

Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil

Faculdade SENAI CETIQT

Curso de Bacharelado em Design

Alexandra Santos Ferreira

Jogar Serpentina e Sorrir Purpurina

Uma coleção de moda para o carnaval carioca

Rio de Janeiro

2022

Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil

Faculdade SENAI CETIQT

Curso de Bacharelado em Design

Alexandra Santos Ferreira

Jogar Serpentina e Sorrir Purpurina:

Uma Coleção de moda para o carnaval carioca

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.

Profª Luisa Helena Silva Meirelles

Rio de Janeiro

2022

Ficha catalográfica

Ferreira, Alexandra

Jogar Serpentina e Sorrir Purpurina: Uma Coleção de moda para o carnaval carioca / Alexandra Santos Ferreira. – Rio de Janeiro, 2022.

179 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. Carnaval. 2. Design de Moda. I. Título.

Alexandra Santos Ferreira

Jogar Serpentina e Sorrir Purpurina

Uma coleção de moda para o carnaval carioca

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: 30/06/2022.

Banca Examinadora:



Luisa Helena Silva Meirelles
Mestre em Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro
Docente, SENAI CETIQT



Bruna Luz de Mattos Lopes
Especialista em Design de Estamparia, Faculdade SENAI CETIQT
Docente, SENAI CETIQT



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



Ana Claudia Lourenço Ferreira Lopes
Coordenador do Bacharelado em Design

Dedicatória

Dedico não só este trabalho como a todos que virão na carreira de Design de Moda para minha avó materna, Eunice Costa Santos, que já faleceu. Era uma mulher de origem humilde, determinada, forte e extremamente criativa. Amava desenhar e costurar, e dentro desse gosto, fez muitas roupas de carnaval para suas sobrinhas e filha. Agradeço por estar concretizando minha formação em Design, pois é algo que sempre fez parte de mim e me sinto ligada à minha avó. Me formo e dedico minha conquista para ela, que de uma forma ou de outra é minha inspiração.

Agradecimento

Quero agradecer não só por esse processo que me fez acreditar mais em meu potencial, mas em especial, a todas as pessoas que me apoiaram para levar esse projeto adiante. Quero agradecer primeiramente a Mariana, pois foi a primeira pessoa que procurei para saber mais sobre trabalhar e estudar moda, sempre com muito carinho me incentivava e perguntava como estava sendo minha experiência. Obrigada Mari, por todo apoio, ajuda e conselho. Gostaria de agradecer o meu primo Bruno, por revisar o trabalho comigo e formatar, mas obrigada mesmo por me fazer acreditar que consigo. Obrigada aos meus amigos que conheci durante minha formação, Amanda, Daniel, Isabella, Malu e Raphael, por fazerem esse ciclo ser marcante com muito carinho, incentivo e amizade.

Gostaria de agradecer as orientadoras que participaram do processo do meu projeto, Bárbara e Amanda. As professoras que escolhi para minha banca, Cris e Bruna, pois todas realizaram um lindo trabalho de troca e apoio ao longo da minha formação e dos demais alunos e contribuíram para este trabalho ser finalizado.

O meu agradecimento especial é para minha orientadora Luisa. Acredito que você me ajudou a ter mais responsabilidade, foco nos meus objetivos e me tirar da zona de conforto. Obrigada por ser minha orientadora e me auxiliar nos melhores caminhos para o projeto dar certo. Agradeço por acreditar neste trabalho e em mim.

Obrigada aos meus pais por me darem a oportunidade de fazer uma faculdade de minha escolha. Obrigada por me encorajarem a seguir em frente e fazer meu melhor, e compreender o que significa de fato determinação. Agradeço por cada dia e noite que realizava meus trabalhos e vocês participavam com críticas, ideias, carinho ou para ouvir meus desabafos. Fiz moda por amor, e vocês me apoiaram para realizar tudo isso. Obrigada Carla e Alexandre.

"O Rio oferece ao mundo
Neste solo fecundo
O carnaval dos carnavais
Revivendo com beleza
Os festejos de Veneza
Os cortejos geniais
Oriundos dos romanos
E dos negros africanos
Com seus lindos rituais. "
(Elza Soares)

Resumo

Este projeto tem como objetivo a criação de uma coleção cápsula feminina para as foliãs no carnaval com uma perspectiva *fashion*, após um período pandêmico. Através de pesquisas bibliográficas, foi possível compreender a representatividade do carnaval para o povo carioca em especial, e como a roupa intensifica a personalidade que lhe serve para celebrar esta festa. Utilizou-se do método de entrevista, análise em redes sociais e grupo de amostra, com propósito de mapear e entender o anseio de consumo do público que frequentam eventos de carnaval. O resultado é uma coleção que através de elementos, exprime a emoção que é ter o carnaval de volta, mas com um viés mais *fashion*.

Palavras-chave: Design de Moda. Carnaval. Carioca. Coleção.

Abstract

This project's to create a capsule collection for carnival revelers, after a pandemic period. Through the clothing of bibliographic research, it was possible to understand the representativeness of carnival for the Carioca people, in particular, and how the intensification of the personality that will serve to celebrate this party. We used the method of interviews, analysis on social networks and field observation during the block, with the purpose of mapping and understanding the desire for consumption of carnival goes in the streets, for a pandemic carnival. The result is a collection that, through elements, expresses the emotion of having Carnival back.

Key-words: *Fashion Design. Carnival. From Rio. Collection.*

Sumário

Introdução	11
1. Sou carioca, abre alas	14
1.1 Rua do Carioca	15
1.2 Eu quero festa, eu quero samba	19
1.3 Folia das Ruas	30
1.4 Mas chegou o carnaval e ela não desfilou	33
2. Com que roupa eu vou.....	38
2.1 Kaia.....	40
2.2 Sri Clothing	46
2.3 The One Brand.....	52
3. Jogar serpentina e sorrir purpurina	61
3.1 Geração Z.....	61
3.2 Núcleos Geracionais	64
3.3 Grupo de Amostra	65
3.4 Público-Alvo	75
3.5 Perfil do Público-alvo e Persona.....	76
4. Pesquisa Criativa	81
4.1 Pesquisas de macrotendência e microtendência.....	81
4.1.2 Pesquisa de formas.....	86
4.1.3 Pesquisa de materiais.....	89
4.2 Pesquisa de elementos decorativos.....	92
5. Coleção	94
5.1 Painel de Inspiração.....	95
5.2 Processo Criativo	96
5.3 Cartela de Cores	108
5.4 Cartela de Tecidos.....	111
5.5 Cartela de Aviamentos.....	113
5.6 Cartela de Beneficiamentos	115
5.7 Release.....	117
5.8 Mix de Produtos	117
5.9 Croqui.....	122
5.10 Tabela de Medidas.....	123
5.11 Ficha de Desenvolvimento	124
5.12 Protótipo	147
5.13 Ficha Técnica Protótipo	151
5.14 Editorial	154
6. Considerações finais	169
Referências	171
Apêndice (se houver)	175

Introdução

O trabalho tem como motivação o carnaval. Uma festa que surgiu como uma celebração pagã e que sua popularização desencadeou o que é um dos maiores festejos em lugares públicos e espetáculo na avenida do Rio de Janeiro, com os desfiles das escolas de samba. A temática reúne muitos elementos circenses, mas também elementos da moda, uma vez que a Moda é uma linguagem de expressão e a expressão corporal e vestuário no carnaval é muito utilizada. O projeto tem por finalidade desenvolver uma coleção cápsula para o carnaval de 2023, servindo de inspiração, carnaval carioca atípico que ocorreu em 2022, que apresentou um viés mais *fashion* e incomum na roupagem carnavalesca. Levando em consideração o Rio de Janeiro pós pandemia. O desenvolvimento de uma coleção para o carnaval foi escolhido como uma oportunidade de explorar a temática e atribuir versatilidade. Uma vez que o carnaval desse ano foi configurado em fevereiro e abril, resumido em eventos privados e no desfile das escolas de samba, pessoas atribuíram um vestuário para festas, mas não economizaram em elementos alegres e eufóricos para traduzir a celebração.

Desse modo, o trabalho visa dissertar sobre a consolidação do Carnaval com as ruas do Rio de Janeiro e com o carioca, dando ênfase em como este evento influencia no comportamento do consumo de moda e na criação de moda. O trabalho tinha objetivo inicial estudar os foliões, que são pessoas que estão nas ruas para comemorar o carnaval, não fazendo parte da formação de organizadores da folia. Os foliões seriam a fonte ideal para compreender como o carnaval influencia os tipos de roupagem utilizadas para celebração da festividade e de que maneira a moda pode se relacionar ou influenciar esse guarda-roupa. No entanto, carnaval de 2022 se demonstra atípico devido a variante Ômicron, acarretando o cancelamento da folia nas ruas, ou seja, os gratuitos blocos populares, que arrastavam multidões. Restringindo assim a festa apenas aos desfiles de escolas de samba, no sambódromo e eventos privados. Por esse motivo, o foco do estudo serão os frequentadores que tiveram acesso aos eventos de carnaval. Em que é notória a distinção da vestimenta utilizada, bem como dos adornos, principalmente por esses eventos ocorrerem

no período noturno, a diversificação das localidades onde acontecem as festas há uma influencia diretamente nas escolhas dos foliões, optando por elegância e conforto, mas não economizando no brilho e glamour.

Construir uma coleção cápsula feminina, é preciso ter um parâmetro no mercado para atingir o diferencial e o público que consumiria. Posto isso, elaborou-se a análise de três marcas cariocas que produziram coleções de carnaval, identificando suas principais características e as dos produtos desenvolvidos para essa celebração. Além disso, pesquisou-se sobre público de cada uma delas a fim de identificar o perfil de consumidores. Ao final desse capítulo de pesquisa de mercado, será apresentada uma tabela com os elementos evidentes nos produtos, como formas, texturas, cor, estampa, entre outros, pois deixa registrado as composições notáveis e auxilia o processo do desenvolvimento da coleção cápsula para um possível diferencial.

A coleção deste projeto não foi desenvolvida para uma marca específica, mediante a isso, foi preciso delimitar e analisar um público que realmente faz parte dessa atmosfera de carnaval. No terceiro capítulo, o estudo é embasado num grupo de amostra em que se coletou dados importantes para traçar o público-alvo e compreender o comportamento da geração analisada, servindo de apoio para o texto o livro Consumo Autoral de Francesco Morace.

CAPÍTULO 1



1.SOU CARIOCA, ABRE ALAS

O primeiro capítulo traz a narrativa da peculiaridade do carioca, que começa com a origem de seu nome, que será mencionado posteriormente, na primeira parte do projeto, com base nos estudos acerca do tema sobre a influência do carnaval, o que ele representa para o carioca, demonstrando sua singularidade observada pelo antropólogo, João do Rio. Neste capítulo, será abordada uma análise desde as ruas do Rio de Janeiro, galgando o momento em que o Carnaval se tornou esse grande espetáculo nos dias atuais.

