



UFRJ

Escola de Belas Artes

Curso de Artes Visuais - Gravura

Sofia Prazeres Scheufler

FARPA: A experiência de criação de uma marca autoral

Rio de Janeiro

2024

Sofia Prazeres Scheufler

FARPA: A experiência de criação de uma marca autoral

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Artes Visuais -
Gravura, Escola de Belas Artes,
Universidade Federal do Rio de Janeiro,
como requisito parcial para obtenção do
título de Bacharel em Artes Visuais -
Gravura.

Orientador(a) (es): Prof. Dr. Pedro Sánchez Cardoso

Aprovada em

Prof. Dr. Pedro Sánchez Cardoso (Orientador)(a)
Escola de Belas Artes - UFRJ

Luiza Monteiro Stavale (Profª. Ma.)

Raquel Ferreira da Ponte (Profª. Dra.)

Agradecimentos:

Agradeço, primeiramente, a meus pais e meus irmãos por me ajudarem em tudo, e também na produção e correção deste trabalho. Aos meus amigos por sempre estarem do meu lado, e ao meu orientador Pedro Sánchez, por me ajudar imensamente a concluir essa fase da graduação.

RESUMO:

Esse trabalho visa ressaltar a importância da mudança dos modos de consumo atuais, colocando os brechós e a moda upcycling como grandes pilares para esse objetivo. A partir desses conceitos, discorre sobre moda nas ruas e criação de marca e sobre como esses conceitos influenciam iniciativas como é o caso da marca FARPA, que se propõe a ressignificar roupas de segunda mão a partir do garimpo e customização, entendendo esta ação como um trabalho autoral de produção artística.

ABSTRACT:

This work aims to highlight the importance of changing current modes of consumption, placing thrift stores and upcycling fashion as major pillars for this objective. Based on these concepts, it discusses street fashion and brand creation and how these concepts influence initiatives such as the FARPA brand, which aims to give a new meaning to second-hand clothing through mining and customization, understanding this action as an authorial work of artistic production.

PALAVRAS-CHAVE:

Moda, Brechó, Upcycling, Customização, Slow fashion, Streetwear, Estampa, Design visual.

SUMÁRIO

Resumo/Abstract

Lista de Figuras

Manifesto

1. Introdução	9
1.1. Fast Fashion x Slow Fashion	10
2. Streetwear	11
2.1 Customização	15
3. Primeiras experiências e influências	16
3.1. Estampas	18
4. A marca	23
5. Processo criativo	27
5.1. Primeiras coleções	31
5.2. Fotos e divulgações	39
Conclusão	47
Referências bibliográficas	

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - Campanha da marca GOLF Le Fleur 2021

FIGURA 2 - Exemplos de streetwear anos 90. Imagens da página de referências visuais, *Pinterest*

FIGURA 3 - Exemplos de Upcycling

FIGURA 4 - Pintura autoral, feita com tinta acrílica diluída em telas , 2020

FIGURA 5 -Primeiro tecido pintado, 2021

FIGURA 6 - Exemplo de pinturas "Fluidas", 2021/22

FIGURA 7 - Exemplo de desenho “Espaçonaves” 2023

FIGURA 8 - Exemplos de desenhos “Espaçonaves” , 2022/23

FIGURA 9 - Primeira calça feita para a marca, 2021

FOTO 10 - Logo da marca 2022

FIGURA 11 - Fotos para ensaio da primeira coleção da FARPA 2023

FIGURA 12 - Exemplos de tatuagens, feitas no Freehand, 2023/24

FIGURA 13 -Desenhos feitos para tatuar, 2020

FIGURA 14 - Pintura acrílica diluída em tela, 2020

FIGURA 15 - Exemplos de desenhos “Espaçonaves” / Feitas a mão, escaneadas 2022

FIGURA 16 - Ensaio feito para a FARPA, Março de 2024

FOTO 17 - Exemplo de uma caixa, feita para embalagem das peças/ Foto autoral.

FIGURA 18 - Processo de stencil para a pintura das calças, fotos autorais 2024

FIGURA 19 - Montagens feitas no Photoshop das peças da segunda coleção NEW ERA

FIGURA 20 - Ensaio Fotográfico para a FARPA, Março 2024

FIGURA 21- ¹ <https://www.instagram.com/p/C7CyvySJ40h/> Instagram da marca, criado em 2022

FIGURA 22 - Estandes da FARPA na Feira Uva, de pequenos artistas independentes. Março, Abril e Maio de 2024

FARPA

Manchas da cidade, cascas de árvores,
rios e cachoeiras,
curiosas sombras dançantes.

Ruas, esquinas, paredes, tecidos e peles.

O abstracionismo da vida urbana traduzido em
movimento, linhas e repetições.

Tudo que nos atravessa e convoca.

Pequena lasca da ousadia.

Uma provocação, uma farpa,
corte/rasgo brutal ao Fast Fashion.

Uma seta que aponta para o livre circular.

Das ruas, da moda, dos corpos, das personalidades e imagens.

Tatuagens impermanentes em estampas únicas

Perfuram, aprimoram e ressignificam.

1. INTRODUÇÃO

A indústria da moda é a segunda mais poluente do mundo, ficando atrás apenas da indústria petrolífera (BBC BR 2017). A Fast Fashion (FF), um termo muito popularizado nos últimos anos, descreve uma ideia de moda sazonal, ou seja, de estações, em um modelo comercial onde grandes empresas, organizadas em verdadeiros conglomerados comerciais, possuem poder para controlar o período de duração das coleções. Dessa forma, manipulam tendências e impactam diretamente no subjetivo dos consumidores, o que os incentiva a um consumo compulsivo para maximizar seus lucros (Sandreschi, 2021). A diminuição da qualidade do produto e da vida útil da roupa, a exploração da mão de obra (chegando, muitas vezes, ao uso de mão de obra escrava)¹, a utilização de matérias-primas sintéticas e de má qualidade, a produção em massa e o uso intensivo de propaganda são estratégias adotadas por essa forma de produção. As redes sociais possuem papel crucial para a sustentação desse mercado, uma vez que são os instrumentos mais diretos de manipulação de consumidores.

Mesmo que ainda prevaleçam muitas marcas com o modelo FF, que dominam financeiramente o mercado, podemos perceber, atualmente, uma maior conscientização sobre aspectos de sustentabilidade em relação ao mundo da moda. O crescimento de feiras e brechós é visível, e muitos consumidores frequentam estes locais à procura de roupas de segunda mão e de peças únicas de outras épocas, buscando exaltar seus estilos próprios e suas individualidades. Upcycling é um termo que se popularizou no início dos anos 2000, e que remete a uma ideia de reciclagem. Sua definição está atrelada ao reaproveitamento de materiais relacionados à moda, agregando valor aos mesmos (Macdonough & Brangart, 2002).

O conceito de Comércio Circular (CC) envolve ressignificação e reciclagem, para além de sustentabilidade nas relações econômicas, tanto do comprador, quanto de quem presta ou vende algum tipo de serviço. Com a pandemia de Covid-19, no ano de 2020, as redes sociais impulsionaram o CC tornando-o mais acessível, principalmente pelo meio digital. O que antes

¹ A loja de departamento Zara, por exemplo, foi processada por estar utilizando mão de obra escrava em suas fábricas, em 2011, causando grande escândalo nas mídias. A reportagem de 2017, do jornal O Globo, relata como a justiça decidiu que a marca seria a responsável pelos atos, podendo fazer a mesma entrar para a 'lista suja' do Ministério do Trabalho. Diversas empresas que utilizam do modelo FF, entram para a mesma lista, somente reforçando os prós de uma produção mais lenta e consciente.

era visto somente como caridade e roupas doadas para igrejas e outros centros, por exemplo, agora é parte da moda. Como consequência, observa-se um aumento progressivo de usuários de perfis de roupas usadas nas mídias sociais. Num mundo mediado pela internet e inúmeras plataformas digitais, os impulsos de compra são ainda maiores e a divulgação de tudo que pode ser consumido está cada vez mais presente no dia-a-dia, sendo quase impossível fugir disso. Por um lado, existe essa sobrecarga de estímulos de compras para os usuários das marcas que praticam FF, por outro, muitas marcas menores atreladas à CC, estão recebendo mais visibilidade. A ressignificação dessas peças traz um olhar ‘fresco’ para a moda e para as pessoas, já que nunca se sabe o que pode ser achado, e, muitas vezes, reutilizado, até para fazer novas peças.

