

Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil

Faculdade SENAI CETIQT

Curso de Bacharelado em Design

Maria Eduarda Aquino Lemos

“Histórias de Ninar para Gente Grande”

Uma Coleção Cápsula Experimental

Rio de Janeiro

202

Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil

Faculdade SENAI CETIQT

Curso de Bacharelado em Design

Maria Eduarda Aquino Lemos

“Histórias de Ninar para Gente Grande”

Uma Coleção Cápsula Experimental

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.

Prof^a Cristiane dos Santos de Souza de Carvalho

Rio de Janeiro

2024

Ficha catalográfica

Lemos, Maria Eduarda

“Histórias de Ninara para Gente Grande”, Uma Coleção Cápsula Experimental

Maria Eduarda Aquino Lemos – Rio de Janeiro, 2024.

173 p.

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.

1.Design 2. Carnaval 3. Mangueira. I. Título.

Maria Eduarda Aquino Lemos

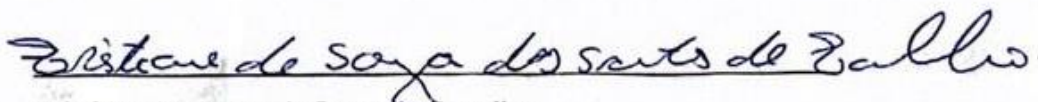
“Histórias de Ninar para Gente Grande”

Uma Coleção Cápsula Experimental

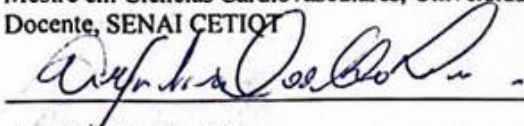
Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.

Data de Aprovação: 24/06/2024.

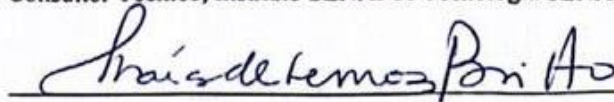
Banca Examinadora:



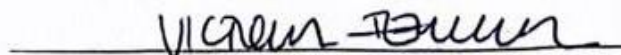
Cristiane dos Santos de Souza de Carvalho
Mestre em Ciências Cardiovasculares, Universidade Federal Fluminense – UFF
Docente, SENAI CETIQT



Angélica Coelho Lima
MBI em Indústria Avançada: Confeção 4.0, SENAI CETIQT.
Consultor Técnico, Instituto SENAI de Tecnologia SENAI CETIQT



Thaís de Lemos Brito
Bacharel em Design de Moda, SENAI CETIQT.
Gestora de Projetos de Moda, Instituto SENAI de Tecnologia SENAI CETIQT



Victória Fernandez Bastos
Coordenadora do Bacharel em Design

Dedicatória

A todos os que eu amo.

Obrigada por permanecerem, mesmo quando a luz parecia uma tempestade.

Agradecimento

Agradeço, primeiramente, à minha mãe, Cristiane. Não seria nada do que sou sem ela. Obrigada por sua luta e sacrifício, antes mesmo que eu pudesse estar embaixo das suas asas, você sonhou pacientemente comigo. Você jamais temeu a minha intensidade, ela é igual à sua, serei eternamente grata por me enxergar.

Ao meu pai, João Tostes, sou imensamente grata por sua dedicação e entrega em ser o melhor pai do mundo. Obrigada por me permitir sonhar as maiores loucuras, e realizar todas elas. Obrigada por me deixar fazer morada no coração mais puro, você é calma e abraço nos dias mais turbulentos.

Aos meus irmãos, Cássio e Renan, agradeço por serem alegria e amor. A vida é mais bonita quando dividida com vocês. Obrigado por me presentear com três anjos – Luma, Sophia e Luísa – que elas possam nos guiar e ensinar todos os dias.

A minha numerosa e barulhenta família, meu profundo agradecimento por ser uma de vocês, tudo que sou é por vocês e para vocês.

Agradeço também aos inúmeros mentores e apoiadores desse trabalho. Aos meus amigos, colegas de trabalho e professores que me ouviram e ensinaram com paciência e dedicação, meu profundo agradecimento pela troca e acolhimento.

Por último, agradeço imensamente a minha orientadora, Cristiane Carvalho, que tirou o melhor de mim e apoiou minhas ideias – extensas – e mirabolantes para esse projeto. Obrigada pelo apoio, dedicação e paciência em todos os momentos.

“Ainda é cedo, amor
Mal começaste a conhecer a vida”
(O Mundo é Um Moinho - Cartola)

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo apresentar uma coleção cápsula experimental desenvolvida a partir de inspirações criativas e conceituais retiradas do enredo “Histórias de Ninar para Gente Grande”, propondo uma parceria entre a marca de moda Isaac Silva e a escola de samba autora do enredo, a Estação Primeira de Mangueira. A metodologia abordada percorreu por bibliografias, historiografias, iconografias e pesquisas qualitativas a fim de levantar dados sobre a importância sociocultural do enredo e o sentimento de pertencimento e celebração de uma parcela invisibilizada da população brasileira. À vista disso, a coleção propõe a utilização da moda como multiplicador de ideias e impulsionador do carnaval, prestando uma homenagem ao saudosismo dos foliões e visando evidenciar a importância da festa como movimento artístico e cultural dos brasileiros. Como resultado dessa proposta, obteve-se a elaboração de seis peças de moda conceituais e experimentais inspiradas no enredo. A partir do resultado da coleção, foram gerados dois protótipos experimentais e um ensaio fotográfico que alcançaram os objetivos da proposta.

Palavras-chave: Design. Carnaval. Mangueira. Celebração.

Abstract

The present work aims to present an experimental capsule collection developed through creative and conceptual inspirations taken from the plot "Bedtime Stories for Grown People", proposing a partnership between the fashion brand Isaac Silva and the samba school that authored the plot, Estação Primeira de Mangueira. The methodology addressed will go through bibliographies, historiographies, iconographies and qualitative research in order to collect data on the sociocultural importance of the plot and the feeling of belonging and celebration of an invisible portion of the Brazilian population. In view of this, the collection proposes the use of fashion as a multiplier of ideas and a driver of carnival, paying tribute to the nostalgia of revelers and aiming to highlight the importance of the party as an artistic and cultural movement of Brazilians. As a result of this proposal, six conceptual and experimental fashion pieces inspired by the plot were developed. From the result of the collection, two experimental prototypes and a photo essay were generated that achieved the objectives of the proposal.

Keywords: Design. Carnival. Mangueira. Celebration.

SUMÁRIO

Introdução.....	12
1. A Tradição.....	14
1.1 Preâmbulo	14
1.2 O Samba é Primo do Carnaval.....	17
1.3 O Carnaval é Primo do Samba	24
1.4 A Estação Primeira de Mangueira	34
1.5 A Epopeia de Uma Nação.....	42
1.5.1 Canção de Ninar Gente Grande	44
1.5.2 A Construção Alegórica.....	48
1.6 O Impacto Além da Apoteose	56
2. A Viabilidade do Projeto	58
2.1 Ideias que acabam em uma Quarta-Feira de Cinzas	58
2.2 O Produto de Moda como Multiplicador de Ideias	60
2.3 A Marca Isaac Silva	62
2.4 Estudo de Caso: Reserva	88
2.5 Resultado da Pesquisa Qualitativa.....	99
2.6 Público-Alvo.....	103
2.6.1 Persona.....	104
3. Desenvolvimento Criativo.....	111
3.1 Conceito Central.....	111

3.2 Cartela de Cores.....	113
3.3 Cartela de Tecidos.....	115
3.4 Cartela de Aviamentos.....	115
3.5 Cartela de Enobrecimentos.....	117
3.6 Pesquisa de Tendências – Primavera/Verão 24.25.....	117
3.7 Referências Visuais.....	122
4. A Coleção.....	135
4.1 Look 1 – Abre Alas.....	137
4.2 Look 2 – “Mais Invasão Que Descobrimento”	138
4.3 Look 3 – “Heróis de Lutas Inglórias”	139
4.4 Look 4 – “Nem do Céu, Nem das Mãos de Isabel”	140
4.5 Look 5 – “Histórias Que a História Não Conta”	141
4.6 Look 6 – “Dos Brasis Que se Faz Um País.....	142
4.7 Fichas de Desenvolvimento.....	143
5. Desenvolvimento dos Protótipos.....	149
5.1 Vestido “Nem do Céu, Nem das Mãos de Isabel”	155
5.2 Acessório de Cabeça.....	156
5.3 Ensaio Fotográfico.....	158
5.4 Feedbacks.....	164
6. Considerações finais.....	165
Referências.....	167
Apêndice.....	171

Introdução

O objetivo do trabalho apresentado é desenvolver uma coleção cápsula com seis peças vanguardas inspiradas no enredo: "Histórias de Ninar para Gente Grande", idealizado pelo carnavalesco Leandro Vieira para a Escola de Samba Estação Primeira de Mangueira. A coleção irá propor uma parceria entre a Mangueira e a marca de vanguarda Isaac Silva. Construindo um ponto de interseção entre uma marca vanguarda engajada em pautas sociais e a Escola de Samba Carioca.

A escolha deste tema deu-se a partir da ligação pessoal da autora com o carnaval e com a Mangueira, pavilhão tradicionalíssimo do carnaval carioca, além da marca inquestionável que o desfile de 2019 deixou no imaginário da sociedade brasileira. Esse projeto visa, principalmente, demonstrar a potencialidade do carnaval e das Escolas de Samba como marca impulsionadora de si mesma e de toda a cultura do povo brasileiro.

O projeto de coleção buscará provar e experimentar a utilização do produto de moda como agente multiplicador de ideias e responder à questão da curta longevidade e a limitação temporal das ideias propostas nos enredos de carnaval, a proposta estética da coleção capsula construirá uma ligação entre alfaiataria clássica utilizada pelo universo do samba, as fantasias opulentas e esplendorosas desfiladas no carnaval e a cultura iconográfica da Estação Primeira de Mangueira.

A professora Cristiana de Azevedo Tramonte, mestre na UFSC, que estuda a antropologia das populações afro-brasileiras, diz que, o Carnaval está no cerne da identidade nacional. Para ela, é o principal marco identitário do país. Além disso, a professora diz, O carnaval faz parte da construção da memória, do incentivo à cultura brasileira e do incentivo à organização popular. (G1, 2023)

Para esse trabalho é importante compreender o carnaval como fonte de produção cultural e artística, assim como fonte de renda para comunidades marginalizadas que encontram na festa uma maneira de serem vistas e ouvidas através da arte produzida por aqueles que não são vistos. Como o próprio samba de dois mil e dezenove canta, “Mangueira, tira poeira dos porões, ô, abre alas, pros seus heróis dos barracões, dos Brasis que se faz um país de Lecis, Jamelões, são verde e rosa as multidões.”

Diante da delimitação da temática e os assuntos tangenciados por esse projeto, o trabalho foi dividido em cinco partes cruciais. A primeira abordará a história e a origem

do samba como movimento de resistência e exaltação da população negra. Sendo o carnaval uma celebração da potencialidade das massas e as Escolas de Samba como ambientes de comunidade e abrigo. Além disso, esse capítulo abordará a tradição da Estação Primeira de Mangueira, percorrendo sobre sua história e origem, buscando compreender sua importância histórica, artística e sociocultural, assim desenhando sua identidade e iconografia.

A abertura desse TCC contará também com uma análise acerca da construção do enredo “Histórias de Ninar para Gente Grande”, detalhando o conjunto alegórico apresentado e decodificando o samba enredo, também abordando o impacto do desfile para além da apoteose.

A segunda parte conta com a pesquisa de cunho bibliográfico e teórico. Nessa etapa serão abordados fatores de identificação e saudosismo do público geral e a escola de samba, que servirão de embasamento e motivador para a viabilidade e projeção da proposta. Após esse levantamento serão abordados fatores mercadológicos alinhados a comportamento de consumo que direcionaram as escolhas subsequentes.

Esse capítulo abordará a análise da marca Isaac Silva, agente da parceria frente ao mercado de moda. Um estudo de caso com a marca Reserva também foi feito, visando a compreensão de outras propostas de mercado com abordagens semelhantes. Após essas etapas, foram testadas a aplicabilidade e a aceitabilidade da proposta. Para isso foi realizado um grupo focal, destacado da pesquisa qualitativa referente ao público da marca Isaac Silva. A partir desses resultados, foi possível traçar um perfil de público-alvo e uma persona.

Todos os pontos abordados na segunda fase do projeto ancorarão a viabilidade da proposta e construirão um embasamento teórico mais robusto para o desenvolvimento criativo e artística do TCC.

A terceira parte construirá um ambiente inspiracional e técnico para o desenvolvimento da coleção cápsula, contando com referências extraídas do enredo, da Mangueira e da Isaac Silva, além de fragmentos externos e pesquisas de tendências. A quarta parte do projeto apresentará a coleção desenvolvida e o detalhamento técnicos dos produtos através de fichas de desenvolvimento. A quinta e última parte apresentará os protótipos propostos, um ensaio fotográfico e os resultados obtidos durante a pesquisa e a execução desse trabalho, fechando o Trabalho de Conclusão de Curso.

1 A Tradição

1.1 Preâmbulo

O Brasil foi palco de diversas mudanças entre meados do século XIX e início do século XX. O período deu início ao declínio da monarquia e instauração da república brasileira, a abolição da escravidão, o início da industrialização no país e a mudança dos fluxos migratórios. Nesse contexto, deu-se início a um intenso fluxo de pessoas oriundas da região Nordeste. Em suma, esse deslocamento priorizava as cidades do sudeste; palco da modernização e industrialização inspiradas nos moldes e costumes europeus (Barbosa, 2011 *apud* 2016, Oliveira. Pág. 2).

Com isso, para compreender o início de uma ideia de Brasil, é importante voltar-se a capital da brasileira no século XIX, o Rio de Janeiro. Conhecida, ontem e hoje, como o berço do Samba da Música Popular Brasileira.

Figura 1 - Enseada de Botafogo vista do alto do Corcovado, Rio de Janeiro.



Fonte: Marc Ferrez/ Coleção Gilberto Ferrez/ Acervo Instituto Moreira Salles, 1920

A cidade do Rio, que foi capital do Brasil de 1773 a 1960, ano de fundação da nova capital na cidade de Brasília. Durante sua história o Rio de Janeiro recebeu um número significativo de pessoas vindas de todas as regiões da Bahia, instigadas a migrar de suas casas por um vislumbre de liberdade e oportunidade após a abolição de um regime escravocrata de mais de quinhentos anos e a assinatura da Lei Áurea. Em teoria, a lei libertou a parcela população que era submetida a escravidão.

Esse grupo migratório estabeleceu-se na região portuária da cidade, aos redores da Praça Onze, na região conhecida atualmente como Pequena África, abrigo de bairros tradicionalíssimos, como o Estácio, Santo Cristo, Gamboa, Cidade Nova, Cais do Valongo e Pedra do Sal. Naquela época, os migrantes baianos de juntaram à população negra do porto carioca, construindo suas vidas pelas redondezas e vivendo com subsídios

mínimos e sem empregos estabelecidos, muitas vezes submetendo-se à exaustão do trabalho braçal para sobreviver.

Figura 2 - Cais do Valongo



Fonte: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, 2012

Nesse contexto ressalta-se a crise populacional vivida pela cidade do Rio após o fluxo migratório citado acima. Dentre tantos fatos daquele período, um em especial chamaria atenção posteriormente: o acréscimo acentuado da população negra no Rio. Uma parcela que diante da falta de assistência aos alforriados e o racismo entranhado na sociedade, viviam realidades insalubres em conjuntos habitacionais sem o mínimo de higiene, visto os recursos insípidos disponíveis.

Tal fato foi descrito por Sérgio Cabral no livro “Escolas de Samba do Rio de Janeiro”:

Cerca de um quarto desses habitantes, de maioria negra, vivia em casas de cômodos - também chamadas de cortiços e de cabeças-de-porco - quase todas instaladas no Centro e nos bairros vizinhos, um tipo de habitação de péssimas condições sanitárias e que abrigava quase sempre um número exagerado de moradores. (Cabral, 2011. Pág. 29)

Figura 3 - Os Cortiços do Centro do Rio



Fonte: Augusto Malta/Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro, 2024

Diante disso, as ditas autoridades deram início a um processo chamado de “Bota-Abaixo”. Idealizado por Barata Ribeiro e finalizado por Pereira Passos, ambos antigos prefeitos da antiga capital da república, a iniciativa teve como finalidade transformar a cidade do Rio de Janeiro na “Paris dos Trópicos”, idealizando uma cidade “civilizada” e livre de doenças como varíola e febre-amarela, tal qual sonhou-se a capital francesa.

Figura 4 - Início do "Bota Abaixo"



Fonte: Uma História do Samba: As Origens. 2017

A tentativa higienização por apagamento e homogeneização cultural, culminou em um processo de deslocamento massificado dessa população para os morros do entorno da região, estabelecendo moradia nos altares circundantes da Praça Onze, lugar que mais

tarde se tornaria um abrigo de resistência cultural e social, marcado por estratégias cotidianas de sobrevivência contra a “Europa Possível”. (Velloso, 1990. Pág. 2)

Figura 5 - Morro da Providência



Fonte: Uma História do Samba: As Origens. 2017

Citado abaixo, Lira Neto descreve uma pequena parcela do que foi o desmonte habitacional promovido pelo “Bota-Abaixo” e o início do conjunto de histórias individuais e coletivas que mais tarde se organizariam uma comunidade de nuances próprios.

Com o fim do Cabeça de Porco, a maioria dos 2 mil moradores não viu alternativa senão resgatar tábuas e pedaços de madeira entre os destroços do velho cortiço e, sem ter onde morar, subir e desbravar as encostas do morro da Providência. Com o material de demolição, somado a latas de querosene desdobradas, caixas de bacalhau e folhas de zinco, improvisaram-se barracões rudimentares, espetados sem alicerces confiáveis na topografia íngreme, como se ousassem desafiar a lei da gravidade. (Lira, 2017. Pág. 25)

É partindo desse contexto que fez-se o Samba, o emaranhado de culturas e saberes populares que permitem que esse país se chame e se mostre Brasil.

1.2 O Samba é Primo do Carnaval

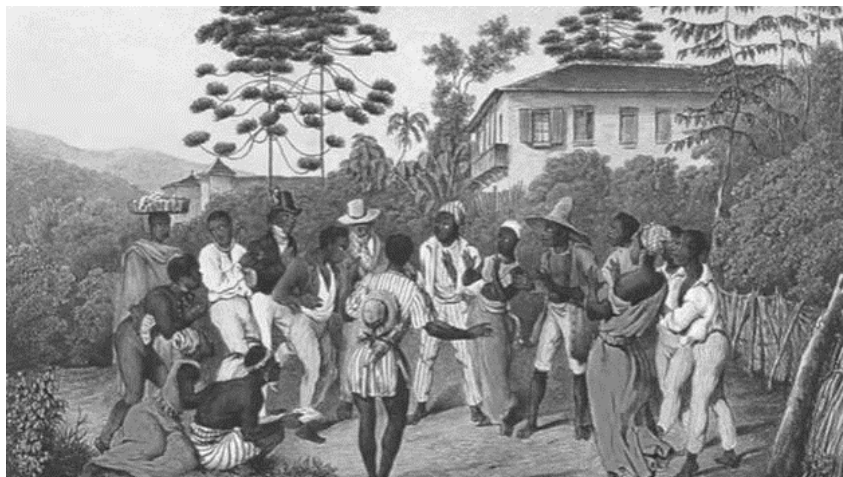
Terra de intercessões, Cidade do Rio de Janeiro, foi o berço do Samba; gênero musical nascido da comunidade negra que viveu na região central da cidade. Com uma população formada em grande parte por emigrantes, o Rio foi considerado, ao longo da

História, a síntese do Brasil, seja do ponto de vista racial, seja pelos aspectos culturais e seja até pelo falar. (Cabral, 2011. Pág. 28)

As origens do samba na cidade não são claras, visto o pouco interesse acadêmico na época e a falta de registros oficiais. O racismo entranhado na sociedade brasileira, especialmente após a abolição da escravidão e a libertação de pessoas escravizadas, fez com que a repressão e a perseguição aos modos e costumes da comunidade negra fossem compreendidas de maneira condenatória e criminosa, o que contribuiu enormemente com as falhas historiográficas daquele período, como citado abaixo:

[...] impedia que as manifestações culturais e religiosas dos negros merecessem sequer a liberdade de existir, quanto mais a de atrair a atenção dos que, porventura, se interessassem pela história do nosso povo. As páginas policiais dos jornais registravam - muitas vezes com deboche - a repressão da polícia, principalmente às manifestações religiosas, com a prisão de pais e mães-de-santo. Portar um violão também era motivo até de prisão. (Cabral, 2011. Pág. 25)

Figura 6 - Batuque, J.M, Rugendas.



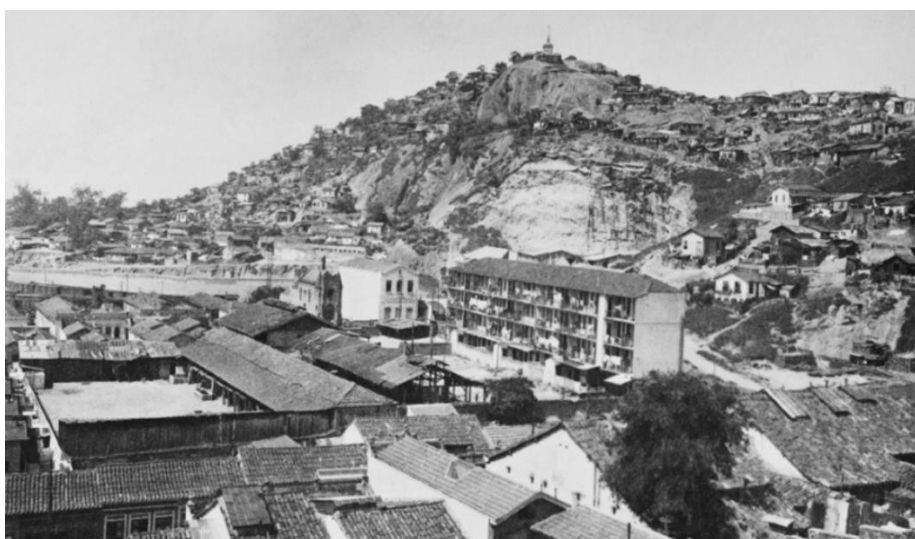
Fonte: Uma História do Samba: As Origens. 2017

Apesar de condenados e diminuídos frente as noções de soberania dos europeus brancos, a população negra despertava sentimentos conflitantes nessas pessoas, que de alguma maneira, enxergavam as maneiras e costumes desse povo com curiosidade e esoterismo; conforme a citação abaixo:

Desde a era colonial, quando os ritmos e danças dos escravos começaram a ser rotulados pelos brancos sob a designação genérica de “batuques”, as tais umbigadas — recorrentes nas danças dos povos bantos de Angola — vinham chamando a atenção de portugueses e viajantes estrangeiros no Brasil. Eles se escandalizavam com a visão de um casal de negros gingando no meio do grande círculo humano para, sob a cadência das palmas coletivas, inclinar os corpos para trás e, ato contínuo, fazer os respectivos ventres se encontrarem, numa simulação do ato sexual. (Lira, 2017. Pág. 28)

Talvez o fato mais curioso e pouco conhecido seja que o samba, ao contrário dos mitos populares, não é filho dos morros. Na verdade, sua origem é clara, o ritmo veio da zona portuária do rio, citada anteriormente nesse trabalho, e lar da população negra carioca. O gênero musical alcança verdadeiramente a cidade e o Brasil a partir de um movimento migratório paradoxal ao “subir e descer o morro”, fixando nas encostas da cidade carioca seu lugar de origem mitológica. (Oliveira, 2016. Pág. 5)

Figura 7 - Os Morros do Rio de Janeiro



Fonte: Uma História do Samba: As Origens. 2017

Quando o samba nasceu, não era conhecido como um ritmo musical. Na verdade, o que chamavam de samba era conhecido como encontros entre a comunidade negra, que traziam para o centro da roda, músicas e danças populares. Esses momentos aconteciam na casa das chamadas “tias do candomblé”, matriarcas baianas que cultivavam a etnicidade do povo preto, unindo sua família não pelo sangue, mas pela similaridade e dissemelhanças, conforme citado abaixo.

As tias – com sua sabedoria, força e independência – eram conselheiras, rezadeiras, curandeiras, mediadoras de conflitos, organizadoras de festas e até administradoras dos recursos financeiros. Trabalhavam também como quituteiras e doceiras e providenciavam o que fosse necessário para as festas, os rituais e a sobrevivência da comunidade. (Bardanachvili, 2012.)

Foi na casa da Tia Ciata, na Rua Visconde de Itaúna, perto da Praça Onze; que o samba pode ser chamado de samba. Lá, abrigavam-se os ritos e cultos da cultura negra, sendo uma espécie de bálsamo, refugiando a cultura e os saberes daquelas pessoas.

Lá, Tia Ciata exercia não só o papel de guia espiritual e líder religiosa, era também a representação maternal de pessoas que foram até seu colo em busca de abrigo e acolhimento, conforme a citação abaixo:

Ciata desempenhava uma liderança comunitária e um protagonismo indiscutível no cotidiano dos moradores de toda a região da Saúde, Cidade Nova e Gamboa. Sua casa e seu terreiro, localizados a essa época na rua da Alfândega, eram santuários nagôs, mas também espaços de proteção social que abrigavam trabalhadores da estiva, pretos velhos, tocadores de tambor, inveterados boêmios e capoeiristas procurados pela polícia. Assim como nas noitadas promovidas por João Alabá na Barão de São Félix, as festas de Ciata e das outras tias baianas não conheciam hora para acabar, estendendo-se por dias a fio, com a característica fartura de comes e bebes, ao som da ininterrupta batucada. (Lira, 2017. Pág. 30)

Figura 8 - Tia Ciata, A Matriarca do Samba



Fonte: RioTur, 2024

Segundo Cabral (2011, Pág. 20). Das rodas ancestrais da Tia Ciata, nasceriam os batuques dançantes que mais tarde teriam o nome de “Roda de Samba”, uma síntese cultural do Brasil e a mais tradicional manifestação de música urbana da cidade do Rio. A citação abaixo exemplifica um pouca da mistura de saberes e ritmos que formou o que se conhece como samba:

Do jongo do Sudeste à embolada nordestina, do tambor de crioula maranhense às chulas do Recôncavo Baiano, do bambelô potiguar ao coco de praia cearense, todos parecem ter bebido da mesma fonte original. Em comum entre eles, além da eventual troca de umbigadas, o acompanhamento de palmas ritmadas, a percussão intensa dos tambores e o padrão característico do canto responsorial — o solista entoa versos, por vezes improvisados, seguido pelo estribilho fixo, em forma de coro. (Lira, 2017. Pág. 28)

Figura 9 - Lundu, J.M, Rugendas.



Fonte: Uma História do Samba: As Origens. 2017

Foi nessa casa, de música e candomblé, que nasceu o primeiro samba gravado com letra e melodia da história. Pelo Telefone, música de Donga, músico, compositor e violonista brasileiro. A música consagrou-se como samba, mas essencialmente, a canção não tinha muito jeito de samba; estava mais para o Maxixe, gênero musical associado a cultura africana e reinvento do Lundu, um tipo de dança sensual, “produto lúdico-cultural” negro constituído por “sapateados, batuques, remelexos dos quadris e a sensual umbigada” (Caldas, 1985 *apud* Oliveira, 2016. Pág. 9)

Figura 10 - Pelo Telefone, Gravação e Melodia



Fonte: Autoral, 2024

Ressalta-se que, apesar de “Pelo Telefone” ser a primeira música chamada de Samba, houve outras gravações que também poderiam receber esse título, se não fosse por um detalhe, citado abaixo:

É indiscutível que, antes do Pelo telefone, foram gravados sambas sem que o disco informasse no selo tratar-se de sambas, foram gravados outros gêneros que não eram sambas com o nome de samba e foram até gravados sambas com a identificação de samba. Portanto, seria fácil eleger qualquer desses discos como do primeiro samba gravado, se o Pelo telefone não fosse aquele que desencadearia o processo através do qual o samba assumiria, como gênero musical, a hegemonia das músicas gravadas no Brasil. (Cabral, 2011. Pág. 32)

A música “Pelo Telefone” transformou o samba em gênero musical. O pioneiro de uma luta por reconhecimento e valorização que estava apenas começando.

- **Deixa o Samba Falar**

Aparentemente, tudo corria bem para o samba naquela época. Se não fosse o grupo de jovens vindo do porão de uma casa na Rua do Estácio, 27. O endereço era da sede de um bloco de carnaval fundado em doze de agosto de mil novecentos e vinte e oito. O Deixa Falar - segundo Cabral (2011, Pág 45) - foi a primeira escola de samba nunca chamada de escola de samba, o bloco ganhou esse título por ser o berço de um tipo de samba que, mais tarde, chamariam de Samba-Enredo, como citado abaixo da imagem 11:

Figura 11 - Bloco "Deixa Passar"



Fonte: Primeiros Negros, 2024

O samba dos pioneiros, incluindo-se o Pelo telefone e os clássicos de Sinhô (Jura e Gosto que me enrosco, entre eles), pouco diferenciava do maxixe, sendo, assim, adequado para a dança de salão, mas pouco indicado para quem quisesse desfilar no carnaval. Não oferecia o que poderíamos chamar de sincopa carnavalesca aos foliões que desejassem andar enquanto brincavam o carnaval. (Cabral, 2011. Pág. 34)

O Deixa Falar era a interseção das ideias de Ismael Silva e Oswaldo da Papoula, fundadores do bloco. Ismael desejava que os desfilantes fossem dançarinos ritmistas, cadenciando seus passos no ritmo do samba. Papoula, por outro lado, era mais fiel as ideias estabelecidas pelos Ranchos Carnavalescos, para ele, os desfiles deveriam ter enredos teatrais, destaques de grades dimensões e bailados sensuais que em nada remetiam ao samba. De pessoas e ideias dissemelhantes o primeiro bloco escola nasceu.

Figura 12 - Ismael Silva, com seu violão, na Festa da Nossa Senhora da Penha



Fonte: Primeiros Negros, 2024

O Deixa Falar, além de reunir os jovens revolucionários compositores do bairro, pretendia também melhorar as relações dos sambistas com a polícia, já que, sem a autorização policial, não tinham o direito de promover as rodas de samba no Largo do Estácio e muito menos de desfilarem no carnaval. Por isso, trataram logo de legalizar a situação do grupo. Honra seja feita, a perseguição policial ao samba já não era tão violenta. Perseguia-se o jovem negro, como antes, durante e depois do Deixa Falar, uma das facetas mais repelentes do racismo brasileiro. Mas raramente por cantar, dançar ou tocar o samba. (Cabral, 2011. Pág. 45)

Inventor do Surdo, marcador temporal para os ritmistas, e precursor da cuíca, o coração de qualquer Samba-Enredo. O título de “Escola de Samba” é fruto das ideias do bloco e rancho carnavalesco “Deixa Falar”, primeiro de seu nome é autoproclamado “Berço do Samba” pelos sambistas da renomeada “Estácio de Sá”.

Figura 13 - Desfile na Praça Onze



Fonte: BNDigital, 2020

1.3 O Carnaval é Primo do Samba

O carnaval é o retrato mais fiel de um país de fronteiras continentais e uma sede infinita por identidade. Mas é importante destacar que, apesar de possuir todo esse simbolismo para os brasileiros, não é um produto essencialmente nacional.

A origem do carnaval é antiga, e ao contrário do que se possa imaginar, é fruto dos costumes católicos. As festas de carnaval antecediam o período da Quaresma, momento de penitência cristã e jejum da carne que culminaram na Páscoa, momento ressurreição e purificação divina, segundo os ensinamentos cristão.

Entretanto, é possível remontar sua origem através dos festejos primitivos de solstício e as ritualísticas pagãs, ambas festas regadas a comida, bebida e dança, originais do Antigo Império Romano. As celebrações homenageavam o início das estações e festejavam os deuses Romanos.

Figura 14 - Lupercália



Fonte: Museu do Prado, 1635

No Brasil, precisamente na cidade do Rio de Janeiro, o carnaval surgiu das convergências entre a Europa e a África. Os colonos portugueses trouxeram o Estrudo¹ para as terras brasileiras, a festividade antecedia a quaresma e estimulava a união de todas as camadas da população cortejos públicos desordeiros.