1.1. RUA DO CARIOCA

Comum em diversas palavras brasileiras, oriundas da língua indígena, kara'í oka significa, casa de carijó, da tribo indígena Tupi, localizada próximo ao Rio Carioca, na Zona Norte da cidade (RIO & LEARN, 2018). Desse modo, se denomina Carioca, aquele indivíduo que nasce e mora na cidade do Rio de Janeiro. No entanto, a história que desencadeia tal nomenclatura desperta um lado questionável. Segundo Silva (2019), a origem do nome carioca se sucedeu após a segunda expedição de exploração no Brasil, em que o navegador português Gonçalo Coelho formou uma feitoria na voz do rio carioca para abastecer os navios de água. Com tempo, o rio carioca virou a principal fonte de água para os moradores com a expedição de Martin Afonso de Souza, em 1531. Em paralelo as expedições, estudos sobre o tupi foram desempenhados. Jean Léry com auxílio de um intérprete que vivia no Rio, ambos de origem francesa, especulavam que o nome do rio significava “casa dos Kariós”. Diz Silva (2019), “ o composto desta palavra kariós (carijós) e de ók (oca), que significa casa. Tirando o “os” (de kariós) e acrescentando ók, teremos kariók. ”. Desse modo, tal nome faz alusão a tribo que habitava nas proximidades do rio, embasado nos estudos do francês Jean Léry.

Sendo carioca um termo diferente que não tem ligação com o nome da cidade em si, como esse mesmo povo poderia ser igualado aos demais? Podemos supor que nesse estreito território há um povo muito especial. Tão especial, que o estúdio Disney originou o famoso papagaio Zé Carioca trazendo elementos marcantes da cultura brasileira, além de sua personalidade notada pela malandragem, desprendimento, cordialidade e animação. O desenho ganha relevância, mas o propósito de sua criação é bem interessante. Dizer que o desenho é uma homenagem ao Brasil, pode ser interpretado por quem não se lembra da Política de Boa Vizinhança na década de 1930. Segundo Zé Carioca e a Cultura Brasileira (DOS SANTOS, 2002), esta política tinha por objetivo que todas as Américas se alinhassem com os EUA afim de se afastar do comunismo. Mas o texto tem objetivo de trazer como referência este famoso papagaio que ganhou notoriedade desde 1942. Acredito que em devidas proporções, a criação de um personagem como Zé Carioca, por mais que não fosse uma homenagem propriamente dita, o povo carioca foi agraciado pelo seu jeito de ser.

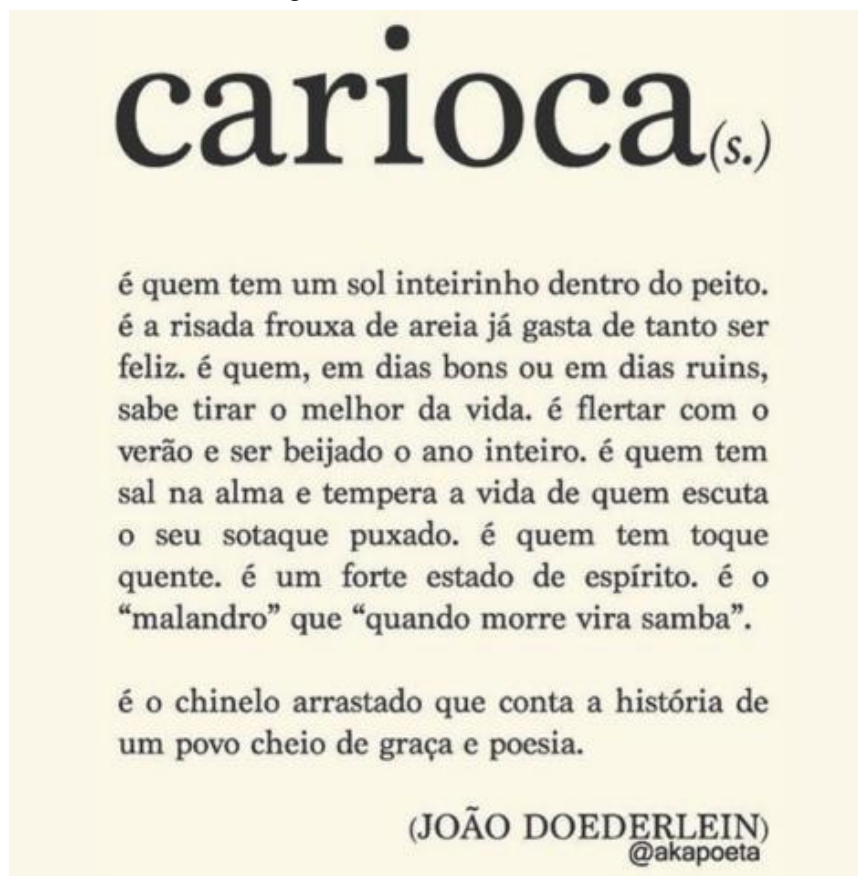
Figura 1: Zé Carioca



Fonte: Infoescola, 2015

Na Matéria sotaque carioca, realizada pelo site Gente Globo (2021), apresenta curiosidades sobre o estado do Rio e a narrativa de como é ser carioca. Compreendesse por meio da matéria, que ser carioca é muito mais que viver no Rio Janeiro, sendo reconhecido como um estado de espírito. É aquela pessoa que se identifica de alguma forma com aspectos que compõem o lugar, seja pela beleza natural, pela simplicidade e irreverência, pela maneira de falar ou modo de vestir. Descrever o Rio de Janeiro, é mais complexo do que parece, pois não é sobre reforçar o estereótipo que criaram do povo, é falar da diversidade e liberdade que essas pessoas têm de serem como querem ser e de se orgulharem pelo lugar que vivem, isso é ser carioca.

Figura 2: Poesia sobre o carioca



Fonte: Imagem extraída da matéria Sotaque Carioca, do site Gente Globo, 2021

Com sua sensibilidade etnográfica, João do Rio foi capaz de capturar os vários mundos que percorreu no Rio de Janeiro durante sua vivência, e ele foi capaz de perceber e descrever a complexidade e heterogeneidade da cidade em constante evolução, mudança e diversidade. Mencionar João do Rio, é essencial para confirmar o presente texto. O antropólogo, foi autor da obra *A alma encantadora das ruas*, apresentando uma análise do carioca que por mais que tenha sido escrito há um século atrás apresenta um conteúdo atemporal sobre as ruas do Rio de Janeiro e suas falanges. Embora, desenvolvido no século passado, traz referências fortes sobre comportamento do cidadão. Manifestando assim, a prática em observar em prol do conhecimento.

A rua faz as celebridades e as revoltas, a rua criou um tipo universal, tipo que vive em cada aspecto urbano, em cada detalhe, em cada praça, tipo diabólico que tem dos gnomos e dos silfos das florestas, tipo proteiforme, feito de risos e de lágrimas, de patifarias e de crimes irresponsáveis, de abandono e de inédita filosofia, tipo esquisito e ambíguo com saltos de felino e risos de navalha, o prodígio de uma criança mais sabida e cética que os velhos de setenta invernos, mas cuja ingenuidade é perpétua, voz que dá o apelido fatal aos potentados e nunca teve preocupações, criatura que pede como se fosse natural

pedir, aclama sem interesse, e pode rir, francamente, depois de ter conhecido todos os males da cidade, poeira d'ouro que se faz lama e torna a ser poeira —a rua criou o garoto” (DO RIO, 2008, p.2).

1.2. EU QUERO FESTA, EU QUERO SAMBA

Inicialmente o que era uma celebração pagã, hoje é uma data marcada no calendário dos brasileiros como festa popular. O carnaval originou-se na região sul da Europa com cunho religioso, pelos membros do catolicismo. Segundo estudos, a palavra carnaval é designada do latim, carne levar, ou “para retirar a carne”. O termo faz alusão com o período da Quaresma, onde os católicos renunciavam algumas comidas, bebidas e prazeres ditos como mundanos (NEVES, 2022). Ao longo dos anos, a festa popularizou com seus exageros, dessa forma a Igreja decretou a sua comemoração antes do período da quaresma. No Brasil, a história do carnaval inicia cedo: em 1553, através dos portugueses que levam a tradição do entrudo para o estado pernambucano. Segundo Cunha (2001), o entrudo poderia ser descrito como:

... costume de molhar-se e sujar-se uns aos outros com limões ou laranjinhas de cera recheados com água perfumada, com recurso a seringas, gamelas, bisnagas e até banheiras — e todo e qualquer recipiente que pudesse comportar água a ser arremessada. Incluía também, em determinadas situações, o uso de polvilho, ‘vermelhão’, tintas, farinhas, ovos e mesmo lama, piche e líquidos fétidos, entre os quais urina ou ‘águas servidas’. (CUNHA, 2001, p.54)

O festejo se perpetua durante o período colonial, com três dias de comemoração, antecedendo a quaresma. Dentro da tradição, participavam senhores e escravos, padres e militares, possibilitando que a hierarquia comum fosse atenuar, mediante permissão (GOETHE, 2016). O entrudo foi retratado na pintura e na literatura, sendo célebres a Prancha 33 de Debret

Figura 3: Escrava vende limões-de-cheiro em seu tabuleiro. Cena de Carnaval.



Fonte: Debret, 1823

Figura 4: “Baile de máscaras da Elite no Teatro Lírico do Rio de Janeiro”



Fonte: 1883 Guerave/Reprodução

Após a morte de pessoas e arremessadas em fontes, o entrudo foi considerado uma prática violenta. Intelectuais, como Olavo Bilac, fizeram campanha contra o entrudo. Houve a proibição por ser ofensivo, a brincadeira foi ficando mais agressiva com o passar dos anos. Água suja, farinha e talco lambuzavam as roupas dos brincalhões, frutas e ovos eram atirados em quem estivesse na rua. Logo surgiu uma lei proibindo o entrudo. Em 1854, um chefe de polícia do Rio de Janeiro determinou que a partir daquela data o entrudo tinha de "ser seco para não estragar as roupas mais custosas e cuidadas e não provocar desordens e confusão". (DUARTE, 2019)

Compreendesse que a prática de entrudo foi o “ponta pé” inicial no que chamamos hoje de carnaval. A simbologia deste festejo, concedeu espaço para os blocos, cordões e ranchos carnavalescos acontecerem, estes, por sua vez, oriundos dos ranchos de reis, que eram procissão religiosa. As ruas eram fechadas para a festa, que passou a adotar o confete, a serpentina e o personagem Zé Pereira (José Nogueira de Azevedo Paredes), sapateiro, português e bigodudo que em torno de 1850, juntou seus amigos e alegrou as ruas do Rio de Janeiro tocando bumbo, fazendo muito barulho, com zabumbas e tambores. (SAGATIBA, 2014) O famoso Zé Pereira e o festejo do entrudo tonaram-se música. Jair Rodrigues, após cem anos faz alusão a essa temática na música Boi da cara preta, interpretada por Zuzuca em homenagem a Eneida de Moraes, autora da primeira grande obra sobre o Carnaval com o livro 'História

do Carnaval Carioca', 1958. (GEMAQUE, 2019) No final do século XIX, foram criadas as marchinhas de Carnaval, cuja autoria mais conhecida foi a de Chiquinha Gonzaga, com sua música "O abre-alas". (LAPICCIRELLA, 1996)