As questões apresentadas acima guiaram o desenvolvimento deste Trabalho de Conclusão de Curso, que teve como objetivo discutir a criação da marca FARPA, identificando-a como um segmento da slow fashion. Ao ressignificar peças de segunda mão, buscando novos meios de mostrar o potencial dessas peças, a FARPA vem incrementando o consumo nesse tipo de empreendimento, e demonstrando as possibilidades de incorporar elementos a peças antigas para torná-las novas, estimulando um consumo consciente.

1.1 FAST FASHION X SLOW FASHION

Um reflexo da crescente conscientização acerca da slow fashion, pode ser observado no surgimento de pequenas marcas que tentam inovar e trazer algo diferente para o mundo da moda.

Pequenos empreendimentos têm ganhado força pelo diferencial que apresentam, procurando fazer um novo posicionamento no mercado, propondo outras formas de produção e consumo. Muitos são artistas que estão manifestando suas formas de pensar a moda através da arte, por meio de processos artesanais, reutilizando peças de vestuário pouco usuais, bem como se apropriando de materiais estranhos ao mundo da moda, como sacos plásticos, embalagens, tampinha de alumínio etc. Com o crescimento de pequenas marcas, o interesse do público aumenta consideravelmente, e muitos pequenos produtores começam a ensinar como fazer, você mesmo, diversos tipos de vestimenta, propondo uma interação com seu público.

Diversos projetos buscam trazer mais proximidade com o cliente, onde ele possa entender como aquelas peças estão sendo feitas e quem está por trás daquelas criações. A comunicação

que existe entre pequenas marcas e sua clientela é muito importante para aquele negócio prosperar cada vez mais. Além de receber feedback e poder criar com isso em mente, o artista (empreendedor) passa a entender mais os gostos de quem consome.

Um exemplo de pequeno empreendedor que trabalha através da sua arte, ensinando os outros, é o projeto *biquini.pdf*, da artista Dani Cavalier. Ela trouxe um novo jeito de pensar uma marca, ensinando as pessoas a fazerem seus próprios biquínis, por meio de workshops e conversas com mulheres, trazendo conforto para cada peça e para suas clientes. É sobre dar espaço para a criação conjunta, incluindo as pessoas na produção de suas próprias roupas.

Outros exemplos de marcas independentes são a marca de jóias *A Clandestina*, criada no Rio de Janeiro, pela ourives Amine Chalita, que produz joias diferenciadas, todas artesanais, e a marca *Into Carry*, da Austrália, que junta diversos materiais para a confecção de bolsas únicas, criando também uma comunidade de artistas que colaboram com a marca².

Os pequenos empreendedores também conseguem visibilidade quando as tendências se voltam para algo mais sustentável. Nessa perspectiva, os brechós e roupas vintage, que surgem do resgate da moda de décadas passadas, retornam à moda como uma inovação. (VOGUE,2020). As mudanças também têm seu ciclo, e os brechós estão num contexto onde o que era visto como marginalizado, entra para a moda. Se essa tendência de resgate veio para ficar, não há garantias, mas o esperado é que a mentalidade das pessoas mude com esse cenário, pois é impraticável acompanhar a moda do jeito que é feita.

2. STREETWEAR

Nos anos 90 surge o termo streetwear. Com a influência da cultura do hip hop, esse termo avança para algo além da roupa em si, do que está sendo vestido, da moda, na direção da criação de novas tendências culturais.

A sociedade, desde sempre, vem acompanhando a maneira como ícones da indústria cultural se expressam visualmente, através de seus estilos de vestir. Nos anos 60, bandas icônicas

2

<https://www.instagram.com/biquini.pdf/>
<https://www.instagram.com/a.clandestina/>
<https://www.instagram.com/intocarry.co/>

como os *Beatles* e *Rolling Stones* se apresentavam publicamente com suas roupas formais, vestidos com ternos e usando cabelos com franjas. Podemos acompanhar a transformação deste estilo, que, ao longo das décadas de 60 e 70, foi assumindo um modo de se vestir mais despojado, com estampas chamativas, calças justas, e depois, boca de sino. Essas figuras representavam tendências importantes para a sociedade, influenciando gerações de jovens que, assim como seus ídolos, viam na moda uma forma de se expressar individual e socialmente.

Ao longo dos anos, as influências mudam, assim como a moda. A cada década que surge um novo tipo de música, formam-se outros nichos, revelando suas tendências artísticas na forma de se portar e de se vestir.

Na era punk, por exemplo, o ideal era uma quebra de padrões, um choque cultural, então piercings, tatuagens, roupas rasgadas, tudo aquilo que era visto como marginal, ficou marcado, décadas depois, como um período importante da moda.

Nos anos 90, vimos uma mudança aparente, uma mudança de estilo. Vimos surgir os baggy jeans, um exemplo de tendência que virou popular em diferentes épocas.

É muito interessante como o público, em geral jovem, dita a moda dessa forma, querendo pertencer a algum grupo. Era importante mostrar seus ideais, e as roupas fizeram parte disso, como uma forma de expressão acessível. Todas essas tendências citadas, acabaram virando marcas de várias décadas, que vêm sendo resgatadas até os dias de hoje (KALIL,2011)

Com tantas décadas de história da moda, acontece atualmente, uma mistura de influências, que se juntam formando novas tendências e criando novos nichos, aliás, subnichos daqueles já conhecidos e estabelecidos. E a moda nas ruas não poderia estar fora disso, e até hoje as maiores influências estão por aí, inovando nos estilos de se vestir.

Quando o hip hop teve um grande crescimento, nos anos 90, surgiu ali um lugar de poder pertencer a algo, para aqueles que nunca tiveram oportunidades. Nas comunidades mais pobres, geralmente negras, o rap foi uma grande virada de ideais e outras formas de poder se impor numa sociedade tão elitista. A moda, nessa época, também foi muito influenciada pelo surgimento do hip hop, que, eventualmente, começou a ser incorporado no modo casual de se vestir de outros grupos de pessoas fora dessa cena inicial. O modo como os rappers se vestiam

fez com que muitas marcas de pequenos empreendedores, principalmente em Nova York, no Brooklyn e no Bronx, conseguissem ganhar seu espaço no mundo da moda, lançando tendências, nunca vistas antes, e dando espaço para estes artistas que eram marginalizados pela sociedade, mas que acabaram virando influenciadores e lendas da moda até hoje. Todo esse histórico cultural é visto no documentário *Fresh Dressed*, de Sacha Jenkins, de 2015.

O histórico do streetwear ganha força com esse movimento do hip hop. Criar um estilo próprio impõe um status para as pessoas, o que era muito comum nos guetos. O hip hop sempre teve o intuito de dar uma voz para uma comunidade apagada pelos preconceitos, num momento muito tenso de violência nos bairros negros e com a segregação ainda muito presente, principalmente nos Estados Unidos. Para aquelas pessoas, estarem numa revista de moda, usando roupas feitas por marcas caras, era algo revolucionário. Além da música que estavam criando a partir do jazz, o rap era um estilo de vida também. Mas esta virada de status ainda está acontecendo.

Hoje vemos muitos artistas negros em voga, mas que só conseguiram conquistar esses espaços na moda, muito recentemente. Um exemplo disso foi Virgil Abloh, o primeiro criador executivo negro de uma marca de luxo, a *Louis Vuitton*. Depois de seu falecimento, foi substituído por Pharrell, cantor norte americano, que lançou sua primeira coleção com a marca ainda esse ano.

Outros exemplos desse meio são Jay Z, Kanye West, MF DOOM, Tyler The Creator, entre muitos outros, que criaram uma estética própria, se inserindo no mundo da alta costura, onde jamais pensariam estar. Entre esses exemplos, destaco o rapper Tyler The Creator, que criou sua marca de roupas, a *GOLF Le Fleur*, focada na estética pessoal do artista, e que hoje está incluída na lista das maiores marcas de luxo do mundo.

A visibilidade alcançada por esses artistas, trouxe outras influências para o mundo da moda. Antigas tendências se transformaram, e hoje temos uma junção de elementos.