Os foliões do Estrudo ocupavam toda pequena viela da cidade, invadindo espaços públicos e privados com “brincadeiras”, que consistiam em jogar restos de comida, póvilho, líquidos de variadas procedências, lama e até urina. Os festejos perduraram através dos séculos, principalmente o XVII, XVIII, XIX e o início do século XX, mesmo diante dos esforços militares e policiais para coibir as movimentações pela cidade, conforme a citação abaixo:

Uma delas, adotada às vésperas do Carnaval de 1853, por André Mendes da Costa, fiscal da Freguesia da Candelária, demonstrava que a prática do entrudo não se restringia a uma determinada classe social, embora a punição fosse bem mais violenta para os escravos: “Fica proibido o jogo do entrudo. Qualquer pessoa que jogar incorrerá na pena de quatro a 12 mil-réis e, não tendo com que satisfazer, sofrerá de dois a oito dias de prisão. Sendo escravo, sofrerá a cadeia caso o seu senhor não o mandar castigar no calabouço com cem açoites, devendo uns e outros infratores serem conduzidos pelas rondas policiais à presença do juiz para julgar, à vista das partes ou testemunhas que presenciaram a infração. As laranjas de entrudo que forem encontradas nas ruas ou estradas serão inutilizadas pelos encarregados das rondas fiscais. Aos fiscais com seus guardas também fica pertencendo a execução desta pena.” (Cabral, 2011. Pág. 16)

¹ Nome dado aos dias que antecediam a Quaresma. O festejo trazia diferentes formas de brincar e extravasar antes dos dias de restrições e penitências do período religioso católico.

Figura 15 - Cena de Carnaval, 1823. Jean-Baptiste Debret



Fonte: Arte Brasileiros, 2018

Segundo Cabral (2011, Pág 17). Ainda nesse período, a população brincava de Zé Pereira, que consistiam em grupos carnavalescos ou foliões solitários carregando tambores enormes que provocavam um som bem acima do usual para época. Os foliões que festejavam o Estrudo e o Zé Pereira se misturaram ao longo do tempo, tornando-se grandes cortejos públicos barulhentos e impossíveis de serem esquecidos.

Contudo, foi nos primeiros momentos do século XIX que a sociedade brasileira teve seus primeiros contatos com algo bem parecido com o carnaval moderno, os cordões. Os cordões carnavalescos da época reuniam, em meio a procissão religiosa, pessoas pretas escravizadas e seus algozes, brancos ricos e nobres que mal percebiam que o canto a Nossa Senhora do Rosário havia se tornado carnaval, com louvores entoados por pessoas negras vestidas de nobres, reis e militares da guarda real, orquestrados por instrumentos e danças africanas.

O mais curioso desses cordões e suas músicas, que posteriormente chamaram-se marchinhas, que conduzidas por grupos de fantasiados carregando seus instrumentos de

percussão e suas batucadas; eram conduzidos por maestro com um apito estridente a cantar e tocar em conjunto pelas ruas do Rio de Janeiro.

Ainda naqueles momentos embrionários, já notava-se uma característica curiosa desses festejos, a tendência quase melancólica das músicas carnavalescas. Apesar da composição instrumental alegre e festival, as letras das canções eram como clamores de solenes que excomungam as mazelas de uma vida de lutas, como citado abaixo:

O artigo de João do Rio sobre os cordões, publicado inicialmente na revista Kosmos, em fevereiro de 1906, chama a atenção para uma característica curiosa das músicas carnavalescas: muitas vezes, seus temas eram tristes, mas os foliões cantavam sempre com muita alegria. Ele viu os integrantes do cordão Beija-Flor cantando, em plena gandaia, uma música que abordava o naufrágio do navio Aquidabã, que produziu inúmeras mortes: “Os filhinhos choram / Pelos pais queridos / As viúvas soluçam / Pelos seus maridos”, dizia a letra da canção carnavalesca. “Só a alma da turba consegue o prodígio de ligar o sofrimento e o gozo na mesma lei de fatalidade” (Cabral, 2011. Pág. 18)

Figura 16 - Cordões Carnavalescos



Fonte: Raiz do Samba em Foco, 2014

De tantos cortejos, os mais importantes são os cordões dos Velhos, que desfilavam pelas encruzilhadas da cidade encurvados e apoiados em curtos pedaços de madeira; tal qual um sábio Preto Velho, e os cordões dos Cucumbis, que tinham origem nos congolesa, quilombola e nordestina.

Figura 17 - Grupos de Cucumbis Carnavalescos



Fonte: Danças Folclóricas, 2011

Em paralelo aos festejos populares, a ínfima aristocracia branca carioca se divertia aos modos europeus, promovendo bailes de máscara inspirados no carnaval de Veneza, cidade do nordeste da Itália famosa por suas festas luxuosas e extravagante, sinônimo de requinte e sofisticação.

Figura 18 - Baile de Máscaras



Fonte: 1-18 Project, 2017

Foi desse lugar, incubadora viva de tantos carnavais, que surgiram os Ranchos Carnavalescos, lugares de comunidade entre pessoas das camadas baixas da sociedade. Esses lugares promoviam a integração de grupos que encontravam semelhanças em suas estranhezas promovendo a solidariedade e a construção de laços afetivos entre a elite carioca e os frequentadores dos cordões populares, dois mundos que em outras circunstâncias, jamais convergiriam.

Figura 19 - Desfiles Promovidos Pelos Ranchos



Fonte: Ranchos Carnavalescos, 2022

Não distante de suas funções sociais, os Ranchos eram o lar de espetáculos carnavalescos promovidos pelos desfiles que aconteciam em meio aos cortejos públicos. Naquele momento, as folias perderam os ares “desordeiros” e ganharam formas mais profissionais, isso graças aos periódicos cariocas, que com a missão de aumentar a popularidade da festa; elegia as melhores agremiações por meio de especialista e votações populares.

Foi graças a adesão da imprensa que a repressão policial comum aos cordões de carnaval e as festas de estrudo já não era mais tão presente, mais tarde, tal fato veio a estimular o poder público a contribuir com o financiamento da festa.

Figura 20 - Matéria Veiculada pelo Jornal Brasil, 1926



Fonte: Ranchos Carnavalescos, 2022

Os desfiles, financiados pela comunidade, tinham um tom teatral e fantástico. Esses dispunham de fantasias e indumentárias carnavalescas, distribuídas por sessão ao longo dos desfiles, o que contribuí para construção e a contação de uma história. Nesse contexto, os ranchos fundaram a ideia das “Escolas de Samba”, tornando-se precursores do fazer carnaval, como citado abaixo:

Hilário Jovino, acostumado a fundar os próprios ranchos, aceitou o convite para participar da diretoria do Ameno Resedá, agremiação cujos desfiles vinham se aproximando ainda mais do formato das elitizadas Grandes Sociedades Carnavalescas. Fundado em 1907, no bairro do Catete, o Resedá apresentava como maior de todas as novidades a ideia de eleger a cada ano um novo enredo, a partir do qual eram elaborados os figurinos e organizadas as diversas alas, com o objetivo de se estabelecer uma narrativa em forma de cortejo. O grêmio seria uma espécie de “escola”, para ensinar ao povo e aos demais grupos a apresentar um desfile por meio de alegorias e adereços, na maioria das vezes copiados das ilustrações de livros de história. Esse intuito levou o Ameno Resedá, que utilizava uma águia de asas abertas como símbolo, a se autodenominar “rancho-escola” — antecipando assim o modelo e a própria designação das futuras escolas de samba. (Lira, 2017)

Figura 21 - Carnaval de Rua no Rio de Janeiro



Fonte: Ranchos Carnavalescos, 2022

Em certo sentido, pode-se observar que o desenvolvimento das escolas de samba, até chegar à atual feição de ‘maior espetáculo da terra’, é pautado por episódios sucessivos de docilidade, resistência, confronto e negociação, pondo em cena diversas modalidades de solução para o conflito entre desejo e necessidade, entre a expressão genuína e o atendimento às exigências dos diversos patrocinadores, sejam eles ligados ao Estado, à indústria turística ou à contravenção. (Augras, 1998 *apud* Simas e Fabato, 2015. Pág 121)

Como colocado na citação acima, o desfile das escolas de samba do Rio de Janeiro nasce como um manifesto à “verdadeira” brasilidade, uma maneira que o estado encontrou para disciplinar as manifestações culturais dos descendentes de escravos, vistos como constantemente como membros de “classes perigosas” que precisavam ser controladas. (Simas e Fabato, 2015. Pág. 109)

Foi nesse contexto que o Jornal do Brasil, principal veículo de imprensa no Brasil no século XX, organizou as primeiras competições entre ranços carnavalescos. O desfile aconteceu na praça onze, antigo reduto do samba, e contou com regulamentações explícitas e um corpo de jurados que avaliariam os desfiles apresentados.

Figura 22 - Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro, 1960



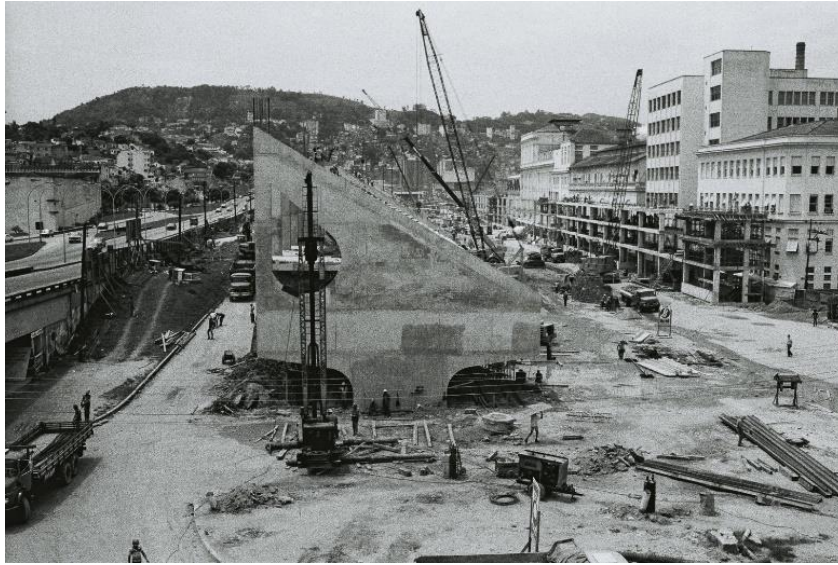
Fonte: Veja Rio, 2024

Quanto à África de que falava Heitor dos Prazeres, é bom lembrar que a Praça Onze ficava no centro da região que reunia o Morro da Favela, Morro de São Carlos, Rio Comprido, Catumbi, Cidade Nova, Estácio de Sá, Saúde, Gamboa, Santo Cristo etc., os bairros ocupados pela comunidade negra carioca. Para os moradores dos subúrbios e das favelas da Zona Norte, a praça também oferecia fácil acesso, pois ficava ao lado da Central do Brasil. A classe média do Rio de Janeiro brincava o carnaval na Avenida Rio Branco, mas o povão ia para a Praça Onze. Era tão óbvia a separação que Ari Barroso, escrevendo para o jornal *Correio da Noite*, em 1935, ao chamar a atenção para o êxito do samba *Arrependido*, de Ismael Silva e Nilton Bastos, anos antes, no carnaval da Praça Onze, concluiu: “Foi grande, enorme o sucesso do carnaval que muita gente do Rio não conhece: o carnaval da Praça Onze. Ali é o povo. E o povo é quem escolhe.” (Cabral, 2011. Pág 78.)

Nesse local de encontros e desencontros, conforme citado acima, precisamente, na Rua Marquês de Sapucaí; que mais tarde seria inaugurada a passarela oficial do samba. Batizado de Sambódromo, o local do desfile foi uma iniciativa do *Jornal do Brasil*, da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro e do Governo do Estado; que tinham o objetivo de solucionar os problemas causados pela montagem e desmontagem das arquibancadas durante o período do carnaval.

O projeto idealizado por Oscar Niemayer, celebre arquiteto e urbanista brasileiro, tinha o objetivo de aumentar a participação popular nos desfiles, algo que depois da implementação das competições na Praça Onze, tornou-se inacessível a população mais pobre.

Figura 23 - A Construção do Sambódromo, 1983

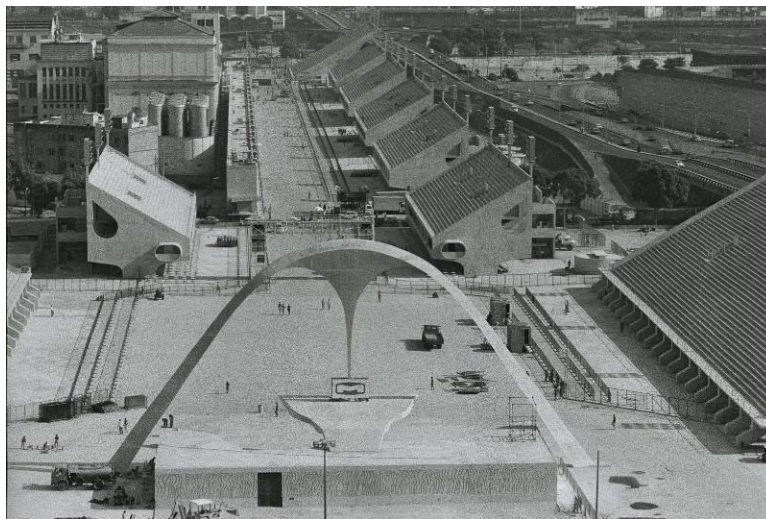


Fonte: O Globo, 2024

O projeto do arquiteto contava com uma grande novidade para o mundo do samba, um pedido do vice-governador do estado e motivo de grande polemica na época. Uma grande praça ao final da avenida deveria ser projetada, o que forçaria as escolas de samba a se apresentarem em círculo ao final do desfile, indo na contramão do que era comumente aceito no meio do samba.

A justificativa do homem era simples, todas os desfiles de carnaval precisavam de um final apoteótico. A ideia foi rejeitada tanto por Niemeyer quanto pelos sambistas, que preferiam simplesmente desfilar em linha reta. Dessa ideia, restou-se apenas um monumento de encerramento e o nome do espaço, daí a denominação Praça da Apoteose.

Figura 24 - Praça da Apoteose, 1984



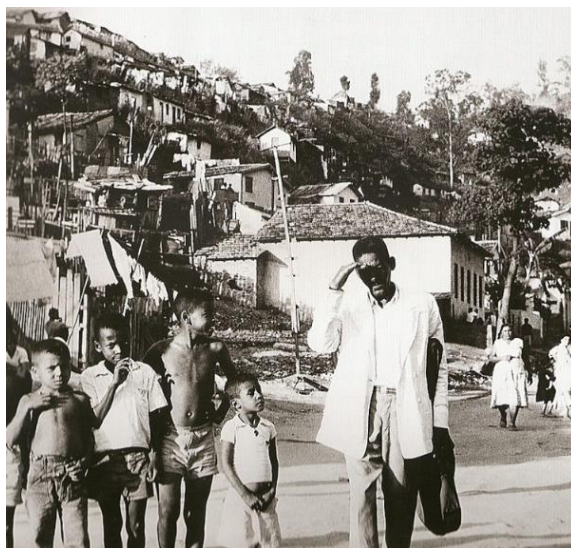
Fonte: O Globo, 2024

De uma história de tantas nuances, uma tem um destaque especial. A Estação Primeira de Mangueira, uma das escolas mais tradicionais do carnaval carioca e ponto central desse trabalho.

1.4 Estação Primeira De Mangueira

Em meados do século XIX, localizado próximo das terras imperiais da Quinta da Boa Vista, nascia o Morro dos Telégrafos, o que mais tarde viria a ser um conjunto habitacional chamado Morro de Mangueira, batizado dessa forma graças aos inúmeros pés de manga que cresciam na região.

Figura 25 - Cartola e o Morro de Mangueira



Fonte: Mangueira, 2023

A ocupação do Morro de Mangueira ocorreu no final do século XIX, dando-se, principalmente, por pessoas alforriados e famílias expulsas de seus cortiços no centro da cidade, graças aos projetos de urbanização pós Proclamação da República. Em meio a uma sociedade reprocessando seus modos de viver e pensar, surge “uma comunidade de gente pobre, constituída quase em sua totalidade por negros, filhos e netos de escravos, inteiramente identificados com suas manifestações culturais e religiosas.” (Mangueira, “Histórias do Morro”, 2024).

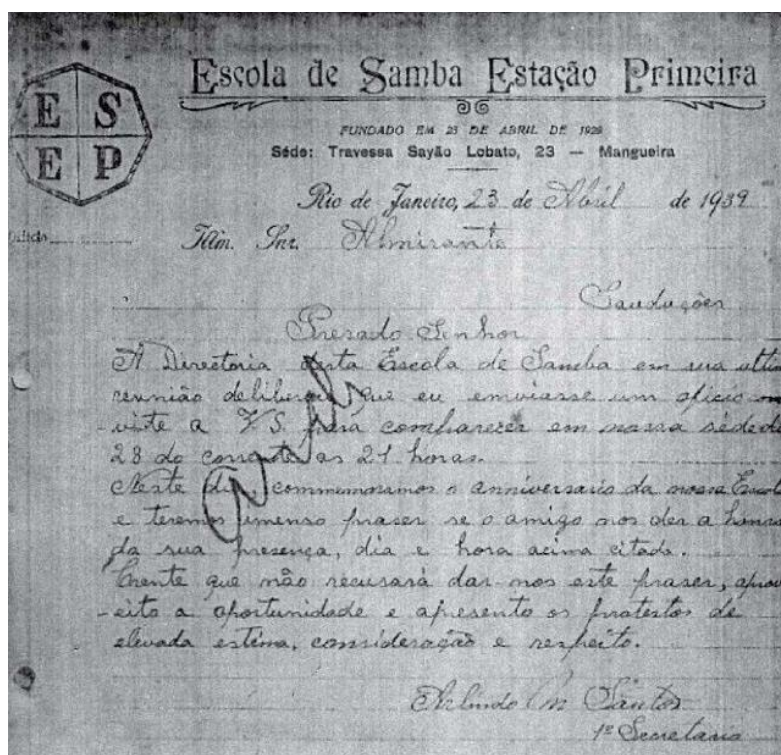
Lar de muitos blocos e ranchos e lugar de tradições e crenças ancestrais. O eco dos batuques e cantos abasileirados dos terreiros de candomblé, que serviam o sagrado e o profanos através do som de seus atabaques, fez nascer o Grêmio Recreativo das

Escolas de Samba Estação Primeira de Mangueira. Segundo Cartola, nasce como tal; em vinte oito de abril de mil novecentos e vinte e oito (28 de abril de 1928).

Tal data de fundação, apesar de ser bem aceita pela agremiação, tem algumas contestações históricas. Isso devido a data de fundação do Deixa Falar, bloco-escola compreendido como a primeira escola de samba oficial do carnaval carioca, fundado em doze de agosto de mil novecentos e vinte e oito (12 de agosto de 1928). Se a data defendida pela Mangueira fosse real, a escola seria a primeira Escola de Samba da história, não o Deixa Falar.

Esse equívoco, apesar de defendido por baluartes da Mangueira, não consta nas pesquisas feitas por Sergio Cabral para o Livro Escolas de Samba do Rio de Janeiro. Na verdade, o especialista em carnaval encontrou no arquivo pessoal do radialista e pesquisador Almirante (Henrique Foreis Domingues), os mais antigos papéis timbrados da Estação Primeira, entre todos ainda existentes. (Cabral, 2011. Pág 107)

Figura 26 - Papel Timbrado com a Data de Fundação da Mangueira



Fonte: Escolas de Samba do Rio de Janeiro, 2011

Nesse papel conta a data de vinte e oito de abril de mil novecentos e vinte e nove (29 de abril de 1929). O que faz da Mangueira a segunda escola mais antiga do carnaval carioca. A mesma, apesar de defender a primeira data, nunca contestou o pioneirismo do

bloco Deixa Falar, pelo contrário. Cartola, personagem principal dessa história, jamais deixou de mencionar a escola com a primeira de seu nome.

A agremiação, filha orgulhosa do Morro de Mangueira e produto das mentes inquietas dos sambistas do Bloco dos Arengueiros, Angenor de Oliveira (Cartola), Saturnino Gonçalves (Seu Saturnino), Abelardo da Bolinha, Carlos Moreira de Castro (Carlos Cachaça), José Gomes da Costa (Zé Espinguela), Euclides Roberto dos Santos (Seu Euclides), Marcelino José Claudino (Seu Maçu) e Pedro Paquetá, e carnavalescos do Rancho Príncipe da Floresta.

Figura 27 – Os Arengueiros



Fonte: Mangueira, 2023

O bloco foi constituído por jovens moradores do morro que, pelo mau comportamento, não participavam dos demais blocos carnavalescos, principalmente do Bloco de Tia Tomásia, onde a disciplina era fundamental. Eles estavam, tão conscientes de que as críticas eram pertinentes que, no batismo do novo grupo utilizaram uma das palavras que definiam o seu procedimento: arengueiro. (Cabral, 2011. Pág. 72)

Como citado acima, Os Arengueiros formavam um grupo ilustre de Mangueirenses desajustados que jamais poderiam sonhar com o que Estação Primeira de Mangueira viraria.

Super Campeã do carnaval carioca, a escola nunca foi rebaixada do Grupo Especial, que desfila, primordialmente, nos domingos e segundas de carnaval. Além disso, é uma das mais premiadas da competição realizadas todos os anos na Marquês de Sapucaí, possuindo, ao todo, vinte campeonatos e dezenove vice-campeonatos dos seus longos anos de desfile, são eles:

TRANSPORTE E

S E POETAS
ESTRE
AÚDE, LAVOURA, TRAN
DE ONTEM E HOJE



DE ONTEM E HOJE
 DOS TEMPOS
 DO RIO ANTIGO
 NTADO DE MONTEIRO

BAHIA E A



UM POVO
TÉ
BRAGUINHA
AO MUNDO O QUE A P



FE, BRASIL



LAVRAS
DA MANGUEIRA
" É PRA CABRA DA PEST



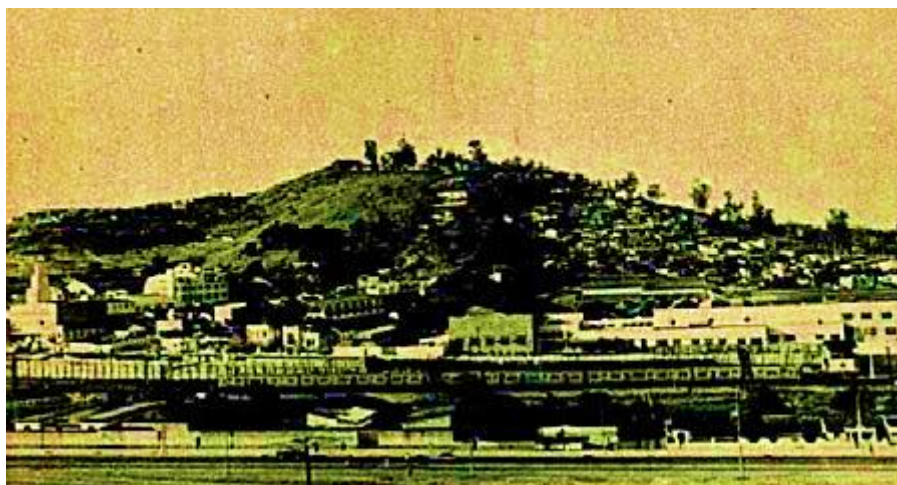
NORDESTE
A: A MENINA DOS OLHOS
PARA GENTE GR



- **Iconografia**

O nome da escola, Estação Primeira de Mangueira, foi escolhido por Cartola, que achou apropriado chamar o Palácio do Samba de Estação Primeira, já que o Morro de Mangueira e a Quadra da Mangueira encontravam-se entre os trilhos da Central do Brasil, estação de trem que liga os bairros do Rio de Janeiro, e o subúrbio carioca.

Figura 28 - O morro da Mangueira e à sua frente a linha da Central com o trem de subúrbios passando, 1977



Fonte: VEJA, 1977

Além do nome, Cartola escolheu, também, as cores que representariam o Berço Do Samba, verde e rosa, em homenagem a bandeira que representava o “Rancho dos Arrepiados”, agremiação carnavalesca de Laranjeiras, na qual seu pai tocava.

Nos primórdios de sua história, a agremiação não possui um símbolo definitivo que a representasse, os ilustres sambistas que fizeram parte de sua fundação não decidiram-se entre inúmeras figuras representativas para sua história, entre eles: violão, pandeiro, tamborim, clarin e uma águia, semelhante à sua coirmã Portela.

Porém, mais tarde, em meados de mil novecentos e sessenta, o presidente da mangueira na época, decidiu que a imagem mais icônica para escola seria o surdo de primeira, com isso, o símbolo da escola foi desenvolvido em conjunto por dois Mangueirenses, Manuel Pereira Filho (Beleléu) e Darque Dias Moreira (Sinhôzinho)

Figura 29 - Logo Estação Primeira de Mangueira



Fonte: Facebook, 2016

Segundo a Escola de Samba, o símbolo e logo oficial da Mangueira conta com “Um tambor surdo, encimado por uma coroa, e com ramos de louro em volta. O tambor simboliza o samba; a coroa representa a Mangueira como a "rainha do samba"; e os louros significam as vitórias da agremiação.” (Mangueira, “História”, 2024)

O logotipo da Mangueira é composto por um tambor surdo encimado por uma coroa. Ramos de louro contornam a base do tambor. Abaixo, encontra-se a inscrição "1928" (ano de fundação da escola). E mais abaixo, uma faixa com o nome oficial da agremiação ("G.R.E.S. Estação Primeira de Mangueira"). Acima da coroa, um arco formado por estrelas na mesma quantidade de títulos conquistados pela escola, sendo uma delas, maior que as demais, por representar o supercampeonato do carnaval de 1984. (Silva; Cachaça; Filho. 1980. Pág. 107–108)

Descrito detalhadamente na citação acima, o Pavilhão da escola conta com suas cores características, verde e rosa, além do dourado e do branco. Segundo a o site oficial da Mangueira, sua bandeira “É formada por um retângulo, com dezesseis raios, dispostos em cores alternadas (oito verdes e oito rosas), partindo do centro em direção às extremidades do pavilhão. No centro da bandeira, há um octógono na cor verde, onde, dentro, se encontra o logotipo com os símbolos da agremiação.” (Mangueira, “Site Oficial”, 2024)

Figura 30 - Pavilhão da Escola de Samba



Fonte: Wikipédia, 2024

O Pavilhão da escola conta com suas cores características, verde e rosa, além do dourado e do branco. Segundo a o site oficial da Mangueira, sua bandeira “É formada por um retângulo, com dezesseis raios, dispostos em cores alternadas (oito verdes e oito rosas), partindo do centro em direção às extremidades do pavilhão. No centro da bandeira, há um octógono na cor verde, onde, dentro, se encontra o logotipo com os símbolos da agremiação.” (Mangueira, “Site Oficial”, 2024)

- **Importância Histórica, Artística e Sociocultural**

Para compreender a importância da Estação Primeira de Mangueira para sociedade brasileira, votemos ao prelúdio desse trabalho. Em um momento que o estado brasileiro tentava transformar o país em uma espécie de “Europa Tropical”, sendo o Rio de Janeiro a “Paris dos Trópicos”, fazendo alusão ao nível de desenvolvimento econômico e social da capital francesa; algo que era desejado no imaginário dos governantes da época.

Nesse período, o Brasil sofreu com a represália a cultura e a existência de pessoas escravizadas, que eram vistos com inferioridade e desprezo, sendo ao mesmo tempo que repelida e necessária, especialmente em tarefas braçais e serviços domésticos.

É da necessidade de afirmação cultural e resistência ao apagamento promovido pelo estado que nascem as rodas de samba, as celebrações religiosas, as danças de capoeira e os cordões de folia carnavalesca. Tal momento é narrado por Luís Simas no trecho destacado abaixo, que remonta o conceito de diáspora africana e seu lugar nas escolas de samba.

A experiência da escravidão africana nas Américas e, a rigor, uma experiência de dispersão, fragmentação, quebra de laços associativos e morte, simbólica e literal. Toda diáspora dispersa. Ela também é, ao mesmo tempo, uma experiência de reconstrução constante de práticas de coesão, invenção de identidades, dinamização de sociabilidades e vida. A chibata que bate no lombo e a baqueta que bate no couro do tambor são as duas faces dessa moeda. Se toda diáspora dispersa, toda cultura de diáspora é gregária. (Simas, 2020 Pág 3.)

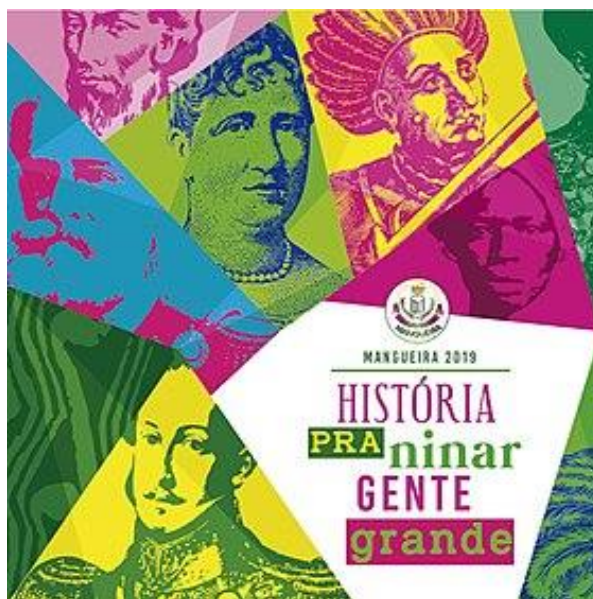
Por isso, Segundo SIMAS, “A Mangueira ocupava para ele, e para tantos, o espalho de fundamento de identidade, do pertencimento, da rede de proteção social e da construção de sociabilidades.” Ou seja, muito mais que espaços de festa, música e dança, as escolas de samba são ambientes de resistência, resiliência, afeto e emancipação.

Sendo a Estação Primeira de Mangueira fruto do amor pelo carnaval de um grupo de amigos desajustados e moradores do Morro De Mangueira, quem melhor que ela para representar as histórias apagadas de um suposto passado retumbante. Por definição, como colocado por Simas a seguir, a Mangueira vive e resiste.

Mangueira foi e vai muito além disso: não é escola que existe porque desfila; é daquelas agremiações que desfilam porque existem. Não desfila imbuída da cultura do evento, já que seus desfiles são eventos da cultura. (Simas, 2020. Pág 6.)

1.5 A Epopeia de Uma Nação

Figura 31 - Capa Ilustrativa para o Enredo



Fonte: Wikipédia, 2024

O enredo “Histórias de Ninar para Gente Grande” reconta a história do Brasil, ou melhor, conta a história que nunca foi contada. Leandro Vieira e a Mangueira, acolhem todos os dissabores da que permeiam os ditos “Heróis Nacionais”, construindo e reconstruindo a formação identitária do país. Para isso, a agremiação, enxerga através dos olhares e perspectivas daquele que nunca tiveram voz, ou melhor, daqueles que levantaram-se e gritaram suas dores, porém, jamais foram plenamente ouvidos.

Leandro conta a história do Brasil sob a ótica da possibilidade, narrada a partir páginas ausentes de uma história nunca plenamente contada. Partindo do princípio de um país que ainda busca sua identidade, a pergunta proposta pelo enredo é clara, será que o que se conhece como Brasil é de fato a história contada pelos brasileiros, ou é somente um produto dos encontros e desencontros de uma tentativa?

Com isso, o carnavalesco da Mangueira desfila, solenemente, uma ode as várias versões de um único Brasil. Desenhando poesia na avenida, Leandro devolve ao povo brasileiro o poder que lhe foi tomado, resgatando um sentimento de pertencimento e luta que poucas vezes foi tão impactante e necessário quanto naquele fevereiro de dois mil e dezenove. O carnavalesco demonstra isso no trecho abaixo, destacado da sinopse do enredo.

Cientes de que nossa história é de luta, teremos orgulho do Brasil. Alimentados de leite novo e bom, varreremos de nossos “porões” o complexo de “vira-latas” que fomenta nossa crença de inferioridade. Veremos tanta beleza na escultura de ANTÔNIO FRANCISCO LISBOA quanto no quadro que eterniza o sorriso da Monalisa. Nos orgulharemos do “tupi” que falamos – mesmo sem saber. Daremos mais cartaz ao SACI do que à “bruxa”. Brincaremos mais de BUMBA MEU BOI, CIRANDA E REISADO. Nossas crianças enxergarão tanta coragem no CANGACEIRO quanto no “cowboy”. Vibraremos quando SUASSUNA estrear em “ROLIÚDE” sem tradução para o SOTAQUE de João Grilo e Chicó. Não estranharemos caso o Mickey suba a ESTAÇÃO PRIMEIRA, troque “my love” por “minha nêga” e mande pintar o “parquinho” da Disney com o VERDE E O ROSA DA MANGUEIRA. (Liesa; 2019. Pág. 315)

Dentro desse contexto, o enredo é narrado em cinco atos, descortinando cada parte de história de Brasil. Contextualizada sob a perspectiva da agremiação, seu carnavalesco e seus desfilantes, representantes das vozes de milhões de brasileiros, vivos e mortos.