*"Boi, boi, boi
Boi da cara preta
Pega essa criança
Que tem medo de careta.
Eu não chorei, porque não sei chorar
Nem reclamei, porque não sou de reclamar
Só exaltei, Eneida, amor e fantasia
Cantei entrudo, Zé Pereira, o rei da folia..."*
(Canção de Jair Rodrigues.1973)

Para dar continuidade a formação do nosso espetáculo, falar sobre as escolas de samba e seu processo é fundamental. Partindo da primeira escola que se formou com muita resistência e paixão pelo carnaval, a Deixa Falar surgiu como um bloco carnavalesco, segundo Nelson Nobrega. Criado no dia 12 de agosto de 1928 no bairro carioca do Estácio de Sá, sendo a primeira escola de samba, assim chamada, do Brasil. A sede improvisada ficava no porão da casa nº 27 da Rua do Estácio, onde morava o fundador do bloco, Ismael Silva, líder dos sambistas do bairro. (FERNANDES, 2001)

Figura 5: Escola de samba Deixa Falar



Fonte: Reprodução.1927

O nome por trás da Escola Deixa Falar e como iniciou a era de formação de sambistas, foi curiosidade na época. Ismael por sua vez, resolveu contar por meio do Museu de Imagem de Som do Rio de Janeiro, já que escolheu o nome e batizou a escola de sambistas no largo da Estácio, “Quanto ao nome, posso dar a explicação: havia uma grande rivalidade entre os agrupamentos de samba, Piedade, Estácio, Mangueira e outros. Cada um queria, naturalmente, ser o melhor e criticavam os outros. Saímos com esse nome, sabe como é, vamos pra frente, ou seja... ‘deixa falar! ’. (SILVA, Ismael, 1966 *apud* SOARES, 1985, p. 98). Segundo Fernandes (2001), a formação dos sambistas se originou de uma escola que funcionava normalmente como qualquer outra, formando professores para as redes escolares. No entanto, essa escola tinha intuito formar professores de samba, logo Ismael batizou de Escola do Samba.

Figura 6: O sambista Ismael Silva



Fonte: Arquivo O Globo 23-01-1975

Conhecido pelo espetáculo nas grandes avenidas e suas disputas para campeã do carnaval, os desfiles das escolas de samba tiveram sua história iniciada em um quintal, estimulada por José Gomes da Costa, mais conhecido pelas rodas de samba como Zé Espinguela. Segundo Nelson da Nobrega Fernandes em *Escolas de Samba: Sujeitos Celebrantes e Objetos Celebrados*, 1929 ocorreu a primeira disputa entre as escolas, mas com extrema descrição afim de passar despercebidos pela polícia. A ocasião foi realizada dentro de um terreiro que segundo autor, o samba só pudera acontecer a pós o ritual dos orixás: só depois da bênção dos deuses africanos é que se podia iniciar o

batuque. Presentes nesse festejo, havia o conjunto Oswaldo Cruz, que mais tarde vem ser a Portela, os bairros do Estácio de Sá, que configura a Deixa Falar e a Mangueira. (FERNANDES, 2001)

Para disputa acontecer, a regra era que cada escola escolhesse dois sambas, que seriam avaliados pelos jornalistas convidadas para compor a comissão de júris. (FERNANDES, 2001). Nota-se que essa tradição perpetua até os dias de hoje, como um dos critérios para as próprias escolas votarem afim de eleger o samba que será apresentado na avenida. Além disso, a presença de jornalistas com propósito de nomear o melhor samba, é uma referência para o estandarte de ouro que iniciou em 1972. Segundo Rafael Galdo em *Estandarte de Ouro: cinco décadas de talentos premiados no carnaval*, a comissão é formada por jornalistas e artista imersos na música e nas artes que assistem ao desfile em um camarote no sambódromo e após o termino dos desfiles das escolas, os mesmos se reúnem para indicar a ganhadora nas categorias selecionadas. Desse modo, leva a ideia do início do nosso carnaval das escolas de samba, onde começaram sua história em um lugar reservado e sem muitos espectadores e que hoje é aclamada pelo mundo e reconhecida por sua maestria em representar a beleza da cultura brasileira.

Na década de 1930, os sambistas se aproximaram da prefeitura do Rio de Janeiro buscando legitimidade de suas festas e músicas. O objetivo era oficializar o carnaval. O prefeito da cidade precisava de um grupo popular para apoiá-lo, enquanto os homens do samba precisavam que o poder público reconhecesse suas manifestações, superando o preconceito. (ALMEIDA, 2014, p. 273)

A história do carnaval é marcada por muita resistência e paixão pelo samba, liberdade de expressão e criação. Em 1932, o carnaval foi finalmente oficializado e com ele, o primeiro desfile das escolas de samba aconteceu. No entanto, os desfiles foram oficiais três anos depois pois era preciso um apoio financeiro para realizá-los, mas a alegria e comoção tomou conta da população brasileira a ponto de ser noticiado no Jornal do Brasil, em 11 de fevereiro de 1932, segundo Almeida (2014). Pensar que este festejo era só uma brincadeira de rua, e que hoje promove um espetáculo incrível, reconhecido mundialmente.

Quando é que a gente podia imaginar que aquelas brincadeiras iam dar nisso? Uma coisa de esquina encher avenida? Hoje isso não é

mais escola. É universidade, é academia, é faculdade, sei lá! E amanhã é a formatura do pessoal que estudou o ano inteiro. Colação de grau, desfile em passarela, festa maior do mundo. Que coisa! Diz Ismael Silva (Jornal Globo, 2006)

Para o projeto, abordar sobre a história da fantasia de carnaval é imprescindível. Por mais distante que seja o segmento do vestuário e o do figurino, ambos desempenham o valor mais significativo na moda, a criação e o processo. Logo, não podemos deixar de falar sobre as fantasias, que simbolizaram a importância para a festa, pois foi a forma que os foliões encontraram para dar um ar mais divertido ao carnaval. Nos festejos de carnaval em 1930, segundo Carolina Pignatari em *Como surgiram as fantasias e as máscaras de carnaval*, os trajes se apresentavam de forma simples com seus enfeites e roupas tingidas já que os adornos e tecidos ornamentados eram caros, utilizados mesmo nos desfiles das escolas de samba. Desse modo, fantasias começaram a surgir nos blocos, em que grupo de pessoas se vestiam iguais. As fantasias mais famosas encontradas até hoje na celebração são de colombina, odalisca, médico, pirata, diabo, bobo da corte, malandro, morcego, palhaço entre outros.

A clássicas fantasias compõem o lado significativo no carnaval de rua que também é representado nos desfiles. No entanto, quero atribuir o valor fantasia aos elementos que vemos nos espetáculos da avenida, com aquelas plumas, brilho e exuberância. Com muitas referências dos Bailes de Veneza, os bailes de gala no Brasil começaram a surgir, e uma das figuras mais notáveis para popularizar esses eventos foi Clóvis Bornay. A estética que o mesmo fundia em sua indumentária tomou proporção que até as fantasias aleias eram avaliadas por categoria, originalidade e luxo nas galas. Conhecido como uma das maiores figuras do carnaval, segundo André Aram em *Clóvis Bornay, um ícone do carnaval brasileiro*, o talento de Bornay era trazer inovações nos adereços e com isso, atuou como carnavalesco nas escolas de samba Salgueiro, Portela, Mocidade Independente, Unidos da Tijuca e Viradouro. O nome de Clovis Bornay representa um marco nos desfiles. Logo, nas apresentações das escolas de samba na avenida notou-se a grandeza e a originalidade nas fantasias, adornos e adereços. Transformando o que já era um espetáculo grandioso, um evento agora analisado minuciosamente por quesitos. Segundo o manual do julgador,

as escolas são avaliadas por bateria, samba enredo, harmonia, evolução, enredo, alegorias e adereços, fantasias, comissão de frente e mestre-sala e porta-bandeira.

Figura 7: Clóvis Bornay, destaque da Portela



Fonte: Wigder Frota. 1995

Para compreender essa atmosfera carnavalesca, o presente texto tem como apoio a matéria de Iara Crepaldi (2004), em que apresenta os elementos avaliativos para eleger a escola de samba campeã. Os processos das escolas para desfilarem na Avenida Marques de Sapucaí, Centro do Rio de Janeiro, acontecem da seguinte forma, o preparativo para elaborar um samba enredo inicia quando assim termina o carnaval do ano anterior. O samba enredo escolhido só é revelado em dezembro, quando as escolas já estão ensaiando

para o desfile do carnaval que começa após a virada de ano. Para abrilhantar esse desfile, cada escola tem seu carnavalesco, que é a pessoa que comanda toda concepção artística do desfile, desde modelo de fantasia, acessório, decoração dos carros, samba enredo, entre outros. As escolas organizam sua apresentação por alas, que mostram primeiro a comissão de frente, mestre-sala e porta-bandeira, bateria, as baianas, rainha de bateria. Os carros alegóricos separam alguma dessas alas. Cada ala tem sua coreografia e fantasia.

Figura 8: Carnaval .2019



Fonte: Montagem elaborada pela autora, acervo pessoal.

Partindo para o momento em que as 12 escolas se apresentaram para disputar o lugar nas campeãs do rio, que têm apenas seis vagas. Hargreaves (2019) revela que as escolas são avaliadas por 40 jurados. A escolha do júri é feita pelo presidente da LIESA, Liga Independente das Escolas de Samba. Os jurados estão divididos em grupos de quatro. Cada grupo avalia um quesito, totalizando 10 grupos. Os critérios e os quesitos serão apresentados na tabela abaixo:

Tabela 1: Categorias de avaliação dos Jurados

Samba-Enredo	Avaliam a adequação da letra ao enredo, servindo como critério os ritmos e as melodias aplicadas no samba.
Alegoria e Adereço	Alegorias são os carros com elementos artísticos. Adereços, são objetos que o sambista leva durante o desfile. Ambos são avaliados, pela beleza e materiais utilizados.
Bateria	Avaliam a constância da bateria e a harmonia dos instrumentos do samba.
Harmonia	Critério que acompanha se os integrantes da escola estão cantando o trecho certo da música.
Conjunto	O desfile é avaliado como um todo, desde critério visual á linguagem musical.
Fantasia	Os integrantes que desfilam devem ter uniformidade na fantasia e nos detalhes, em caso de adereços (chapéu e sapatos), são analisados. Caso um sambista destoe dos demais, a escola será punida.
Evolução	O nome já diz, a evolução do desfile. É muito importante que não haja correria ou retrocessos quando se apresentam na avenida. Deve ser um desfile uniforme e fluido.
Mestre-Sala e Porta-Bandeira	O casal tem o dever de apresentar e proteger o estandarte da escola que desfila. É considerado falha grave, se caso no final da coreografia do casal, a porta-bandeira estiver com a bandeira enrolada em si.
Enredo	O texto da escola, a sequência das alas, os grupos e alegorias são analisados. Para ver se a organização traz um entendimento completo do tema. A criatividade é um fator muito considerado no julgamento desse quesito.
Comissão de Frente	A comissão deve cortejar o público e apresentar a escola. A indumentária usada pelos integrantes vale nota e os movimentos artísticos também. Sua exibição deve ser feita na frente da cabine de julgamento, ação obrigatória.