FIGURA 1 - Campanha da marca GOLF Le Fleur 2021

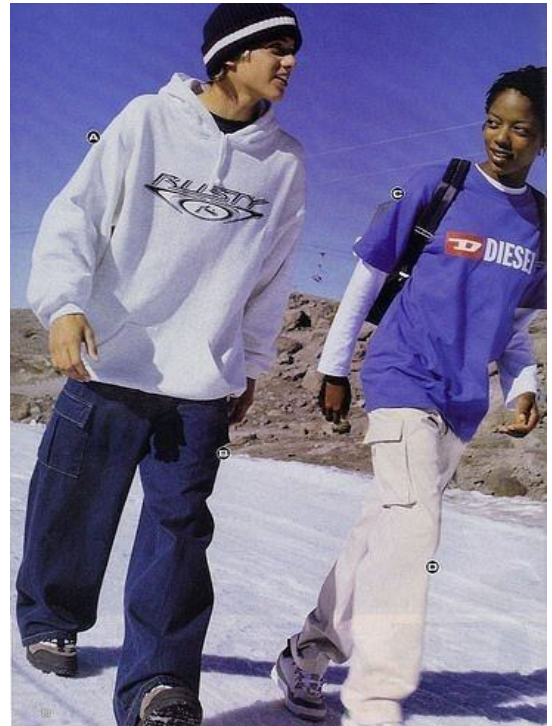


FIGURA 2 - Exemplos de streetwear anos 90. Imagens da página de referências visuais, *Pinterest*



2.1 CUSTOMIZAÇÃO

Uma nova atração da moda contemporânea, é a customização de peças de vestuário. Acompanhamos pelas redes sociais, artistas que trabalham com essa ressignificação de roupas, transformando diversas peças. O modo de customizar varia conforme cada artista e seu propósito. São alguns exemplos: a marca *Costumese* (@costumese00), que usa retalhos estampados com serigrafia, criando novas peças a partir dessa técnica; a artista de Nova York, Anna Molinari (@annamo.1), que utiliza vários tipos de materiais, desde plástico bolha e embalagens até sacos de lixo, para criar peças únicas, e o estilista Nigel Xavier (@nigelxavier), americano, que tem um trabalho forte no patchwork, que é a junção de retalhos de qualquer tipo de tecido para criação de novas peças.

Além da reutilização, causando menos impacto ambiental, a moda de segunda mão tem feito mais sucesso nas redes, atraindo, inclusive, pessoas famosas, o que é vantajoso, pois estes têm muita influência e conseguem dar visibilidade para as pessoas que trabalham com customização.

Um exemplo de valorização desse trabalho por meio das redes sociais, é a modelo norte-americana Bella Hadid, que não tem um estilista, ou seja, ela mesma se veste, recomendando brechós e outras fontes de roupas usadas em Nova York, onde reside. Por ser uma super modelo de grande influência, é bem interessante ver seu estilo comparado com o de outras celebridades nas ruas. Hadid utiliza muitas peças usadas de outras épocas e consegue dar seu próprio toque a partir disso, o que acaba tornando seu estilo único. Esse tipo de influência é ótima, principalmente vindo de alguém que trabalha na indústria da moda. A visão que ela teve de querer sair do padrão e buscar coisas novas e acessíveis aos seus seguidores, é um exemplo a ser seguido por outras influenciadoras.



FIGURA 3 - Exemplos de Upcycling

Imagem 1: Nigel Xavier

Imagem 2 : Anna Molinari

3. PRIMEIRAS EXPERIÊNCIAS E INFLUÊNCIAS

A FARPA nasce de uma ideia de incorporar meu estilo no mundo da moda. Sempre fui muito influenciada pela streetwear e quis que a marca pudesse ser incluída no dia a dia das pessoas. A minha atração por peças de roupa vem da possibilidade de mostrar personalidade por meio delas, e foi por esse motivo que eu quis começar o meu movimento nesse meio.

A abstração de imagens e padrões, observados cotidianamente no ambiente urbano, foi algo que começou a me chamar atenção, através dos formatos e texturas geradas espontaneamente. A partir daí começo a reparar nas manchas da cidade, nas cascas de árvores, rios, cachoeiras e toda a movimentação das águas na natureza, as curiosas sombras que aparecem por aí, principalmente, nas paredes da minha casa, onde a luz refletia na árvore e começava a fazer uma sombra ‘dançante’ nas paredes. Esses padrões abstratos passaram a se apresentar como referências visuais importantes na minha trajetória acadêmica dentro do curso de Artes Visuais - Gravura, e iniciei, assim, essa caminhada artística por meio de coisas que eu

observava no meu dia a dia: linhas, formas, manchas, com tudo que era acessível de material. Depois de muitos testes, caio de cabeça nessas texturas e começo a entender o que mais me influencia, criando uma poética vinda da natureza e do cotidiano, transpondo o olhar para a criação de um desenho, pintura, escultura, roupas, o que for possível.

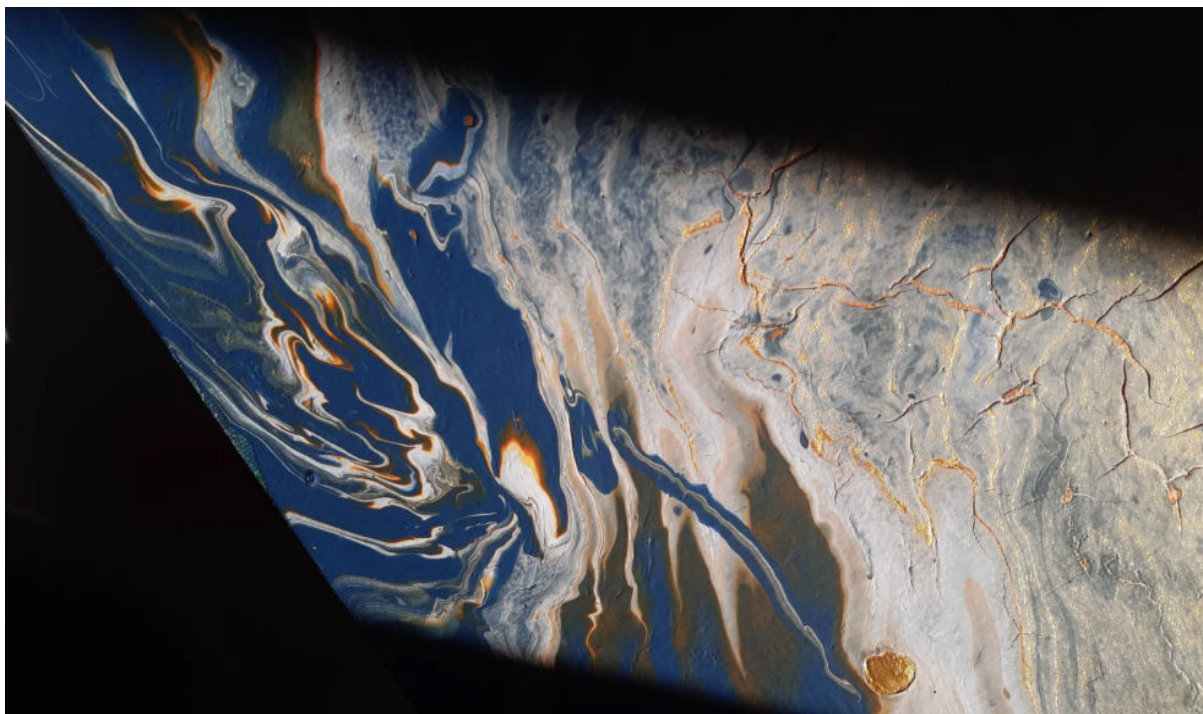


FIGURA 4 - Pintura autoral, feita com tinta acrílica diluída em telas , 2020

Foto Autoral

Por meio de estudos e aprimoramento dos traços, o trabalho vai se estabelecendo, entretanto, houve um momento que senti a necessidade de mudar os materiais e me arriscar em outros suportes, como o tecido. Comecei fazendo bandeiras em algodão cru, com estampas ligadas ao meu interesse em linhas fluidas, que me remeteram àquelas observações cotidianas citadas acima. No início, fui aprendendo como o material se comportava e como eu poderia aproveitar o suporte. Assim, fui experimentando em diversos tipos de tecido até ter um bom controle de materiais e técnicas, para chegar nas roupas.

Fiz algumas peças para mim e gostei muito dos resultados. Além disso, percebi o interesse do público em ter roupas diferenciadas do que está sendo oferecido por grandes lojas. Veio, então, a possibilidade de começar a espalhar o meu trabalho através dos meus amigos, que me deram toda a liberdade de customizar suas peças de roupa, e assim foi surgindo o interesse de ver esse trabalho crescer até se transformar na FARPA, como será desenvolvido a seguir.