Leandro Vieira, carnavalesco e enredista da Mangueira para o desfile constrói seu enredo partindo de uma bibliografia composta por oito livros focados na história do Brasil, são eles:

Figura 32 - Bibliografia do Enredo



Fonte: Autoral, 2024

Para melhor compreensão do conteúdo dos livros postos anteriormente, segue uma legenda simplificada extraída da Amazon, plataforma que comercializa produtos de diversas categorias, incluindo os livros citados.

Figura 33 - Legenda dos Livros - 1 a 4

1. **Os Bestializados: O Rio De Janeiro E A República Que Não Foi** - José Murilo De Carvalho. – “Neste livro, José Murilo de Carvalho convida-nos a revisitar o Rio de Janeiro em suas primeiras encenações como Capital Federal. Cidade Maravilhosa, se acrescentarmos ao belo, o terrível; ao cômico, o trágico; à lógica, a loucura. Cidade mais que imperfeita, palco de políticas oficiais e invisíveis, de enredos conhecidos e mistérios insolúveis.”
2. **Rebelião Escrava No Brasil – A História Do Levante Dos Males Em 1835** - João José Reis. – “O autor discute a religião, os escritos, a dieta, o vestuário e as formas de organização dos malês. O livro analisa ainda o contexto histórico da rebelião: expõe as estruturas sociais e econômicas da época, a rebeldia dos homens livres, a série de revoltas escravas acontecidas na Bahia desde o início do século XIX e a natureza específica da escravidão urbana.”
3. **Caminhos & Fronteiras** - Sérgio Buarque De Holanda - Caminhos e fronteiras é a história da lenta ocupação territorial promovida pelos bandeirantes. História dos processos e procedimentos desta empresa, nela Sérgio Buarque de Holanda descreve técnicas e práticas cotidianas - de caça e coleta, de lavoura, de viagem, de vestimenta. Detendo-se em dados referentes à mentalidade dos paulistas, aponta a maneira específica como estes foram levados a amalgamar a experiência indígena a seus interesses específicos.”
4. **Memórias Sertanistas: Cem Anos De Indigenismo No Brasil** - Felipe Milane – “Este livro narra as experiências dos principais sertanistas brasileiros. Oriundos de diferentes regiões do país, eles vivenciaram um importante período da história nacional, marcado pela expansão econômica para o oeste e pelo processo de criação de meios para proteger os povos indígenas.”

Fonte: Autoral, 2024

Figura 34 - Legendas do Livros - 5 a 8

5. **Povos Indígenas No Brasil 2001-2005** -Beto Ricardo E Fany Ricardo - “Apresenta um resumo comentado das políticas indigenistas, oficiais e não-governamentais e da política propriamente indígena de 2001 a 2005 . A publicação traz 178 artigos assinados, centenas de notícias extraídas e resumidas a partir de 125 fontes, além de cerca de 200 imagens fotográficas e 36 mapas.”
6. **História Dos Índios No Brasil** - Manuela Carneiro Da Cunha - A obra reúne 27 colaboradores, entre especialistas brasileiros e do exterior, que atuam em diferentes áreas de pesquisa, como antropologia, história, arqueologia e lingüística. A coletânea oferece ao grande público a oportunidade de ter acesso às principais questões ligadas à presença dos povos indígenas no Brasil.
7. **A Elite Do Atraso, Da Escravidão À Lava Jato** - Jessé De Souza - Numa época em que a questão das desigualdades racial e social estão, mais do que nunca, no centro de cena – dos grandes veículos de comunicação aos comentários nas redes sociais e até mesmo nas conversas das mesas de bar, onde todos parecem ter uma ideia muito bem definida do que é capaz de construir um país ideal
8. **1808 - Como Uma Rainha Louca, Um Príncipe Medroso E Uma Corte Corrupta Enganaram Napoleão E Mudaram A História De Portugal E Do Brasil** - Laurentino Gomes - Resultado de um longo trabalho de dez anos de pesquisa, 1808 narra a chegada da família real ao Rio de Janeiro, acossada pelas tropas do imperador francês Napoleão Bonaparte.

Fonte: Autoral, 2024

1.5.1 Canção de Ninar Gente Grande

O samba enredo da Mangueira para o enredo “Histórias de Ninar para Gente Grande” possui um caráter dialógico, com um que de amabilidade e afago que raramente é visto em sambas enredo. A música apresentação ouvinte sem memória, graças à um

processo intenso de apagamento e embranquecimento da cultura brasileira, os personagens de uma história apagada dos livros.

Assim como a historiografia brasileira, o samba enredo perpassa um caminho sinuoso para engrandecer-se. Começando pelo tempo presente, o samba narra um contexto de luta e resistência de uma nação que mal se conhece. Os primeiros versos resgatam de forma sutil o senso de coletividade do povo brasileiro, fazendo uma ode ao individualismo que marca as narrativas históricas construídas no imaginário da população.

O samba satiriza a heroicidade atribuída as figuras históricas que estão retratadas como heróis da pátria e salvadores de uma nação de desajuzados, fazendo menção as inversões de papéis que marcam a história do país. “Esteticamente, vale destacar a antítese presente em “invasão”/“descobrimento”, a metonímia do retrato como aquilo a que se dá visibilidade no país e a ênfase reivindicatória que a melodia confere ao último verso.” (Liesa, 2019; Pág. 378)

Com isso, o samba regata figuras de líderes importantes para a redenção de uma parcela historicamente marginalizada da população. Nessa estrofe, a Mangueira os verdadeiros heróis dos processos libertários ocorridos no país, colocando em xeque a credibilidade de figuras aristocráticas que tomaram o protagonismo de momento de luta popular.

As estrofes finais do samba são uma convocação coletiva a luta. Aqui, a Mangueira, depois de descortinar as nuances escondidas da historiografia do Brasil, chama a todos a lutar pela pluralidade de brasis que emergem daqueles nunca ouvidos. O samba da escola para dois mil e dezenove multiplica as vozes que cantam junto com a escola, sendo um símbolo da resistência viva que a Mangueira representa.

Para compreender a construção do enredo a fundo, resgatasse um documento feito por Márion Strecker e publicado pelo MAM – Museu de Arte Moderna da Cidade do Rio de Janeiro. Ressalta-se que o material foi adaptado esteticamente a esse trabalho, porém, não sofreu alteração conteudista.

Figura 35 - Samba Enredo da Mangueira Decodificada pelo MAM

Enredo "Histórias de Ninar para Gente Grande"

Mangueira, tira a poeira dos porões
 Ô, abre alas pros teus heróis de barracões
 Dos Brasis que se faz um país de Lecis, Jamelões
 São verde e rosa, as multidões

Brasil, meu nego
 Deixa eu te contar
 A história que a História não conta
 O avesso do mesmo lugar
 Na luta é que a gente se encontra

2019

Barracão é o nome que se dá ao local onde os integrantes de uma escola de samba se encontram, criam, ensaiam e montam os carros alegóricos que serão usados nos desfiles de Carnaval.

Heróis dos Barracões



Jamelão



A compositora e cantora Leci Brandão (1944), atual deputada estadual (PCdoBSP), e o cantor Jamelão (1913-2008), lendário puxador de sambas da Mangueira, onde atuou de 1949 a 2006, são citados como músicos e heróis do barracão da escola.



Enredo "Histórias de Ninar para Gente Grande"

Brasil, meu denço
 A Mangueira chegou
 Com versos que o livro apagou
 Desde 1500 tem mais invasão do que descobrimento
 Tem sangue retinto pisado
 Atrás do herói emoldurado
 Mulheres, tamoios, mulatos
 Eu quero um país que não está no retrato

2019

Tinto novamente, que tem cor carregada. Dizia-se dos negros muito negros. A música refere-se ao fato de que muitos dos "heróis" brancos retratados nos livros de História do Brasil se fizeram à custa do sangue dos negros, sem os quais a economia, a cultura e o sistema político do País não teriam se desenvolvido.

Referência a uma notável aliança de povos indígenas do século 16, no Sudeste brasileiro. Liderada pela nação Tupinambá, a chamada Confederação dos Tamoios resistiu por décadas aos portugueses, que queriam escravizar os índios para o trabalho nas plantações de cana-de-açúcar



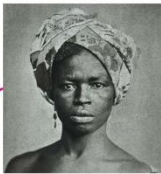
Há duas teorias para a origem do termo que designa as pessoas que descendem de africanos e europeus. Do latim mulus (mula), é uma analogia ao animal que nasce do cruzamento de cavalo com jumenta ou de jumento com égua, por isso o termo é considerado pejorativo. Outra teoria é que mulato provém do árabe mowallad, que seria o nascido de pai árabe e mãe estrangeira

Enredo "Histórias de Ninar para Gente Grande"

Brasil, o teu nome é Dandara
 E a tua cara é de Cariri
 Não veio do céu
 Nem das mãos de Isabel
 A liberdade é um dragão no mar de Aracati

2019

Guerreira negra do século 17, líder quilombola e capoeirista, foi companheira e mãe de três filhos de Zumbi dos Palmares. Depois de presa, matou-se ao se jogar de uma pedreira para não retornar à condição de escrava. Dandara dos Palmares hoje é oficialmente uma heroína da luta contra a escravidão no Brasil.



Referência aos índios Cariris, do norte do Rio São Francisco, e sua resistência à colonização portuguesa. A Confederação dos Cariris ocorreu entre 1683 e 1713, estendendo-se do Ceará ao Rio Grande do Norte e à Paraíba.



O jangadeiro mestiço Francisco José do Nascimento, também conhecido como Chico da Matilde ou Dragão do Mar, era de Canoa Quebrada, no município de Aracati, Ceará. Ele recusou-se a transportar para os navios negreiros os escravizados vendidos para o Sul e liderou uma greve no mercado escravista do Porto de Fortaleza, em 1881. A abolição da escravatura naquela região ocorreu quatro anos antes da Abolição no restante do Brasil



Enredo "Histórias de Ninar para Gente Grande"

Salve os **caboclos de julho**
Quem foi de **açó nos anos de chumbo**
Brasil, chegou a vez



2019

O Caboclo e a Cabocla são imagens usadas em cortejos nas festividades de 2 de Julho em Salvador, Bahia. Personagens anônimos, representam a vitória nas guerras de Independência, quando descendentes de índias com portugueses (os chamados caboclos) integraram batalhões juntamente com negros escravizados e libertos, sertanejos e outros voluntários que lutaram em 1824 e expulsaram os portugueses de Salvador. Paramentado como guerreiro, o Caboclo esmaga a seus pés uma serpente, representando a tirania e dominação portuguesas.



Referência à mais dura fase da ditadura militar brasileira, entre 1968 e 1975, quando houve o desaparecimento, tortura e assassinato de centenas de militantes civis e ativistas considerados subversivos pelo governo. O açó representa a resistência à ditadura.

Enredo "Histórias de Ninar para Gente Grande"

De ouvir as **Marias, Mahins, Marielles, Malês**



2019

Maria Filipa de Oliveira (?-1873), marisqueira e pescadora da Ilha de Itaparica (Bahia), descendente de negros escravizados do Sudão, lutou pela Independência da Bahia. Um dos feitos de Filipa foi liderar um grupo de 200 pessoas, entre as quais negras e índios Tupinambás e Tapuias, contra os portugueses. Seu grupo queimou 40 embarcações portuguesas que atacavam a ilha. Outra Maria que se destacou na luta pela Independência da Bahia foi Maria Quitéria de Jesus Medeiros, que se vestiu de homem para lutar no Exército pela expulsão dos portugueses. Apenas em 2018 Maria Filipa e Maria Quitéria tornaram-se oficialmente heroínas da Pátria



Marielle Franco (1979-2018), nascida em favela do Complexo da Maré, no Rio de Janeiro, foi socióloga formada pela PUC, feminista, bissexual e defensora dos direitos humanos. Era vereadora pelo PSOL quando foi assassinada a tiros, juntamente com seu motorista.

Enredo "Histórias de Ninar para Gente Grande"

De ouvir as **Marias, Mahins, Marielles, Malês**



2019



Pertencente à tribo Mahi, da nação africana Nagô, Luiza Mahin nasceu no começo do século 19 em Costa Mina e foi trazida ao Brasil escravizada. Esteve envolvida na articulação de todas as revoltas e levantes de escravos na então Província da Bahia. Era quituteira e de seu tabuleiro saíam mensagens em árabe que alimentaram a Revolta dos Malês (1835). Também participou da revolta separatista Sabinada (1837- 1838). É mãe do poeta e abolicionista Luiz Gama. Apenas em 2017 surgiu o projeto de lei para inscrever os nomes de Dandara dos Palmares e de Luiza Mahin no Livros dos Heróis da Pátria, depositado no Panteão da Pátria e da Liberdade em Brasília. Aprovado, o projeto foi para sanção presidencial em abril deste a



Fonte: Autoral, 2024

O samba enredo decodificado no material acima, tornou-se uma imensa colcha de retalhos da história de um país multicultural e miscigenado, cuja identidade perpassa e converge com inúmeros povos que fizeram parte da construção identitária da nação brasileira.

1.5.2 A Construção Alegórica do Enredo

O desfile foi dividido em cinco alas principais, cada uma representa uma ótica da história do Brasil e do povo brasileiro. O desfile começa com a comissão de frente e o primeiro casal de mestre sala e porta bandeira, que apresentam o enredo e a escola de samba com suas coreografias, alegorias e fantasias. Em sequência o Abre-alas inicia a história contada na avenida, abrindo espaço para todo o corpo desfilante e alegórico da Estação Primeira de Mangueira.

Ao todo o enredo “Histórias de Ninar para Gente Grande” apresenta em seu desfile vinte e sete fantasias, cinco carros alegóricos, quatro tripés, dois casais de mestre sala e porta bandeira e a Rainha de Bateria Evelyn Bastos. Cada um desses componentes agrega ao contexto final do desfile, sendo importantes para a compressão

Figura 36 – Primeiro Setor

PRIMEIRO SETOR: “MAIS INVASÃO QUE DESCOBRIMENTO”

“Exuberância Indígena”



“A Cerâmica
Testemunha de um
Brasil Milenar”



“A Cerâmica
Marajoara”



“Mais Invasão do que
Descobrimento”



A ESTAÇÃO PRIMEIRA DE MANGUEIRA ENTRA NA AVENIDA CELEBRANDO OS ÍNDIOS, OS POVOS ORIGINÁRIOS DO BRASIL, QUE RECUPERAM NA VERDE E ROSA SEU PROTAGONISMO COMO OS PRIMEIROS HABITANTES DO PAÍS, DETENTORES DE UMA VASTA CULTURA, FUNDAMENTAL PARA A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE NACIONAL. É NESSE CONTEXTO QUE A ESCOLA ADVOGA DE FORMA CONTRÁRIA A IDEIA DO AMPLAMENTE DIVULGADO TERMO “DESCOBRIMENTO”, SÍMBOLO DE UMA VERSÃO HISTÓRICA IMPREGNADA DE EUROCENTRISMO. (LIESA; 2019. PÁG 316.)

Fonte: Autoral, 2024

Figura 37 - Segundo Setor

SEGUNDO SETOR: “HERÓIS DE LUTAS INGLÓRIAS”

“O Verde das Matas”



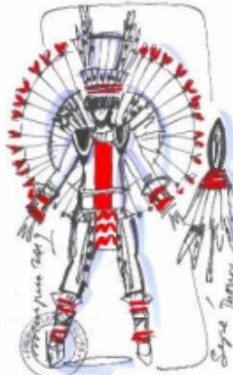
“Cunhambebe”



“Confederação dos Índios Cariris”



“Sepé Tiaraju”



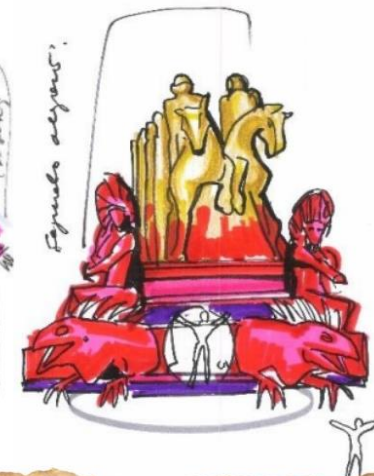
“Salve os Caboclos de Julho”



“O Genocídio Indígena no Brasil”



“O Sangue Retinto Por Trás Do Herói Emoldurado”



O ENREDO DA MANGUEIRA NÃO APENAS BUSCA QUESTIONAR ALGUNS MITOS CRISTALIZADOS PELA HISTÓRIA “OFICIAL”, MAS TAMBÉM JOGAR LUZ EM PERSONAGENS FUNDAMENTAIS QUE NÃO SÃO DEVIDAMENTE RECONHECIDOS. “HERÓIS” QUE NÃO ESTAMPAM AS CAPAS DOS LIVROS E, NEM MESMO, SÃO MENCIONADOS COM FREQUÊNCIA EM SUAS PÁGINAS. HERÓIS DE LUTAS INGLÓRIAS, POIS NÃO FORAM VENCEDORES E A HISTÓRIA, TRADICIONALMENTE, DÁ VOZ A QUEM “VENCE” (LIESA; 2019. PÁG 316.)

Fonte: Autoral, 2024

Figura 38 – Terceiro Setor 1

TERCEIRO SETOR: “NEM DO CÉU, NEM DAS MÃOS DE ISABEL”

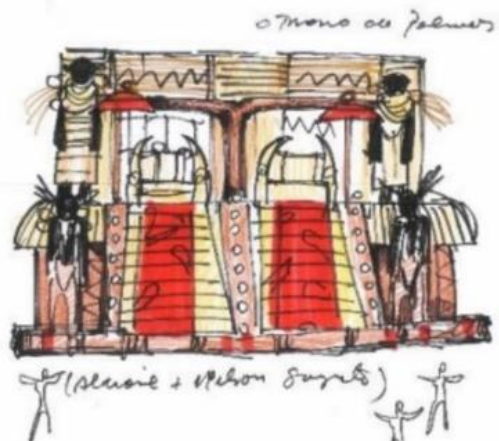
“Orgulho Negro”



“Negro Quilombola”



“O Trono Palmarino”



“Tereza de Benguela e José Piolho”

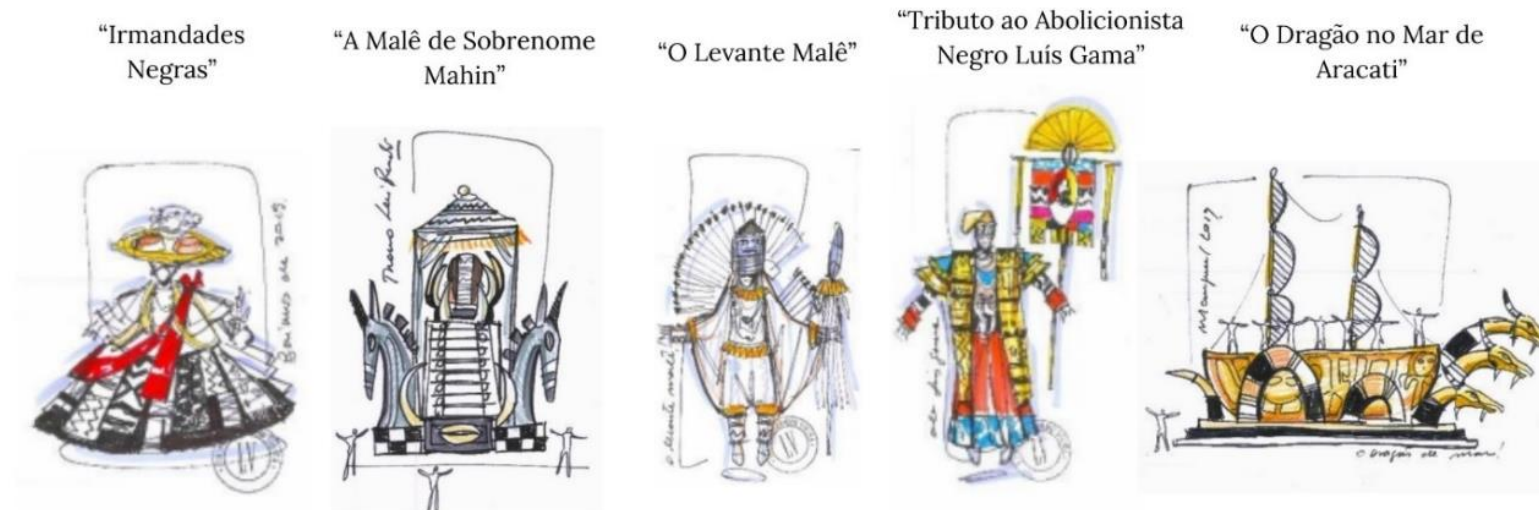


“Sapiência Negra”



Fonte: Autoral, 2024

Figura 39 – Terceiro Setor 2



DA MESMA MANEIRA QUE A HISTÓRIA DA LUTA E DA RESISTÊNCIA INDÍGENA É QUASE NULA NAS PÁGINAS DA HISTÓRIA BRASILEIRA TRADICIONAL, AS QUESTÕES LIGADAS À LUTA NEGRA PELA LIBERDADE FORAM DIMINUÍDAS DE MANEIRA A DAR A PRINCESA ISABEL À NOTORIEDADE DA ABOLIÇÃO. O FIM DA ESCRAVIDÃO NO BRASIL, DE UM MODO GERAL, É APRESENTADO COMO UMA AÇÃO DO ESTADO BRASILEIRO QUE CULMINOU COM A ASSINATURA DA LEI ÁUREA EM 1888, RESGUARDANDO POUCO, OU NENHUM ESPAÇO, PARA O REGISTRO DO PAPEL DESEMPENHADO PELAS LUTAS DOS NEGROS COMO PRINCIPAL FORMA DE PRESSÃO PELO FIM DA ESCRAVIDÃO. (LIESA; 2019. PÁG 317.)

Fonte: Autoral, 2024

Figura 40 - Quarto Setor

QUARTO SETOR: “A HISTÓRIA QUE A HISTÓRIA NÃO CONTA”

Versão Anedótica
Pedro Álvares
Cabral



Versão
Heroica
Pedro I



Versão Jocosas
Pedro I



“O Marechal Republicano
que Não Tirou a
Monarquia da Cabeça”



O Retrato de
Tiradentes



“A História que a História Não
conta”



O SETOR TRAZ UM CONJUNTO DE FANTASIAS DE ALA DE LINGUAGEM ANEDÓTICA, CHARGISTA E EM TOM DE CARICATURA. APRESENTA PERSONAGENS CONSAGRADOS PELA NARRATIVA “OFICIAL”, TODAVIA, CONTORNADOS POR UM VIÉS QUE DESCONTRÓI A IMAGEM HEROICA INTENCIONALMENTE DIFUNDIDA NO IMAGINÁRIO COLETIVO ATRAVÉS DOS SÉCULOS. (LIESA; 2019. PÁG 318.)

Fonte: Autoral, 2024

Figura 41 – Quinto Setor

QUINTO SETOR: “DOS BRASIS QUE SE FAZ UM PAÍS”

“A Arte do Negro
Antônio Francisco
Lisboa (Aleijadinho)”



“Salve Matita
Perê!”



“Viva o Povo
Nordestino!”



“São Verde e Rosa
as Multidões”



Bandeira de
Enceramentos”



O ENCERRAMENTO DO DESFILE DA ESTAÇÃO PRIMEIRA DE MANGUEIRA EXALTA A IDENTIDADE POPULAR COMO UM VALOR PATRIÓTICO. O CONCEITO ARTÍSTICO E ESTÉTICO DO SETOR APONTA QUE A BELEZA E A ARTE QUE EMANAM DO POVO SÃO AS PRINCIPAIS RIQUEZAS POTENTES DO PAÍS. A SEQUÊNCIA DE ALAS QUER DAR ÊNFASE AO MATERIAL HUMANO BRASILEIRO, E PARA TAL, O SETOR DISPENSA O TRADICIONAL CONTORNO CÊNICO REPRESENTADO PELO USO DE ALEGORIAS, PARA FAZER, ÚNICA E EXCLUSIVAMENTE DO CONTINGENTE HUMANO A EXPRESSÃO ARTÍSTICA DO ENCERRAMENTO DO DESFILE. (LIESA; 2019. PÁG 319.)

Fonte: Autoral, 2024

Figura 42 - Fragmentos do Desfile na Marquês de Sapucaí



Fonte: Autoral, 2024

1.6 O Impacto para Além da Apoteose

Antes de discutir sobre o impacto de um enredo em momentos posteriores ao Desfile das Escolas de Samba do Rio de Janeiro, é necessário retornar aos momentos que antecedem a o desfile, ainda no processo de concepção da temática que será abordada em um futuro próximo.

Toda escola de samba faz parte de uma comunidade de pessoas, que se reúnem primordialmente sob o propósito de fazer a engrenagem que move uma agremiação girar. Essas pessoas, ao contrário do que é de conhecimento popular, são participantes ativas do processo de escolha de um enredo. O trabalho de um carnavalesco, normalmente, é traduzir os anseios coletivos em carnaval. Tal fato é colocado a seguir, por Max Oliveira, em sua tese de doutorado em história pela UFRRJ.

O desfile é feito para o público, ou seja, existe um público que assistirá o desfile durante a sua realização no Sambódromo, existe o público que assistirá o desfile pela TV, ou depois pela internet. Mas, existe também o público que participa de todo ou parte do processo de criação e desenvolvimento do enredo que só se completará na avenida com a realização do desfile. Portanto, ele é feito com o público e pelo público, ou seja, vários públicos e graus diferentes de participação. (Oliveira, 2020. Pág. 7)

Essa característica inerente do carnaval é conduzida através da valorização do saber popular. Tal cultura foi aprendida e ensinada pelos anciões do carnaval, chamados carinhosamente de Baluartes, palavra significante de fortaleza, sustentáculo e lugar seguro. Ou seja, essas pessoas são os pilares que sustentam uma escola de samba, carregando simbolicamente o respeito as tradições ensinadas pelas Tias do Candomblé e os batuques ancestrais que fomentaram essa festa.

O Carnaval é a festa do povo. É fruto das mentes inquietas, dos corpos carregados e das vozes lamuriosas e silenciadas. O peso histórico dos festejos desse período vai além do valor monetário de um desfile vitorioso ou a repercussão massificada de um desfile. A arte colocada na avenida é carregada de ancestralidade e religiosidade, tendo um papel fundamental na autoestima, na representatividade e na valorização daquilo que emana do povo. Em especial, as vozes dos pretos, pobre e indígenas. Pessoas que nunca foram

ouvidas plenamente, mas que forma apreciadas e louvadas durante os poucos dias de Carnaval.

Nesse contexto, Oliveira explica a noção de história pública como, “uma história que se faz em conjunto, colaborativa, com autoridades compartilhadas, ao mesmo tempo dialogando com a ideia de circularidade desse conhecimento.” (Oliveira. 2020 *apud* Santiago, 2018. Pág. 8). Nesse sentido, “A história pública encontra no desfile das escolas de samba do Rio de Janeiro um formato de divulgação da história de grande impacto junto à sociedade.” (Oliveira. 2020. Pág. 8)

Retornando-se ao enredo “Histórias de Ninar para Gente Grande”, desfilado pela Estação Primeira de Mangueira em dois mil e dezenove, é nítido o viés historiador tomado por Leandro Vieira para a concepção desse enredo. Nesse contexto, o carnavalesco se debruça sobre fatos tecnicamente constatados na historiografia do Brasil para contrapor as perspectivas propostas pelas narrativas históricas, o que em síntese, significa que Leandro dialoga com a história factual visando justaposição de temas descartados e invisibilizados nos livros.

Com isso, o enredo surge sob o papel de reconstrução afetiva da memória de uma nação, que enquanto invisibilizada, não toma consciência da sua identidade histórica e individual. A Mangueira descortinou, junto ao público, “A História que a História não Conta”; como exemplificado na citação a seguir.

O carnaval, ao se materializar na avenida, traz uma dimensão que dialoga com o lúdico, com o teatral e o performático. Quando em um dos carros alegóricos a Mangueira apresenta os vultos históricos dançando em cima de pedaços de corpos, ela, através de uma narrativa visual, constrói um simbolismo que alcança o olhar do público que faz a sua leitura. O processo de criação dos enredos ao se transformar em narrativa visual, também pode promover uma história pública, na dimensão dialógica entre o público e o desfile. (Oliveira, 2020. Pág. 16)

Com tudo, o desfile apresentado pela mangueira tomou para si um papel de mediador, transformando um cenário de grande apelo midiático em uma ode ao povo brasileiro, que teve a oportunidade de re-conhecer os verdadeiros heróis populares.

2 Viabilidade do Projeto

2.1 Ideias Que Acabam Em Um Quarta-Feira de Cinzas

Os festejos de Carnaval são aguardados ao longo do ano inteiro pela população carioca. É época de celebrar os demônios que assombram os momentos turbulentos e exorcizar os sentimentos bons cultivados das pequenas alegrias, é tempo de rir das próprias mazelas e viver sem pensar no dia seguinte, pular de bloquinho em bloquinho, assistir os desfiles das escolas de samba madrugada adentro, beber com os amigos e sofrer com a apuração dos desfiles. Carnaval é momento de arte, de história, de política, de gente.

O Carnaval é a festa do povo para o povo, é o prova mais genuína que o brasileiro é capaz de ver beleza e alegria naquilo que também traz sofrimento e melancolia. O trecho abaixo traz uma fala de Leandro Vieira, Carnavalesco autor do enredo “Histórias de Ninar para Gente Grande”, publicada no aplicativo X, onde o mesmo traz uma pequena amostra do que significa o período do carnaval, principalmente aquele apresentado na Sapucaí, representa no imaginário da população.

Figura 43 - Texto Curto Sobre os Dias de Carnaval na Cidade do RJ

Com o telefone fora do gancho 📞 @leandrovieirarj · Feb 8 ...
De hoje até domingo o Rio se transforma numa cidade alegórica que testemunha o trabalho dos barracões das escolas de samba cruzando ruas, avenidas e encruzilhadas rumo à Marquês de Sapucaí. Momento único. De loucura e emoção.

Que sejamos (TODOS) felizes! O carnaval, tá na rua.

Fonte: X, 2024

Como tudo um dia chega ao fim, com o Carnaval não podia ser diferente. Um dos momentos mais curiosos do fim dos festejos é a Quarta-Feira de Cinzas, oficialmente, último dia de folia. Ainda que haja blocos nas ruas e pessoas aguardando o resultado da apuração dos desfiles das escolas de samba, a população começa a ficar mais cálida, quase perdendo o brilho carnavalesco. Nesse momento, vive-se uma espécie de luto, mesmo que conscientemente saiba-se que muitos carnavais virão pela frente.

Os gargalhadas comemoram os dias aproveitados ao máximo, as conversas são pautadas nas alegrias vividas na passarela do samba, as reuniões de família trazem à tona as expectativas pra o próximo carnaval, e não tão distante, as quadras das escolas de samba estão cheias de torcedores fieis comemorando vitórias ou amargurando derrotas. Mas todas essas pessoas têm algo em comum, o desejo e a expectativa do Carnaval do próximo ano. Como exemplificado nos comentários extraídos da rede social de textos curtos, X:

Figura 44- Comentários Sobre a Saudade do Carnaval



Fonte: Autoral, 2024

O Carnaval é uma eterna saudade do coração do carioca, cheio de símbolos nacionais e marcos históricos, cada festa é única, assim como cada desfile apresentado na Marquês de Sapucaí. Redentora e palco de muitas histórias, a passarela do samba ganha vida durante os quatro dias de desfile e elege, todos os anos, um grande campeão. Em dois mil e dezenove, a coroadada foi a Estação Primeira de Mangueira, que desfilou o enredo “Histórias de Ninar para Gente Grande”.

Passaram-se cinco anos desde lá, e o enredo continua sendo considerado atual e muito necessário, marcando não só a história do Carnaval, como deixando saudade em milhares de pessoas que ficaram marcadas pelo desfile. Como apresentado abaixo:

Figura 45 - Comentários os Cinco Anos do Desfile "Histórias De Ninar Para Gente Grande"



Fonte: Autoral, 2024

É nessa saudade marcada no coração daqueles que amam os encantos do carnaval que esse projeto se baseia.