Fonte: Super Interessante, por Redação. 2004

Com a apresentação das categorias avaliativas nos desfiles das escolas de samba, pode-se compreender como é organizado os desfiles. De acordo com Hargreaves (2019), as escolas de samba são divididas em grupo especial e

grupos de acesso. Tal organização se dá em função das pontuações a cada ano, como time de futebol com série A, B e C. Por exemplo, após os desfiles acontecerem tanto da série A quanto dos grupos de acesso, ocorre na quarta-feira de carnaval a apuração dos votos, em que as categorias apresentadas na tabela acima são julgadas e pontuadas. Ao término de todas as notas das categorias, elas são somadas para gerar uma pontuação final e cada escola receberá uma nota formando a classificação das escolas no ranking, revelando as campeãs, as 6 primeiras escolas com maior pontuação, e as escolas abaixo do 6º lugar. A escola que ficar em último dentro das 12 escolas que pertencem ao grupo especial, é rebaixada e não fará parte deste grupo no próximo carnaval. Em contrapartida, a escola que for campeã no grupo de acesso B, disputará o desfile do ano seguinte como série A, assim sucessivamente para os demais grupos. As escolas mais importantes são as que desfilam na Sapucaí na sexta e sábado de Carnaval, formam o grupo da série A, as escolas que restam fazem parte do grupo de acesso B, C, D e E. Os desfiles dos grupos de acesso são realizados em outro local, Estrada Intendente Magalhães, em Campinho, próximo de Oswaldo Cruz e Madureira, segundo Hargreaves (2019).

Figura 9: Ilustração da classificação do carnaval de 2022



FINAL		
1	GRANDE RIO	269.9
2	BEIJA-FLOR	269.6
3	VIRADOURO	269.5
4	VILA ISABEL	269.3
5	PORTELA	269.2
6	SALGUEIRO	268.3
7	MANGUEIRA	268.2
8	MOCIDADE	268.2
9	U. DA TIJUCA	267.9
10	IMPERATRIZ	266.9
11	TUIUTI	266.4
12	SÃO CLEMENTE	263.7

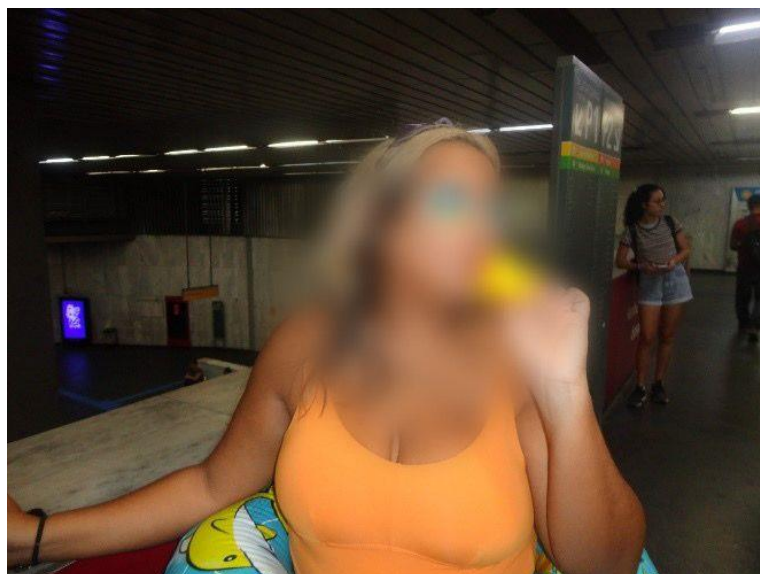
Fonte: Imagem extraída do site, O Fuxico, por Raphael Araújo, 2022.

1.3. FOLIA DAS RUAS

O Carnaval assim como o futebol são as grandes paixões nacionais, independentemente de gênero, religião, idade, ideologia, classe social e outras diferenças. Essas duas manifestações podem "parar" os paradoxos da unidade e insatisfação nacional, acabando com um grande amor e iniciando um novo amor. Que outra atuação pode orientar os elementos que compõem uma sociedade conservadora como a nossa a realizar comportamentos tão ousados?

Um homem vestido de mulher caminhando pela rua. Uma modelo quase nua na escola de samba. Uma artista gastar dinheiro para se tornar a rainha de bateria da escola de samba. Homem ou mulher é preso (a) por urinar na rua, o que é considerado um comportamento obsceno. Um cidadão que invadiu a área onde eram apuradas as notas dos desfiles das Escolas de Samba Paulista e rasgou o envelope com as notas dos júris, correndo o risco de ser morto, pois o local estava cercado por seguranças e policiais, com presença da mídia, e transmissões ao vivo por todo o país. Claro que, em circunstâncias normais, esse cidadão jamais o faria porque sabe que poderia ser facilmente identificado e preso devido ao seu comportamento, combinemos, audacioso.

Figura 10: Bloco de Rua



Fonte: Acervo pessoal de Giulia Gonçalves, carnaval de 2019

O carnaval é uma festa que propicia a quebra da rígida ordem social. Este será um momento extraordinário marcado por alegrias e valores, que vão contra o duro sistema hierárquico na sociedade. No festejo, quebra-se o cotidiano, ou

seja, a dura realidade da vida, pois é o povo que se manda "brincar" e controla a festa por meio da inversão de hierarquia. Nesse sentido, percebemos uma grande contradição: a própria ordem da alegria e o plano do riso nos fazem acreditar que o carnaval é um momento em que tudo pode acontecer, porque a lei é não ter lei. Por isso, uma das características do carnaval é dar às camadas populares da sociedade o direito de criticar e rir de seus donos, o que levou o antropólogo Roberto da Matta a conceituar o carnaval como uma festa inversa. Todavia, durante a celebração, observamos a inversão de papéis e status social, ainda que relativa e passageira, pois quando a festa acabar, a postura cotidiana será retomada. Assim, somente durante a festa, a sociedade se transforma tornando-se democrática, flexível e tolerante, "permitindo" assim, a mulher poder se vestir de homem, o adulto de criança, o pobre de nobre, o homem de animal e assim por diante.

O período de intensa folia, é palco para um manifesto complexo e diversificado, reunindo classes sociais, gêneros e raça inseridos num contexto privatizado e comercializado. Viver o carnaval é viver manifesto e satirização, é viver alegria e fantasia, e os blocos de rua são esse lugar. Segundo Jurandir Gonçalves Lima em *Memórias Afetivas de Teresinha* (2016, p.103), eram chamados antigamente de "blocos de sujo", que surgiram do conceito de sobrevivência e que chegam a arrastar pelas ruas da cidade milhares de foliões que podem se divertir sem gastar um único centavo. A rua é o cotidiano do povo, onde passa por turbilhão de tarefas e tribulações. Logo, ali (rua) é o lugar que onde se esquecem as obrigações, satirizando o ambiente ao qual mais se necessita de responsabilidade e comprometimento.

Os cordões são os núcleos irredutíveis da folia carioca, brotam como um fulgor mais vivo e são antes de tudo bem do povo, bem da terra, bem da alma encantadora e bárbara do Rio. (DO RIO, 2008, p.56).

Figura 11: Bloco de Rua



Fonte: Acervo pessoal de Giulia Gonçalves, carnaval de 2019

1.4. MAS CHEGOU O CARNAVAL E ELA NÃO DESFILOU

O ano de 2020 foi marcado por um vírus que assolou o mundo, a Covid-19. Uma infecção respiratória com alto grau de contágio e periculosidade. Em 11 de março de 2020, a COVID-19 foi caracterizada pela OMS como uma pandemia, segundo o órgão OPAS (2020), Organização Pan-Americana da Saúde. No Brasil, assim como em diversos países, medidas de distanciamento social foram aplicadas, a fim de minimizar o contágio. Logo, escolas e universidades entraram de recesso, para alguns trabalhadores houve a possibilidade de *home office*, outros, o desemprego. O momento de festas em família, encontro com amigos, eventos e shows foram proibidos. A doença simbolizou a era do terror, e a ela, a tristeza por vidas perdidas, desemprego, saudade e medo tornaram-se foco. A esperança por dias melhores era o que movia o mundo, e para dias melhores, a vacinação era o caminho. A vida era diferente daquele palco que nos acostumamos há anos. Palco esse, que pessoas se relacionavam, construía histórias e acasos.

O carnaval por sua vez, desempenhava esse papel em seus quatro dias, mas com o calor inigualável de qualquer festa tradicional. Para muitas pessoas, quatro dias de sorriso e alegria. Para muitos outros, renda, trabalho e paixão. Segundo dados levantados pelo FGV IBRE (2021) que foram apresentados na CNN (2021), o estado do Rio de Janeiro deixou de movimentar a economia em torno de R\$ 5,5 bilhões em 2021, devido ao carnaval ser adiado. O carnaval não realizado em 2021 afetou não só os foliões, como os trabalhadores e profissionais envolvidos nesta celebração. Afeta a mente, confunde as visões e coloca a vida em espera. Leonardo Vieira, carnavalesco da Mangueira, comenta em entrevista para TabUol: “Um ano de andar na corda bamba. ” (SOUPIN, 2021.)

