 nov. 2023.

TURELLA
mpório, Açaí, Sorvetes e Bar

CRIA SUBURBANO