2.2 O Produto de Moda como Multiplicador de Ideias

A partir da compreensão da relevância sociocultural e histórica do Carnaval, do samba e do enredo “História de Ninar para Gente Grande” é possível assimilar plenamente a proposta desse projeto, que busca utilizar o produto de moda como símbolo, seja de pertencimento e comunidade, seja de paixão e devoção. A roupa, imbuída de significado e propósito, possibilitaria a difusão do carnaval como produto cultural e artístico, contribuindo para a solidificação da compreensão pública perante os significados implícitos e explícitos da festa.

Nesse caso em especial, o enredo e o conjunto alegórico desfilado pela Estação Primeira de Mangueira em dois mil e dezenove tornam-se o ponto de partida conceitual.

Assim como, a iconografia base da Escola de Samba, que é assimilada como agente de uma parceria com uma marca de moda.

Para contribuir na construção imagética implícita e explícita do enredo “História de Ninar para Gente Grande’ é crucial analisar os aspectos tangíveis e intangíveis presentes no conjunto apresentado, principalmente no que diz respeito ao Samba Enredo, que funciona como tradutor principal de todo conjunto apresentado na avenida do samba. Para isso, foi elaborado uma Matriz Conceitual que visa analisar e decupar de forma lúdica e imagética a proposta do enredo:

Tabela 1 - Matriz Conceitual - Enredo

TANGÍVEL INTANGÍVEL			
	COR	MATERIAL	FORMA
AUSÊNCIA		Ar	
SILÊNCIO		Oxigênio	
FORÇA		Terra	
ORGULHO		Ouro	
LIBERDADE		Madeira	
RECONHECIMENTO		Argila	
PERTENCIMENTO		Água	
CELEBRAÇÃO		Cristal	
RESISTÊNCIA		Diamante	

Fonte: Autoral, 2024

A partir das percepções extraídas da Matriz Conceitual e da pesquisa abordada no capítulo anterior, foi possível selecionar e delimitar a abordagem de projeto. Pautado sob pilares alinhados com o propósito e a relevância sociocultural do enredo, o projeto visa alinhar conceitos criativos, com percepções de comportamento de consumo de moda e o pensamento projetual. Para concretizar esses valores e viabilizar a proposta, uma marca de moda autoral e de vanguarda foi selecionada como agente facilitador dessa coleção, a Isaac Silva.

A marca, além de estar alinhada com a proposta do projeto, também possui um posicionamento de marca e propósito alinhados com os da Estação Primeira de Mangueira e do Carnaval. Colocando-se no mercado como uma marca de moda política e voltada para a cultura e valorização de grupos de brasileiros marginalizados.

2.3 A Marca Isaac Silva

Figura 46 - Logo Isaac Silva



Fonte: Site Oficial da Marca, 2024

Formada com base em uma combinação única de elementos tangíveis e intangíveis, uma marca surge de um pacote completo que inclui não só as roupas, o ambiente de varejo, as embalagens e a publicidade, mas também os significados, os valores e as associações que os consumidores conferem a marca. (Posner, 2015, Pág. 140)

Paulista com DNA Baiano, a marca Isaac Silva se destaca pela brasilidade singular e a democracia no vestir, sendo uma marca posicionada no segmento Agênero e abrangente a todos os corpos. Os produtos da marca são separados por famílias de acordo com cada coleção. As peças, em sua maioria, possuem a cara do verão, confeccionadas com tecidos fluidos e frescos, promovendo o estilo de vida da estação e atrelando conforto e estilo.

A marca tem a alta costura presente em todas as suas peças, possuindo acabamento refinado, corte em alfaiataria e técnicas de moulage com tecidos finos, valorizando as silhuetas das peças e gerando uma proporção simétrica para peças mais ampla. Na marca, as rendas Richelieu são feitas a mão pela estilista Isa Isaac Silva, que busca valoriza a autenticidade dos saberes da Bahia através da sua arte, carregando sua terra natal no seu DNA artístico e sociopolítico.

A Isaac Silva é uma marca jovem e ativista, engajada em pautas relevantes a sociedade e colocando ao centro dos olhares do mercado, possuindo grande destaque e

visibilidade no São Paulo Fashion Week, maior evento de moda da América Latina. “Acredite no Seu Axé”, o slogan da marca, é mais que uma filosofia de marca, para estilista, não está somente no campo material, sua religiosidade e fé no seu Axé são partes importantes do DNA da marca.

Visando aprofundar a análise da marca Isaac Silva, apresenta-se abaixo uma análise de posicionamento e identidade da marca, feita através de uma ferramenta de design que retrata o círculo de identidade da marca.

Esse círculo é usado para analisar e mapear a identidade da marca, expressando-a na forma da representação gráfica de uma cebola cortada ao meio, formada por camadas que ilustram os estratos de uma marca - desde sua essência interna/núcleo, passando pela camada intermediária de sua personalidade até chegar à camada da superfície, em que a encontramos em ação. (Posner, 2015, Pág. 158)

Figura 47 – Personalidade da Marca Isaac Silva



Fonte: Autoral, 2024

Falando-se sobre uma marca de moda, é relevante analisar o Mix de Marketing proposto pela mesma, para isso, a ferramenta de design que propõem um estudo dos quatro P's – Produto, Preço, Praça e Promoção - faz-se necessária.

Fundamentalmente, ele trata de garantir que o produto seja o correto para o mercado específico, precificado no nível correto, com um equilíbrio de

mercadorias correto, que está na praça certa no momento certo, e que os clientes estejam conscientes da oferta do produto ou do serviço por meio de promoções específicas orientadas para o público-alvo correto. (Posner, 2015, Pág. 41)

- **Produto**

Para analisar os produtos da marca Isaac Silva, os artigos de moda foram separados em quatro grandes blocos – Básico, Fashion, Vanguarda e Acessórios – cada bloco comporta certo aspecto de design praticado pela marca.

No âmbito do vestuário, o termo "produto" faz referência a design, estilo, caimento, tamanho, qualidade e nível de moda de uma peça de roupa, como também seus benefícios e funções. Na indústria da moda e do têxtil, é muito difícil o termo "produto". (Posner, 2015, Pág. 41).

- **Bloco Básico**

Pode-se observar a presença significativa de cores fortes e dizeres característicos da marca de no Bloco Básico de produtos. A marca explora com responsabilidade elementos marcantes da cultura e religiosidade dos grupos étnicos brasileiros, podemos observar tais fatores na utilização emblemática dos chinelos Havaianas como ponto chave de representação, e na exploração de figuras de grande importância histórica, como Dandara dos Palmares.

Em sua maioria, o bloco é representado por peças simples e pouco elaboradas, como camiseta, camisas de botão, jaquetas, chinelos e alpargatas, esse bloco reflete bem a identidade primária da Isaac Silva, demarcada principalmente pelo uso da frase emblema da marca, “Acredite no seu Axé”. Sendo uma sólida porta de entrada para o público geral.

Esse é o bloco mais acessível da marca, com preços variando entre R\$59,99 e R\$799,99

Figura 48 - Bloco Básico



Fonte: Autoral, 2024

- **Bloco Fashion**

A marca conta com um Bloco Fashion em grande evidência, representando grande parte das produções da em suas coleções.

O Bloco Fashion conta com intensa repetição de modelagens e formas características, como silhuetas retas e amplas, com pouca marcação corporal, muitas vezes, diferenciando-se entre si por detalhes pequenos. O grande fator diferencial nesse bloco é a diversidade de estampas, cores e elementos representativos á brasilidade.

As coleções “Cores da Bahia” e “Axé Boca da mata” são blocos fashion dedicados especialmente em exaltar a Bahia e o povo baiano, e a explorar a pluralidade de elementos representativos para o povo brasileiro.

Esse é o bloco intermediário da marca, com preços variando entre R\$159,90 e R\$799,90

Figura 49 - Bloco Fashion



Fonte: Autoral, 2024

- **Bloco Vanguarda**

Apesar da variedade de elementos singulares presentes nas coleções, o Bloco Vanguarda é pouco observado na marca. Os produtos mais emblemáticos desse bloco são os vestidos estampados com representações de *Yabás*, termo usado para denominar os orixás femininos, como Iemanjá e Oxum. As peças seguem a identidade visual da marca, possuindo um corte reto com mangas e barras amplas e ababadadas.

É possível observar fortes elementos de vanguarda na coleção “Jacira Flores para *Yemanjá*”, marcada por peças amplas e detalhadas, profundamente inspiradas pelo orixá e seus elementos representativos, como o mar e as flores, presentes nas silhuetas e estampas da coleção

Esse é o bloco mais valorizado da marca, com preços variando entre R\$399,90 e R\$3.500,00

Figura 50 - Bloco Vanguarda



Fonte: Autoral, 2024

- **Bloco Acessórios**

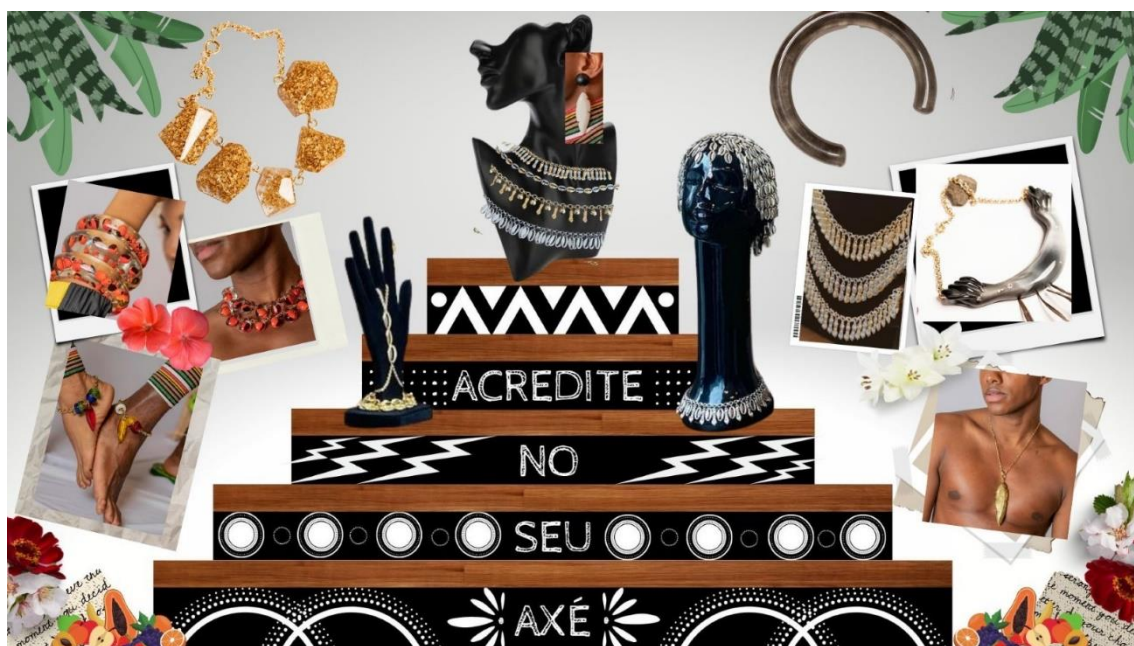
Excêntrico e experimental, esse bloco retrata bem a originalidade da marca, representando uma parcela do Bloco Vanguarda, os acessórios são pouco explorados nas coleções, porém, especialmente emblemático para marca.

O bloco é representado por maxis colares, tornozleiras, brincos e pulseiras. Peças que exploram características intrínsecas a identidade presente nos produtos têxteis, utilizando cores fortes, penas, conchas, búzios, olhos de cabra e figas como elementos de moda.

A marca possui coleção de acessórios em parceria com a marca Iloostre. Chamada de “Joias de Negona”, os produtos são homenagens a ancestralidade preta brasileira. Representadas por colares, pulseiras, brincos e acessórios para a cabeça. As peças contam com mesclas de prata e dourado, e elementos como figas, conchas e bigas.

O bloco de acessórios conta com valores entre R\$149,90 a R\$499,99

Figura 51 - Bloco Acessórios



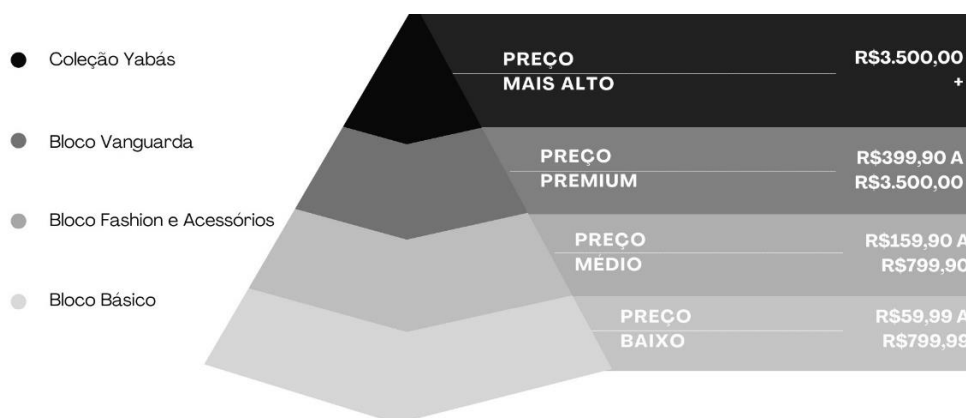
Fonte: Autoral, 2024

- **Preço**

Os preços atrelados a uma marca são atribuições que levam em conta alguns fatores, “o preço inclui os custos de fabricação, os preços de venda tanto no atacado como no varejo, os de desconto e, é claro, a margem e o lucro”. (Posner, 2015, Pág. 43)

Por isso, a Arquitetura de Preços deve levar em conta “Uma estrutura de preço deve ser planejada ou construída de forma a incluir desde os produtos de preço mais baixo até os mais caros” (Posner, 2015, Pág. 45)

Figura 52 - Arquitetura de Preços, Isaac Silva



Fonte: Autoral, 2024

- **Praça**

Os pontos de venda da marca Isaac Silva foram analisados a partir dos nichos onde se encontram, ou seja, o ambiente físico e virtual.

Em essência, ponto de distribuição consiste em se alocar o produto certo, para o local adequado, a um preço de venda correto, no momento exato e em quantidade ajustada. A distribuição está ligada à logística e aos diversos meios de transporte, armazenagem e distribuição da mercadoria por meios que fazem os produtos da empresa chegarem até o consumidor-alvo. (Posner, 2015, Pág. 46)

Figura 53 – Festa de Um ano de Marca, Matriz em 2019



Fonte: Google Maps, 2024

A marca Isaac Silva tem sede na cidade de São Paulo desde a sua fundação, em dois mil e dezoito. Sua matriz fica no distrito de Santa Cecília, zona central da capital paulista, onde se encontram a grande massa paulista; sendo um bairro popular e de fácil acesso, a loja está situada no endereço: R. Jaguaribe, 384 - Vila Buarque, São Paulo - SP, 01224-000. Essa loja funciona de segunda a sábado, das dez da manhã às sete da noite.

A loja adjacente da Isaac Silva também está localizada na capital paulista, porém, está se encontra no distrito de Pinheiros, uma das mais sofisticadas e privilegiadas regiões de São Paulo; o bairro é lar de grande parcela dos imigrantes europeus que fizeram moradia no Brasil em meados do século XX. A loja está situada no endereço: R. Mateus Grou, 622 - Pinheiros, São Paulo - SP, 01156-040. Essa loja funciona de segunda a sexta, das dez da manhã às sete da noite.

Figura 54 - Loja Adjacente



Fonte: Google Maps, 2024

As lojas de refletem a abrangência do público-alvo da marca. A localização da matriz permite que a Isaac Silva possa atingir camadas mais populares da sociedade, tornando a marca massificada e acessível.

É importante ressaltar que, mesmo que muitos de seus produtos possuam um valor elevado, a proposta da marca está diretamente alinhada à cultura das massas, tanto no que diz respeito a referencial estético, quanto a filosofia de marca. Um grande exemplo desse comportamento na marca foi o desfile do *São Paulo Fashion Week* em dois mil e vinte e três, montado na Ocupação 9 de Julho, prédio ocupado pelo MSTC - Movimento dos Sem-teto do Centro na região da Bela Vista.

Figura 55 - Desfile do SPFW 2023



Fonte: GShow, 2023

Por outro lado, a unidade adjacente permite que a marca atinja uma classe mais privilegiada, por conta das características do lugar, essa localização permite que a marca atinja um público com um poder aquisitivo maior. Esse fato contribui para que camadas elevadas da sociedade estejam em contato com a arte de grupos marginalizados, fazendo parte da solução, não somente do problema.

O endereço da matriz abriga não só os principais produtos da Isaac Silva, também é o lar criativo da estilista, que mantém seu ateliê no segundo andar do estabelecimento. O ambiente da loja física é iluminado e simplista, buscando destacar os produtos e proporcionar aconchego ao consumidor. O espaço possui paredes brancas sem informação adicional, chão de taco e mobiliários em madeira. A ambientação é feita com elementos antigos e uma diversidade simplória de plantas

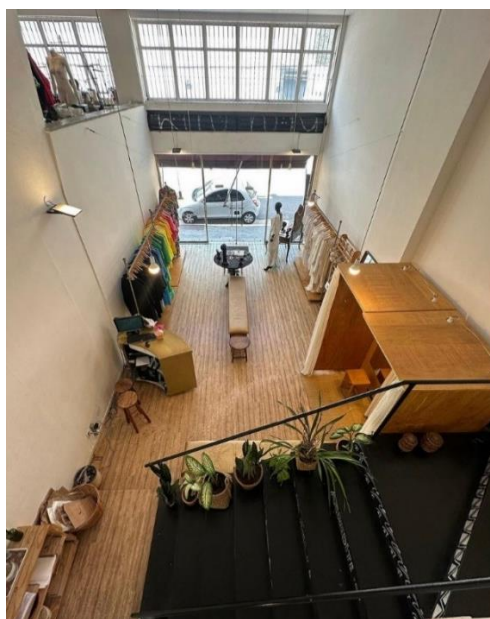
Figura 56 - Visão da Loja por Dentro



Fonte: Autoral, 2024

Em seu ponto físico, a marca separa as peças em araras nas duas extremidades da loja, sendo as mesmas categorizadas por tons neutros e terrosos e coloridos e estampados. A loja destaca seu catálogo de acessório no ponto central da loja, sendo sua vitrine uma janela para o interior da loja.

Figura 57 - Visão Geral da Loja



Fonte: Instagram, @isaacsilvabrand, 2023

O grande destaque da decoração da loja fica com a escadaria que leva ao ateliê, localizada nos fundos da loja. Os escritos de “Acredite no Seu Axé” com a mistura de padrões em cada lance da escada são um destaque a parte.

Figura 58 - Escadaria "Acredite no Seu Axé"

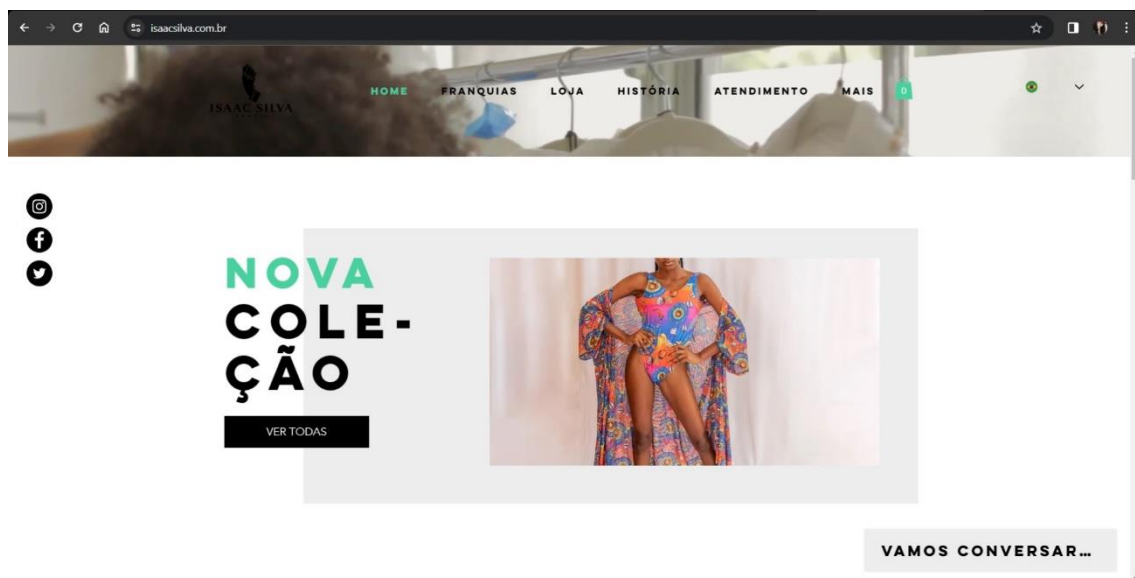


Fonte: Instagram: @isaacsilvabrand, 2023

O ponto de venda mais abrangente da marca Isaac Silva é o site, que abrange todo o território brasileiro e grande parte do globo. Lá, o consumidor tem acesso direto as coleções base da marca, possibilitando a compra e a visualização dos produtos, além de poder acessar o histórico e os canais de comunicação oficiais. O site é a porta de entrada mais acessível para o público da marca.

O site pode ser acessado de qualquer dispositivo, e está disponível em três línguas, português, inglês e espanhol.

Figura 59 - Aba Inicial do Site Oficial da Marca



Fonte: Isaac Silva Brand, 2023

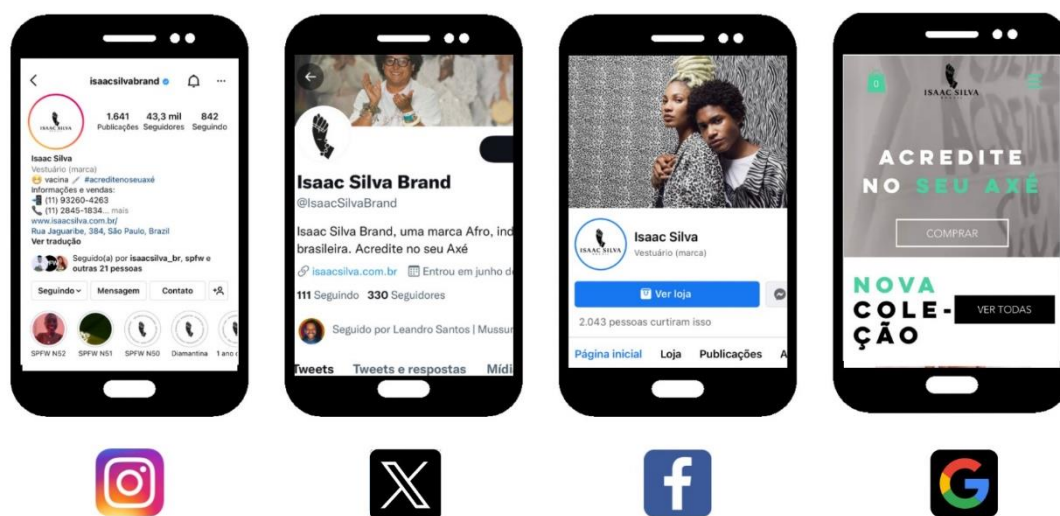
- **Promoção**

A marca Isaac Silva possui um amplo Multicanal de comunicação. O Multicanal se aplica à presença de uma marca em diversos canais para o atendimento ao consumidor. Hoje, o universo de interação entre marcas e clientes está, principalmente, interligado aos canais digitais. O público espera poder entrar em contato com as marcas por meio de diversos canais, escolhendo assim, o que for mais prático no contexto em que estiver.

A intenção da marca é conseguir, na maioria das vezes, conciliar os múltiplos meios, atendendo as demandas necessárias e oferecendo uma experiência flexível ao perfil do cliente. Por isso, a *multicanalidade* é algo tão importante. A marca precisa ser acessível e estar presente na vida do consumidor, gerando relevância, além de uma ótima jornada de relacionamento e conquista de clientes.

A marca Issac Silva possui alguns desses canais, como por exemplo, *Email*, *Instagram*, site, *Facebook*, entre outros. No geral, suas formas de comunicação com o consumidor apresentam uma boa funcionalidade e apresentação. Seu principal meio de interação com seu público é através da plataforma *Instagram*, na qual suas postagens servem para alertá-los sobre possíveis promoções, eventos, mostrar o cotidiano das lojas e compartilhar seus clientes em seus *Storys*. Suas redes se mostram sempre bastante informativas e politizadas, com publicações acerca de assuntos importantes, como exemplo, o dia das mulheres.

Figura 60 - Canal de Comunicação Isaac Silva



Fonte: Autoral, 2022

Em relação às suas plataformas de vendas e contato direto com o público, a marca possui seu próprio site e e-mail. Porém, ao analisar as plataformas, percebe-se que o site “isaacsilva.com.br” apresenta seus prós e contras. Apesar de oferecer fotos de seus produtos em ótima qualidade e demonstrando diversas formas de uso do mesmo, sua

funcionalidade deixa a desejar. Seu acesso é voltado para computadores, visto que, através de um aparelho celular, este não roda com facilidade. Sua plataforma é lenta e apresenta uma organização um tanto quanto confusa, tendo sua tabela de medidas apenas na parte de “atendimentos” e seu espaço de “vamos conversar?”, ao invés de abrir um chat direto, encaminha o cliente para o e-mail.

Para que consiga-se compreender melhor os mecanismos de comunicação da marca, foi desenvolvida uma tabela simplificada dos pontos positivos e negativos dos principais canais de interlocução com a marca:

Tabela 2 - Análise do Multicanal

MULTICANAL	PONTOS POSITIVOS	PONTOS NEGATIVOS
SITE	• Fotos de Alta Qualidade • Demostram Opções de Uso para a Mesma Peça • Divulga as Ações da Marca • Aba Institucional Regular	• Lento • Confuso • Tabela de Medidas "Escondida" • Funciona Mau pelo Celular • Pouco Detalhado • Informações Desatualizadas
E-MAIL	• Atenciosos • Acessíveis • Resposta Rápida • Interessados	• Respondem Bem Somente no Primeiro Contato
INSTAGRAM	• Politizado • Indica Promoções • Fotos do Desfile • Informativo • Intimista • Mostra os Bastidores	• Falta de Coordenação Entre as Publicações • Organização Confusa • Design Desconexo • Poucos Posts Interativos

Fonte: Autoral, 2024

Para elaboração dessa análise, foram estudados os seguintes conteúdos: as funcionalidades práticas do site, o acesso a conteúdo informativo sobre a marca e os produtos, o acesso aos canais de comunicações diretos entre a marca e o cliente, as respostas da marca ao contato realizado por e-mail, o tempo e a frequência de respostas, a facilidade de comunicação, o tipo de postagem no Instagram, a sinergia entre marca e público e a organização geral dos canais.

- **Pessoas**

Além dos quatro P's da marca apresentados anteriormente, inclui-se nessa análise um quinto P, nesse caso, essa adição faria um levantamento sobre pessoas que relacionam-se com a marca Isaac Silva.

Neste caso, a palavra 'pessoas' não está relacionada somente aos consumidores, mas envolve um número muito maior de implicações e amplia a abrangência do marketing para incluir todas aquelas pessoas que agregam valor ao desenvolvimento e a entrega de um produto ou serviço - funcionários, sócios e acionistas, colaboradores, produtores e fornecedores. (Posner, 2015, Pág. 51)

Por isso, a seguir, será apresentado a equipe que compõem a linha produtiva principal da Isaac Silva.

Figura 61 - Equipe da Marca Isaac Silva

Equipe:

Isa Isaac Silva: Fundadora e estilista

Aninha: Gerente

Miguel: Costureiro

Ivan: Modelista e Pilotista



Fonte: Autoral, 2024

Além disso, o consumidor e o possível consumidor da marca serão apresentados através de uma pesquisa qualitativa feita pela autora no ano de dois mil e vinte e dois, onde foram abordados aspectos tangíveis e intangíveis sobre a Isaac Silva. Além disso, a pesquisa abordou, também, debates universais sobre a cultura e a sociedade brasileira, temas abordados recorrentemente pela marca.

A seguinte pesquisa foi realizada objetivando a compreensão do comportamento de consumo de moda do público brasileiro, a fim de aprimorar o trabalho feito pela marca Isaac Silva na indústria brasileira e entender sua relevância no cenário de moda do país.

Ao analisar o universo da Isaac Silva, consegue-se perceber alguns pontos importantes sobre sua construção identitária, por exemplo a representatividade religiosa, afro-brasileira e indígena que ronda todas suas criações. Dessa forma, por meio de uma pesquisa de campo de cunho qualitativo, procura-se entender melhor o público que a Isaac Silva pretende atingir, se seu consumidor está alinhado com os aspectos tangíveis e intangíveis da marca. Assim, a partir dos resultados obtidos, propor mudanças e identificar acertos no posicionamento da marca estudada.

Por ser uma marca repleta de significado e carga cultural, o roteiro foi desenvolvido de forma que pode ser alterado, quando necessário, para ser ajustar conforme a demanda das entrevistas. A estratégia de abordagem utilizada foi qualitativa e a sondagem por meio de mensagens através da internet, principalmente por meio do aplicativo WhatsApp, pois este é um meio de comunicar diretamente de com o público sem a necessidade de entrevistas presenciais.

Observando a marca e estudando seus pontos, conclui-se que a melhor forma de conexão com o locutor seria começar com perguntas abrangente, e em sequência, afunilar os tópicos até chegar a uma breve apresentação da marca. Também conclui-se que o grupo de entrevistados deveria ser dividido entre um grupo de pessoas com o perfil do público-alvo - pessoas racializadas, com religiosidade de matriz africana ou sem religião - e um grupo controle como perfil oposto, pois dessa forma pode-se ter uma visão mais ampla do comportamento de consumo, assim como duas percepções à serem comparadas.

Em vista disso, enviou-se a pesquisa para vinte e três pessoas as quais seis faziam parte do grupo controle. Foram recebidas, ao todo, vinte respostas. Dezesete do público-alvo e três do grupo controle.

- **Análise das Respostas**

Os entrevistados compreendem a cultura brasileira como o conjunto de existências plurais que forjam a construção imagética do Brasil, é assimilada como rica e diversa e a palavra pluralidade se repete nas respostas dos entrevistados.

Ancestralidade afro-brasileira é interpretada como a memória viva da história dos povos africanos que fincaram raízes no território brasileiro e deram origem a descendentes de suas pluralidades, essas que foram parte significativa do imaginário brasileiro. Todos os locutores dizem valorizar essa cultura quando o assunto se relaciona à moda, porque observam uma exaltação e um resgate do que, por anos, foi invisibilizado e homogeneizado de forma eurocêntrica.

Existe uma concordância entre os entrevistados, todos valorizam e acreditam na importância de exaltar e visibilizar a cultura brasileira atrelada a ancestralidade e religiosidade afro-brasileira, especialmente, nos meios comerciais de moda no Brasil. Em contrapartida, os mesmos acreditam que a indústria da moda no Brasil não está devidamente alinhada a esse pensamento. Na percepção dessas pessoas a moda brasileira explora muito mais o que vem da indústria estrangeira, em detrimento de referências propriamente brasileiros.

Os entrevistados destacam, também, que não se pode separar os aspectos político e ideológico da moda, os dois caminham sempre lado a lado. Por isso, essas pessoas acreditam que a valorização e representatividade de grupos minoritários é de grande importância para inclusão desses grupos em espaços anteriormente dominados por pessoas em posições de privilégio.

Os entrevistados acreditam que, a exploração criativa de signos identitários de minorias é de grande relevância para a valorização daquilo que vem desses grupos. Dessa forma, os entrevistados ressaltam a importância do uso responsável dessas pautas, destacando que muitas marcas seguem uma lógica exploratória de ativismo performático, apenas com a intenção de serem aplaudidos, buscando somente o lucro individual, e a visibilidade que essas pautas podem trazer nas mídias atuais, sem perspectiva de repasses ou pertencimentos os grupos referenciados.

Os entrevistados acreditam que, a superação da construção social que delimita linhas tão restritas para o entendimento de gênero, é o futuro da indústria da moda, justamente pelo impulsionamento da liberdade de expressão de gênero e uma perspectiva de questionamento sobre a forma com que consumidores se relacionam com a roupa. Com isso, disseram, também, que valorizam marcas que propõem cores fortes e modelagens maiores, mais amplas e fluídas, algo que gera uma maior acessibilidade e representatividade aos diferentes tipos de corpos, que se encontram, muitas vezes, em um lugar de limitação e agressão, tendo suas liberdades de expressão individuais desrespeitadas.

Poucos ou nenhum dos entrevistados conheciam a marca Isaac Silva antes de realizarem a pesquisa. Entretanto, depois de conhecerem um pouco mais da marca através da pesquisa, todos demonstraram-se muito dispostos e animados com a marca, tecendo inclusive elogios sobre a mesma. Analisam a marca como afro-futurista, completamente necessária para a moda nacional.