Figura 12: Carnavalesco da Mangueira



Fonte: Imagem de Lucas Landau para a matéria da TabUOL. 2021

...O Carnaval é a minha vida, é a minha história. O desfile das escolas de samba é considerado o maior espetáculo a céu aberto do planeta, imagina você ser uma das peças disso. Então é muito triste, um luto, como se estivesse vivendo um velório. Mas estou consciente de que tem que ser dessa forma, a vida em primeiro lugar. Diz Negoinho da beija-flor em entrevista para FOLHAPRESS (BARBON, 2021)

Sob o anseio brasileiro, o ano de 2022 manifesta entusiasmo do povo para sair as ruas e apreciar a sobrevivência diante da calamidade. Mas este não seria o único carnaval mais aguardado. Há um século atrás segundo Gabriel e Guedes (2020), o Brasil vivenciou a gripe espanhola e resquícios da Primeira Guerra Mundial. Um ano marcado por mortes, sucedeu aquele que entrou para a história como o “Carnaval dos carnavais”. Na época, não tinha informações e conhecimentos da ciência como os dias atuais, com o amenizar dos casos, em 1919 foi decidido que teria Carnaval (GABRIEL E GUEDES, 2020). A cidade do Rio de Janeiro protagonizou ruas lotadas e ano do surgimento do Cordão da Bola Preta. Os comerciantes retomaram as vendas de bebidas e fantasias, o que durante o isolamento encontrava-se com as portas fechadas. A festa resultou em marchinhas acerca do contexto pandêmico, além de grupos de pessoas

ornamentadas com típicas roupas espanhóis: mulheres usando leque e saias vermelhas e os homens de jaqueta e chapéu. (GUEDES, e GABRIEL. 2020)

Figura 13: Jornal Gazeta, manchete pós carnaval



Fonte: Acervo Biblioteca Nacional/Estadão.1919

Figura 14: O primeiro ano do Cordão da Bola Preta.1919



Fonte: Acervo Cordão da Bola Preta

Quem não morreu de espanhola,
quem dela pôde escapar
Não dá mais tratos à bola,
toca a rir, toca a brincar
(Democráticos 1919)

É interessante a semelhança, após um século, o país sofre uma pandemia e o povo exprime o mesmo anseio. O desejo de viver o melhor carnaval. No entanto, quando se parecia avançando para tal espetáculo, os blocos do Rio de

Janeiro e demais cidades são cancelados e os desfiles das escolas de samba prorrogados para abril. O cancelamento é motivado pelo avanço da variante Ômicron e a alta nos casos de gripe, segundo os dados da Prefeitura do Rio de Janeiro. (COUTO; BARRETO, 2022)

Com esse contexto, e o cancelamento dos blocos, não posso deixar de mencionar o famoso jeitinho carioca. O carnaval de 2022 apresentou um cenário similar ao ano anterior, sem a tradicional festa popular. No entanto, segundo Sobral (2022), nesse ano eles voltaram com outro figurino, dentro de lugares fechados, endereço fixo, hora certa para acabar e ingresso. Mas a folia precisava acontecer, enfim entramos no jeitinho carioca. Em pontos badalados do rio a celebração aconteceu, com caráter de roupagem atípico do que é as fantasias, o carnaval foi palco para um viés mais *Fashion* que uniu a versatilidade e a irreverência que a atmosfera carnavalesca representa. Marcado por duas levas de festejo, que ocorreu em fevereiro e abril.

CAPÍTULO 2

A low-angle shot of a woman with long, dark, curly hair, looking upwards. She is wearing a silver, sequined, sleeveless dress. Around her waist is a wide, silver chain belt with numerous colorful, oval-shaped beads (blue, purple, red, green, yellow) hanging down. The background is a clear blue sky with some greenery visible at the bottom.

2 COM QUE ROUPA EU VOU

Em vista do cenário apresentado anteriormente, houve aumento de eventos de música e as pessoas que frequentaram essas festas se interessaram em uma roupagem mais alegre e exuberante (MAGALHÃES, 2022). As marcas que costumavam produzir fantasias para época de carnaval resolveram se adaptar e acompanhar o mercado. Direcionaram seus produtos a uma categoria *Fashion*, como é o caso da marca Ohlograma que aplacou o carnaval, segundo Magalhães (2022). Uma vez que os eventos de verão e o carnaval se uniram, a marca percebeu que o público gostaria de implantar essa roupagem o ano todo.

Figura 15: Estilista da marca Ohlograma, Clarissa Romancini.



Fonte: Imagem por Leo Lemos, extraída da matéria sobre a marca Ohlograma, VEJARIO 2022.

Depois de quase dois anos convivendo com a pandemia, as pessoas querem trazer mais alegria para qualquer ocasião, e isso se reflete na forma de se vestir. Diz Clarissa Romancini em entrevista para VejaRio (MAGALHÃES, 2022)

Com isso, neste capítulo, será apresentado três marcas que desenvolveram linhas para o carnaval de 2022.

A escolha dessas marcas se deu em função das coleções de oportunidade para o evento, pois é uma celebração pós pandemia que desperta as pessoas para sair e aproveitar o que não puderam durante o Covid-19 com *looks* de nova tendência. Além disso, as marcas escolhidas são do Rio de Janeiro e o foco dessa pesquisa é o público feminino carioca. O público que será explorado na pesquisa, são mulheres que frequentaram eventos durante o carnaval e optaram por *looks* versáteis, alegres e que não limita o uso só para este evento.

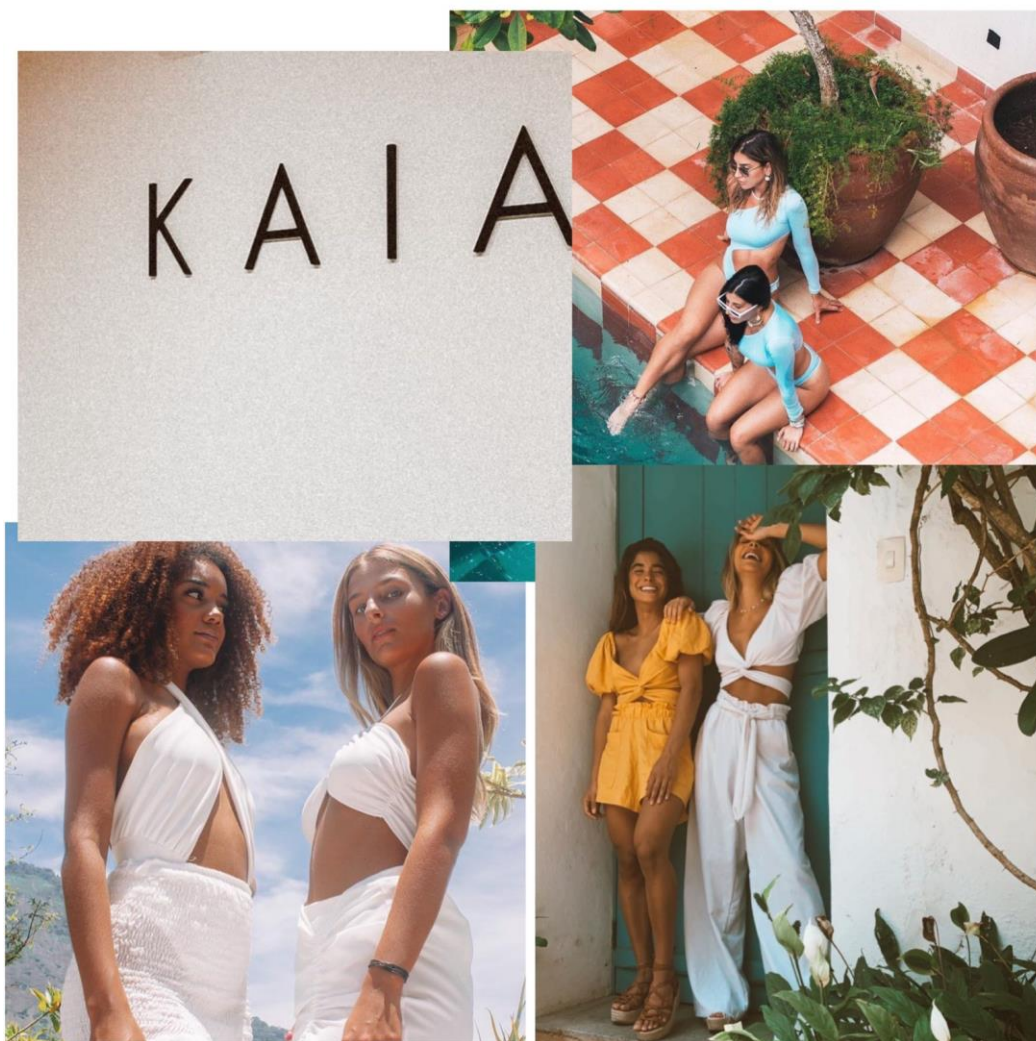
A quebra de um padrão nas roupas carnavalescas está direta e indiretamente ligada aos impactos gerados pela pandemia, que modificou alguns critérios de consumo e o calendário do carnaval de 2022. Para compreender essa mudança foi realizada uma entrevista com Carolina Almeida, proprietária e diretora criativa de uma das marcas estudadas, a *The One Brand*. Nesta parte do projeto, a entrevista será um auxiliador para entender o ponto de vista de uma marca experiente no mercado sobre a coleção que desenvolveu neste carnaval atípico. A entrevista com Carolina Almeida, foi realizada via *Face time*, com perguntas que visavam compreender a história da marca, como se descreve, a proposta de coleção, os modelos mais aclamados, o público consumidor, por que a criação de uma linha de eventos, suas inspirações, entre outros. Ao final deste capítulo, são apresentadas tabelas reunindo elementos característicos observados nos produtos das marcas pesquisadas afim de registrar as informações relevantes que servirão de insumo para o desenvolvimento da coleção.

Partindo da análise da entrevista, observou-se que o maior fator para criar uma linha de caráter distinto das fantasias foi a organização do carnaval de 2022. As festas privadas estando em evidência, corrobora com outro tipo de materiais, modelos e cores aplicados nas roupas, em que a escolha do preto e do brilho é assertiva. Em segundo plano, as tendências da plataforma *TikTok* serviram de apoio para construção das peças já que de uma forma sinuosa revela o que os adolescentes estão consumindo seja por moda, lazer, filmes e séries através das *Trends*. A entrevista teve um papel fundamental como insumo, concordando com as marcas também estudadas, KAIA e a *SRI Clothing*.

2.1 Kaia

Segundo as redes sociais da marca, a KAIA chegou ao mercado da moda em 2018. Inicialmente, foi dirigida apenas por duas amigas, Julia e Isadora, que na época lançaram uma coleção com peças autênticas e estilo bem carioca. Dentro da marca, cada amiga é responsável por uma área, Julia com a área financeira e Isadora, com a criativa. A coleção ganhou uma boa visibilidade e perceberam que era um sonho em potencial. O nome KAIA, é de origem escandinava e significa força. Foi escolhido para ser algo que gerasse impacto e que fosse facilmente pronunciado, segundo as informações dadas no Instagram da marca. O significado do nome é representado nas peças para que suas clientes sintam a força feminina.

Figura 16: Marca KAIA



Fonte: Montagem elaborada pela autora, a partir do Instagram da marca Kaia, 2022.

Em 2019, a marca lança uma linha para o carnaval e para ter mais visibilidade, consagraram parcerias com *influencers*, alguém capazes de influenciar pessoas através de sua produção de conteúdo nas redes sociais, para divulgar os produtos da marca no Instagram. Ya Burihan, era uma das influenciadoras contatadas para engajar os produtos da KAIA, nas redes sociais e se afeioou pelo conceito da marca e atualmente faz parte da equipe Kaia. Segundo as redes sociais da marca, a mesma tem sua confecção própria e uma equipe composta 100% por mulheres.

Ao analisar a rede social que a marca se comunica com seu público, Instagram, percebesse a proposta inclusiva, para todos os estilos e corpos. Os *drops* apresentam peças versáteis seguindo linha, básica e *fashion* gerando *Mix and match*. A identidade visual é marcada por recorte e transparência e cores que mesclam o neutro com cores quentes.

Figura 17: Coleções



Fonte: Montagem elaborada pela autora, a partir do site da marca KAIA, 2022.

Em 2022, a marca desenvolve a coleção XOXO, voltada para tendência 2YK. Segundo *We Fashion Trend* (2021), a estética 2YK é inspirada em meado dos anos 1990 e início dos anos 2000. Esse estilo é peculiar ao futurista dialogando com retrô, apresentando elementos brilhantes, tênis grossos, saias plissadas, bolsas baguetes e óculos de sol coloridos.