FIGURA 5 -Primeiro tecido pintado, 2021

Foto autoral

3.1 AS ESTAMPAS

As estampas têm seu início nesses estudos da natureza. Por meio dos meus desenhos, fui entendendo o que poderia ser mais interessante para cada peça, descobrindo, no caminho, a minha própria estética. Nesse início, havia um foco nas linhas e suas repetições, e como elas iam se comportando através do movimento das anteriores. Essa foi a maneira que eu enxerguei de colocar tudo que já havia experimentado, em telas com tintas diluídas, em formas mais concretas, que pudessem também se encaixar na função de estampa.

No universo da tatuagem, área que também atuo desde 2021, comecei a reparar na volta do estilo das artes tribais, e, em especial, seu formato de pontas, que nos anos 90 foi uma grande tendência. A inspiração do tribal vem de povos tradicionais indígenas, onde vários desenhos são símbolos daquelas culturas. Encontramos pinturas corporais e tatuagens que carregam significados para esses povos.



FIGURA 6 - Exemplo de pinturas "Fluidas", 2021/22

Fotos autorais

Chamamos de neo tribal aqueles desenhos que têm referências do tribal, mas sem um cunho religioso. Esteticamente, o estilo de tatuagem identificado como tribal puxa linhas pontiagudas, e geralmente, mais afinadas, enquanto o neo tribal remete à uma estética robótica e de tecnologia, em cores metálicas, preto e cinza.

Esses formatos me remetiam aos padrões abstratos que eu já estudava, mas com outras possibilidades de expressão. Para mim era algo mais bruto, cortante, o que me inspirou a visualizar peças em 3D, esculturas e outras formas de arte, que começaram a aparecer na minha produção. Criei, inicialmente, uma série de desenhos e pinturas que eu denomino de 'espaçonaves'.

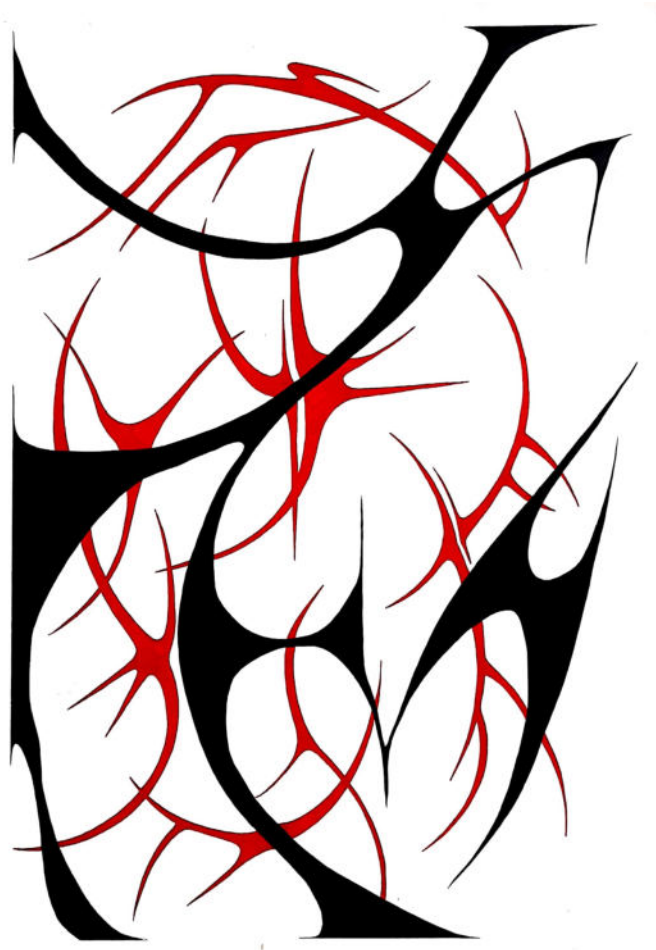


FIGURA 7 - Exemplo de desenho “Espaçonaves” 2023

Essas criações começaram a se desenvolver até chegar em um momento autoral. A tatuagem sempre foi uma referência para meus estudos artísticos. Quando começo a desenhar, percebo como é interessante a passagem do desenho para a pele. No meio da minha graduação, iniciei meus estudos nessa área, o que me trouxe diversas referências para a criação da FARPA, já que a tatuagem também é uma forma de estampar.

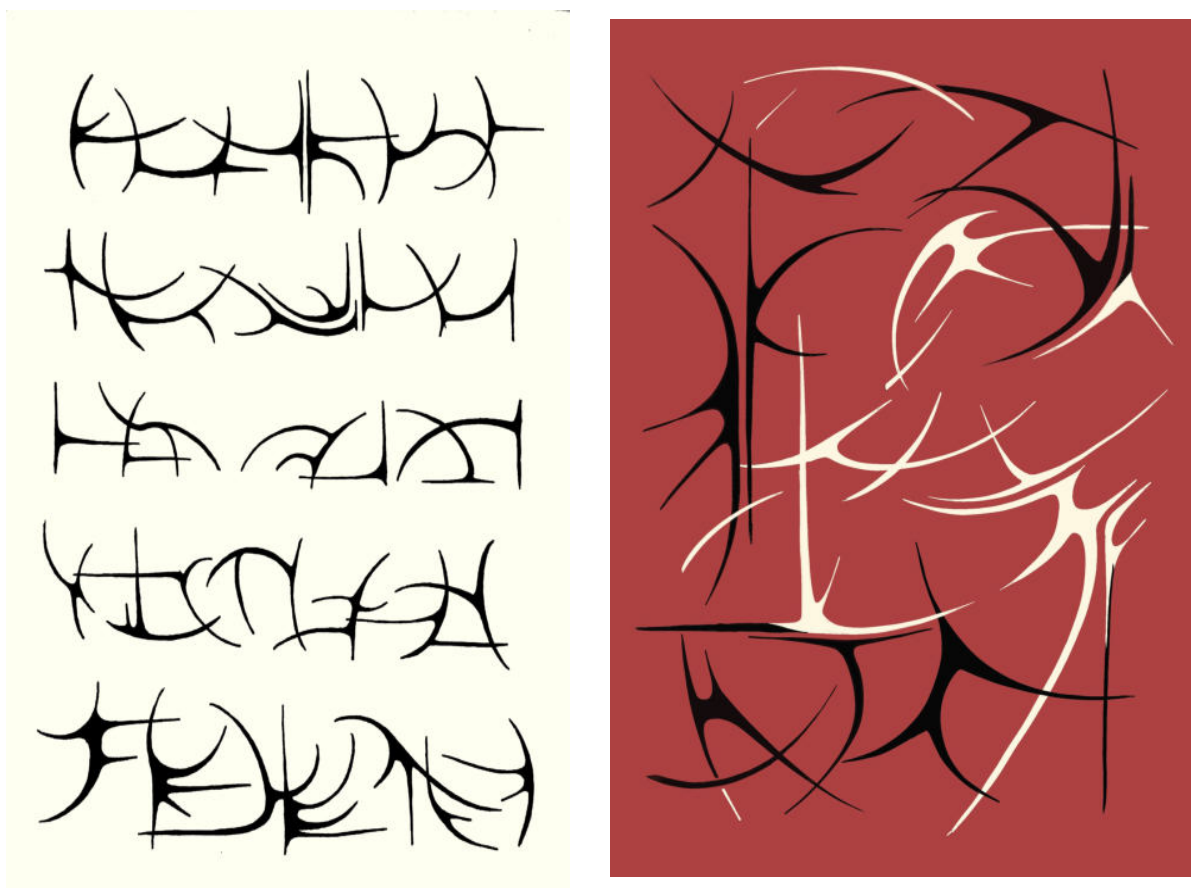


FIGURA 8 - Exemplos de desenhos ‘Espaçonaves’, 2022/23

A arte assim como a moda, começa na cópia e a partir de seus estudos vai se desenvolvendo para algo pessoal. Esse momento foi uma virada de chave, tanto na minha produção, como no meu estilo de vestir, algo que, pra mim, sempre foi importante. Mesmo gostando de peças básicas, vi a possibilidade de poder trazer algo meu para aquela simples peça de roupa através do desenho.

Minha primeira calça foi um sucesso entre as pessoas. Onde tudo era branco, pintei linhas distorcidas e chapadas de preto numa perna inteira. A recepção do público foi positiva e de grande interesse, e então, reparo como poderia ser uma ótima forma de divulgação do meu trabalho, adentrar em outros meios de circulação de imagem.