Sem nenhuma exceção, os entrevistados mostram uma grande inclinação a começar a consumir a marca Isaac Silva.

- **Análise do Grupo Controle**

Para os entrevistados a cultura brasileira é constituída de costumes e valores dos diversos grupos étnicos que constituem o Brasil, mas não entendem, ou tem uma noção muito superficial do que é ancestralidade afro-brasileira. Para todos, a cultura brasileira, apesar de muito ampla, não é valorizada no País, o próprio povo valoriza mais o que é importado.

Apenas um dos entrevistados acha importante que a marca se posicione de forma política e ideológica, os demais alegam que geralmente o marketing feito em cima desse posicionamento é ofensivo. Em geral, não dão grande relevância a marcas, portanto não pesquisam sobre a ideologia das marcas que consome.

Sobre quebra de estereótipos e moda agênero, os entrevistados acreditam que é importante, ou não relevante a ponto de incomodar. Contudo, todos preferem modelagens

mais fluidas que marcam pouco o corpo, pois faz com que eles se sintam socialmente mais confortáveis.

Os entrevistados preferem comprar roupas com cores mais neutras, mas acreditam que há momentos para roupas com cores fortes e representativas. Já sobre signos identitários, reconhecem que é uma maneira positiva de dar visibilidade as minorias, porém ficam receosos sobre consumi-los.

Nem um dos entrevistados conhecia a marca “Isaac Silva”, ou outra marca que valorize a cultura brasileira. Todos gostaram do trabalho da estilista, mas apenas um compraria algo da marca levando em conta o preço.

- **Conclusão da Pesquisa**

Em síntese, os dois grupos concordam com a diversidade da cultura Brasileira e a valoriza quando aplicada a moda, em contrapartida ambos destacam que, na percepção geral, há permanência de aspectos eurocêntricos na indústria Brasileira. Já na questão de ancestralidade afro-brasileira, a marca consegue atingir apenas o público-alvo, pois o grupo controle não entende ou compreendem superficialmente a questão.

O público-alvo apoia e valoriza, marcas que se posicionam de forma políticos e ideológicos. O outro grupo se posiciona de forma receosa, mas os dois estão de acordo ao fato de que muitas vezes o marketing feito em cima do posicionamento da marca se torna algo performático, ou seja, precisa ser feito com responsabilidade para não se tornar ofensivo.

Portanto, quando se trata dos elementos intangíveis da marca, a Isaac Silva é capaz de atender as expectativas do seu público-alvo, porém, nos aspectos tangíveis, a marca agrada ambos os grupos, e a grande maioria dos entrevistados demonstra interesse em consumir a marca. Entretanto, poucos conheciam a Isaac Silva antes da entrevista, logo a marca tem potencial para tornar-se mais conhecida entre os consumidores em potencial.

- **Parcerias Isaac Silva**

A partir da compreensão das características e do comportamento do público-alvo da marca Isaac Silva, é possível traçar um paralelo com as parcerias propostas pela marcas no mercado de moda e fora dele, viabilizando uma amplitude de mercado significativa.

- **Isaac Silva X Vista MAGALU**

Figura 62 - Lu da Magalu, Isa Silva e Modelos da Coleção



Fonte: Elle Brasil, 2022

No ano de dois mil e vinte e dois a marca Isaac Silva lançou uma colaboração com a Vista Magalu, segmentação voltada para o vestuário dentro de uma das maiores empresas do setor de varejo multicanal do Brasil, a Magazine Luísa.

A conceito geral da coleção busca “traduzir o aconchego que as roupas transmitem, usando a memória afetiva dos cheiros, a nostalgia dos aromas e as viagens olfativas que levam a diversas sensações.” (Elle, 2022). Com isso, a coleção leva o nome de “Acredite no Seu Cherô”. A brincadeira proposta pela estilista da marca resgata o

bordão “Acredite no Seu Axé” para traduzir a ideia da coleção, substituindo “Axé” por “Cherô”, palavra que significa carinho e afeto no dialeto popular da Bahia.

A coleção traz uma grade que abrange do PP ao G4, assim como alguns artigos estéticos e elementos do vestuário que já fazem parte do catálogo da marca, buscando estar alinhada com os propósitos pregados pela marca. São eles, vestidos, calças, camisas e camisetas, chemises e macacões.

O visual da coleção é simplificado, assim como os materiais, aviamentos e enobrecimentos utilizados na confecção das peças, principalmente quando comparado com a marca Isaac Silva. A coleção e recorre constantemente a estampas corridas e localizadas que remetem a própria marca e a Bahia. As estampas carregam imagens do bordão da coleção, dos fitilhos do Senhor do Bomfim e de geometrizações que misturam elementos da coleção e da marca de origem.

As peças estão disponíveis exclusivamente no site oficial da Magalu com preços variando entre R\$99,90 e R\$249,90.

Figura 63 – Fotos de Divulgação da Colaboração



Fonte: Harper's Bazaar, 2022

Em análise, é possível compreender algumas motivações para a existência dessa parceria, assim como algumas características de produção que são opostas ao que é

proposto pela marca, o que poderia ser assimilado como contradição. Assim como a própria coleção, tem um tom redundante primeiramente, já que a marca Isaac Silva já é voltada para o vestuário.

Entretanto, a parceria proposta pela Magazine Luiza e a Isaac Silva busca a democratização da moda nacional e a ampliação do público assimilado pela Isaac Silva, que por conta de características intrínsecas à marca, acaba limitando-se a pessoas com um poder de compra maior. Isso deve-se aos processos artesanais realizados pela marca e ao caráter estético conceitual e singular de suas peças, fatos que encarecem o produto e consequentemente tornam-se menos acessíveis.

Tais fatos são reenterrados pela citação abaixo. Trecho da matéria da revista Elle Brasil que justifica e reafirma a proximidade das marcas contempladas nessa colaboração.

A proximidade entre o Vista Magalu e a etiqueta Isaac Silva se deu, acima de tudo, pelo compartilhamento e crença numa outra forma de se fazer e vender moda. Ambas as marcas têm a democratização da moda, a inclusão e a acessibilidade entre seus principais pilares. Com a iniciativa, a etiqueta do Magalu dá um passo além no seu objetivo de impulsionar e fomentar o mercado nacional ao se unir, investir e promover o nome de um dos estilistas mais proeminentes e interessantes do cenário brasileiro. (Elle, 2022)

- **Isaac Silva X Havaianas**

Figura 64 - A Estilista Isa Silva com Uma dos Chilenos Feitos em Colaboração com a Havaianas



Fonte: Revista Marie Clare, 2022

Ainda no ano de dois mil e vinte e dois, a marca Isaac Silva lançou uma colaboração com a marca de calçados Havaianas. A colaboração traz chinelos com

estampas variadas, um mule. Além de produtos de moda praia, como uma sunga e um body.

Os modelos de calçados possuem numeração do 33 ao 45, custando em média R\$59,99. A coleção esteve disponível lojas físicas e digitais da Havaianas, além dos canais oficiais de venda de Isaac Silva, como seu site e loja física. Hoje, a coleção está esgotada e só é encontrada em plataformas de revenda.

Figura 65 - Sapatos Desenvolvidos para a Coleção



Fonte: Autoral, 2024

As peças lançadas são inspiradas na coleção apresentada no mesmo ano pela marca no SPFW N52, maior evento de moda da América Latina. Assim como a coleção “Axé Boca da Mata” as peças possuem referências visuais e estéticas afro-indígenas.

Figura 66– Desfile da Isaac Silva no SPFW N52



Fonte: Lilian Pacce, 2022

O FFW, plataforma virtual voltada ao universo da moda, descreve as referências estéticas utilizadas pela marca na citação abaixo:

A coleção “Axé, Boca de Mata”, mesmo nome da próxima coleção do estilista, toma como inspiração os elementos gráficos da capulana africana, tradicionalmente usada em Moçambique como vestimenta e adorno de cabeça devido a sua versatilidade, além dos traços de artes indígenas, estampas animais e elementos sagrados nas religiões de matriz africana. Outra forte influência foi a imagem da Cabocla Jurema, entidade conhecida por expressar de forma popular a fusão de culturas que resultam do misticismo afro-indígena. (FFW, 2022)

A colaboração aconteceu depois que a marca Havaianas tomou conhecimento que a marca Isaac Silva possuía o costume de desfilas nas passarelas do SPFW com chinelos clássicos nos pés dos modelos. Essa atitude foi justificada posteriormente por Isa Isaac Silva, que relatou que as Havaianas estão vinculadas com os propósitos democráticos da marca, por isso eram utilizadas como símbolo de um objeto comum a sociedade brasileira, sendo um recurso visual que ajudava a representar visualmente a marca

Por conta de sua abrangência internacional e nacional, a Havaianas contribuiu para a popularização da marca Isaac Silva, servindo como impulsionador para uma empresa de moda menor e com menos visibilidade, o que ajuda no fomento da indústria nacional e incentiva o senso de comunidade e crescimento colaborativo.

- **Isaac Silva X Tok&Stok**

A mais recente colaboração da marca Isaac Silva foi lançada no primeiro semestre de dois mil e vinte e quatro e combina a universo da moda com o mundo da decoração de interiores, em parceria com a *Tok&Stok*, marca de mobiliário de decoração de amplitude nacional.

A parceria é a primeira que foge da regra aplicada até aqui, contribuir com empresas voltadas ao varejo de moda e vestuário. Nesse caso, a parceria intitulada de “Sete Ervas” inspira-se nas raízes afro-brasileiras e indígenas para desenvolver trinta e oito produtos voltados para louças, artigos de decoração, roupas de cama e almofadas.

A coleção está disponível no canal oficial de vendas da *Tok&Stok* e possui preços variantes de R\$19,90 a R\$299,90

Figura 67 - Imagem Promocional da Coleção de Pratos Isaac Silva X Tok&Stok



Fonte: Tok&Stok, 2024

A coleção busca resgatar a alegria e bons fluidos do refúgio de um lar, sendo símbolos de proteção e equilíbrio para os espaços da casa.

Figura 68 - Ambientes Decorados com os Artigos da Coleção



Fonte: Autoral, 2024

A parceria proposta possivelmente sugere um desejo de expandir os setores atendidos pela marca, além de ser uma proposta interessante para ajudar o seu consumidor a sempre lembrar da marca Isaac Silva, inserindo objetos que inserem-se no cotidiano da maioria da população brasileira.

- **Análise SWOT/FOFA**

A partir da análise aprofundada da marca Isaac Silva, é possível mapear seu comportamento e seu potencial dentro do mercado de moda, visando compreender as forças e as fraquezas da marca e como isso impactaria na relação de parceria entre a mesma de a proposta de coleção com a Estação Primeira de Mangueira.

A ferramenta de design unitizada nesse processo foi a Análise SWOT, em português, Análise FOFA. Nela, é possível identificar o potencial mercadológico da marca e conhecer seus pontos críticos, o que possibilita uma movimentação mais assertiva e respaldada.

O verdadeiro propósito da análise SWOT é usar a informação para determinar como capitalizar suas forças internas e usá-las para criar uma oportunidade ou potencial, ou determinar como as forças podem ser mais bem aplicadas de forma a superar as ameaças do mercado. (Posner, 2015. Pág 102)

Figura 69 - Matriz SWOT/FOFA - Isaac Silva



Fonte: Autoral, 2024

A partir dessa análise, é possível identificar que a Isaac Silva é uma marca bem estabelecida no mercado de moda e forte entre seu público-alvo, entregando produtos com diferencial de design e propósito de marca. Ainda assim, a marca precisa lidar com problemas crônicos ao segmento e um mercado de moda com referenciais reduzidos, por isso, a parceria proposta pode ampliar o mercado atendido pela marca e construir ligação solidas com públicos de regiões que expressão valores semelhantes aos da marca.

2.4 Estudo de Caso – Reserva

Para compreender o comportamento e as decisões tomadas por outras marcas de moda que realizaram e realizam parcerias com marcas atreladas a valores intangíveis, como noções de comunidade, pertencimento e resistência coletiva; foi realizado um estudo de caso sobre a marca de moda Reserva.

A marca carioca é amplamente conhecida por sua adesão de mercado e posicionamento frente a seu consumidor. Além de propor um estilo de vida e identidade próprios, a Reserva propõe-se a colocar-se no lugar de agente interlocutor de outras marcas e pessoas que não relacionam-se com o mercado de moda com os consumidores de moda e estilo

Nesse caso, a marca Reserva coloca-se como uma marca norteadora para direcionamentos subsequentes, não como concorrente direta da marca Isaac Silva. Ambas não relacionam-se sob nenhum aspecto específico, como comportamento, público-alvo e direcionamentos de design e criatividade. Fora o fato de serem marcas de moda, a Isaac Silva e a Reserva possuem grande distanciamento mercadológico.

A abordagem da marca Reserva possui fins de comparação e estudo para o enriquecimento da abordagem subsequente, dado os trabalhos propostos com o Clube de Regatas do Flamengo, clube desportivo carioca, e a própria Estação Primeira de Mangueira, escola de samba descrita nesse projeto.

Figura 70 - Logo Oficial



Fonte: Site Oficial Reserva, 2024

A Reserva é uma marca do grupo Arezzo.Co. A carioca com alma casual e praiana é focada na moda casual de alta qualidade, atuando, prioritariamente, no segmento masculino. Nascida em dois mil e quatro, a marca é fruto de uma parceria entre dois grandes amigos, Rony Meisler e Fernando Sigal; que viram em uma bermuda de treino a oportunidade de empreender no setor do vestuário.

A ideia da grife surgiu após os fundadores perceberem que na academia onde frequentavam, cinco homens usavam o mesmo modelo de bermuda. Então

mesmo sem entender nada de moda, Rony Meisler e Fernando Sigal decidiram produzir bermudas com a frase “Be yourself, but not Always same” (“Seja você mesmo, mas não seja sempre o mesmo”) para comercializar. (Corrêa, Pág 14. 2020)

Apesar de voltada ao público masculino, o grupo Reserva possui mascas de apoio voltadas a outros segmentos, são elas: Reserva Mini, responsável pelo segmento infantil; Reserva Go, responsável pelo segmento de acessórios e cosméticos; Reversa, responsável pelo segmento feminino.

O mix de produtos da reserva é diversificado e heterogêneo. Apesar de apostar em peças básicas, a marca propõe ao consumidor um dia a dia mais estiloso e elegante, combinando informações de moda com modelagens clássicas e atemporais e proporcionando um visual transitório e versátil ao seu produto.

A marca principal da reserva, voltada ao público masculino, feminino e infantil atendendo três segmentos do vestuário, entre eles: roupas, calçados e acessórios. Além disso, a marca possui linhas e coleções especiais, voltadas as necessidades do seu consumidor e os serviços propostos pela marca. A Reserva também possui diversas colaborações como marcas e pessoas, como a coleção com o Flamengo - time de futebol carioca – e a Mangueira – escola de samba carioca.

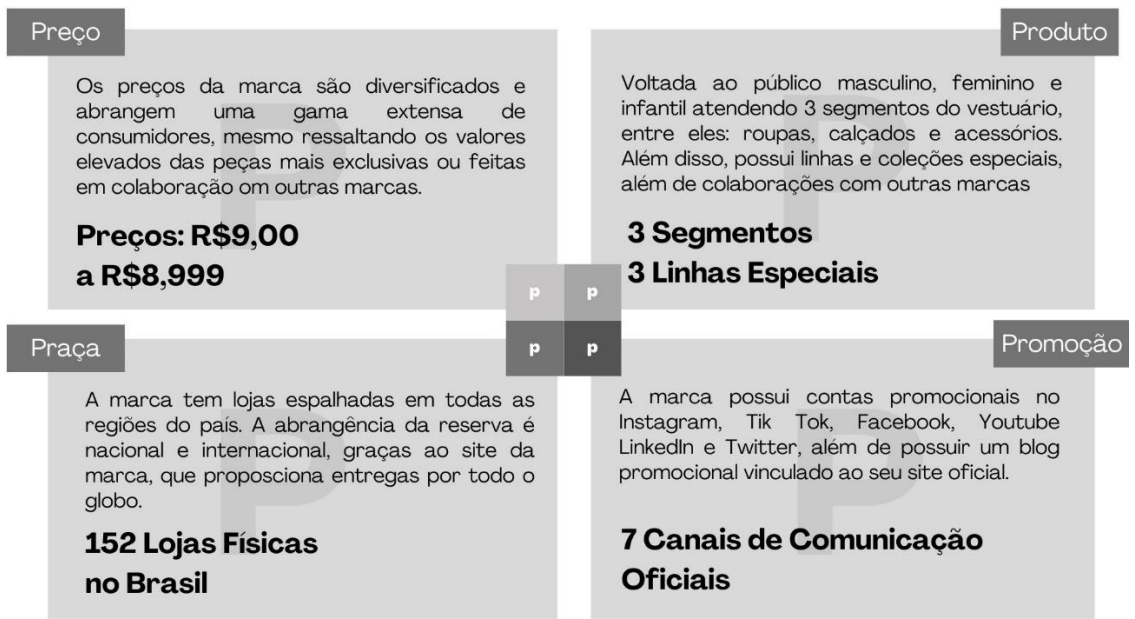
Os preços da marca são diversificados e abrangem uma gama extensa de consumidores, mesmo ressaltando os valores elevados das peças mais exclusivas ou feitas em colaboração com outras marcas. Os preços variam entre R\$9,00 e R\$8,999, sendo o preço mais baixa atribuído a um cartão de presente e o mais alto a uma jaqueta de couro camurçado.

A marca tem lojas espalhadas em todas as regiões do país, estando presente nos estados: Acre, Alagoas, Amapá, Amazonas, Bahia, Ceará, Distrito Federal, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Pará, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Rondônia, Roraima, Santa Catarina, São Paulo, Sergipe Tocantins.

A abrangência da reserva é nacional e internacional, fato possível por conta do site oficial da marca, *usereserva.com*, que permite a compra e venda dos produtos por consumidores de todas as partes do globo.

A marca possui contas promocionais no *Instagram*, *Tik Tok*, *Facebook*, *Youtube*, *LinkedIn* e *Twitter*, além de possuir um *blog* promocional vinculado ao seu site oficial.

Figura 71- 4 P's Reserva



Fonte: Autoral, 2024

- Reserva X Flamengo

Figura 72 - Flamengo X Reserva



Fonte: Autoral, 2024

Buscando compreender o comportamento da marca Reserva em relação as parcerias anteriormente mencionadas, foi feito um breve levantamento sobre ambas. Visando entender como uma marca de moda de grande abrangência se comporta quando relacionada com marcas de grande apelo público, que evocam um sentimento de paixão, preciosismo e pertencimento, mexendo não só com o caráter prático do vestir, como o sentimentalismo atrelado a roupas símbolos de algo maior.

Uma das colaborações de maior sucesso da marca juntou ao Clube de Regatas do Flamengo, clube desportivo carioca com cento e vinte e oito anos de história. A primeira coleção da parceria foi lançada no segundo semestre de dois mil e vinte e dois, o segundo lançamento saiu no primeiro semestre de dois mil e vinte e quatro. Ambos misturaram a sofisticação e a elegância da Reserva com a personalidade urbana e democrática do Flamengo.

A proposta da coleção é proporcionar ao torcedor do time rubro negro a oportunidade de carregar a paixão pelo time no dia a dia, sem apelar para o modelo clássico de camiseta de jogador de futebol, o que proporciona ao consumidor a oportunidade de vestir seu time em ocasiões formais e informais.

“Muitos torcedores gostam de ‘vestir Flamengo’ nas mais diversas situações do dia a dia, como no trabalho, em festas, ocasiões formais ou até mesmo sociais, com produtos que mostram seu orgulho de ser rubro-negro. Para atender ainda melhor a esta demanda, oferecendo uma linha de produtos com qualidade, estilo e moda, fechamos a parceria com a Reserva, uma das melhores marcas de lifestyle e moda masculina do Brasil”, revela Gustavo Oliveira, vice-presidente de Comunicação e Marketing do Mais Querido. (Flamengo, 2022)

De acordo com a proposta de versatilidade e praticidade, a coleção é composta por peças do vestuário que transitam entre o segmento feminino e o masculino. A reserva traz para a coleção modelos de camisetas, camisas sociais e polo, casacos de moletom, jaquetas, calças, bermudas e acessórios com o tema Flamengo. Como em todas as colaborações propostas pela marca, há poucas alterações nas formas e modelagens já propostas na linha regular. O diferencial da coleção fica por conta dos enobrecimentos e aviamentos.

O Clube de Regatas do Flamengo selecionou alguns dos atletas que defendem o clube para a campanha promocional da coleção, recorrendo a imagem de pessoas que representam o imaginário do clube e são representações vivas do que representa ser um rubro negro, como demonstrado na imagem abaixo.

Figura 73 - Imagem Promocional da Coleção



Fonte: Site Oficial do Flamengo, 2022

A aceitação do público da marca e dos torcedores do Flamengo foi expressiva, tornando as peças da coleção objetos de desejo quase inacessíveis, principalmente levando em consideração os preços aplicados, que variam de R\$129,00 a R\$ 1.199,00, o mais barato referente a uma camiseta com estampa localizada e o mais caro uma jaqueta corta vento com recortes e bordados.

Visando demonstrar a aceitabilidade do público-alvo da coleção e valor agregado imposto a marca depois da colaboração com o Clube de Regatas do Flamengo, foi feito um levantamento sobre colocações informais sobre a proposta.

A imagem abaixo traz um copilado de opiniões públicas sobre a parceria, todas retiradas da plataforma de textos curtos, X.

Figura 74 - Opiniões Públicas Sobre a Coleção



Fonte: Autoral, 2024

- **Reserva X Mangueira**

A Estação Primeira de Mangueira e a Reserva acumulam um total de três colaborações. O primeiro lançamento aconteceu em dois mil e vinte e um, o segundo em dois mil e vinte e dois e o terceiro em dois mil e vinte e três. As coleções, lançadas sempre no período que antecede o carnaval, celebraram uma aliança entre a tradicional e o contemporâneo, além de fazerem uma ponte entre a suntuosidade do carnaval e o utilitarismo dos momentos cotidianos.

A primeira colaboração entre as marcas teve um panorama pouco otimista, momento em que o mundo e carnaval pararam devido a Pandemia de Covid-19. A coleção, ao contrário dos lançamentos posteriores, não teve relação direta com os enredos

apresentados pela Mangueira na passarela do samba. Na verdade, ela surgiu como uma iniciativa de suporte coletivo a escola de samba.

A iniciativa da Reserva visava converter o lucro obtido com a venda das peças em renda para manter a escola em um momento de dificuldade global. Para isso, foram lançadas treze camisetas com estampas localizadas inspiradas na verde e rosa carioca.

Figura 75 - Casal Vestindo Camisetas da Coleção



Fonte: Fashion Network, 2021

Citado abaixo, Rony Meisler, CEO da AR&Co, conglomerado de moda brasileiro que administra a marca Reserva, justifica a importância da colaboração pra a marca e a escola de samba.

A Reserva e a Mangueira contam histórias através da roupa, cada uma à sua maneira. É como a gente se expressa e se comunica com o mundo. Que honra e que alegria contribuir de alguma maneira para que o legado da Mangueira seja protegido e para que a Escola permaneça viva neste e em todos os outros carnavais. Quem compra uma peça da coleção está repassando o lucro da Reserva para a Mangueira. Ou seja: a renda das peças da collab é toda da comunidade. E quem quiser ajudar a Escola com uma doação direta também pode. [...] (Fashion Network, 2021)

A segunda coleção foi lançada em um momento de lenta retomada da normalidade. Nesse ano o carnaval aconteceu em meados do ano, fora das tradicionais datas que antecedem as comemorações cristãs. Essa coleção propôs mais elementos do que a anterior, ainda possuindo camisetas como apostas principais. Dessa vez, foram resgatados personagens ilustres da história do Mangureira que foram homenageados no enredo do mesmo ano: Cartola, Jamelão e Delegado.

Figura 76 - Imagem Promocional da Coleção



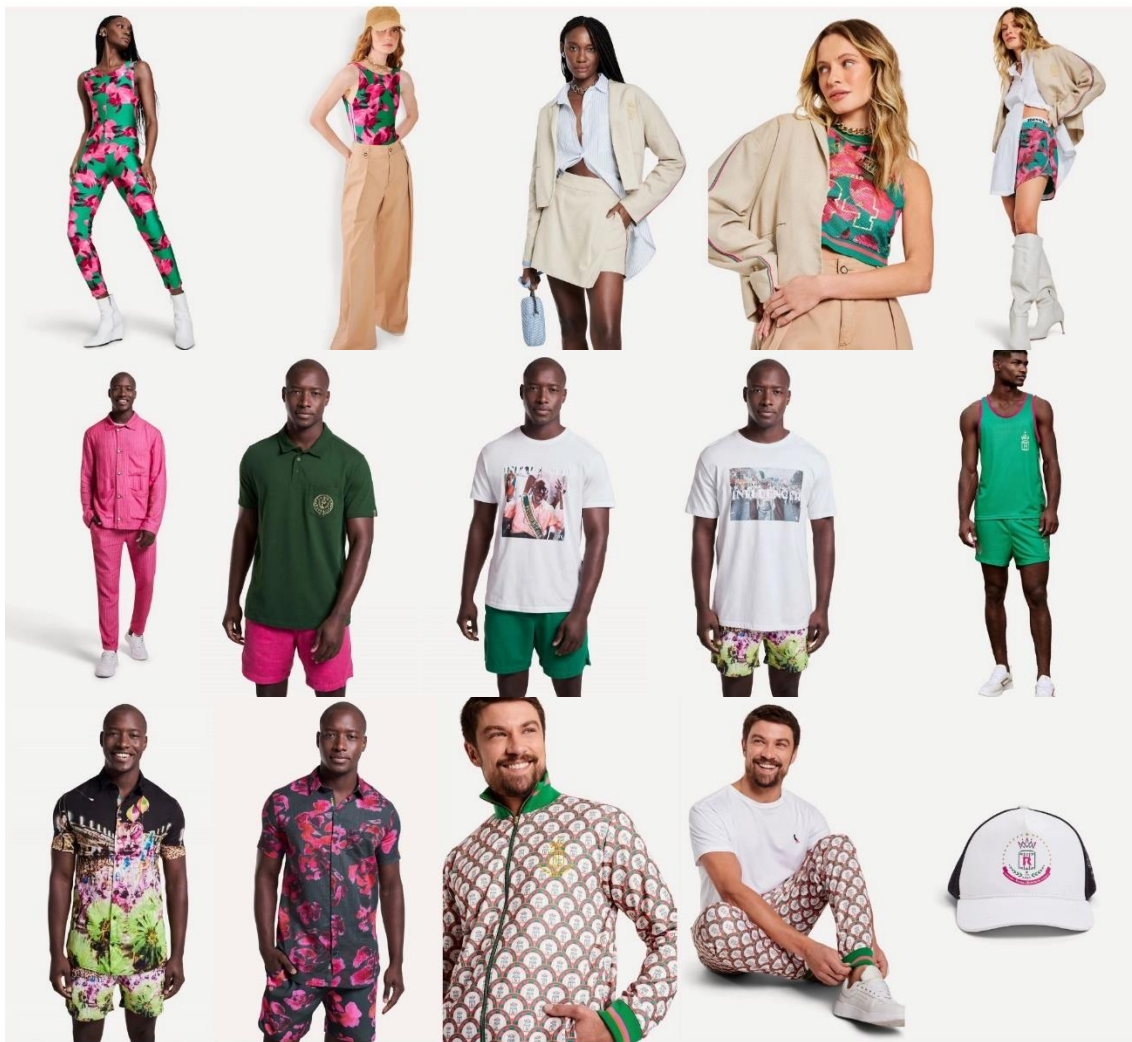
Fonte: Mangureira, 2022

Ainda na mesma coleção, foram lançados itens como calças, chinelos, tênis e sungas, sandálias, bolsas e chapéus. As peças contam com estampas localizadas com os homenageados, agregando os elementos referentes à Mangureira com modelagens e cores sóbrias.

O último lançamento da parceria entre a Mangureira e a Reserva foi em dois mil e vinte e três, com a coleção inspirada no enredo “As Áfricas que a Bahia canta”, que propôs um resgate as memórias ancestrais que formam as riquezas culturais da Bahia.

A coleção foi chamada de “Um Abraço Carioca Com Um Xerô Baiano”, a proposta da Reserva nessa coleção diferenciou-se grandemente das últimas duas lançadas. Além de ampliar a gama de produtos, a linha trouxe elementos de design menos óbvios e mais criativos, ensaiando referências mais conceituais e modelagens e formas mais elaboradas. Dessa vez, a marca de experimentou a alfaiataria moderna e a estamparia corrida.

Figura 77 - Seleção de Peças - Reserva X Mangueira



Fonte: Autoral, 2023

Além de mais elementos nas peças, essa coleção teve mais investimento em divulgações e estratégias de marketing. Por isso, a marca selecionou a cidade de Salvador para ser o palco da campanha promocional, visando fortalecer a conexão com o enredo da escola de samba, por consequência, conquistando o consumidor baiano

Figura 78 - Imagem Promocional Coleção Reserva X Mangueira



Fonte: Site Oficial Reserva, 2023

A coleção chegou simultaneamente no e-commerce, lojas Reserva e lojas Reserva Mini e conta também com duas lojas temporárias exclusivas: uma pop-up store na boutique da Mangueira na Quadra e outra em Ipanema.

- **Pop Up – Coleção Reserva X Mangueira**

O modelo de venda utilizado pela marca reserva durante o seu último lançamento com a Estação Primeira de Mangueira em dois mil e vinte e dois, com a coleção inspirada no enredo desfilado pela Mangueira no mesmo ano, uma homenagem a Cartola, Jamelão e Delegado.

Figura 79 – Loja PopUp Reserva X Mangueira



Fonte: Exame, 2022

A loja experimental ficou aberta por treze dias em um endereço no bairro de Ipanema, no Rio de Janeiro, a região boêmia frequentada por turistas de todas as partes do mundo, além de abrigar uma parcela mais abastada da população carioca.

Figura 80 - Interior da PopUP



Fonte: Autoral, 2024

As *Pop Ups* são lojas temporárias que prometem uma experiência imersiva em uma marca, uma proposta, ou uma coleção. Normalmente, esse tipo de loja é alocada em grandes centros urbanos, principalmente onde o público-alvo está.

Esse tipo de estratégia de venda visa, principalmente, a experimentação mercadológica, ou seja, ela atesta a aceitabilidade de um empreendimento e/ou proposta comercial; funcionando como parâmetro para futuras ações da empresa que a propôs. Além disso, as *Pop Ups* aproximam e divulgam empresas que funcionam digitalmente e/ou são sediadas em outros estados.

No caso dessa coleção, esse tipo de proposta garantiria a viabilidade comercial do projeto e atestaria a aceitabilidade do público carioca com uma proposta de coleção de moda mais conceitual e criativa, fugindo um pouco do que já é feito no mercado relacionado ao carnaval.

Além disso, essa proposta testaria o público carioca frente a marca Isaac Silva, que apesar de ter características vibrantes e solares, assim como o Rio de Janeiro; está mais focada no mercado paulista, onde está sua sede física

2.5 Resultado da Pesquisa Qualitativa

- **Breve Resumo**

Para compreender as opiniões e desejos dos consumidores diante da proposta, foram destacadas quatro pessoas que participaram da pesquisa realizada com o potencial público da Isaac Silva no primeiro semestre de dois mil e vinte e dois. Essas pessoas se encontram dentro do perfil de público atingido pela marca estuda e tem potencial para se tornarem consumidores da parceria proposta entre a Mangueira e a Isaac Silva.

As pessoas selecionadas inserem-se dentro do perfil delimitado como o público-alvo da coleção proposta. Vale frisar que, o critério de seleção de pessoas não levou em consideração o gosto ou não pelo Carnaval, visto que a proposta da coleção é ser uma porta de entrada para consumidores leigos acessarem a festa, além de ser uma homenagem ao carnaval e seus adoradores, que são por si só, propagadores da festividade. O que permite uma abrangência de público mais extensiva e plural. Por isso, não foram mencionados os nomes da escola de samba e marca estudadas.

Para traçar o perfil social, monetário, geográfico, etnográfico e identitário dos entrevistados, foram utilizados conhecimentos pessoais da autora, além de perguntas curtas sobre aspectos pessoais de cada indivíduo. Isso deve-se a relação de amizade entre a mesma e todos os entrevistados. Essas informações não serão divulgadas profundamente nessa pesquisa, entretanto, serão utilizadas para traçar o perfil de público-alvo da coleção e na criação de uma Persona.

Todos os quatro entrevistados são cariocas e vivem dentro na capital do Rio de Janeiro. Possuem idades variantes entre vinte e um e cinquenta anos. Possuem renda familiar de cinco a dez salários-mínimos, em sua maioria, a renda é superior ao estimado.