Figura 18: Coleção XOXO



Fonte: Por Luiza Lemos. Yá Burihan. DELAS. 28/02/2022

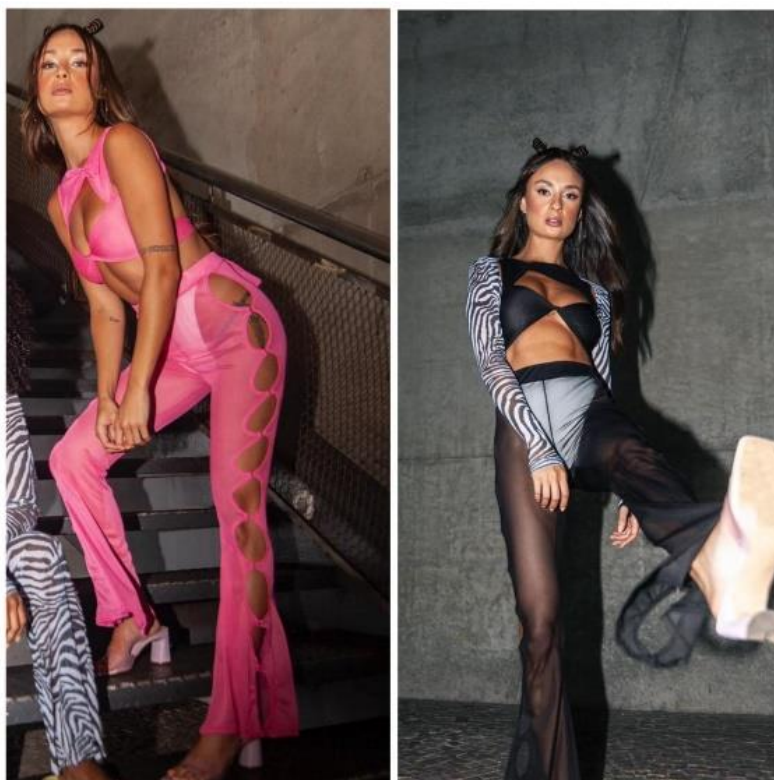
Figura 19: Coleção XOXO



Fonte: Montagem elaborada pela autora, a partir da KAIA.2022

O carnaval, foi um dos propósitos para o desenvolvimento da linha XOXO. No entanto, sua coleção diz muito sobre a celebração que o público deseja, não só no carnaval como o ano todo. Segundo Ya Burihan (2022), foram idealizadas tendências de tule, estampas, brilho e recorte com a finalidade de produzir algo diferente, sexy e divertido para a coleção.

Figura 20: Coleção XOXO



Fonte: Montagem elaborada pela autora, a partir da KAIA.2022

Elas podem ser usadas principalmente para noite e festas que poderão ser utilizadas o ano inteiro. São peças que ainda vão se manter em alta por um tempo, além de também ser um ano com muitos eventos que não acontecem a mais de 2 anos por conta da pandemia e vamos amar ver muitas das nossas clientes de KAIA neles (BURIHAN,2022).

Gráfico 1

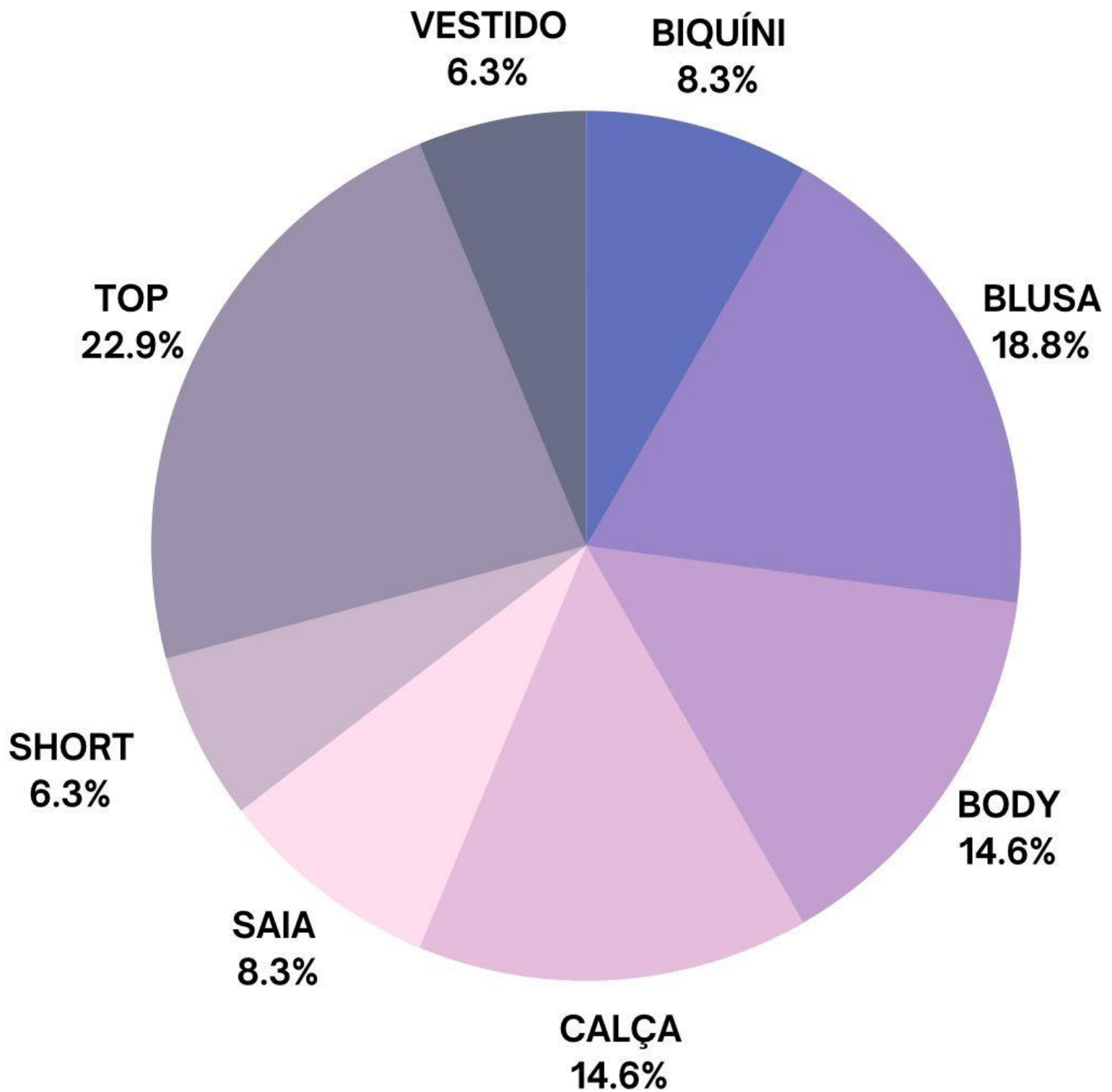


GRÁFICO ELABORADO PELA AUTORA, A PARTIR DO SITE DA MARCA, 2022.

Tabela 2: Pesquisa Produto, Preço e Praça da marca KAIA

Qtd.	Produto	R\$
4	BIQUÍNI	R\$ 189,00
9	BLUSA	R\$ 60,00 - R\$ 189,90
7	BODY	R\$ 120,00 - R\$ 179,90
7	CALÇA	R\$ 179,90 - R\$ 499,90
4	SAIA	R\$ 149,90 - R\$ 229,90
3	SHORT	R\$ 107,91 - R\$ 159,90
11	TOP	R\$ 99,99 - R\$ 179,99
3	VESTIDO	R\$ 159,90 - R\$ 299,90

Pagamento



Cartão



Dinheiro

Praça:



K

973 112 mil 5

Publicações Seguidores Seguindo

Kaia

Loja de roupas

Loja física: Olégario Maciel, 451 Sala 209 / Barra da tijuca.

Horário de funcionamento: 10h às 19h

www.vistakaia.com

Ver tradução

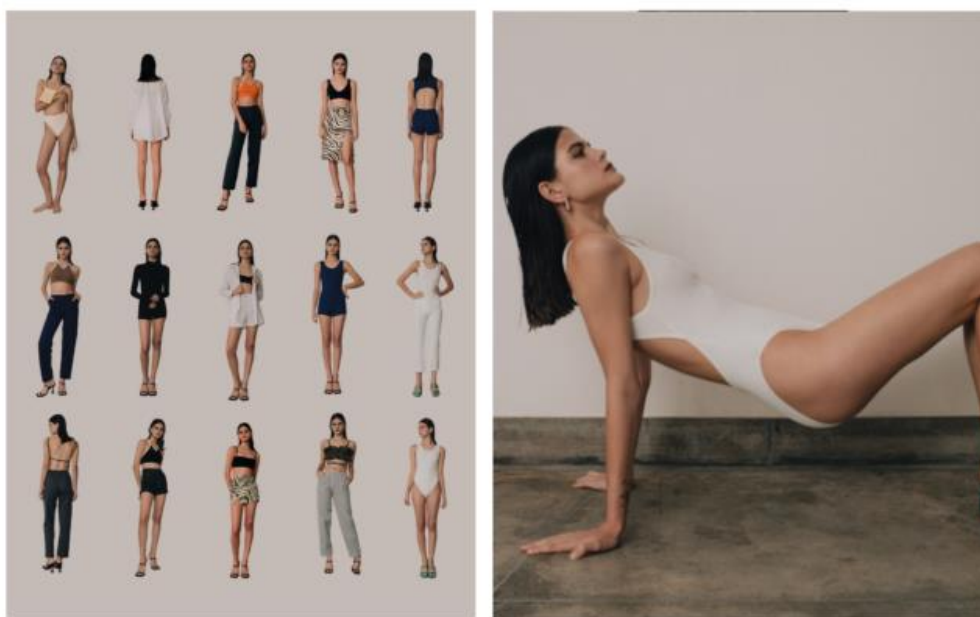
- PONTO DE VENDA ONLINE PELO INSTAGRAM
- 1 LOJA FÍSICA

TABELA ELABORADA PELA AUTORA, A PARTIR DO SITE DA MARCA, 2022.

2.2 Sri Clothing

Segundo a FFW (2021), a *SRI Clothing* foi fundada em 2012, por Ana Cristina Agra. Formada em design pela PUC-RJ, Ana originou a marca sob o desejo de criar uma linguagem própria e tem como princípio ser multilíngue, sensível e aberta aos processos de transformação. A *SRI Clothing* é conhecida por lançar coleções com estética minimalista e sofisticadas, ressaltando sua inspiração pelo feminino carioca e seu *lifestyle*, criando desde peças confortáveis a peças chamativas com brilho e paetê. A marca dispõe de um segmento inclusivo, para todos os corpos e gostos, sendo o diferencial até em suas campanhas. Além disso, o site evidencia a vertente de um consumo consciente, onde apresentaram projetos de *Upcycling* e produção sob demanda.