Foi um longo processo para criar uma identidade visual que eu realmente gostasse e me identificasse. Muitos processos de criação me levaram ao que eu faço hoje, e eles continuam em andamento. Isso que eu chamo de *espaçonaves*, mudou de diversas formas com o tempo,

se ligando de outras maneiras, sendo diferentes entre si, mesmo tendo suas similaridades. Para mim, são outras formas de ver as coisas que já existem; essas pontas afiadas, quase como galhos caídos, também vêm de inspirações naturais, como já mencionadas anteriormente.



FIGURA 9 - Primeira calça feita para a marca, 2021

Foto por Bernardo Boni

4. A MARCA

Meu objetivo com a marca é que ela seja exclusiva e diferenciada, para assim, poder ter um estilo que possa se destacar. Como as roupas são garimpadas, o meu interesse não é ter grandes produções, e sim, ser fiel à qualidade e originalidade dos produtos, além de poder continuar com a ideia de ressignificar e reutilizar essas peças. Foi uma procura por roupas diferentes, pela ressignificação de coisas antigas que necessitavam de uma restauração, além de poder dar movimento aos desenhos, o que vem da influência da tatuagem.

A proposta do nome FARPA é remeter a algo incômodo. Sugere algo cortante, que incomoda, e esse conceito decorre de todos esses processos descritos acima, mas, principalmente, do sentimento ao ver meus desenhos e outras criações.



FOTO 10 - Logo da marca 2022

As estampas têm o objetivo de criar um novo olhar para a customização, em meio de muita padronagem no mundo fashion.

O processo de criar uma marca exige muito trabalho e persistência. Para mim, foi algo bem natural no início, pois eu já tinha em mente o que eu queria começar. Primeiro, pensei no estilo de roupas que eu queria usar e como tornaria aquilo algo pessoal, que tivesse o meu estilo definido.

A ideia de garimpar as roupas para a FARPA, foi uma possibilidade para mim, pela chance de não gastar tanto dinheiro e poder achar peças que eu não encontraria em lojas, principalmente, se tratando de modelagem. Foi uma estratégia que funcionou, porque eu já tinha o costume de comprar roupas em brechós, e quase sempre encontrava peças especiais com potencial de serem ressignificadas. A partir das compras das peças, chega a parte mais desafiadora, que é criar as estampas e decidir questões de cor e posicionamento dos desenhos para dar movimento.

Eu pesquisei muito sobre garimpos e reutilização de roupas, e sobre como as pessoas que trabalham com isso faziam essa produção. Para mim, fez sentido que fosse algo acessível e que eu soubesse fazer bem, e nesse caso, foi a pintura. Resolvi, então, começar com 10 peças e ver como seria a recepção do público.

As peças criadas para a primeira coleção foram basicamente calças jeans garimpadas. Logo de início, já sabia que queria começar com as calças, principalmente pelo fato de eu já ter uma certa familiaridade com o material, além de ser uma roupa que todo mundo tem e usa. Naquele momento precisei escolher algo que não saísse muito do cotidiano das pessoas.

Para a divulgação da coleção, criei o Instagram da marca. Fiz umas fotos, onde eu mesma fui a modelo, construí o cenário no hall da minha casa, com um lençol branco na parede e criei uma espécie de estúdio improvisado, que foram postadas na página da FARPA. Como retorno, percebi uma curiosidade dos outros em relação ao processo de customizar, e, talvez, até de obter uma visão acerca de mudar suas próprias peças de roupa através da arte.

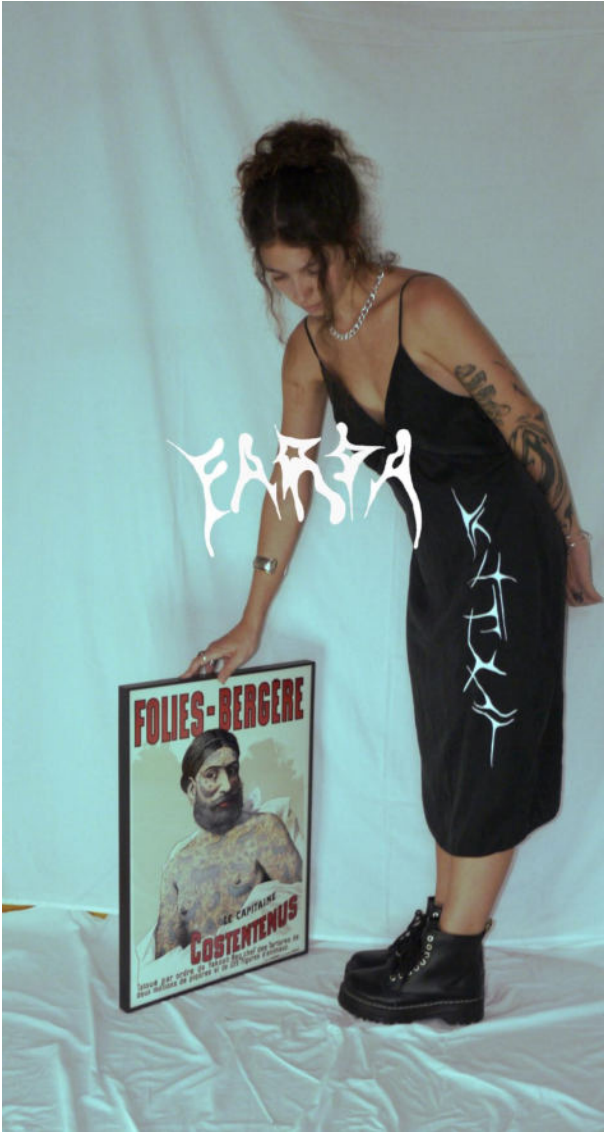




FIGURA 11 - Fotos para ensaio da primeira coleção da FARPA 2023

Fotos de Marcos Saboya

5.0 PROCESSO CRIATIVO

As estampas vêm da minha identidade visual, desenvolvida a partir de estudos tanto da natureza, já citados anteriormente, mas também do tribal, vindo das influências da área da tatuagem nos anos 90-2000. Como tatuadora, pesquisei muito sobre esses estilos e comecei a perceber muitas possibilidades, já que são formas que se "distribuem" bem, anatomicamente falando.

Na tatuagem, eu faço a maioria no *freehand*, ou seja, à mão livre, que é quando você desenha direto na pele, sem decalque, e assim eu consigo encaixar melhor o desenho no corpo. Quando eu comecei a fazer minhas roupas, vi que, ao invés de criar um padrão para todas, seria muito mais interessante fazer individualmente, assim, cada uma delas teria seu diferencial, me dando maior liberdade na hora de criar. Pensava em uma ideia de posição, e já desenhava direto na peça, para depois começar o processo de pintura, variando de duas até três ou quatro camadas de tinta.





FIGURA 12 - Exemplos de tatuagens, feitas no Freehand, 2023/24 ; Fotos autorais

Para o meu trabalho, utilizo formas captadas pelo pincel, destacando texturas, que tornam interessantes cada ponta e cada linha. A técnica lembra a ideia do freehand na tatuagem, onde a mão vai se guiando pelos espaços vazios, e entendendo como aquilo pode ser preenchido, valorizando cada pequena forma.

Começo no papel, rabiscando ideias, tentando reproduzir texturas que me chamam o olhar. O início é tímido e pequeno, com uma repetição dessas linhas, até o sentimento de expansão das mesmas.

Um trabalho desse teor tem a necessidade de se expandir, seja no corpo, no papel ou em roupas. A parte mais interessante é que a possibilidade está sempre ali, não existe um fim, mas sim, caminhos que podem ser percorridos ou não. Quando começo a fazer trabalhos maiores, me vejo com uma grande sede de fazer mais, e de explorar novas formas com diferentes técnicas.

Os trabalhos que eu nomeio de “fluidos” começaram com tintas acrílicas e telas, onde a tinta

vai criando seu caminho com diversas cores, e adquirindo padrões sozinha, sem interferências. Num momento posterior, senti a necessidade de me desafiar mais e de admitir um certo controle, até para entender o que me agradava esteticamente.

Com o papel e a tinta, fui explorando outros caminhos, tentando reproduzir alguns padrões, mas eles derivaram para outros, que eu nem imaginava. Assim, passei a me apaixonar por essas coisas que eu ia criando, quase sem querer, e os trabalhos foram crescendo e tomando forma, chegando à estética que tenho trabalhado nos últimos anos.

As criações que eu trago para o mundo são muito mutáveis. O que eu gosto é poder ter essa liberdade de criar a partir das minhas criaturas. Os tribais, que são o meu foco de pesquisa no momento, têm tantos formatos, que sinto que, a cada dia, consigo mudar os padrões, o que abre muitas possibilidades, inclusive de formas de estampar.