Todos os entrevistados são pessoas racializadas, entre elas, três são mulheres pretas e um homem descendente de indígenas da Etnia Pataxó, oriundo de Caravelas, extremo sul da Bahia. Entre eles, três se identificam como parte da comunidade LGBTQIAPN²+, sendo apenas uma das entrevistadas heterossexual. No que diz respeito a religiosidade, todos os entrevistados são multirreligiosos, ou seja; não possuem fé em

² Pessoa que identificam-se como: Lésbicas, Gays, Bi, Trans, Queer/Questionando, Intersexo, Assexuais/Arromânticas/Agênero, Pan/Pôli, Não-binárias e mais.

somente uma religião. Dois deles são frequentadores de terreiros de Candomblé e Umbanda e todos estão ou no mercado de trabalho ou completando formação acadêmica.

Com isso, as perguntas elaboradas têm o objetivo de conhecer a relação dos entrevistados com o carnaval. Para isso, o questionário apresenta perguntas de cunho mais pessoal e afetivo, buscando entender se essas pessoas gostam da festa, se tem uma relação afetiva e próxima com a mesma; se possuem uma escola de samba do coração e se acompanham o calendário das escolas antes do período oficial do carnaval.

Além disso, também foram realizadas perguntas voltadas a elaboração da coleção e a viabilidade do projeto proposto por esse trabalho de conclusão de curso. Esses questionamentos delimitarão a elaboração das peças posteriormente apresentadas e a relação desse consumidor com a proposta de parceria entre uma marca de moda e uma escola de samba.

Os resultados obtidos nessa pesquisa estiveram dentro do esperado e servirão como atestado público de aprovação e norteador estético e mercadológico para a proposta de coleção conceitual da Mangueira em parceria com a Isaac Silva.

• **Resultados Obtidos**

Todos os entrevistados possuem apreço pelo Carnaval e acreditam que os festejos sejam um dos elementos culturais mais importantes e democráticos do povo brasileiro. Dentre eles, todos possuem uma ligação afetiva acentuada com a festa. Com acentuada frequência, os entrevistados relatam lembranças familiares. Em sua maioria, ocorridas ainda na primeira infância e construídas dentro de contextos de territoriais cariocas e bloquinhos de bairro. No que diz respeito ao carnaval realizado na Marquês de Sapucaí, temos somente uma menção, o que pode demonstrar uma relação tardia com o carnaval.

A maioria dos entrevistados tem o Salgueiro como escola de samba do coração, isso graças a tradição familiar passada de geração em geração dentro do seio familiar de cada entrevistado. Em um dos casos, a pessoa entrevistado não relata nenhuma escola, relatando especificamente a falta de estímulo familiar e o distanciamento orgânico ao longo da vida, o que fez com que essa pessoa não tivesse relações tão estreitas com nenhuma escola de samba.

Em sua maioria, os entrevistados relatam pouco ou nenhum contato com o carnaval fora do período estipulado oficialmente para os festejos, porém, todos relatam desejo acentuado pela convivência com a festa ao longo do ano. Os entrevistados demonstram, também, um profundo desejo por conhecer mais sobre a origem da festa e os processos que envolvem o carnaval apresentado na Sapucaí.

Quando questionados mais diretamente sobre a proposta de uma coleção de moda inspirada nos contextos do carnaval, os entrevistados relatam o desejo por peças do vestuário que pudessem fazer parte de momento marcantes e ocasiões especiais do seu cotidiano. Suas justificativas giram em torno da vontade de preservar as memórias do carnaval e o desejo por um contato mais direto e palpável com a festa, delimitando o produto do vestuário como uma forma de abrir portas para a oportunidade de aprofundar-se nas histórias e enredos propostos pelo carnaval.

Os entrevistados apresentam fortemente o seu desejo de que essas peças representem visual e esteticamente suas escolas dos corações, tendo os enredos emblemáticos de cada escola como principal menção, o que demonstra um desejo por referências específicas e menos generalista.

Quando perguntadas sobre uma possível parceria entre uma marca de moda e uma escola de samba, os entrevistados apresentaram certa divergência de opiniões. Uma parte relata acreditar que uma parceria pode democratizar o acesso palpável aos visuais propostos pelas escolas de samba, enquanto outros acreditam que a distribuição exclusiva é a melhor opção nesse caso, o que geraria uma liberdade criativa mais equilibrada e um limite mais alto quanto a precificação.

As opiniões sobre os tipos de representações visuais apresentaram uma convergência ainda mais acentuada. Boa parte dos entrevistados gostam muito de referenciais conceituais e extrações menos óbvias das ideias propostas por uma escola de samba.

Porém, outra parte significativa relata que aprecia referências mais genéricas e “clubistas”, ou seja, a estética da peça vai direto ao ponto, utilizando-se de cores institucionais e logomarcas para estabelecer-se. Esse comportamento é justificado pelo entrevistado como uma boa “porta de entrada”, ou seja, representaria explicitamente a escola e a proposta.

Em grande maioria, os entrevistados concordam que o produto proposto seja exagerado e singular, carregando referenciais menos óbvios e trabalhos visuais mais elaborados e únicos. Apesar dessa colocação, essas pessoas relatam desejo por produtos confortáveis e usáveis, que possam adaptar-se às suas necessidades e preferências.

Todos os entrevistados acreditam que a proposta de uma coleção inspirada no carnaval pode ser uma forma eficiente de trazer visibilidade ao carnaval, promovendo a longevidade das escolas de samba e a memória afetiva ligada a enredos emblemáticos. Os entrevistados compreendem a proposta com uma oportunidade de eternizar as memórias vinculadas ao carnaval, impulsionando a popularidade e a vitalidade econômica e social das escolas de samba e do carnaval.

- **Conclusão**

A partir das entrevistas realizadas, fica evidente que o carnaval é muito mais do que uma festa popular para os participantes. É um elemento cultural profundamente enraizado na identidade do país, servindo como contribuição intrínseca a cultura brasileira. A ligação afetiva com a festa é evidenciada através das memórias afetivas de cunho familiar, sendo lembradas desde a infância até a vida adulta.

O Salgueiro emerge como uma escola de samba emblemática, sendo considerada a escola do coração para a maioria dos entrevistados, graças à tradição familiar transmitida ao longo das gerações. No entanto, mesmo aqueles que não têm uma ligação específica com uma escola de samba compartilham um desejo de mergulhar profundamente na atmosfera do carnaval.

A proposta de uma coleção de moda inspirada no carnaval desperta entusiasmo entre os entrevistados, que veem nela uma oportunidade de preservar as memórias e a identidade cultural da festa. A ideia de que essas peças representem visual e esteticamente suas escolas de coração é amplamente apoiada, refletindo o desejo por referências específicas e menos generalistas.

Apesar das opiniões divergentes sobre a parceria entre marcas de moda e escolas de samba, a maioria dos entrevistados concorda que essa iniciativa pode trazer

visibilidade e longevidade para o carnaval, perpetuando a memória afetiva associada aos enredos emblemáticos. Em última análise, a proposta de uma coleção inspirada no carnaval é vista como uma oportunidade de eternizar memórias e promover a riqueza cultural e social da festa.

2.6 Público-Alvo da Coleção

Nem todos os consumidores são iguais, pois cada pessoa tem seus próprios conjuntos complexos de motivações e comportamento de compras. Entretanto, é possível classificar os consumidores em grupos que compartilham, de maneira geral, características, necessidades ou gostos de moda semelhantes. (Posner, 2015, Pág 108)

O público-alvo dessa coleção independe do público traçado para a marca Isaac Silva, apesar do mesmo ainda ter relevância e abrangência para a delimitação do consumidor da colaboração entre a marca e a Estação Primeira de Mangueira.

Delimitasse o público-alvo como, homens e mulheres que possuem idade entre vinte e um e sessenta anos; classificados entre brancos, amarelos, pretos e pardos; originários e moradores da cidade do Rio de Janeiro; ensino superior em curso ou completo; identificam-se como LGBTQIAPN+; possuem renda familiar de cinco a dez salários-mínimos; inseridos no mercado de trabalho formal ou informal e adeptos a religiões de matriz africana.

Nesse momento, o consumidor deixa de ser um agente passivo frente ao produto e a proposta, ele passa a ter um papel ativo na construção de um propósito que vai além da bem material. O Público nesse projeto funciona como uma porta de entrada ao carnaval e ao universo das escolares de samba, funcionando como um multiplicador de ideias e propagando a potência artística, cultural e socioeconômica que é o maior espetáculo da terra.

Idealmente, o consumidor deve possuir algum vínculo com o Carnaval e com a escola de samba representada, a Mangueira, sendo alguém atuante engajado no dia a dia da escola de samba, visando a utilização do vínculo emocional como atestado de aprovação daqueles que tem raízes fincadas no morro de mangueira. Para além de um

atestado, esse consumidor teria o poder de representar a comunidade, sendo uma voz para uma multidão

Para que o público possa de fato ser visto, é relevante presença em redes sociais que possam funcionar como veículo de difusão das ideias propostas na coleção. Tal fato contribuiria para a construção da visibilidade nacional e internacional, utilizando a tecnologia e a moda como propulsores de um propósito maior.

Figura 81 - Perfil do Cliente Ideal da Coleção



Fonte: Autoral, 2024

A imagem acima traça um perfil ideal para o consumidor da coleção vanguarda inspirada no enredo “Histórias de Ninar para Gente Grande”, uma parceria entre a Estação Primeira De Mangueira e a marca de moda Isac Silva

2.6.1 Persona

Nesse contexto, a representante ideal para essa coleção é a atual rainha de bateria da Estação Primeira de Mangueira, Evelyn Bastos. Cria do Morro de Mangueira, a soberana da bateria da escola de samba nasceu e cresceu brincando de ser passista. A rainha estudou na escola comandada por Dona Neuma da Mangueira, ilustre Dama e Baluarte da escola, e é filha de Valéria Bastos, antiga rainha de bateria da Mangueira;

Evelyn tem sangue verde e rosa, sendo uma grande representante do espírito mangueirense.

Figura 82 - Dona Neuma e Evelyn Basto na Infância



Fonte: Jornal Extra, 2015

Evelyn começou sua trajetória no samba na ala das passistas da Estação Primeira de Mangueira. Logo depois, foi escolhida para ser musa da comunidade, ou seja, destaque que desfila no chão a frente do carro alegórico. Na Mangueira do Amanhã, escola mirim comandada e benfeitorizada pela cantora Alcione, Evelyn foi musa, passista, princesa e rainha de bateria.

Hoje, a Rainha de Bateria da Estação Primeira de Mangueira é, também, presidente da escola mirim pela qual desfilou na infância. Lá, ela apadrinha as crianças do Morro de Mangueira e contribui para suas formações como indivíduos através do Samba e do Carnaval.

Figura 83 - Evelyn Bastos Desfilando pela Mangueira do Amanhã



Fonte: Universidade Federal da Bahia, 2022

Evelyn está a frente da bateria da Estação Primeira de Mangueira desde dois mil e catorze, assumiu o posto com vinte e anos e se mantém até hoje, com trinta anos. A

rainha é a representação viva da força feminina no carnaval, sendo um símbolo de paixão e devoção a uma escola de samba, papel que menina cria do Morro de Mangueira cumpre com excelência.

Estar hoje à frente da bateria, que é um lugar onde muitas pessoas conseguem me ouvir e me ver, me faz ter cada vez mais força para falar por todas as mulheres que também falam e não são ouvidas. Estou em um espaço que não represento só a mim, represento todas as mulheres periféricas. Então, se eu estou nesse lugar, não faço mais do que a minha obrigação por mim, por elas, pela minha irmã que tem 14 anos, e que vão tentar conquistar os seus espaços. (G1, 2020)

Evelyn é uma figura proeminente e multifacetada com laços afetivos e profissionais profundos na cena cultural e educacional carioca. Como representante da Mangueira, tanto como agremiação quanto como comunidade, ela desempenha múltiplos papéis de liderança e influência.

Além de rainha de bateria, Evelyn é diretora cultural da Liga das Escolas de Samba do Rio de Janeiro. Empossada no ano de dois mil e vinte e quatro, ela e tantos outros, contribuem diretamente com a construção do carnaval. Sua participação assídua e ativa em situações relacionadas à comunidade e ao carnaval evidenciam seu compromisso e amor pela Mangueira e pelo carnaval.

Como educadora física e professora de história, Evelyn está em contato direto com a juventude da Mangueira, capacitando e inspirando a próxima geração de líderes comunitários e artistas do morro. Além disso, ela promove ativamente ações sociais em prol da comunidade, solidificando um compromisso com o bem-estar e o desenvolvimento dos moradores do Morro.

Além disso, mantém uma presença digital forte, com uma plataforma online que atrai seguidores assíduos. Ela utiliza essa plataforma para promover a cultura do samba, conscientizar sobre questões sociais e mobilizar apoio para iniciativas comunitárias.

Com isso, Evelyn Bastos tem um papel fundamental na identificação da Mangueira como comunidade, tendo um papel de identificação e personificação importante para o coletivo, por isso, ele servirá como Persona de Marca para esse trabalho. Ou seja, ele representará não só a Mangueira como escola de samba, como será

a base para os desdobramentos da Persona de Marca da coleção experimental que será apresentada.

Persona de Marca “é a personificação dos valores de uma marca. Trata-se de um personagem que representa o tom de uma marca, a linguagem e o “estilo” da mesma” e a representante da coleção experimental que será apresentada. (Mlabs, 2017)

Figura 84 - Persona de Marca - Evelyn Bastos



EVELYN BASTOS 

DADOS RELEVANTES

- Carioca
- Cria do Morro de Mangueira
- Rainha de Bateria da Estação Primeira de Mangueira
- Presidente da Mangueira do Amanhã
- Diretora Cultural da Liga Independente das Escolas de Samba
- Professora de História e Educadora Física

Evelyn bastos **personifica** não só a essência vibrante e multifacetada da **cultura carioca**, combinando sua dedicação ao **samba** com seu compromisso com a **educação** e o desenvolvimento comunitário, como personifica a **Mangueira** e toda a **nação manguelense**. Ativista, engajada e respeitada, a rainha representa a **coleção** que será apresentada e seu **público**.



- Possui laços afetivos com a comunidade Manguelense
- Possui laços profissionais com o Carnaval do Rio de Janeiro
- Possui uma plataforma digital com seguidores assíduos



- Ativa nas causas da comunidade
- Participa assiduamente das eventos relacionados a comunidade e ao carnaval
- Está em contato direto com a juventude da Mangueira



- Representante da Mangueira como agremiação e comunidade
- Contribui no impulsionamento do Carnaval e da Mangueira, Nacional e Internacionalmente
- Financia e promove ações sociais em prol da comunidade

Fonte: Autoral, 2024

Visando afunilar e delimitar as informações obtidas a partir dos processos anteriores, foi elaborado um Mapa de Empatia, ferramenta de design que permite extrair com exatidão o perfil do cliente.

Figura 85 - Mapa de Empatia

O QUE OUVI? Busca informações de fontes seguras e embasadas na ciência Costuma comprar em marcas de nicho, brechós e butiques exclusivas Está ativa no Instagram e TikTok, buscando páginas sobre arte, moda e carnaval	O QUE PENSA E SENTE? É consciente do seu privilégio econômico e busca utilizar essa posição para impactar positivamente a sociedade A falta de oportunidades melhores para seus amigos de infância Trabalhar com o carnaval e contribuir ativamente na sociedade	O QUE VÊ? Carioca, nascida e criada no Morro de Mangueira, apesar de não morar mais lá Possui muitos amigos, adquiridos da infância na Mangueira, na faculdade e no trabalho Vive em um bairro boêmio, mas numa região mais tranquila e residencial	O QUE FALA E FAZ? Fala muito sobre arte, moda, música, religião, política e literatura Gosta de equilibrar a tranquilidade com a agitação no seu dia a dia Gosta de passeios públicos e programações culturais, além de frequentar bares, rodas de samba e ensaios técnicos do carnaval
QUAIS SÃO SUAS DORES? Tem medo não realizar seus sonhos Quer que a moda seja mais diversas e criativa A falta de investimento da indústria moda no carnaval	QUAIS SÃO SUAS NECESSIDADES? Quer impulsionar e inspirar outras pessoas Quer se tonar artista renomada e fazer da sua paixão o seu ofício sempre Estabilidade econômica para todos, representatividade e diversidade melhorariam sua vida		

Fonte: Autoral, 2024

A partir dos referenciais gerados pela Pesquisa Qualitativa, pelo Grupo Focal, pelas características da Persona de Marca, e pelo Mapa de Empatia é possível alcançar e traçar uma Persona Comercial da coleção “Histórias de Ninar para Gente Grande”, inspirada no enredo de mesmo nome desfilado pela estação Primeira de Mangueira em dois mil e dezenove.

Figura 86 - Persona Comercial



Fonte: Autoral, 2024

Lara Lima foi batizada em homenagem a Dana Ivone Lara, sambista e musicista da escola de samba Império Serrano que ficou eternizada como a “Dama do Samba”, e a Lima Barreto, jornalista e escritor revolucionário tido como um dos maiores escritores da literatura brasileira.

3. Desenvolvimento Criativo

3.1 Conceito Central

Figura 87 - Painel Conceitual



Fonte: Autoral, 2024

Se a história do Brasil não foi de fato contada por um todo, somente fragmentos e versões sob uma ótica invertida e a partir da percepção de uma fatia da sociedade que era cercada de privilégios e eurocentrismos, como colocado pelo enredo “Histórias de Ninar para Gente Grande” essa coleção propõe questionamentos, será que realmente existe uma identidade nacional? Homogênea e comum a todos os brasileiros? Será que o que entendemos como brasilidade não está cercado de recortes e versões de um fato?

Partindo desses questionamentos, esse projeto coloca o Carnaval como o momento simbólico de resgate e exaltação aos saberes populares, sendo um produto da valorização a história que não está nos livros e sim na boca dos baluartes desse país.

O conceito foi extraído do enredo “Histórias de Ninar Para Gente Grande”, apresentado anteriormente nesse trabalho. Com isso, o principal painel imagético da coleção experimental que será apresentada é uma extração feita através das fantasias e carros alegóricos desfilados na apresentação do enredo.

Por fins práticos, essas fantasias serão apresentadas em forma de croqui, devido a falta de imagens reais das fantasias em alta qualidade.

Figura 88 – Painel Central



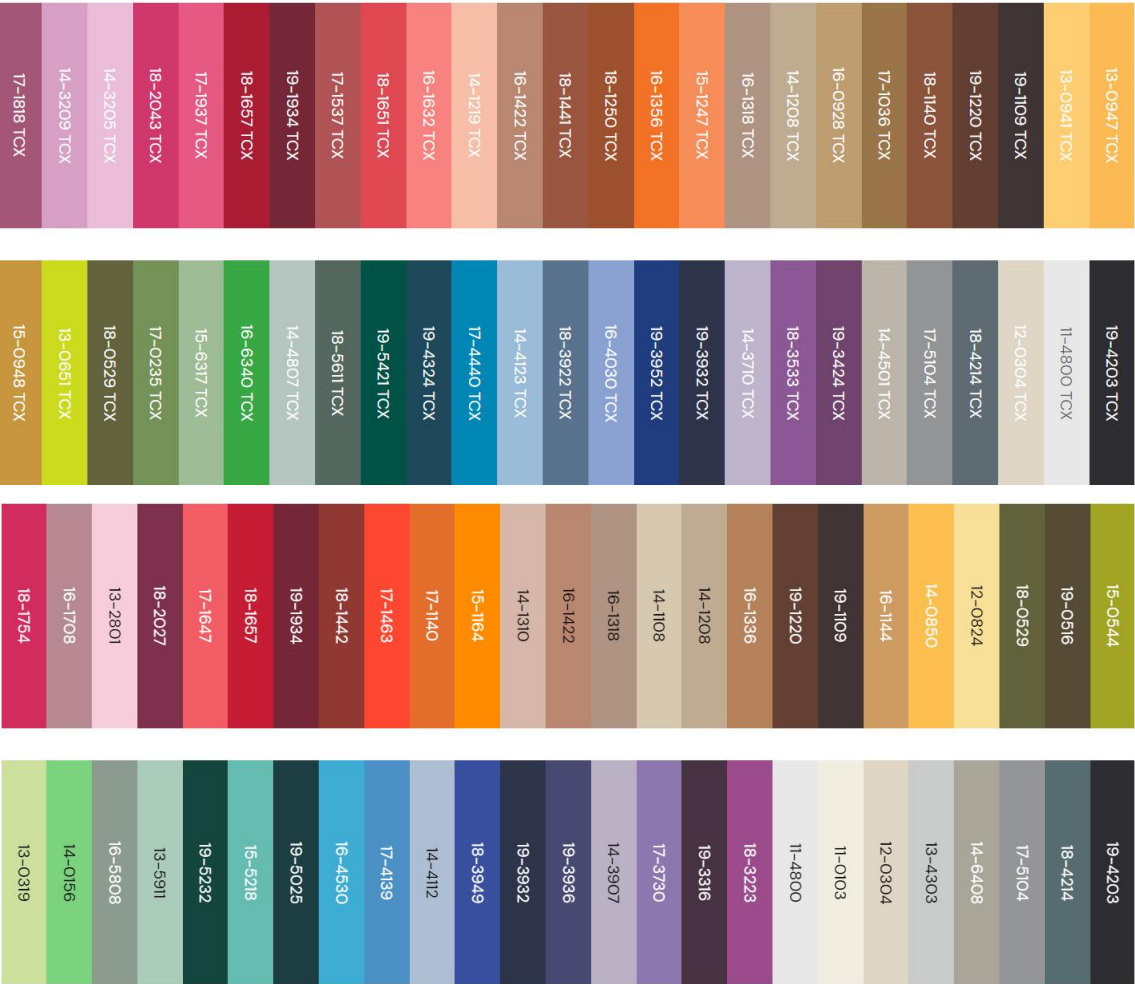
Fonte: Autoral, 2024

3.2 Cartela de Cores

A partir do painel apresentado acima, foram extraídas doze cores para coleção, entre tons, subtons, saturação e luminosidade; as cores principais são: rosa, verde, vermelho, amarelo e azul.

Essas cores foram extraídas puras do painel, ou seja, não passaram por uma curadoria mais cuidadosa. Isso foi feito em sequência, com uma pesquisa de tendências voltada a percepção das cores e o possível comportamento de consumo das mesmas durante a temporada de primavera/verão de 2024 e 2025

Figura 89 - Pesquisa de Tendências de Cores, P/V 24.25



Fonte: WGSN, 2024

Com isso, chega-se a paleta de cores que será utilizada na fase de elaboração dos produtos de moda.

Figura 90 - Paleta de Cores



Fonte: Pantone, 2024

3.3 Cartela de Tecidos

A escolha dos materiais visou abordar o contraste de texturas e volumes presentes nas fantasias e elementos alegóricos desfilados como composição visual do enredo “Histórias de Ninar para Gente Grande”. Grande parte dos tecidos selecionados são compreendidos como nobres, isso deve-se a raridade da matéria prima de origem natural e/ou o tipo de beneficiamento do tecido. A proposta da coleção engloba diretamente a crueza do tecido, ou seja, ele é um dos principais aspectos da peça, propondo-se traduzir por si só o caráter do modelo.

Figura 91 - Cartela de Tecidos

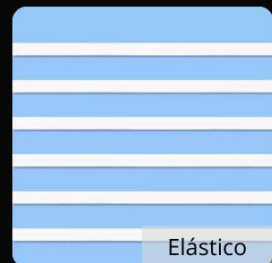


Fonte: Autoral, 2024

3.4 Cartela de Aviamentos

A seleção de aviamentos da coleção levou em conta a usabilidade, a ergonomia e o caráter transformativo das peças, que foram elaboradas buscando mais de uma adequação de uso para a mesma peça. Nesse caso, os aviamentos permitem que essa proposta seja viável e simples ao usuário final, viabilizando que a peça de roupa esteja à serviço dos gostos e desgostos de cada indivíduo, podendo se moldar, também, a diferentes tipos de biotipos.

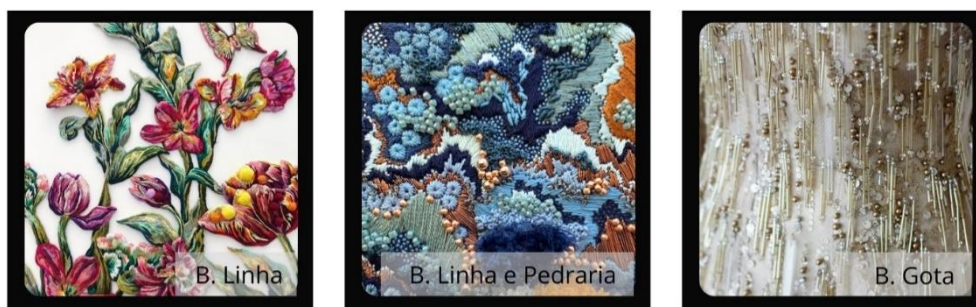
Figura 92 - Aviamentos

			
Armarinho São José Preço: R\$14,49 5 Uni 75 Cm	Armarinho São José Preço: R\$6,39 Rolo 48 cm x 88 cm	Rei do Armarinho Preço: R\$32,08 500g 10 mm	Roma Aviamentos Preço: R\$9,30 Pac 50 U 7mm x 8mm
			
Ju Artes Preço: R\$69,40 100 Uni 4 mm	Cia dos Botões Preço: R\$178,99 500g 2,6 mm	Armarinho São José Preço: R\$20,89 100m 59% Poliéster 41% Elastodieno	Top 3 Aviamentos Preço: R\$120,00 10 m 20 cm
			
Elos 7 Preço: R\$17,90 2 Unid 12 cm	Armarinho São José Preço: R\$75,69 100 Unid 23 mm		

Fonte: Autoral

3.5 Cartela de Enobrecimentos

Figura 93 – Enobrecimentos



Fonte: Autoral, 2024

A escolha de enobrecimento levou em consideração o caráter manual dos processos que envolvem a elaboração do conjunto visual e alegórico do carnaval. Por isso, as peças serão complementadas por bordados e aplicações diversas, contribuindo para representação visual da complexidade e riqueza de detalhe do enredo de carnaval.

3.6 Pesquisa de Tendências – Primavera/Verão 24.25

Visando uma abordagem mais assertiva e adequada à estação de Primavera e Verão 24.25, foi realizado uma pesquisa de tendências de comportamento e consumo de moda, ou seja, um levantamento realizado através de plataformas especializadas em pesquisas em design. Esse tipo de informação leva em conta a o contexto socioeconômico, o mercado nacional e global, as vontades e desejos do consumidor e as inovações propostas por referências globais em moda e design.

Nessa coleção, o material coletado através dessas plataformas será utilizado como norteador do produto de moda apresentado, fundindo as noções de criatividade orgânica e direcionamentos de consumo e design que terão alta probabilidade de aceitação frente ao consumidor de moda atual.

A primeira tendência abordada foi chamada pela plataforma Inova Moda Digital, Motivação. Segunda a especialista brasileira em tendência e comportamento de moda, os

produtos serão equilibrados entre o volume e o frescor, possuindo dramaticidade e movimento atrelados a um ar de despreocupação.

Figura 94 - Conceito Motivação



Fonte: Inova Moda Digital, 2023

Visando a plena compreensão da tendência abordada, segue painel visual de apoio elaborado sob o viés da coleção proposta.

Figura 95 - Produtos - Motivação



Fonte: Autoral, 2024

A segunda tendência abordada foi chamada pela mesma plataforma, Liberdade. Ela traz produtos fluídos, com movimento e pontos de transparência. Além disso, os tecidos acetinados e texturizados trazem pontos de modernidade.

Figura 96 - Conceito Liberdade



Fonte: Inova Moda Digital, 2023

Visando a plena compreensão da tendencia abordada, segue painel visual de apoio elaborado sob o viés da coleção proposta.

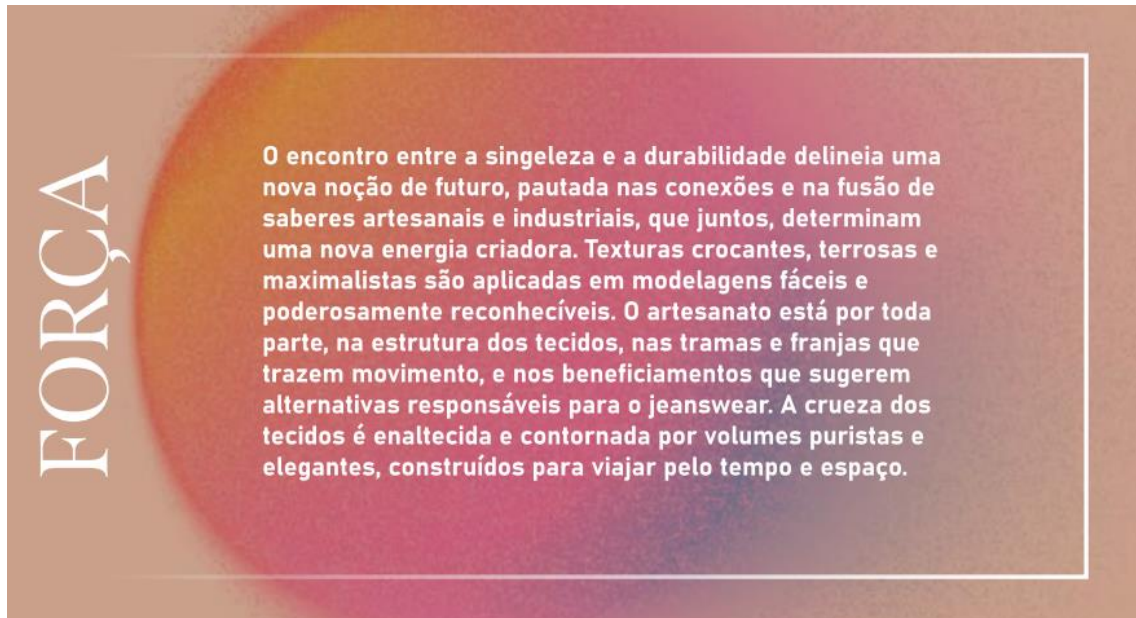
Figura 97 – Produtos - Liberdade



Fonte: Autoral, 2024

A terceira e última tendência abordada foi chamada pela plataforma, Força. Ela traz a proposta de produtos criativos e maximalistas, ainda que pautados na pureza do tecido e em modelagens despretensiosas e elegantes.

Figura 98 - Conceito Força



Fonte: Inova Moda Digital, 2023

Visando a plena compreensão da tendencia abordada, segue painel visual de apoio elaborado sob o viés da coleção proposta.

Figura 99 - Produtos, Força



Fonte: Autoral, 2024

A partir dos norteadores mercadológicos, a identificação de elementos e formas condizentes com a proposta de coleção e as tendências de mercado tornou-se mais intuitiva e natural.