Figura 21: Coleção Body Moves



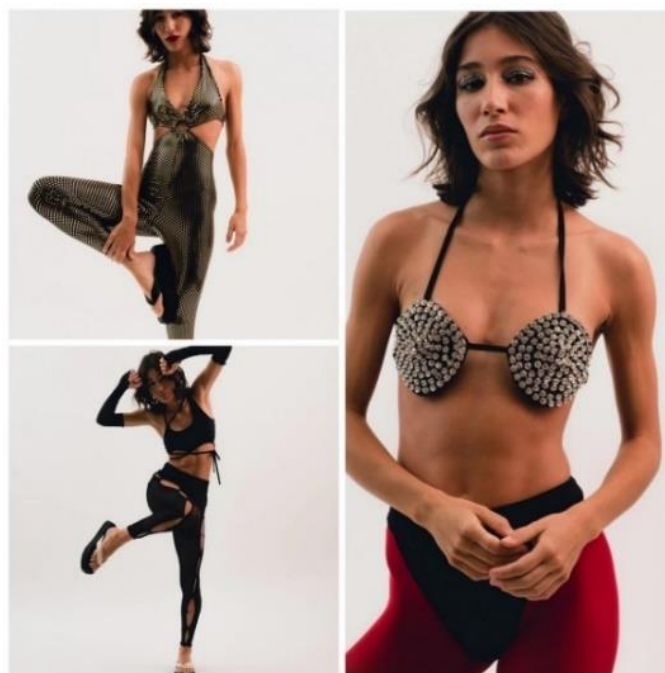
Fonte: FFW.2021

Em 2022, Sri Clothing desenvolveu linhas específicas para eventos. Diferenciada das demais coleções, foram desenvolvidas peças com cores vibrantes, muito brilho, paetê, bordados e amarrações. A linha das roupas, segue uma exuberância que poderia dizer que foi criada para o carnaval, mas a proposta da marca foi produzir peças para festivais que vão acontecer ao longo

do ano e que seja um elemento versátil. A seguir serão apresentadas, as coleções que compõem as linhas em questão

A coleção DANCING HALL, a marca faz alusão aos tempos de discotecas, anos 1970. Segundo Lima (2014), surgiu em meados da década, tornando-se popular mundialmente apenas em 1977 com o filme *Os Embalos de Sábado à Noite*. As casas de festa eram conhecidas por músicas dançantes e arranjos peculiares, a ordem era dançar, seduzir e curtir. De acordo com a matéria, para essa eventualidade, roupas que permitam movimento e exuberância eram primordiais, com muitos paetês, tecidos metalizados, transparências e muita lycra. Na coleção, a marca apresenta modelos com essa estética em suas devidas proporções, utilizando material metalizado e bordados nos tops e macacões. Além de peças com recorte, como a meia calça estilizada pela marca. Os modelos dessa coleção são feitos sob encomenda.

Figura 22: coleção DANCING HALL



Fonte: Montagem elaborada pela autora, a partir da Sri Clothing.2022

Coleção AURORA foi produzida no final de 2021, inspiração para quem almejava brilhar na passagem de ano. Segundo a *Sri Clothing* (2021), as formas e os materiais foram desenvolvidos imaginando no *Glow*, palavra em inglês que simboliza destaque em beleza ou estilo, que é que as festa de fim de ano merecem. Os *looks* dão destaque com peças de paetê, lurex, cetim perolado e bordados em strass. Os modelos apresentam *cropped* meia taça, *hot pant*, calça

legging, luvas, top, saia e calça. Além disso, o nome Aurora simboliza o nascer, o início de todos os dias em diante. O contexto para criação da coleção, é o momento pós pandemia, em que existia reclusão de pessoas e o ano novo surge como uma nova oportunidade de voltarmos a ter dias naturais.

Figura 23: coleção Aurora 1



Fonte: Montagem elaborada pela autora, a partir da Sri Clothing.2022

Na coleção KEEP DANCING, a marca trouxe referências da moda *fitness* dos anos 1990 com peças de cores vibrantes, tecidos brilhantes de elastano, estampas de animais, sobre posição com *bodies* e *hot pants*. No entanto, a coleção promove sua releitura dialogando com tendências atuais, gerando um mix com luvas, aviamentos em argola, franjas bordadas, elementos trançados entre outros.

Figura 24: coleção KEEP DANCING 1



Fonte: Montagem elaborada pela autora, a partir da Sri Clothing.2022

2.3 THE ONE BRAND

A *The One* se apresenta como um negócio de mãe e filha no site da marca, onde a proposta inicial em 2016 era revender roupas. Cerca de um ano depois, a marca adota uma postura de ateliê, afim de promover peças mais autênticas e únicas, gerando a definição do nome *The ONE*.

Por intermédio da entrevista, a marca diz que não segue como ateliê pois não confecção mais as peças a mão e sob demanda, e o lado mais artístico de fazer a mão é durante o carnaval. A *The One* promove sua identidade visual a partir do empoderamento feminino em suas roupas com recorte, transparência e peças mais curtas. Revela ter o mesmo perfil de clientes, desde o início da marca mesmo com as alterações de posicionamento do negócio e a pandemia. O público fixo jovem é composto por mulheres de 16 a 25 anos.

Figura 25: Mix de Produtos The One Brand – Essência da Marca



Fonte: Montagem elaborada pela autora, a partir do instagram da The One Brand.2021

“Não é qualquer pessoa que eu vejo usando a nossa marca por que nem todo mundo tem essa ousadia. Ai quando eu vejo uma menina que não tem esse perfil usando minha marca, eu penso caramba ela teve coragem e o quanto

maneiro é proporcionar isso”. Diz, Carolina Almeida, em entrevista via *Face time* em 18/04/2022.

Figura 26: Cliente da Marca



Fonte: Postagem da marca no Instagram, The One Brand.2020

Segundo Carolina Almeida, uma das donas da marca, o carnaval de 2018 ainda não manifestava um viés mais *fashion*. Paralelo a esta época, ocorreram festivais que acontecem no exterior, como é o caso do *Coachella*, mas um em específico chamou atenção da *The One*, o festival *Burning Man*, que acontece no estado Americano de Nevada até hoje. A marca analisou os estilos de roupa usados e decidiu trazer uma proposta diferente para o carnaval de 2019. O desenvolvimento da coleção veio do desejo de inovar e ser notável diante de outras marcas que produziam fantasias propriamente ditas para o evento, como gatinho, cupido, Carmem Miranda, etc.

Figura 27: Coleção The One, Carnaval 2019



Fonte: Montagem elaborada pela autora, a partir da The One Brand.2019

Para o carnaval de 2022, a marca produziu duas coleções que conservam o mesmo estímulo e que não se distanciam da proposta que a loja tinha. Segundo a entrevista feita para The One, a marca seguiu de inspiração a linha já desenvolvida para o carnaval de 2019, mas com algumas adaptações e a mudança do carnaval desse ano fomentou para tal ação. Com a proibição dos blocos de rua, a festa ficou restrita aos eventos privados que ocorreram em fevereiro e os desfiles das escolas de samba em abril. A proposta da marca era criar roupas para usar nessas ocasiões com mix de versatilidade, brilho, transparência e recortes. Um exemplo de peça já feita pela loja, mas moldada a tendência de brilho é o top estrela com aplicação de paetê, e atualmente é a peça que mais vende.

Figura 28: Top estrela, mais vendido. Coleção Carnaval.2022



Fonte: Postagem no Instagram – The One Brand.2022

Abaixo, são apresentadas imagens que revelam os elementos visuais que esta coleção elaborou. Sendo notável, a silhueta que marca o corpo suas peças justas, a presença de transparência trazendo nudez. Além disso, a aplicação de peças bordadas com strass e paetê, transformando uma peça básica em algo chamativo devido o brilho e as franjas como mais um adereço singular. A modelagem tem uma referência mais básica em algumas peças, mas o top estrela, possui um corte diferenciado com suas amarrações. A coleção lança uma peça extra servindo de possibilidade para compor o *look*, são as luvas de tule.

Figura 29: Coleção Carnaval.2022



Fonte: Montagem elaborada pela autora, postagem The One Brand.2022

A pesquisa de mercado tem como propósito ser uma inspiração, no qual buscasse marcas que estão na atmosfera do trabalho que é elaborado. O presente texto estudou Kaia, *Sri Clothing* e *The One Brand* pois desenvolveram produtos para uma oportunidade festiva como carnaval, foco deste projeto. Desse modo, é analisado cada elemento utilizado nessas coleções possibilitando um norte no desenvolvimento do capítulo da coleção cápsula. Em vista disso, a tabela abaixo tem como critério de observação nos produtos, as formas, texturas, material, aviamento, cor e estampa. Formando um compilado de palavras-chave com todas as informações extraídas de cada marca

GRÁFICO ELABORADO PELA AUTORA, A PARTIR DO SITE DA MARCA, 2022.

Tabela 5: Elementos estéticos das Marcas

Marcas	Kaia	<i>Sri Clothing</i>	<i>The One Brand</i>
Referências	Brilho- sexy- animal print	cores vibrantes - Brilho - sensualidade - mistica - animal print	Sensualidade - brilho
Formas	Curto, Longo, silhueta marcada, decote, recorte, assimétrico, estrutura leve e solta	Curto, Longo, silhueta marcada, decote, recorte, assimétrico	Curto, Longo, silhueta marcada, decote, recorte, assimétrico
Textura	Lisa, bordada, transparência,	Lisa, bordada, transparência, franja, metalizado, drapeado	Lisa, bordada, transparência, franja
Material	Paetê, pedraria, malha, poliamida, elastano e Tule	Paetê, pedraria, malha, poliamida, elastano, Algodão, Strass, Cetim, Tule	Paetê, pedraria, malha, meryl, suplex, Algodão, strass, Tule
Aviamento	Amarração e Zíper	Argola, Amarração, Botão	Amarração, Botão
Cor	Preto, Branco, Prata, Dourado, Rosa	Preto, <i>Off white</i> , Prata, Dourado, Rosa, Laranja, Verde, Vermelho, Azul	Preto, Branco, Rosa, Verde
Estampa	Zebra	Zebra e Leopardo	X

Fonte: Tabela elaborada pela autora, 2022

Por meio dos elementos registrados, é possível visualizar melhor a estética de cada marca e atrelado a ela, o estudo de público alvo proporciona a diretriz que a coleção cápsula deve ter. No próximo capítulo, será abordada a metodologia e o estudo do público afim de gerar uma persona que condiz o mais próximo do consumidor real.

A observação das marcas *Kaia*, *Sri Clothing* e *The One Brand* ratifica uma semelhança nas propostas de coleção e os clientes que atendem. Pode-se observar brilhos, caráter exuberante, roupas com recorte e justas, o que as aproxima da essência carnavalesca, mas apresentadas de formas diferentes do vestuário que costumávamos ver em outros carnavais.

CAPÍTULO 3

A woman with long, dark, curly hair is shown from the waist up, wearing a silver, sequined, sleeveless dress. She is looking upwards and to the right. A wide, colorful beaded skirt with many strands of multi-colored beads (red, blue, green, yellow, purple) hangs from her waist. The background is a clear blue sky with some greenery visible at the bottom.