Passar as expressões do papel para as roupas foi um certo desafio, não só pelo processo, mas porque roupas são chapadas quando vistas fora do corpo, e mudam completamente quando vestidas.

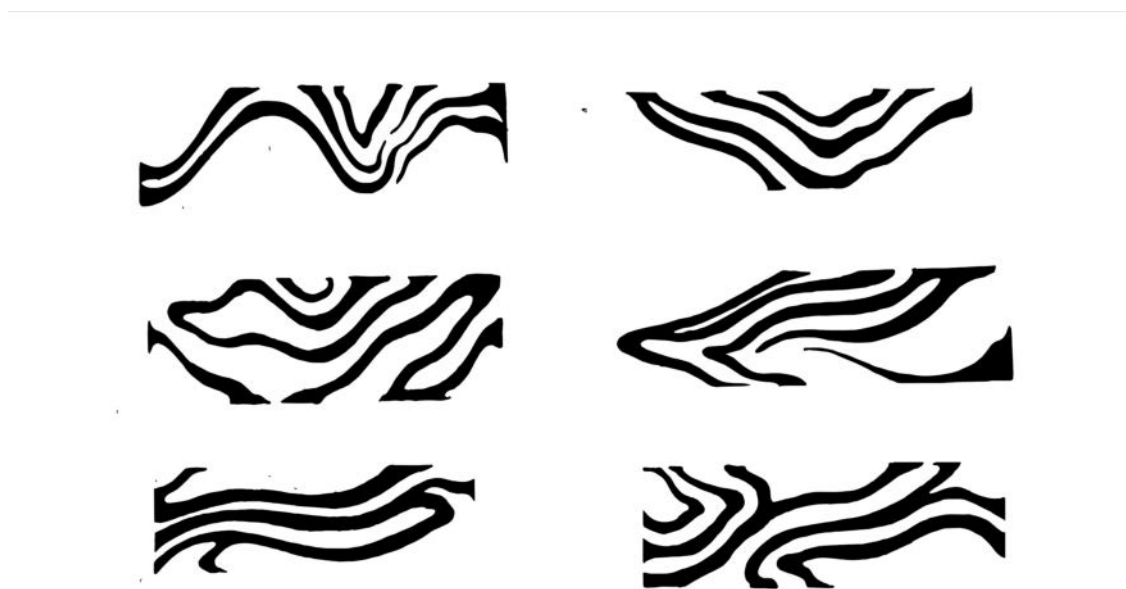


FIGURA 13 -Desenhos feitos para tatuar, 2020

Foto autoral

A tatuagem me guiou para o caminho da moda. Utilizo da minha identidade visual desse ofício, no meu estilo de vestir e criar. Comecei a aprofundar meu trabalho artístico através da

tatuagem, e foi nesse espaço que aprendi sobre os diferentes estilos de desenho, e onde me identifiquei com os tribais e abstratos. Nesse contexto, me concentro em reunir essas pesquisas para que possam se complementar, tanto na ideia, como na parte prática do projeto da marca.



FIGURA 14 - Pintura acrílica diluída em tela, 2020

Foto autoral

5.1 PRIMEIRAS COLEÇÕES

A primeira coleção foi toda feita à mão. Desenhei, antes de tudo, um rascunho, e comecei a pintar, em seguida, utilizando tinta de tecido, pincel e muita paciência, pois é um processo lento e delicado. Para essa primeira coleção da FARPA, quis trazer os desenhos que eu chamo de espaçonaves, para entender a forma que eles poderiam se apresentar nos tecidos. Escolhi começar com esses desenhos, pois foram eles que deram o nome da marca, e porque eram meu foco de estudo naquele momento. Com o passar do tempo, essas espaçonaves foram mudando e fui criando novos padrões.

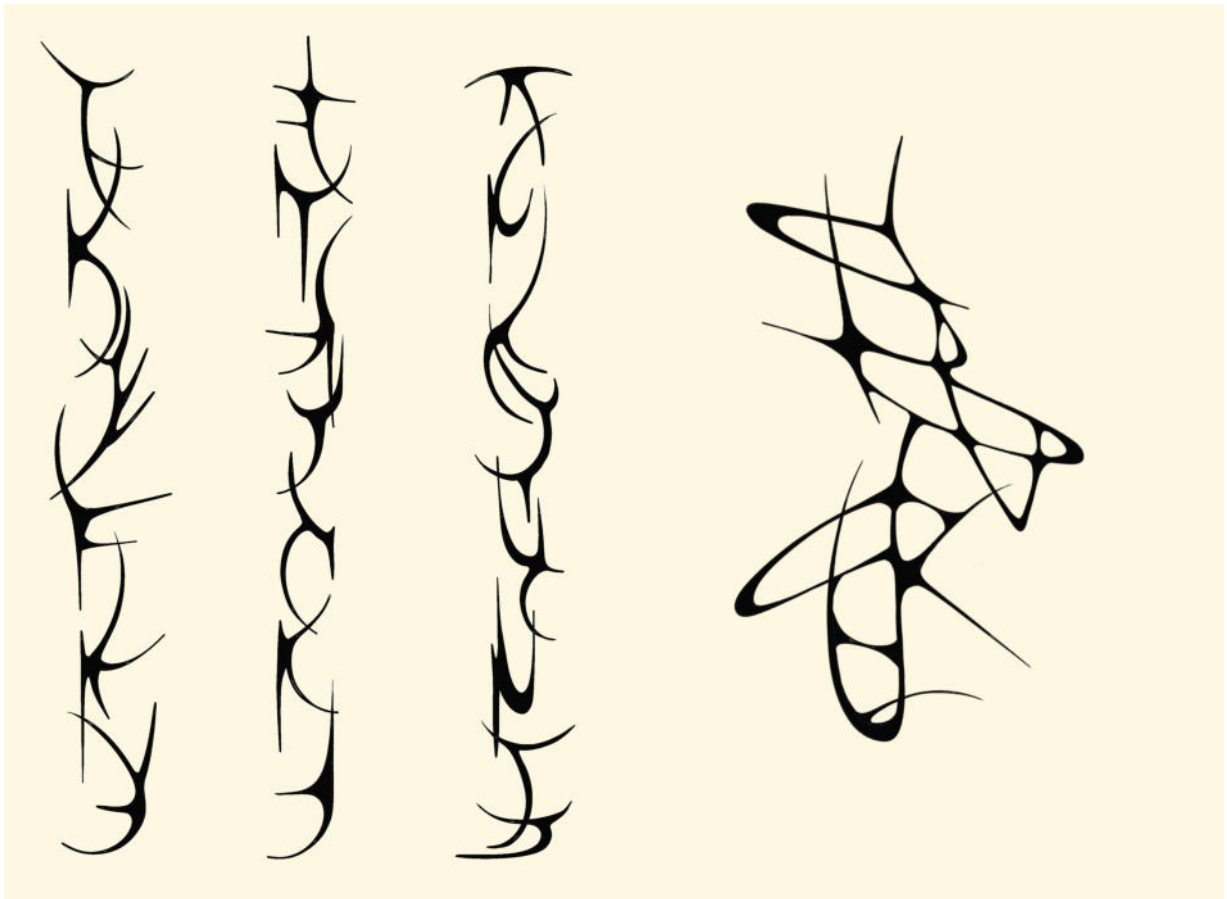


FIGURA 15 - Exemplos de desenhos “Espaçonaves” / Feitas a mão, escaneadas 2022

Para a nova coleção que intitulo NEW ERA, estou experimentando a mudança dos desenhos para criar algo distinto da primeira coleção. Além das diferentes estampas, procuro peças de vários estilos e de diferentes décadas que me inspiram, em especial, os estilos dos anos 70 e 90. As estampas hippies dos anos 70 e as calças baggy dos anos 90, têm sido grandes inspirações para essa nova linha da marca. A nova coleção continua inspirada no streetwear, bem como agrega um pouco da cultura do grafite. A ideia geral é que as coleções, assim como os designs, sejam mutáveis.

Para essa nova era da marca, quis explorar mais os stencils, no lugar onde, antes, eu fazia algo parecido com o processo do freehand da tatuagem, e passo agora a entender a praticidade de ter esses elementos mais concretos, antes da pintura. Na tatuagem, os stencils são utilizados como uma matriz, para facilitar o processo. O uso dos stencils tem proximidade com os processos de gravura, que também utilizam esse recurso para a reprodução de imagens. Nesse aspecto, cria-se uma interseção, dentro da minha pesquisa, entre a gravura e a tatuagem, para o processo de estamparia da FARPA.