3.7 Referências Visuais

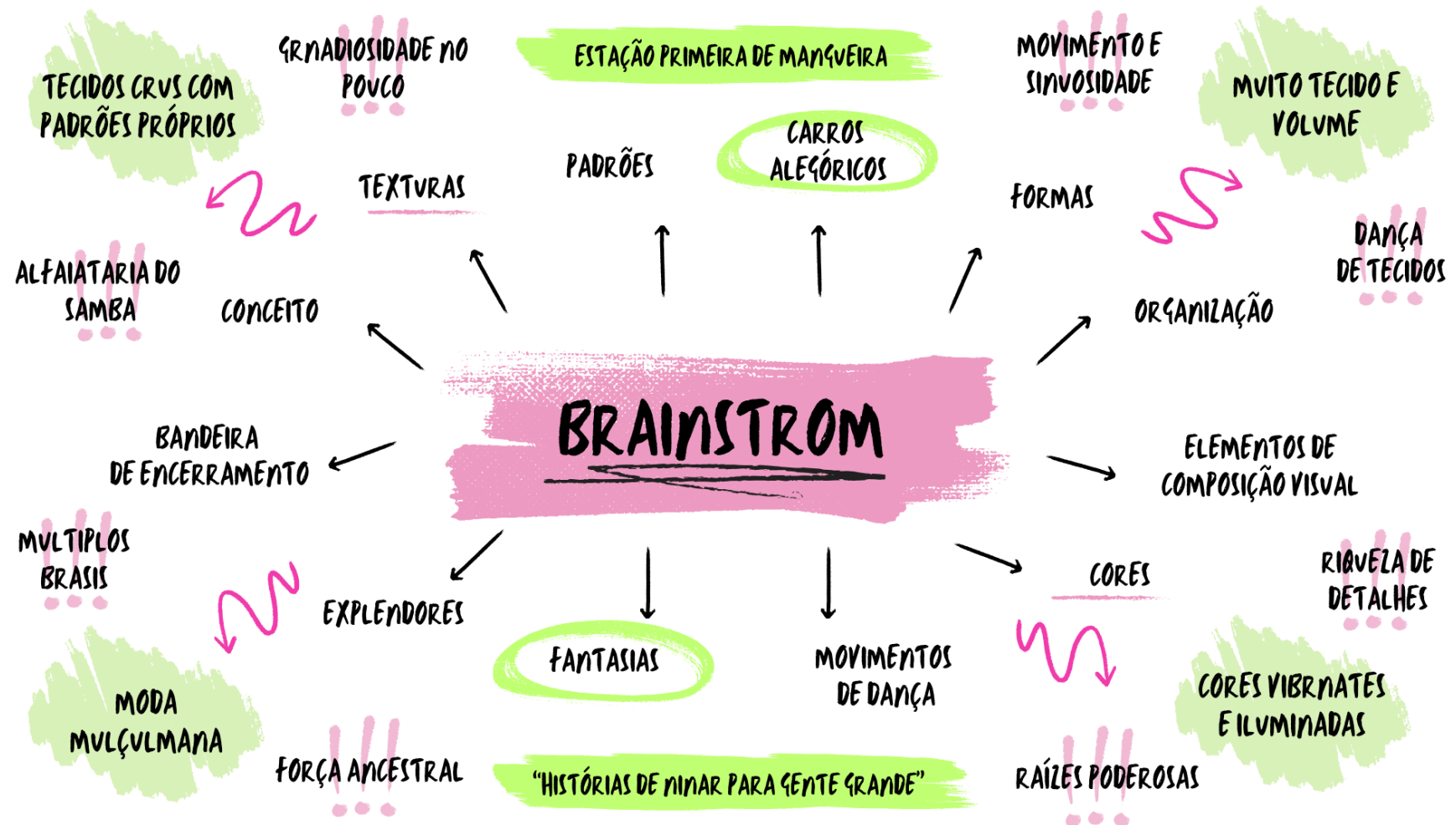
Para construção da coleção foram selecionados diversos elementos visuais referentes a comissão de frente e as cinco alas desfiladas na Sapucaí. Foram extraídos e traduzidos elementos como: formas, volumes, texturas, acabamentos, cores e movimentos. Dessa forma, a coleção traduz para as roupas a composição visual do enredo.

Buscando possibilidades de viabilizar a visualização crível da autora, foram selecionadas duas composições de estilo de marcas compreendidas como conceituais e uma referência extraída da marca Isaac Silva para apoiar o processo criativo. Delas foram extraídas inspirações de formas, volumes, texturas e acabamentos.

Visando compreender o primeiro passo para a extração das ideias da coleção, será apresentado abaixo o primeiro painel de ideias da coleção, feita a partir de pensamentos e ideias gerados pelo processo de pesquisa feito até aqui. A partir dos direcionamentos delimitados nesse painel, foi possível extrair e buscar elementos visuais concretos no conjunto alegórico do desfile e nas peças de roupas utilizadas como inspiração.

O resultado final desse processo foi uma coleção cápsula experimental com foco conceitual inspirada no enredo “Histórias de Ninar para Gente Grande”, a coleção será apresentada no capítulo seguinte.

Figura 100 – Painel Visual – Primeira Extração de Ideias



Fonte: Autoral, 2024

- Referências Visuais – *Look 1*

Figura 101– Painei Visual - *Look 1*



Fonte: Autoral, 2024

Figura 102 - Referências Visuais – Look 1



Fonte: Autoral, 202

- **Referências Visuais – Look 2**

Figura 103 – Painei Visual - Look 2



Figura 33 – Autoral, 2024

Figura 104 - Referências Visuais - Look 2



Fonte: Autoral, 2024

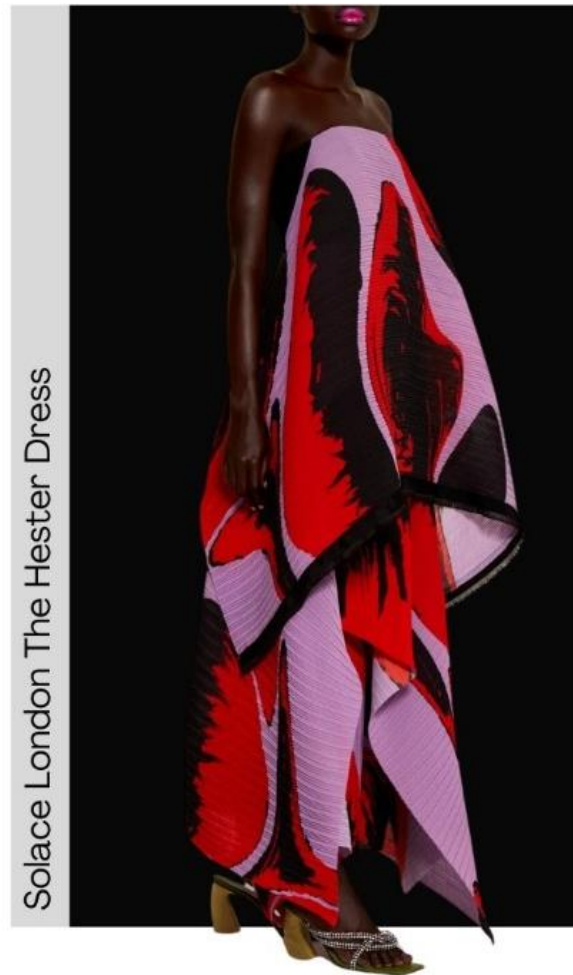
- **Referências Visuais – Look 3**

Figura 105 – Painei Visual - Look 3



Fonte: Autoral, 2024

Figura 106 - Referências Visuais - Look 3



Fonte: Autoral, 2024

- **Referências Visuais Look 4**

Figura 107 – Painel Visual - Look 4



Fonte: Autoral, 2024

Figura 108 - Referências Visuais - Look 4



Fonte: Autoral, 2024

- **Referências Visuais – Look 5**

Figura 109 – Painei Visual - Look 5



Fonte: Autoral, 2024

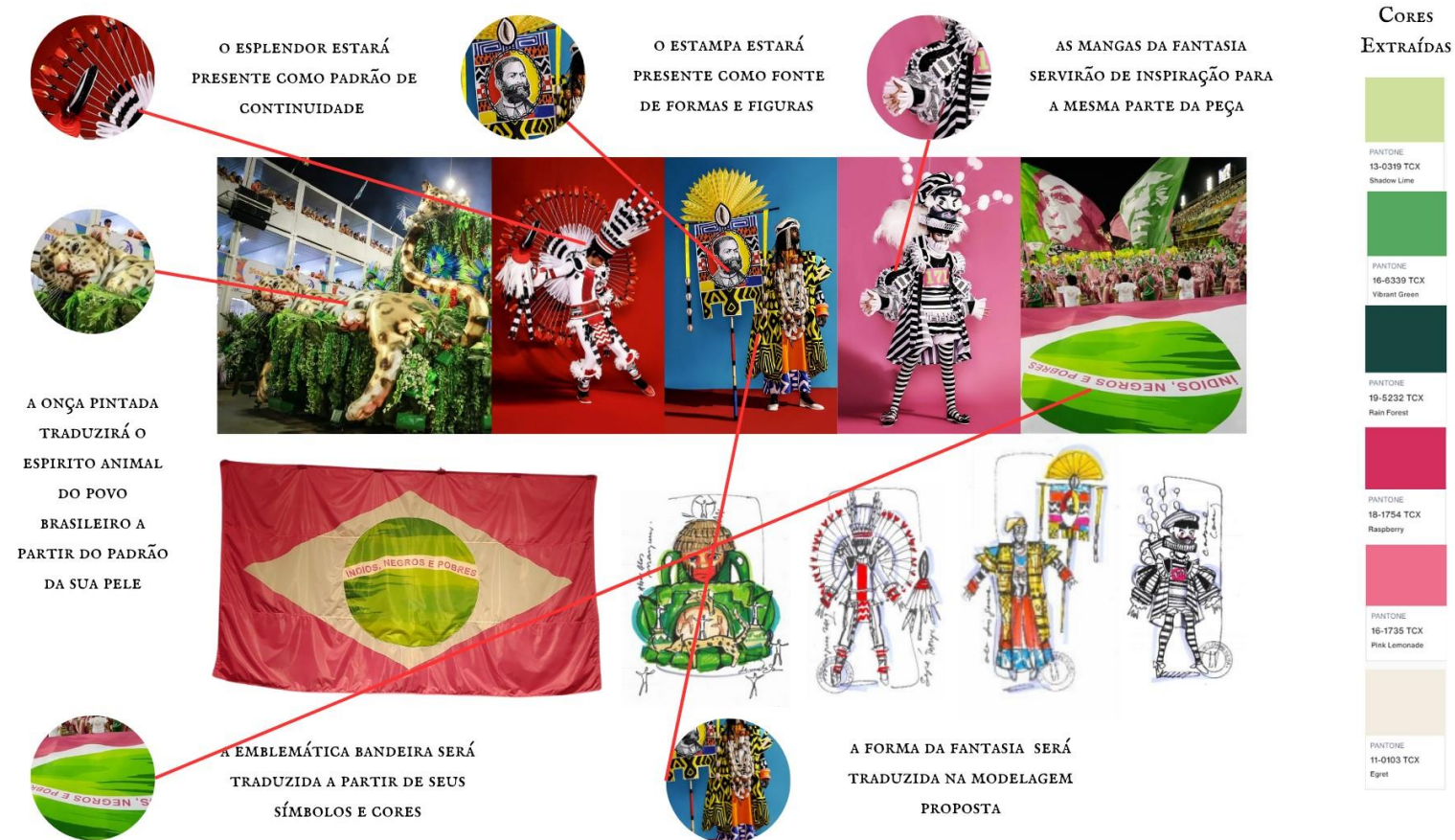
Figura 110 - Referências Visuais - Look 5



Fonte: Autoral, 2024

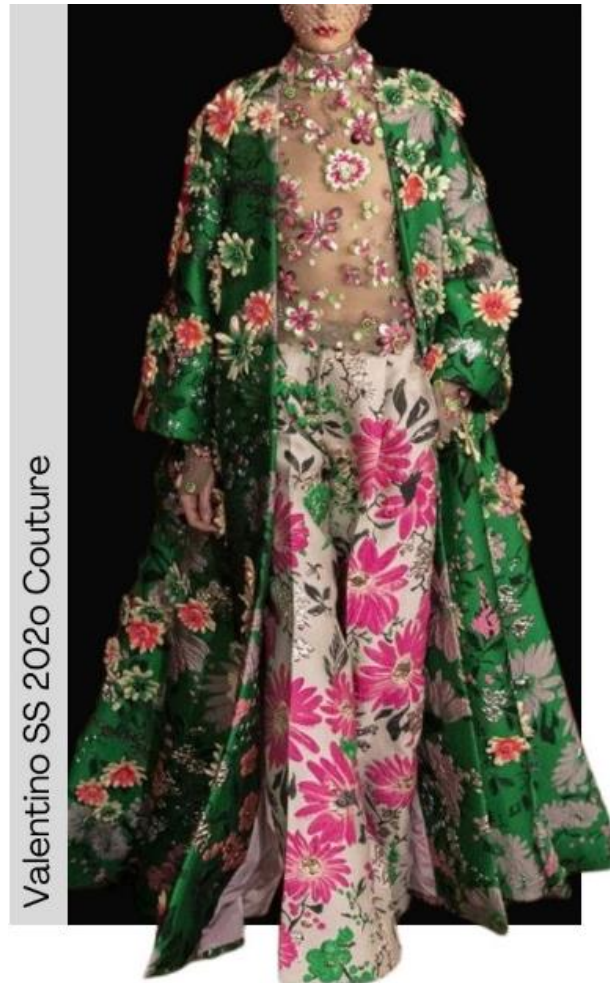
- **Referências Visuais – Look 6**

Figura 111– Painei Visual - Look 6



Fonte: Autoral, 2024

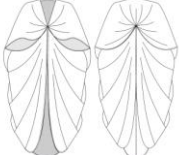
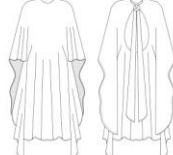
Figura 112 – Referências Visuais Look 6



Fonte: Autoral, 2024

4. A Coleção

Tabela 3 – Organização da Coleção

ORGANIZAÇÃO DA COLEÇÃO - "HISTÓRIAS DE NINAR PARA GENTE GRANDE"					
LOOK 1 - Abre Alas	LOOK 2 - "Mais Invasão Que Descobrimento"	LOOK 3 - "Heróis de Lutas Inglorias"	LOOK 4 - "Nem do Céu, Nem das Mão de Isabel"	LOOK 5 - A História que a História Não Conta"	LOOK 6 - "Dos Brasis que se Faz um País"
					
INSPIRAÇÃO	INSPIRAÇÃO	INSPIRAÇÃO	INSPIRAÇÃO	INSPIRAÇÃO	INSPIRAÇÃO
FANATSIAS DA COMISSÃO DE FRENTE E O TRIPE ALEGORICO	O MOVIMENTO DA PORTA BANDEIRA E AS FANTASIAS DOS CASAL E O CARRO "MAIS INVASÃO DO QUE DESCOBRIMENTO"	A FANTASIA "O GENOCÍDIO INDÍGENA NO BRASIL" E O CARRO "O SANGUE RETINTO POR TRÁS DO HERÓI EMOLDURADO"	AS FANTASIAS "NEGRO QUILOMBOLA", "SAPIÊNCIA NEGRA" E O TOM DE ROSA DO PAVILHÃO DE MANGUEIRA	AS FANTASIAS "VERSÃO JOCOSA PARA PEDRO I", "O MARECHAL REPUBLICANO QUE NÃO TIROU A MONARQUIA DA CABEÇA" E "O RETRATO DE TIRADENTES"	4 FANTASIAS E 1 CARRO ALEGÓRICO, CADA UM REPRESENTANDO UMA DAS CINCO ALAS, E A BANDEIRA DE ENCERRAMENTO DO DESFILE
CORES	CORES	CORES	CORES	CORES	CORES
VIBRANT YELLOW	ARCADIA & RABERRY	SALSA, TANGERINE TANGO, RASBERRY & CATTLEYA ORCHID	EGRET E RASBERRY	SURF THE WEB & EGRET	RAIN FOREST, RASBERRY, VIBRANT GREEN, SHADOW LIME, PINK LEMONADE & EGRET
MATERIAIS	MATERIAIS	MATERIAIS	MATERIAIS	MATERIAIS	MATERIAIS
CETIM DE SEDA & CHIFFON DE SEDA	CETIM DE SEDA	SARJA DE ALGODÃO	LAISE RICHELIEU	CETIM DE SEDA	CETIM DE SEDA & CHIFFON DE SEDA
AVIAMENTOS	AVIAMENTOS	AVIAMENTOS	AVIAMENTOS	AVIAMENTOS	AVIAMENTOS
ENTRETELA, ZIPER INVISÍVEL & VIDRILHOS	CRISTAIS	ENTRETELA, ZIPER INVISÍVEL E FRANJAS	COLCHETES, CRISTAIS & PÊROLAS	CRISTAIS	PONTEIRA, CRISTAIS, VIDRILHOS & ELÁSTICO
ENOBRECIMENTOS	ENOBRECIMENTOS	ENOBRECIMENTOS	ENOBRECIMENTOS	ENOBRECIMENTOS	ENOBRECIMENTOS
BORDADO EM PEDRATIA	BORDADO EM PEDRATIA	FRNJAS	BORDADO EM LINHA E PEDRARIA	BORDADO EM PEDRARIA	BORDADO EM PEDRARIA
DESENHOS TÉCNICOS	DESENHOS TÉCNICOS	DESENHOS TÉCNICOS	DESENHOS TÉCNICOS	DESENHOS TÉCNICOS	DESENHOS TÉCNICOS
					

Fonte: Autoral, 2024

Figura 113 - A Coleção - “Histórias de Ninar para Gente Grande”



Fonte: Autoral, 2024

4.1 Look 1 – Abre Alas

Figura 114 – Look 1 – Abre Alas



Fonte: Autoral, 2024

4.2 Look 2 – “Mais Invasão Que Descobrimento”

Figura 115 - Look 2 – “Mais Invasão Que Descobrimento”



Fonte: Autoral, 2024

4.3 Look 3 – “Heróis de Lutas Inglórias”

Figura 116 - Look 3 – “Heróis de Lutas Inglórias”



Fonte: Autoral, 2024

4.4 Look 4 – “Nem do Céu, Nem das Mãos de Isabel”

Figura 117 - Look 4 – “Nem do Céu, Nem das Mãos de Isabel”



Fonte: Autoral, 2024

4.5 Look 5 – “A História que a História Não Conta”

Figura 118 - Look 5 – “A História que a História Não Conta”



Fonte: Autoral, 2024

4.6 Look 6 – “Dos Brasis que se Faz um País”

Figura 119 - Look 6 – “Dos Brasis que se Faz um País”

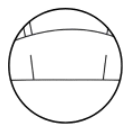
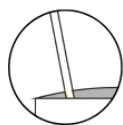
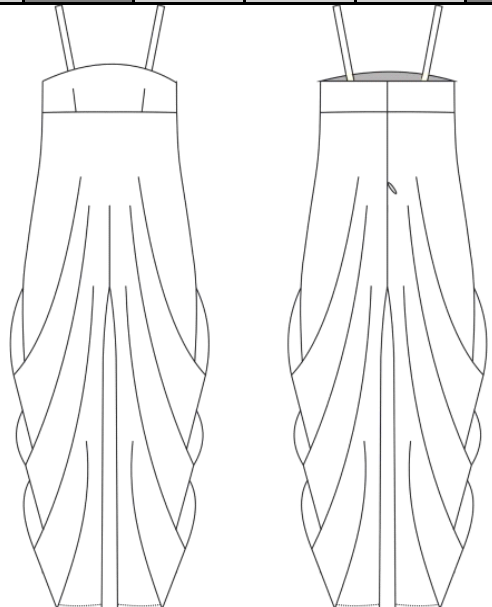


Fonte: Autoral, 2024

4.7 Fichas de Desenvolvimento

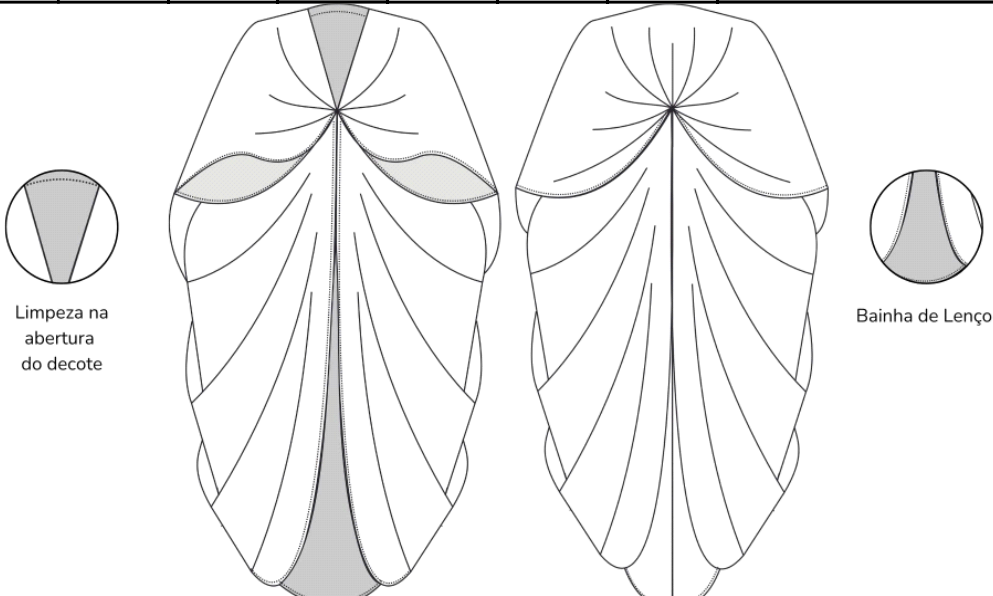
- Look 1

Figura 120 - Ficha de Desenvolvimento

FICHA DE DESENVOLVIMENTO							
MODELISTA	JANAÍNA			COLEÇÃO	HISTÓRIAS DE NINAR PRA GENTE GRANDE		
MODELO	ABRE ALAS			REFERÊNCIA	TCCP1		
DATA	24/06/2024			DESIGNER	MARIA EDUARDA LEMOS		
DESCRIÇÃO	Macacão tomara que caia longo e amplo com pernas em forma de barril drapeado e boradados em pedraria no busto						
GRADE	PP	P	M	G	GG	GG2	TAMANHOS DO 36 AO 54
 Pences no Busto e Entretela na pala  Alças Removíveis  Zíper Invisível  Bainha Italiana 2,5 cm 							
OBSERVAÇÕES	Alças removíveis, entretela na pala do decote e zíper traseiro invisível						
MATERIAIS E AVIAMENTOS							
TECIDOS							
TIPO	CETIM DE SEDA		CHIFFON DE SEDA		X		
COMPOSIÇÃO	100% Seda		100% Seda		X		
FORNECEDOR	Riviera Tecidos Finos		Mittus Tecidos Finos		X		
CUSTO	R\$ 251,00		R\$ 128,00		X		
AVIAMENTOS							
TIPO	ZÍPER INVISÍVEL		ENTRETELA		VIDRILHOS		
COMPOSIÇÃO	100% Algodão		100 % Poliéster		100% Vidro		
FORNECEDOR	Armarinho São José		Armarinho São José		Cias dos Botões		
CUSTO	R\$ 2,50		R\$ 6,39		R\$ 178,99		
ENOBRECIMENTOS							
Bordado em Pedraria na faixa do busto e costas							

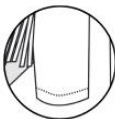
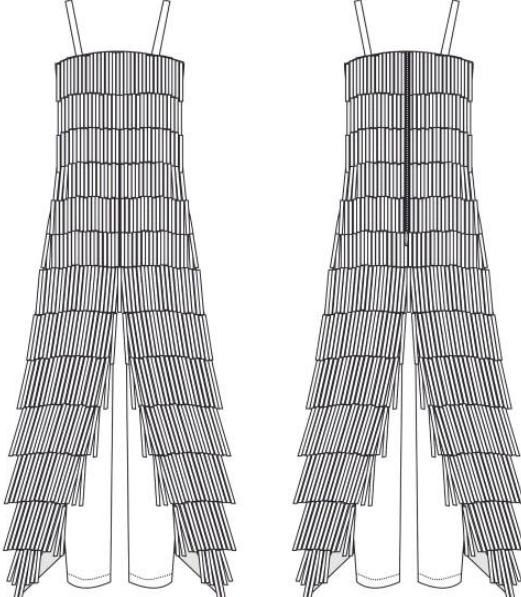
- **Look 2**

Figura 121 - Ficha de Desenvolvimento - Look 2

FICHA TÉCNICA							
MODELISTA	JANAÍNA			COLEÇÃO	HISTÓRIAS DE NINAR PRA GENTE GRANDE		
MODELO	MAIS INVASÃO DO QUE DESCOBRIMENTO			REFERÊNCIA	TCCP2		
DATA	24/06/2024			DESIGNER	MARIA EDUARDA LEMOS		
DESCRIÇÃO	Vestido oval longo drapeado com decote V profundo e mangas morcego na altura cotovelo						
GRADE	PP	P	M	G	GG	GG2	TAMANHOS DO 36 AO 54
							
OBSERVAÇÕES	x						
MATERIAIS E AVIAMENTOS							
TECIDOS							
TIPO	CETIM DE SEDA						
COMPOSIÇÃO	100% Seda						
FORNECEDOR	Riviera Tecidos Finos						
CUSTO	R\$ 251,00						
AVIAMENTOS							
TIPO	CRISTAIS SWAROVSKI						
COMPOSIÇÃO	100 % Swarovski						
FORNECEDOR	Ju Artes						
CUSTO	R\$69,40						
ENOBRECIMENTOS							
Bordado em Pedraria em toda a peça							

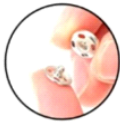
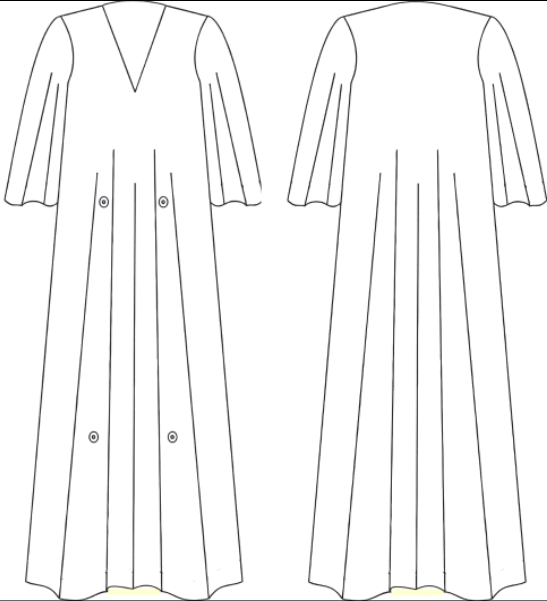
• Look 3

Figura 122 - Ficha de Desenvolvimento - Look 3

FICHA DE DESENVOLVIMENTO							
MODELISTA	JANAÍNA			COLEÇÃO	HISTÓRIAS DE NINAR PRA GENTE GRANDE		
MODELO	HERÓIS DE LUTAS INGLÓRIAS			REFERÊNCIA	TCCP3		
DATA	24/06/2024			DESIGNER	MARIA EDUARDA LEMOS		
DESCRIÇÃO	Macacão retangular longo tomara que caia comaplicações de franjas assimétricas						
GRADE	PP	P	M	G	GG	GG2	TAMANHOS DO 36 AO 54
 Alças removíveis  Zíper Invisível  Entretela na pala  Bainha Italiana 2,5 cm 							
OBSERVAÇÕES	Alças removíveis, entretela na pala do decote e zíper traseiro invisível						
MATERIAIS E AVIAMENTOS							
TECIDOS							
TIPO	SARJA DE ALGODÃO						
COMPOSIÇÃO	62% Linho 38% Algodão						
FORNECEDOR	Ribnits Tecidos						
CUSTO	R\$ 49,90						
AVIAMENTOS							
TIPO	ZÍPER INVISÍVEL		FRANJAS		ENTRETELA		
COMPOSIÇÃO	100% Algodão		100% Poliéster		100% Poléster		
FORNECEDOR	Armarinho São José		Top 3 Aviamentos		Armarinho São José		
CUSTO	R\$ 2,50		R\$ 120,90		R\$ 6,39		
ENOBRECIMENTOS							
Aplicação de frnajas em toda a peça							

• Look 4

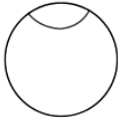
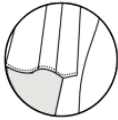
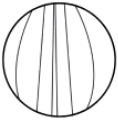
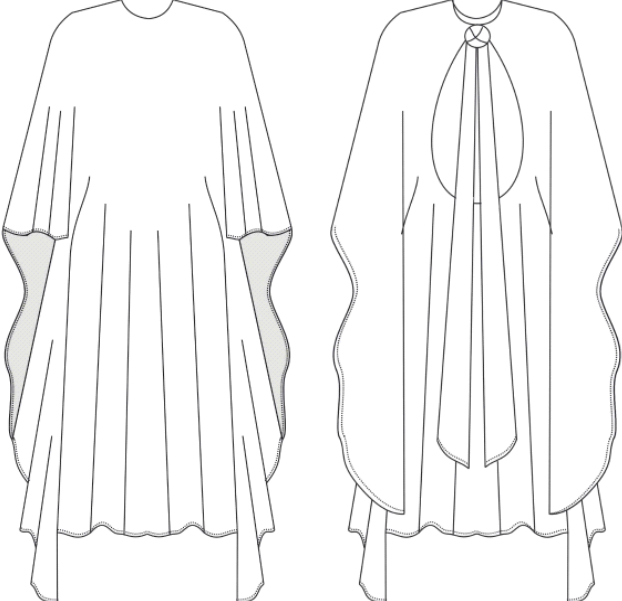
Figura 123 - Ficha de Desenvolvimento - Look 4

FICHA DE DESENVOLVIMENTO							
MODELISTA	JANAÍNA			COLEÇÃO	HISTÓRIAS DE NINAR PRA GENTE GRANDE		
MODELO	NEM DO CÉU, NEM DAS MÃOS DE ISABEL			REFERÊNCIA	TCCP4		
DATA	24/06/2024			DESIGNER	MARIA EDUARDA LEMOS		
DESCRIÇÃO	Vestido trapézio longo godê com decote V profundo e mangas na altura do cotovelo						
GRADE	PP	P	M	G	GG	GG2	TAMANHOS DO 36 AO 54
Colchete Metálico Grande   Bainhas Orgânicas do Richelieu 							
OBSERVAÇÕES	Aplicação de colchete na parte central da linha da cintura e abaixo do joelho						
MATERIAIS E AVIAMENTOS							
TECIDOS							
TIPO	LAISE RICHELIEU						
COMPOSIÇÃO	100% Algodão						
FORNECEDOR	Riviera Tecidos Finos						
CUSTO	R\$ 86,60						
AVIAMENTOS							
TIPO	COLCHETE	CRISTAIS SWAROVSKI		PÉROLA			
COMPOSIÇÃO	100% METAL	100 % Swarovski		100% Pérola			
FORNECEDOR	Armarinho São José	Ju Artes		Rei do Armarinho			
CUSTO	R\$ 75,69	R\$69.40		R\$ 32,02			
ENOBRECIMENTOS							
Bordado em pedraria em toda a peça							

Fonte: Autoral, 2024

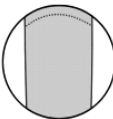
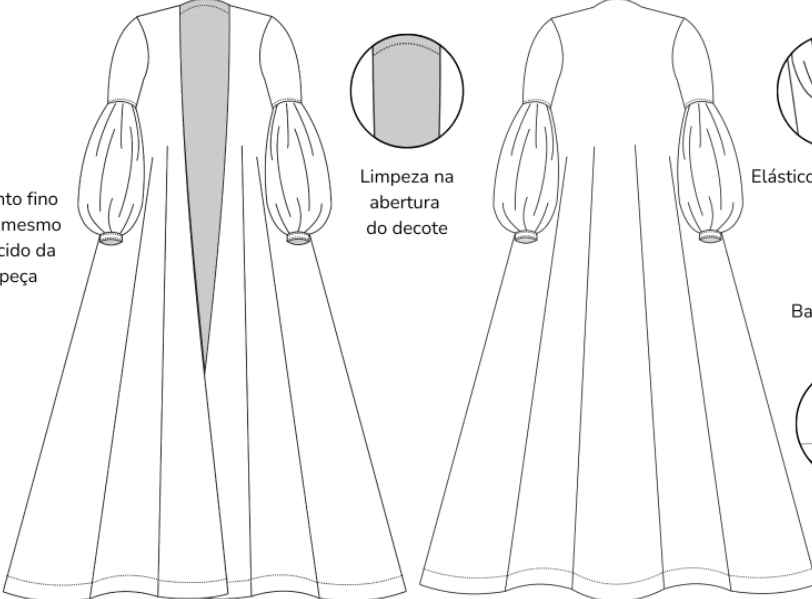
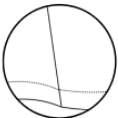
• Look 5

Figura 124 - Ficha de Desenvolvimento - Look 5

FICHA DE DESENVOLVIMENTO							
MODELISTA	JANAÍNA			COLEÇÃO	HISTÓRIAS DE NINAR PRA GENTE GRANDE		
MODELO	A HISTÓRIA QUE A HISTÓRIA NÃO CONTA			REFERÊNCIA	TCCP5		
DATA	24/06/2024			DESIGNER	MARIA EDUARDA LEMOS		
DESCRIÇÃO	Vestido assimétrico midi tipo kaftan com abertura nas costas e gola média						
GRADE	PP	P	M	G	GG	GG2	TAMANHOS DO 36 AO 54
 Limpeza na gola  Bainha de Lenço  Abertura nas Costas com limpeza 							
OBSERVAÇÕES	Recorte oval na parte traseira, amarração central na gola traseira e mangas assimétricas						
MATERIAIS E AVIAMENTOS							
TECIDOS							
TIPO	CETIM DE SEDA						
COMPOSIÇÃO	100% Seda						
FORNECEDOR	Riviera Tecidos Finos						
CUSTO	R\$ 251,00						
AVIAMENTOS							
TIPO	CRISTAIS SWAROVSKI	X					
COMPOSIÇÃO	100 % Swarovski	X					
FORNECEDOR	Ju Artes	X					
CUSTO	R\$69.40	X					
ENOBRECIMENTOS							
Bordado em pedraria no início das mangas e gola, terminado abaixo do busto							

• Look 6

Figura 125 - Ficha de Desenvolvimento - Look 6

FICHA DE DESENVOLVIMENTO							
MODELISTA	JANAÍNA			COLEÇÃO	HISTÓRIAS DE NINAR PRA GENTE GRANDE		
MODELO	DOS BRASIS QUE SE FAZ UM PAÍS			REFERÊNCIA	TCCP6		
DATA	24/06/2024			DESIGNER	MARIA EDUARDA LEMOS		
DESCRIÇÃO	Capa Sobretudo tipo kimono com godê amplo e mangas longas bufantes						
GRADE	PP	P	M	G	GG	GG2	TAMANHOS DO 36 AO 54
 Cinto fino do mesmo tecido da peça Ponteira  Limpeza na abertura do decote   Elástico nos punhos  Bainha Italiana de 4 cm							
OBSERVAÇÕES	Forro do mesmo tecido da peça e elástico nos punhos						
MATERIAIS E AVIAMENTOS							
TECIDOS							
TIPO	CETIM DE SEDA		CHIFFON DE SEDA		X		
COMPOSIÇÃO	100% Seda		100% Seda		X		
FORNECEDOR	Riviera Tecidos Finos		Mittus Tecidos Finos		X		
CUSTO	R\$ 251,00		R\$ 128,00		X		
AVIAMENTOS							
TIPO	ELÁTICO	CRISTAIS SWAROVSKI	VIDRILHOS	PÉROLA			
COMPOSIÇÃO	59% Polié 41% Elasto	100 % Swarovski	100% Vidro	100% PÉROLA			
FORNECEDOR	Armarinho São José	Ju Artes	Cias dos Botões	Rei do Armarinho			
CUSTO	R\$ 20,89	R\$ 69,40	R\$ 178,99	R\$ 32,02			
ENOBRECIMENTOS							
Bordado em pedraria no início das mangas e gola, terminado abaixo do busto							

5. Desenvolvimento dos Protótipos

5.1 Vestido “Nem do Céu, Nem das Mãos de Isabel”

A peça protótipo desse projeto foi selecionada sob justificativa prática e sentimental. Sob a ótica prática, a peça possui elementos que remetem as seis peças da coleção, como a cor, os volumes, o decote e os enobrecimentos aplicados. Sob a perspectiva sentimental, a peça foi inspirada diretamente na fantasia usada pela bateria da Estação Primeira de Mangueira no dia do desfile abordado. A bateria, reconhecida como o coração de uma escola de samba, será representada e homenageada através da peça protótipo da coleção.