Tudo começa no planejamento da estampa, na junção dos desenhos sobre as peças com o uso do Photoshop, para obter uma ideia mais próxima do resultado. Seguindo a linha da identidade visual que criei para a FARPA, passei a estudar outras mutações dos meus desenhos, buscando maior versatilidade.



FIGURA 16 - Ensaio feito para a FARPA, Março de 2024

Foto por Marcos Saboya.

A partir desses estudos, quis continuar com a ideia de manter as peças únicas, e fui, então, explorando os stencils para fazer diferentes composições. Cada desenho feito vira um stencil, e para poder encaixar em peças diferentes, produzo stencils de variados tamanhos. Para isso, uso o papel Paraná e estilete, depois contorno o desenho na peça e começo a pintura. Essa última parte é a mais importante e mais demorada, necessitando de duas, até três camadas para que fique homogênea, principalmente quando mudam os tecidos, já que cada um se comporta de uma forma.

Outra forma de utilizar os stencils foi na parte da embalagem para os clientes. A FARPA entrega seus produtos em caixas de papelão customizadas com o logo da marca em spray, que podem ser reaproveitadas para outros fins.

A caixa personalizada é o meio pelo qual eu entrego esse trabalho para a banca, contendo o texto, uma bolsa customizada e alguns adesivos da FARPA. Dessa forma, além da parte teórica, sobre o desenvolvimento da marca, o trabalho se materializa em um objeto, a caixa.



FOTO 17 - Exemplo de uma caixa, feita para embalagem das peças/ Foto autoral.



FIGURA 18 - Processo de stencil para a pintura das calças, fotos autorais 2024

A coleção NEW ERA conta com 20 peças, em sua maioria calças, onde todas foram pensadas em conjunto, para que pudessem se complementar e criar looks entre si. Como utilizei os stencils para a fabricação, pude combinar as peças para formar uma coleção, no sentido de uma conversar com a outra, o que, por consequência, exalta a identidade visual da marca.

Utilizei diferentes tipos de modelagem, e fui experimentando para ver quais poderiam dar bons resultados. Os mais interessantes até agora foram os macacões jeans. Geralmente são as peças mais cobiçadas. Por ser um peça inteira, o desenho acompanha o corpo de outra maneira, além de chamar mais atenção por ser uma roupa diferenciada. Voltando às minhas

inspirações dos anos 90, os macacões utilitários são os meus favoritos de estampar. Muito usados naquela década, estão voltando à moda e fazendo sucesso nas ruas, e os desenhos chamam mais atenção para o visual da peça. Nos que eu já fiz, utilizei tinta branca sobre o tecido escuro, dando ênfase na customização.

As roupas continuam sendo garimpadas ou doadas, sempre com o intuito de valorizar um visual baseado num contexto do passado, mas agora com uma nova cara. Quis trazer novas estampas e outras formas de aplicá-las, dando para cada peça um novo ‘take’ de uma estampa. Gostei de trabalhar com as peças individualmente porque foi um jeito de visualizar melhor as composições. Os stencils são ótimos nesse sentido, pois consigo entender melhor as proporções, e ir testando, sempre com a ajuda do Photoshop, que me permite ter uma ideia do resultado, a partir das aplicações.









FIGURA 19 - Montagens feitas no Photoshop das peças da segunda coleção NEW ERA
Fotos autorais, Abril 2024

5.2 FOTOS E DIVULGAÇÃO

Para qualquer marca, a divulgação é essencial. No mundo das redes sociais, não existe outra forma de divulgar, senão, por meio de fotos e vídeos. Mas, como qualquer marca nova, o começo é menos profissional, haja vista o exemplo da primeira coleção, onde as fotos foram feitas dentro de casa, de forma amadora.

Com o intuito de tentar fazer algo mais profissional, resolvi juntar uma pequena equipe de amigos para me ajudar nesse projeto. A ideia era mostrar as roupas em um ambiente onde elas irão circular, ou seja, as ruas. Busquei referências de vídeos de skate, grafite, e de locais no Rio de Janeiro que pudessem fazer sentido com a estética que eu estava procurando.

Num primeiro momento, consegui juntar dois amigos para fazer um vídeo de lifestyle da FARPA, e uma amiga para fazer as fotos. Através de permutas, conseguimos duas tatuadoras que toparam ser modelos, e então partimos para a parte prática da coisa.

Fizemos as fotos no centro do Rio, em um pequeno beco cheio de grafites, que trouxe uma estética um pouco ‘suja’, de rua mesmo, para o trabalho. Queria mostrar, por meio das fotos, as roupas em um contexto casual, em locais pouco explorados pelos meios da moda. Andamos pelo centro da cidade e achamos alguns cantos que nos serviram de fundo para o ensaio.











FIGURA 20 - Ensaio Fotográfico para a FARPA , Autoria de Sofia Reis, Março 2024

Para o vídeo, exploramos um pouco mais o centro da cidade, e fizemos alguns takes de outros modelos, que andaram de skate na Praça XV, com as calças da FARPA, recebendo em troca as peças, ao final da filmagem. Para mim, houve uma conexão especial de colocar essa localidade no trabalho, pois é onde eu costumo garimpar peças para a marca, além de ser um famoso pico de skatistas.

O fluxo e movimento de pessoas no momento do trabalho de filmagem, deixou tudo mais interessante, e minha pequena equipe de produção soube utilizar bem os espaços e aproveitar a naturalidade da vida cotidiana³.

Partindo para a divulgação do trabalho em si, tenho construído no Instagram da marca uma série de postagens para conseguir engajamento nas redes e poder ter uma presença forte online.

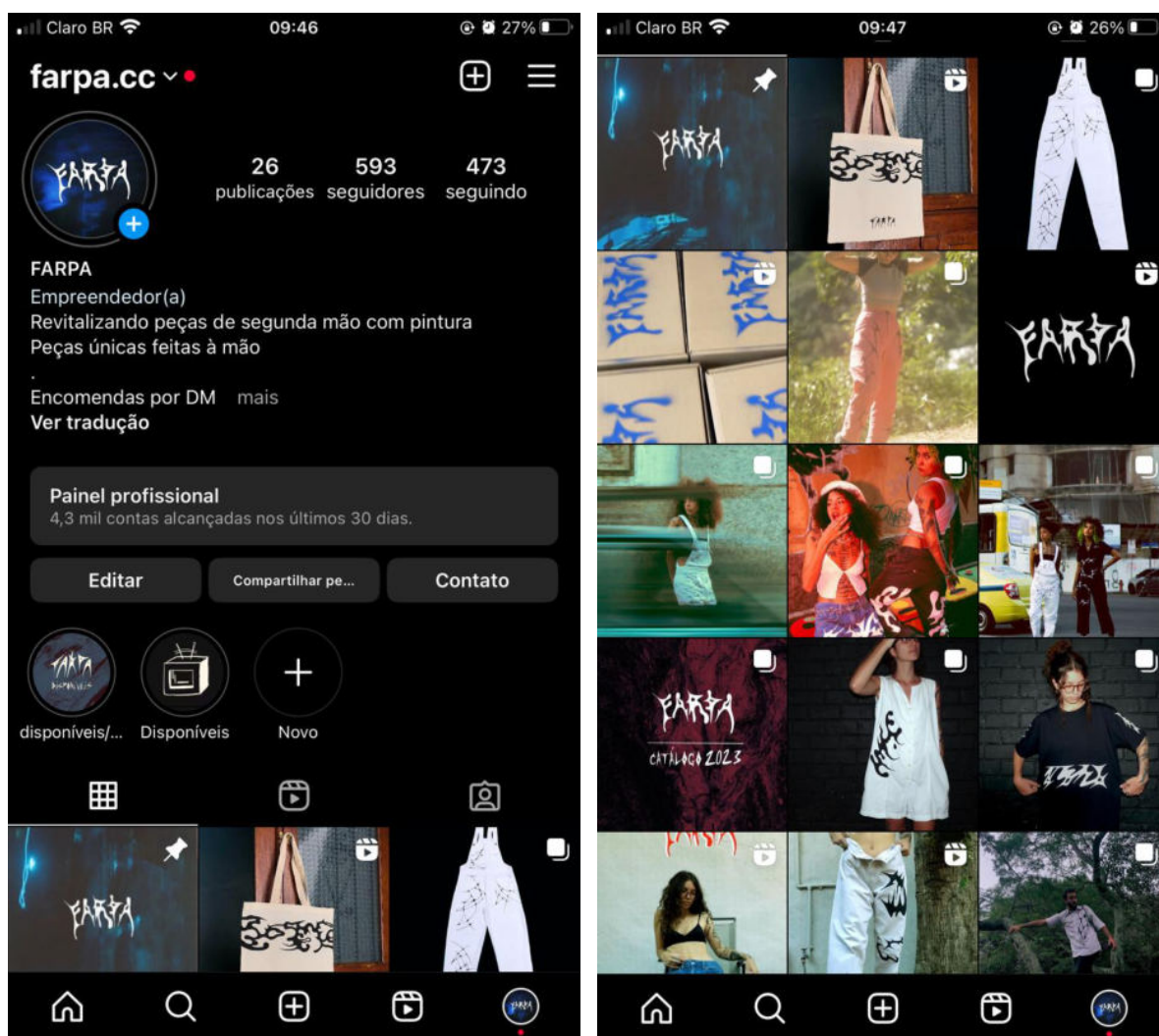


FIGURA 21 – Instagram da marca, criado em 2022

³ <https://www.instagram.com/p/C7CyvySJ40h/>

Para além das redes sociais, tenho investido também em feiras culturais, de arte e moda, de produtores independentes. São eventos muito bons para a divulgação da marca, e para fazer conexões com outros artistas da área, podendo colaborar, trocar ideias e compartilhar processos. Estou participando de feiras há um ano, e tem sido uma experiência positiva para a FARPA. Sempre levo o máximo de peças possíveis e procuro demonstrar o processo de criação, para gerar maior interesse do público. Além do retorno financeiro, tem sido um caminho importante para a abertura de encomendas, permitindo um contato direto com as pessoas, e possibilitando que elas vejam as peças ao vivo, o que causa mais impacto e interesse de transformar uma peça básica em algo mais original.

As feiras culturais são muito importantes para a divulgação, mas além disso, se estendem para o campo de circulação de imagem dentro de um meio artístico, tema trabalhado no Grupo de Pesquisa em Táticas Visuais do meu orientador, Pedro Sánchez. Nesse contexto, o grupo aborda como os meios de produção artísticos podem se apropriar de espaços incomuns, como a rua.





FIGURA 22 - Estandes da FARPA na Feira Uva, de pequenos artistas independentes. Março, Abril e Maio de 2024

Fotos autorais

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se deste trabalho como os conceitos de Slow Fashion podem atravessar a Fast Fashion, por meio de práticas mais ligadas à sustentabilidade no mundo da moda. Nesse contexto, o trabalho abre uma discussão para formas de reciclagem de roupas usadas, por meio da valorização dos brechós, como locais onde se encontram peças valiosas pela originalidade de estilos com menor custo. Dentro disso, é possível situar a marca FARPA como uma forma de ressignificar peças de segunda mão, possibilitando sua inserção num segmento do mercado com outra cara. Valorizando os processos manuais e com intenção de ocupar espaços como a rua e feiras culturais, pode-se criar novos meios de divulgação de imagem.

Sendo assim, demonstro os processos de customização utilizados para a confecção das peças, assim como minha experiência de criação da marca, incluindo minhas inspirações, que me levaram a criar uma marca independente com o objetivo de incentivar a sociedade a consumir menos e ressignificar mais.

Reconheço os materiais que levam a um resultado satisfatório, assim como meu método de pintura. Nesse contexto, o compartilhamento do processo de lançamento das duas primeiras coleções da marca, mostraram como foram concebidas de modos distintos, sendo a primeira mais amadora, e a segunda com um intuito mais profissional, e revelaram o alcance de conteúdos interessantes para a divulgação da marca. Por meio das mídias utilizadas, vou construindo uma página na rede social, no Instagram, onde tenho uma loja online e consigo vender meus produtos em diversas plataformas.

Assim, busco incentivar com a FARPA métodos de criar e consumir que possam contribuir com o comércio circular. Da mesma forma, cito exemplos de pequenos empreendedores que também buscam por novos meios de circulação de imagem e produtos, em espaços onde a moda e a arte possam circular com maior proximidade dos clientes.

BIBLIOGRAFIA:

BRAUNGART, Michael; MCDONOUGH, William. **Cradle to cradle**. Inglaterra: Vintage books UK, 2000.

BREMBATTI , Katia; TAKETANI, Yasmin. **Moda e identidade**. Universidade positivo, v. 11, n. 11, ed. 11, 1 semestre 2016. Disponível em: https://web.archive.org/web/20180427033038id_/http://ojs.up.com.br/index.php/comunicacao/article/viewFile/531/200. Acesso em: 14 mar. 2024.

BOTELHO DE PAULA, Talita. **Segunda mão: Reuso e ressignificação das roupas**. CSOnline Revista eletrônica de Ciências Sociais, Juiz de fora, n.28, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/csonline/article/download/17514/14731>

BBC BR. **Qual é a indústria que mais polui o meio ambiente depois do setor do petróleo?**. Revista Online BBC News Brasil, Março 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-39253994>.

CARVALHAL, André. **Moda com propósito**. São Paulo: Paralela, 2016.

FOGAÇA , Ana beatriz. **Do guarda-roupa ao meio ambiente: qual o impacto ambiental do jeans?**. Jornal da USP , USP, p. 2, 3 nov. 2022. Disponível em: <https://jornal.usp.br/campus-ribeirao-preto/do-guarda-roupa-ao-meio-ambiente-qual-o-impacto-ambiental-do-jeans/>. Acesso em: 6 mar. 2024.

FARRA, Emily. **2020 was a big year for old clothes: How vintage, secondhand and upcycling took off**. Revista VOGUE, EUA, Novembro 2021. Disponível em <https://www.vogue.com/article/the-year-in-secondhand-vintage-upcycling-sustainable-fashion#:~:text=Year%20In%20Review-,2020%20Was%20a%20Big%20Year%20for%20Old%20Clothes%3A%20How%20Vintage,Secondhand%2C%20and%20Upcycling%20Took%20Off&text=This%20hasn%27t%20been%20a,early%20on%20in%20the%20pandemic>.

FARIAS, Mauricio ; PEREZ, Clotilde. INTERCOM- SOCIEDADE BRASILEIRA DE

ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, 2022, Paraíba. **Rituais de consumo e as transferências de significados pela customização na moda.** Rituais de consumo e o lugar na moda . Congresso brasileiro da ciência de comunicação UFPB: [s. n.], 9 set. 2022.

KALIL, Glória. **Chic–Um guia de moda e estilo para o século XXI.** São Paulo: SENAC SP, 2011.

MEDICI , Cassio. **10 documentários e entrevistas sobre streetwear.** Streetwear Brasil , [S. l.], p. 1, 3 ago. 2018. Disponível em: <https://streetwearbr.com/2018/08/dez-documentarios-e-entrevistas-sobre-streetwear.html>. Acesso em: 27 fev. 2024.

MARTINS, Raquel. **A Ascensão da moda de brechó na era digital.** Revista Tecnologia e tendências, Novo Hamburgo, a.10 n.1, Janeiro/junho 2019. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistatecnologiaetendencias/article/download/1473/2337>

O GLOBO, Jornal online. **Justiça decide que Zara é responsável por trabalho escravo flagrado em 2011.** Novembro 2017. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/justica-decide-que-zara-responsavel-por-trabalho-escravo-flagrado-em-2011-22070129>

SANDRESCHI, Luiza. **Brechó: modelo de negócio de moda vertente na economia circular.** 2021. 63 p. TCC (Curso de tecnologia em design de moda) - Universidade do sul de Santa Catarina, Florianópolis SC, 2021.

SANTOS , Monique. **Upcycling: propostas de ressignificação do vestuário.** 2019. 76 p. TCC (Curso de design) - Universidade federal de Pernambuco, Caruaru, 2019

FRESH Dressed. Direção: Sascha Jenkins. EUA: [s. n.], 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cGIwRdbGZMY>. Acesso em: 15 abr. 2024.

ULIANA CALZA, Marlon. **IMAGENS urbanas: Diálogos entre moda, sujeito e cidade.** 2010. 8 f. Doutorado (Doutorado) - Universidade do estado de Santa Catarina, Universidade

do estado de Santa Catarina, 2010. Disponível em:
<https://www.redalyc.org/pdf/5140/514051717002.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2024