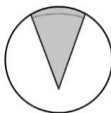
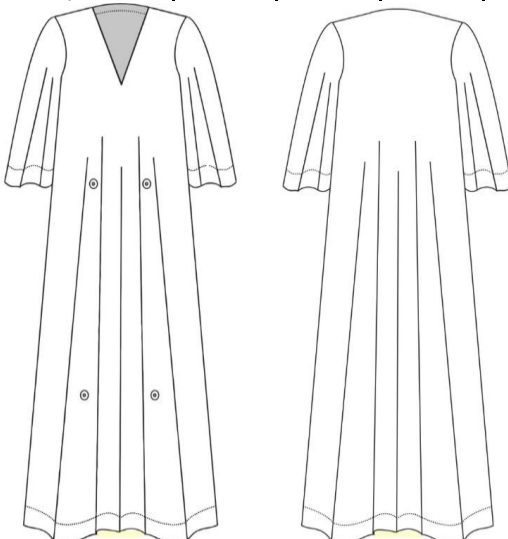
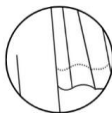
A peça foi criada para ser produzida no tecido Richelieu cem por cento algodão, entretanto, devido a limitação de verba do projeto e o alto preço do material, o protótipo foi produzido em Viscolinho. Mesmo com suas acentuadas dissemelhanças do tecido pensado originalmente, o Viscolinho foi escolhido principalmente por seu caimento e textura, trazendo um aspecto rústico e artesanal que ajudaria a remeter ao Richelieu.

Para resgatar a essência do tecido Richelieu e fazer referência aos seus padrões rendados foram utilizadas aplicações de Renda Guipir na parte frontal e trazeira da peça, contribuindo para a percepção parcial da proposta inicial.

A peça possui também aspectos de transformação, podendo ser utilizada de duas maneiras distintas, sem que perca suas características estéticas e seu acabamento. A utilização desse artifício na produção desse protótipo deu-se para que a peça possa representar, individualmente, os outros volumes presentes na coleção.

A figura a seguir traz as especificações técnicas da peça assim como os materiais e aviamentos os utilizado na produção do protótipo. Essa ficha foi utilizada posteriormente para o desenvolvimento da modelagem.

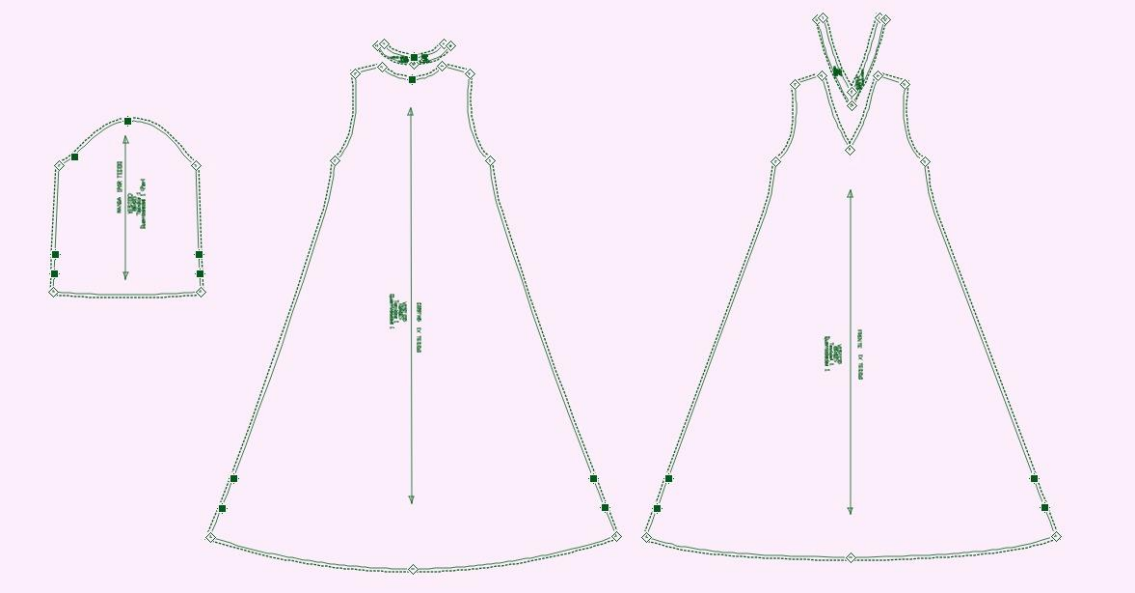
Figura 126 - Ficha Técnica do Protótipo

FICHA TÉCNICA							
MODELISTA	JANAÍNA				COLEÇÃO	HISTÓRIAS DE NINAR PRA GENTE GRANDE	
MODELO	NEM DO CÉU, NEM DAS MÃOS DE ISABEL				REFERÊNCIA	TCCP4	
DATA	24/06/2024				DESIGNER	MARIA EDUARDA LEMOS	
DESCRIÇÃO	Vestido trapézio longo godê com decote V profundo e mangas na altura do cotovelo						
GRADE	PP	P	M	G	GG	GG2	TAMANHOS DO 36 AO 54
 23 cm de decote em V com Limpeza Entretelada  Colchete Metálico Grande   Bainha Italiana 8 cm  Bainha Italiana Invisível 8 cm							
OBSERVAÇÕES	Aplicação de colchete na parte central da linha da cintura e abaixo do joelho						
MATERIAIS E AVIAMENTOS							
TECIDOS							
TIPO	Viscolinho						
COMPOSIÇÃO	70% Linho 30% Viscose						
FORNECEDOR	Aliah Tecidos						
CUSTO	R\$ 19,90						
CONSUMO	4,5 Metros						
AVIAMENTOS							
TIPO	Colchete	Entretela		Aplicação de Renda Guipir			
COMPOSIÇÃO	100% Metal	100% Poliéster		100% Poliéster			
FORNECEDOR	Armarinho São José	Armarinho São José		Elos7			
CUSTO	R\$ 1,50	R\$ 6,39		R\$ 75,90			
CONSUMO	2 Unidades	0,30 Cm		2 Pares			
ENOBRECIMENTOS							
APLICAÇÃO DE RENDA GUIPIR							
CUSTO							
TECIDO	AVIAMENTOS			MÃO DE OBRA			
R\$ 86,55	R\$ 85,29			R\$ 150,00			
TOTAL: R\$321,84							

Fonte: Autoral, 2024

A modelagem desse projeto foi terceirizada pela autora, ficando nas mãos da modelista Janaína Sant’Anna, que desenvolveu a modelagem no programa de automatização de modelagem, *Audaces*. A peça foi feita sob medida para a autora.

Figura 127 – Modelagem Feita no *Audaces*



Fonte: Janaína Sant’Anna, 2024

Ao todo, foram desenvolvidas cinco partes componentes do molde entre elas estão: frente, costas, mangas e limpeza. Como descrito na tabela abaixo:

Tabela 4- Partes Componentes do Molde

PARTES COMPONENTES DO MOLDE	
1X	FRENTE
1X	COSTAS
1 PAR	MANGA
1X	LIMPEZA DECOTE FRENTE / ENTRETELA
1X	LIMPEZA DECOTE COSTAS / ENTRETELA

Fonte: Autoral, 2024

Após a aprovação da modelagem, a peça foi cortada e costurada pelas mãos de Ana Cristina Sant'Anna, que seguiu a seguinte sequência operacional:

Tabela 5 - Sequência Operacional

Nº	Operações de costura	Máquinas	Componentes	Linha de costura	Bitola (cm)	Pontos /cm
1	Fusionar entretela nas limpezas	Ferro	—	—	—	—
2	Chulear limpezas	Overloque 3 linhas	Agulha loopers	Tex 27 Tex 18	0,4	4,0 ± 0,5
3	Unir ombros das limpezas	Reta	1 Agulha	Tex 27	1,0	4,0 ± 0,5
4	Unir ombros	Reta	1 Agulha	Tex 27	1,0	4,0 ± 0,5
5	Chulear ombros	Overloque 3 linhas	Agulha loopers	Tex 27 Tex 18	0,4	4,0 ± 0,5
6	Unir limpezas ao decote da frente e costas	Reta	1 Agulha	Tex 27	1,0	4,0 ± 0,5
7	Pregar mangas na cava	Reta	1 Agulha	Tex 27	1,0	4,0 ± 0,5
8	Chulear cava das mangas	Overloque 3 linhas	Agulha loopers	Tex 27 Tex 18	0,4	4,0 ± 0,5
9	Fechar mangas e laterais	Reta	1 Agulha	Tex 27	1,0	4,0 ± 0,5
10	Chulear mangas e laterais	Colarete 3 agulhas	Agulha loopers	Tex 27 Tex 18	0,4	4,0 ± 0,5
11	Fazer bainha da barra e mangas	Reta	1 Agulha	Tex 27	2,0 / 10,0	4,0 ± 0,5
12	Passar	Ferro	—	—	—	—

Fonte: Janaína Sant'Anna, 2024

Assim que a peça foi completamente unida e fechada, foi realizado um teste de vestibilidade com a autora. Nesse momento, a peça estava sem acabamentos definitivos e sofreu alguns ajustes, como a altura do decote, o tamanho da cava, a linha do ombro e as alturas das bainhas das mangas e da barra:

Figura 128 - Primeira Prova



Fonte: Autoral, 2024

Após os ajustes e a aprovação final da peça, foram colocados os aviamentos e enobrecimentos devidos. Posicionados ao centro da peça, na direção da linha da cintura e na linha do joelho, foram aplicados dois colchetes grandes. Esse aviamento foi utilizado visando possibilitar a transformação da peça.

Figura 129 - Posicionamento dos Aviamentos



Fonte: Autoral, 2024

Assim que os processos documentados acima foram finalizados, chegou-se o momento de aplicar a Renda Guipir. A aplicação têxtil foi posicionada ao redor do decote e centralizada na parte traseira, levemente abaixo do decote traseiro. Com o auxílio do designer de produto, Tallyson Vilela para o posicionamento simétrico e da designer de moda, Maria Angélica Ramos para a costura manual da aplicação, o protótipo foi devidamente finalizado.

Figura 130 - Posicionamento da Aplicação Têxtil



Fonte: Autoral, 2024

Figura 131 – Processo de Finalização



Fonte: Autoral, 2024

5.2 Acessório de Cabeça

Com o objetivo de homenagear a Estação Primeira de Mangueira, foi produzido um acessório conceitual em parceria com a marca de acessórios para cabeça, Arranjoo. A dona e diretora criativa da marca é a mesma pessoa que modelou a peça têxtil produzida nesse projeto.

A paleta de cores utilizada na produção do acessório conceitual seguir a mesma lógica da coleção como um todo, focando principalmente nas cores representativas para a escola de samba do Morro de Mangueira.

Figura 132- Paleta de Cores Acessório Conceitual

			
PANTONE 18-1754 TCX Raspberry	PANTONE 16-6339 TCX Vibrant Green	PANTONE 13-0858 TCX Vibrant Yellow	PANTONE 11-0103 TCX Egret

Fonte: Autoral, 2024

Os materiais utilizados na produção desse acessório visaram os efeitos práticos e visuais da peça, esses materiais estão descritos abaixo:

Figura 133- Matérias

 Passamanaria	 Arame	 Plumas	 Arcos	 Pedra em Gota	 Fita de Cetim
Armarinho São José Preço: R\$24,69 10 m 9 mm	Loja Bibelô Preço: R\$1,40 10m 100% Alumínio	Plumas e Penas Preço: R\$50,00 100 gr Tamanhos Variados	Elos 7 Preço: R\$12,99 12 Uni 100% Plástico	Joice Pedrarias Preço: R\$29,90 1000 Uni 100% Acrílico	Armarinho São José Preço: R\$5,89 Rolo 100% Poliéster

Fonte: Autoral, 2024

O acessório foi primariamente inspirado pelas imagens abaixo, encontradas através de pesquisas em aplicativos de busca de imagens.

Figura 134 – Inspirações Primárias



Fonte: Autoral, 2024

Visando a melhor visualização da proposta do acessório conceitual, foi realizada uma representação gráfica virtual da peça:

Figura 135 - Representação Gráfica do Acessório Conceitual



Fonte: Autoral, 2024

O acessório conceitual foi feito manualmente, ou seja, é um trabalho experimental feito de forma artesanal, por isso, o processo de construção possui algumas variáveis, mas segue a lógica descrita abaixo:

Tabela 6 - Sequência Operacional

SEQUÊNCIA OPERACIONAL	
1ª	Encapar arco com a fita de cetim
2ª	Inserir a passamanaria no arame
3ª	Modelar o arame do formato de flores
4ª	Colar as flores no formato de pirâmide
5ª	Inserir a estrutura aramada no arco
6ª	Colar as penas no arco
7ª	Colar as pedrarias no arame de detalhe
8ª	Inserir o arame de detalhe no arco
9ª	Finalizar e dar acabamento

Fonte: Autoral, 2024

O resultado final apresentado abaixo fará parte do ensaio fotográfico da peça protótipo desse projeto, contribuindo para a representação imagética do carnaval e da escola de samba Estação Primeira de Mangueira.

Figura 136 - Acessório Conceitual



Fonte: Autoral, 2024

5.3 Ensaio Fotográfico

Para a realização do ensaio fotográfico contou-se com a peça protótipo da coleção “Histórias de Ninar para Gente Grande” e o acessório conceitual de cabeça em homenagem a Estação Primeira de Mangueira. O ensaio foi produzido tendo a autora desse projeto como modelo, maquiadora e cabeleireira, com o auxílio de João Augusto Pimenta, como diretor e fotógrafo.











5.4 Feedbacks

Para concluir a última etapa do processo de elaboração da coleção apresentada, as peças projetadas e os protótipos foram apresentados para o grupo de pessoas que fez parte da pesquisa com abordagem focal. Nesse momento, esse grupo representa o público-alvo da coleção e contribuí para com a construção e experimentação da opinião pública frente ao projeto de coleção inspirado no enredo “Histórias de Ninar para Gente Grande”.

Frente a coleção completa e a peça protótipo, os entrevistados responderam ao seguinte questionamento: “Se você tivesse que resumir a coleção em três adjetivos, quais seriam?”. Esse questionamento resultou na nuvem de palavras na imagem abaixo:

Figura 137 – Nuvem de Palavras



Fonte: Autoral, 2024

Considerações Finais

O Trabalho de Conclusão de Curso apresentado teve como objetivo primordial a criação de uma coleção cápsula experimental para a marca de moda Isaac Silva. A coleção, inspirada no enredo “Histórias de Ninar para Gente Grande”, criado e desenvolvido pelo carnavalesco e enredista, Leandro Vieira, foi apresentada em dois mil e dezenove pela Escola de Samba Estação Primeira de Mangueira, sendo ponto de partida criativo e conceitual para as tomadas de decisão e a elaboração da coleção.

Visando a melhor compreensão temática da proposta e seu propósito frente ao mercado de moda e o universo do carnaval, foi feito um levantamento historiográfico e sociocultural sobre as origens do Carnaval no Brasil, sua importância para construção de comunidades unidas pelo senso de luta coletiva e libertação, como a própria Mangueira. Além de uma análise sobre a construção e a importância do enredo abordado.

Com isso em mente, foi realizado uma coleta de dados e uma análise mercadológica sobre a marca Isaac Silva, agente dessa coleção frente ao setor de moda e vestuário. O desenvolvimento dessa etapa do projeto contou com um levantamento feito através de entrevistas virtuais com pessoas possivelmente alcançadas pela marca e que são compreendidas como seu público-alvo.

Além disso, foi feito um estudo de caso sobre a Reserva, marca que já propôs parcerias como uma abordagem temática semelhante a proposta desse projeto. Ao final desse levantamento, foi desenvolvida uma pesquisa com abordagem focal com um grupo de pessoas que foi selecionado através da entrevista anterior e posteriormente responderam um questionário abordando a viabilidade do projeto de coleção, os desejos do consumidor e potencialidade de aceitabilidade do mesmo.

Através dessas pesquisas, foi possível traçar o perfil ideal de público da coleção apresentada e estabelecer direcionamentos criativos e mercadológicos baseados na persona gerada por esse levantamento.

A partir da construção mercadológica da proposta, foi possível abordar o aprofundamento temático e criativo da coleção, que levou em consideração não só a construção imagética do enredo, como as tendências de consumo e comportamento no

setor de moda, culminando em uma coleção de abordagem conceitual, porém, baseada em direcionamentos concretos, possibilitando a viabilidade da proposta.

Desse modo considera-se que a coleção a proposta, mesmo que seguindo uma abordagem mais inventiva, indo na contramão do que o mercado tem proposto para esse tipo de colaboração, ainda assim é representativa e simbólica frente ao seu público, que busca vestir-se de suas paixões sob valores concretos e/ou abstratos.

Com isso, considera-se que o protótipo elaborado para essa coleção propôs um abordagem mais realista e viável para o modelo “Nem do Céu, Nem das Mão de Isabel”, substituindo o tecido Richelieu cem por cento algodão por Viscolinho de alta gramatura, assim como o tecido os aviamentos seguiram a mesma lógica produtiva, sendo selecionados visando a viabilidade e a amostragem da proposta. A Renda Guipir busca substituir as texturas e padrões do Richelieu apenas em pontos localizados da peça e o colchete viabiliza o caráter transformativo do protótipo, possibilitando as duas formas de uso propostas.

A substituição dos materiais originais deu-se por limitações de orçamento e tempo para o projeto, por isso o protótipo é apenas uma versão simplificada do produto final, visando a experimentação da proposta e da modelagem por meios simplificados e objetivos. Apesar desses fatos, a peça alcançou as expectativas da autora e possibilitou a demonstração concreta do potencial dessa coleção

Referências Bibliográficas

ALMEIDA, Meteus “Evelyn Bastos Fala de Reinado na Mangueira: 'Represento Todas As Mulheres Periférica'.” G1.globo.com. 2020. Disponível em: < <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/carnaval/2020/noticia/2020/01/15/evelyn-bastos-fala-de-reinado-na-mangueira-represento-todas-as-mulheres-perifericas.ghml> > Acesso em: 23 de maio de 2024.

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. “Design Thinking” tradução: Mariana Belloli; 1ª Edição. Porto Alegre: Bookman, 2011.200 p.

BARDANACHVILI, Rosanne. “Naquele Tempo... Saiba Por Que as Tias Baianas Como Jurema Eram Líderes”. Gshow.globo.com, 2012. Disponível em: < [Naquele Tempo... Saiba porque as tias baianas como Jurema eram líderes - Naquele tempo - Fique por dentro \(globo.com\)](#) > Acesso em: 23 de maio de 2024.

BAZAAR. “Vista Magalu e Isaac Silva: Collab” Harpersbazaar.uol.com.br, 2022. Disponível em: < [Vista Magalu e Isaac Silva: collab - Harper's Bazaar » Moda, beleza e estilo de vida em um só site \(uol.com.br\)](#) > Acesso em: 23 de maio de 2024.

CABRAL, Sérgio. “Escolas de Samba do Rio de Janeiro”. 1ª Edição. Rio de Janeiro: Lazuli. 2016. 560 p.

CORRÊA, Vitor. “A Influência do Marketing de Causa No Processo de Decisão de Compra: Um Estudo de Caso do Posicionamento da Marca Reserva”. 2020. 31p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda). UNISUL. Universidade do Sul de Santa Catarina, Santa Catarina.

DORNELES, Israel. “O Carnaval Como Comunicação: Uma Análise Do Samba-Enredo “Histórias Para Ninar Gente Grande”. 2009. 69 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia e Comunicação). UFRS. Porto Alegre, 2009. Disponível em: < [O carnaval como comunicação: uma análise do samba-enredo “Histórias para ninar gente grande” \(ufrgs.br\)](#) >

ELLE. “Isaac Silva e Vista Magalu Lançam Coleção Colaborativa” Elle.com.br, 2022. Disponível em: < [Isaac Silva e Vista Magalu lançam coleção colaborativa - ELLE Brasil](#) > Acesso em: 23 de maio de 2024.

FFW. “Isaac Silva Lança Collab com a Havaianas em Coleção com Inspiração Afroindígena” FFW.uol.com.br, 2021. Disponível em: < [Isaac Silva lança collab com a](#) >

Havaianas em coleção com inspiração afroindígena - FFW (uol.com.br) > Acesso em: 23 de maio de 2024.

FLAMENGO. “Reserva e Flamengo lançam Coleção Casual”. Flamengo.com.br, 2022. Disponível em: < <https://www.flamengo.com.br/noticias/institucional/reserva-e-flamengo-lancam-colecao-casua> > Acesso em: 23 de maio de 2024.

JUNIOR, Valdemar. “A Trajetória do Samba no Século XX: Da Marginalidade À Indústria Cultural”. 2012. 10 p. Artigo (Projeto de Pesquisa em Letras: Linguagem, Discurso e Cultura). UNINCOR. Minas Gerais. Disponível em: < [Dialnet-ATrajetoriaDoSambaNoSeculoXX-4791962.pdf](#) >

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. “Marketing 4.0”. 1ª Edição. tradução de Ivo Korytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2017. 208 p.

LIESA. “Livro Abre-Alas 2019”. Liesa.globo.com, 2019. Disponível em: <<https://liesa.globo.com/downloads/memoria/outros-carnavais/2019/abre-alas-segunda.pdf>> Acesso em: 23 de maio de 2024.

MAYER, Sofya. “Entenda a importância do Carnaval para a cultura e economia do país, após filósofo associar festa à Aids”. G1.globo.com, 2023. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/carnaval/2023/noticia/2023/02/04/entenda-a-importancia-do-carnaval-para-a-cultura-e-economia-do-pais-apos-filosofo-associar-festa-a-aids.ghtml>> Acesso em: 23 de maio de 2024.

MENEZES, Gabriel. “História Para Ninar Gente Grande”: Análise Do Figurino Da Estação Primeira De Mangueira Em 2019”. 2021. 60 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design de Moda). UFC. Fortaleza, 2021. Disponível em: [2021_tcc_gsgmenezes.pdf \(ufc.br\)>](#)

MORACE, Francesco. “Consumo autoral: as gerações como empresas criativas”. Tradução: Kathia Castilho. 2ª Edição. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2012. 248 p.

MUNARI, Bruno. “Das coisas nascem as coisas”. tradução José Manuel de Vasconcelos. São Paulo: Martins Fontes. 1998. 375 p.

NETO, Lira. “Uma História do Samba: As Origens”. 1ª Edição. São Paulo: Companhia das Letras. 2017. 340 p.

NOVELLO, Dariela. “Reserva e Mangueira lançam Collab de Carnaval” Br.fashionnetworl.com, 2021. Disponível em: < [Reserva e Mangueira lançam collab de carnaval \(fashionnetwork.com\)](https://br.fashionnetwork.com) > Acesso em: 23 de maio de 2024.

OLIVEIRA, Larissa. “O Samba (Algumas Histórias e Breve Histórico)”. 2016. 19 p. Artigo (Projeto de Pesquisa em Letras: Linguagem, Discurso e Cultura). UNINCOR. Minas Gerais. Disponível em: < [Dialnet-OSambaAlgumasHistoriasEBreveHistorico-5456476.pdf](https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5456476) >

OLIVEIRA, Max. “História Para Ninar Gente Grande: O Desfile Das Escolas De Samba Como Espaço Para A Produção De História Pública - Um Estudo Sobre O Enredo Da Mangueira De 2019”. 2020. 37 p. Artigo (Projeto de Pesquisa em História) UFRJ. Rio de Janeiro, 2020. Disponível em: < [Vista do HISTÓRIA PARA NINAR GENTE GRANDE: O DESFILE DAS ESCOLAS DE SAMBA COMO ESPAÇO PARA A PRODUÇÃO DE HISTÓRIA PÚBLICA - UM ESTUDO SOBRE O ENREDO DA MANGUEIRA DE 2019 \(ufrj.br\)](https://vista.ufrj.br/historia-para-ninar-gente-grande-o-desfile-das-escolas-de-samba-como-espaco-para-a-producao-de-historia-publica-um-estudo-sobre-o-enredo-da-mangueira-de-2019) >

PARANHOS, William. “História: Espaços, Poder, Cultura e Sociedade 3”. 2022. 24 p. Compilado de Artigos Científicos (Ciências Humanas e Sociais Aplicadas). Atena Editora. Paraná, 2022. Disponível em: < [a-figura-feminina-nas-primeiras-rodas-de-samba-uma-pesquisa-sobre-os-estudos-produzidos-sobre-o-samba-no-seculo-xx.pdf](https://www.atenaeditora.com.br/artigos-cientificos/ciencias-humanas-e-sociais-aplicadas/historia-espacos-poder-cultura-e-sociedade-3) >

POSNER, Harriet. “Marketing de Moda”. 5ª Edição. São Paulo: Gustavo Gili. 2016. 240 p.

SILVA, Marília; CACHAÇA, Carlos; FILHO, Arthur. “Fala, Mangueira”. 1.ª ed. Rio de Janeiro: Livraria José Olympio Editoria. 1980. 107-108 p.

SIMAS, Luís; FABATO, Fábio. “Para Tudo Começar na Quinta-feira: O Enredo dos enredos”. 1ª Edição. Fortaleza: Mórula Editorial. 2015. 193 p.

SIMAS, Luíz. “O Desabafo Sincopado da Cidade: A Estação Primeira da Mangueira Como Uma Instituição Política”. 2020. 50 p. Artigo (Projeto de Pesquisa em História Social). UERJ. Rio de Janeiro. Disponível em: < [Vista do O desabafo sincopado da cidade: a Estação Primeira da Mangueira como uma instituição política \(uerj.br\)](https://vista.ufrj.br/o-desabafo-sincopado-da-cidade-a-estacao-primeira-da-mangueira-como-uma-instituicao-politica-uerj-br) >

STRECKER, Márion. “Histórias Pra Ninar Gente Grande O Samba-Enredo Que Deu A Vitória À Escola De Samba Estação Primeira De Mangueira No Carnaval Deste Ano, No

Rio De Janeiro, Traz Uma Série De Referências Históricas”. 2019. 4 p. MAM Rio. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: < [38 a 41 Mundo-Codificado.pdf \(mam.rio\)](#) >

TREPTOW, Doris. “Inventando moda: planejamento de coleção”. 5ª Edição. São Paulo: Edição da Autora, 2013. 208 p.

VELLOSO, Mônica. “As Tias Baianas Tomam Conta do Pedaco: Espaço de Identidade Cultural no Rio De Janeiro”. 1990. 228 p. Artigo (Projeto de Pesquisa em Estudos Históricos). Fundação Carlos Chagas. São Paulo, 1990. Disponível em: < [Vista do As tias baianas tomam conta do pedaço... Espaço e identidade cultural no Rio de Janeiro \(fgv.br\)](#) >

Apêndice

Pesquisa Qualitativa – Público-Alvo Isaac Silva

- Nome:
 - Idade:
 - Profissão:
 - Religião:
-
1. O que você entende como cultura brasileira?
 2. O que você entende como ancestralidade afro-brasileira?
 3. Você valoriza a cultura brasileira atrelada a ancestralidade e religiosidade afro-brasileira na moda?
 4. Você acredita que a valorização de tais aspectos da cultura brasileira são valorizados suficientemente nos meios comerciais de moda do país?
 5. Você acredita que marcas de brasileiras que valorizam tais aspectos fazem isso com qualidade e responsabilidade?
 6. Você valoriza marcas de moda que prezam a representatividade de minorias brasileiras?
 7. Você valoriza marcas de moda que exploram signos identitários de minorias em suas criações?
 8. Você valoriza marcas de moda que se posicionam política e ideologicamente?
 9. Você valoriza marcas que prezam a quebra de estereótipos de gênero em suas produções?
 10. Você valoriza marcas que exploram cores fortes e representativas?
 11. Você valoriza marcas que priorizam modelagens maiores, mais fluídas e que pouco marcam o corpo?
 12. Você conhece a marca Isaac Silva?
 13. Você já consumiu ou consumiria produtos da marca?
 14. Qual sua opinião sobre as diretrizes propostas pela marca?
 15. Sua experiência com a marca foi boa ou ruim, voltaria a consumir os produtos?

Pesquisa com o Grupo Focal

1. Você gosta de carnaval?
2. Você tem alguma ligação emocional com carnaval, ou seja, tem alguma lembrança afetiva que te faça gostar do carnaval, por exemplo, um desfile que te emocionou ou uma lembrança familiar? Conte um pouco sobre elas.
3. Você tem apreço por alguma escola de samba a ponto de torcer pelo seu sucesso e acompanhar sua trajetória no carnaval? Se sim, qual?
4. Você tem contato com o carnaval fora do período oficial da festa? Se sim, qual seria esse contato?
5. Você gostaria de ter mais contato com o carnaval fora do período oficial da festa? justifique sua resposta.
6. Você gostaria que esse contato fosse algo palpável e duradouro, que pudesse te acompanhar em momentos marcantes e em ocasiões especiais? Nesse caso, gostaria que esse algo fosse uma peça de roupa? Justifique sua resposta.
7. Você gostaria que essa peça carregasse referências estéticas da sua escola de samba do coração, sendo um símbolo afetivo da sua ligação com essa escola? Justifique sua resposta.
8. Você gostaria que essa peça possa ser feita em colaboração com uma marca de moda que está presente no seu dia a dia, o que facilitaria o seu acesso a peça? Justifique sua resposta.
9. Para esse produto, você prefere algo mais genérico e “clubista”, com elementos representativos da escola de samba, como o brasão e as cores da agremiação – exemplo 1: jaqueta com estampa inspirada no brasão - ou gostaria mais de algo mais lúdico e não tão óbvio, com informação de moda e estilo – exemplo 2: um vestido diferenciado? Justifique sua resposta.

Exemplo 1



Exemplo 2



10. Esteticamente, você prefere que esse produto seja exagerado e espalhafatoso, como o carnaval, ou prefere algo mais suave, que misture o exagero e o singelo? Justifique sua resposta.
11. Você acredita que a proposta de uma coleção de roupa inspirada em uma escola e/ou enredo pode trazer visibilidade e longevidade para uma escola de samba e para o carnaval num geral? Justifique sua resposta.