3. JOGAR SERPENTINA E SORRIR PURPURINA

Este capítulo tem por objetivo analisar e delimitar o público-alvo respaldando-se em mulheres que frequentaram eventos carnavalescos em 2022, nos meses de fevereiro e abril, e que realmente gostam dessa atmosfera. Esse recorte foi estabelecido para codificar de maneira clara, o possível público que consumiria uma coleção voltada para o carnaval com um viés mais fashion. A entrevista com a marca *The One Brand*, mencionada no capítulo anterior, norteou a faixa etária do possível público. Com isso, será adotado um estudo de núcleos geracionais, a fim de compreender o perfil que este público se enquadra, servindo de apoio o livro *Consumo Autoral* de Francesco Morace (2012). O livro dimensiona o estudo do mercado através do comportamento interpessoal, não se restringindo a faixa etária do público e sua classe social. Em seguida, será apresentado um grupo de amostra que constitui o perfil geracional definido. Ao final do capítulo, com as informações adquiridas no grupo de amostra e pesquisa de perfis geracionais, é criada uma persona fictícia que representa o mais próximo do público real para consumir os produtos da coleção cápsula que será desenvolvida no final do trabalho.

3.1 Geração Z ou IGeneration

Segundo a obra de Carmo (2019), entende-se como Geração Z, um grupo que nasceu entre 1992 a 2010. Para essa geração, o meio digital é a extensão da sua vida, uma vez que esse grupo foi a primeira geração a ter contato 100% com a tecnologia. A caracterização do domínio tecnológico impulsiona um perfil de pessoas curiosas, desprendidas e multitarefas. Adaptável a mudanças, seu maior foco é a qualidade de vida e dinheiro não é premissa. São livres de rótulo e buscam imergir em vários grupos devido seu interesse pela diversidade. Valorizam sua individualidade e nos outros também, consequentemente, não gostam de ser definidos por classe, idade ou gênero. O seu comportamento está muito voltado ao coletivo, com senso de inclusão, sustentabilidade e responsabilidade social. De acordo com a autora mencionada, a internet aflora seu conceito de sem fronteira, pois é um local que oferece acesso a tudo, como relações pessoais, cultura, doutrina, religiões, lugares, entre outros. O luxo para essa geração é o acesso e não a posse.

...Cada um tem seu smartphone, seu vídeo game, seu notebook e se comunica através desses dispositivos que estão constantemente conectados à internet. Como todos os dispositivos são móveis, nada mais prende os indivíduos da geração Z, em um único lugar...” (CARMO, 2019, p.41).

Figura 30: Imagem representativa da imersão digital na geração Z



Fonte: Mundo Escola, 2022.

Para compreender o consumo dessa geração, é importante analisar como ela se comporta nas redes sociais, visto que é o ambiente onde mais passam o tempo. Ao observar as redes, percebe-se a valorização da autenticidade e da transparência, gostam de consumir aquilo que é real e não artificial, servindo mais como um desejo de representatividade, seja por música ou moda. A Geração Z é bastante engajada em ter novas experiências que concorde com seus valores. Segundo o jornal *Folha de São Paulo* (2021) esse perfil de consumo se mostra muito diferente se compararmos as gerações anteriores, que apresentavam um consumo desenfreado. Cada vez mais preocupados com o consumo consciente e a sustentabilidade, seus critérios para adquirir um produto vai além da estética. Efetivamente, renovaram a maneira de consumir, de compartilhar a cultura, de trabalhar e de influenciar. Conforme a observação feita por Carmo (2019), novas profissões estão por vir a fim de atender as expectativas dessa geração. Logo, entende-se que o mercado sofrerá adaptação para acompanhar quem o movimenta. Pelo que indica, essas profissões estarão voltadas para o universo digital, como marketing digital e produção de conteúdo

online. O livro descreve a geração z, como pessoas muito criativas e empenhadas para resolver desafios, desse modo, preferem trabalhar de maneira autônoma, alguma das vezes com seus hobbies e não como subordinados em uma empresa. É tangível que o mercado de trabalho se molde com um perfil que une o meio pessoal e o meio corporativo.

...A filosofia de atuação desses profissionais é de liberdade, não de obediência; de especialização, não de repetição a ponto de se tornarem profissionais excelentes no que fazem; sem cumprimento de horários e determinações; mas de entrega, resultados...” (CARMO, 2019, p.48).

3.2 Núcleo Geracional

Após as observações levantadas a partir da geração Z, o público consumidor pertence ao núcleo geracional de Francesco Morace (2012). Este grupo é chamado de *Linker People*, se enquadra pela faixa etária indicada no livro, mas principalmente por estar imerso na era digital e sofrer grandes influências desse meio no seu comportamento. Essa visão será mais detalhada a seguir.

3.2.1 *Linker People*

Denomina-se *Linker People*, um grupo jovem com idade de 20 a 35 anos. Morace (2012) em sua obra, os apresenta como pessoas de opinião, criativas e antenadas. Por terem a presença da tecnologia em toda sua formação quanto indivíduo, é um núcleo geracional aberto a experimentar qualquer combinação. Se pensarmos atentamente, uma pessoa que cresce tendo diversas informações sobre todos os assuntos, não aceitaria se restringir a uma comunidade ou grupo, a gana por conhecimento já faz parte do seu ser, e é sobre isso que Morace salienta. Sua perspectiva e ideal do mundo é uma consolidação do plano real com o virtual, produzindo um código individual.

De acordo com Morace (2012), se revelam *trend setters* no comportamento, vivem o plano urbano como um infinito reservatório de estímulos. Sua identidade autêntica de mesclar o que o agrega de fato, estimula uma postura de serem pioneiros em tendências ainda distantes, desencadeando no ciclo que denominamos como Moda. O consumo deste público não se apega as marcas específicas, apreciam marcas independentes e que tem um projeto para cada cliente, seja por customização ou algo que beira o *Do it yourself*, faça você mesmo. Dessa forma, se sentem conectados aos produtos que consomem, pois fazem parte da construção dele e tem seu estilo representado. Valorizam a reelaboração do mundo com o auxílio da tecnologia. Em sua maioria, não são passionais. Esses integrantes, tem a necessidade de “pôr a mão” em tudo que está ao seu alcance, querem mudar também o que percebem, a fim de criar ou adaptar algo para si, segundo Morace (2012).

No Livro de Francesco Morace (2012), o autor salienta pontos específicos que influenciam este grupo, divididos em drivers de consumo, produto, comunicação e distribuição.

- **Drivers de Consumo**

- Consumo que une plano real e virtual
- Consumo de produtos ou locais alternativos
- O multicanal provoca interesse devido a acessibilidade
- Marcas que viabilizem o cliente de ser co-autor do seu produto

- **Drivers de Produto**

- Afeição por produtos e estéticas inovadoras
- Produtos que representem o estilo urbano
- Deve ter como diferencial uma experiência para cada cliente
- Produto deve salientar sua personalidade e individualidade

- **Drivers de Comunicação**

- Novos meios para experimentar a comunicação
- Tem flexibilidade midiática com arte e criatividade
- A transparência na comunicação é valorizada

- **Drivers de Distribuição**

- Atraídos por lojas temporárias
- Deve promover ofertas como “*on the go*”
- O maior espaço de venda deve se concentrar nas redes

3.3 Grupo de Amostra

Para traçar um perfil que se aproxima do real consumidor, o grupo de amostra teve como base o estudo da Geração Z e o núcleo geracional de Francesco Morace (2012). Após o estudo desses materiais, a plataforma *Instagram* serviu como ferramenta para buscar perfis que se enquadravam nos dados levantados

e serem analisados em seguida. Foram escolhidas mulheres que são próximas a presente autora, jovens que regulam a faixa etária de 20 a 26 anos, em que constituem um perfil influenciado pela era digital e práticas comportamentais atreladas ao meio, como foi mostrado anteriormente. No entanto, o recorte dessas pessoas foi mais específico, uma vez que a coleção cápsula foi desenvolvida para o carnaval e eventos de música, o núcleo desse grupo deve ter intimidade com as temáticas e gostar de frequentar tais ocasiões.

Desse modo, serão apresentados perfis que tem afeição ao universo do carnaval. São pessoas que estão imersas na arte, seja por consumir ou criar, como forma de expressão. Dentro dessa semântica, suas roupas exprimem seu jeito, logo a moda tem um papel significativo para elas. Além disso, possuem uma vida agitada, o que promove a circulação em vários lugares.

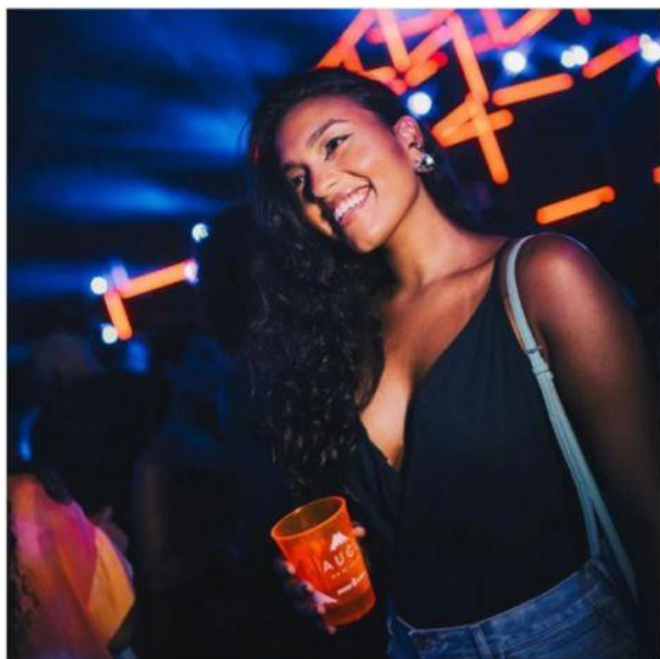
Como mencionado anteriormente, o grupo consiste em pessoas estão inseridas no meio pessoal da autora. Em vista disso, o contado para realizar o estudo foi feito pelo *Instagram*, em que a autora realizou enquetes para serem respondidas somente pelas pessoas selecionadas. As enquetes tinham ilustrações e perguntas sobre a temática. O processo do estudo foi registrado e apresentado no Apêndice. A seguir, serão apresentadas as mulheres que constituem o grupo de amostra, com dados, fotos e um breve texto sobre elas. As informações encontradas neste breve texto, foram extraídas a partir das perguntas feitas nas enquetes, que visavam saber o que elas faziam no seu tempo livre e qual o critério adotado na escolha por um produto para ser usado no carnaval. Pode-se notar que elas se viam estimuladas a refletir sobre esse processo de escolha o que propiciou respostas mais espontâneas.



- Nome: Isabella Estrela
- Idade: 21 anos
- Gênero: Feminino
- Estado Civil: Solteira
- Formação: cursa Design Moda
- Localidade: Rio de Janeiro, RJ
- Estilo: Casual e Moderno



GRUPO DE AMOSTRA





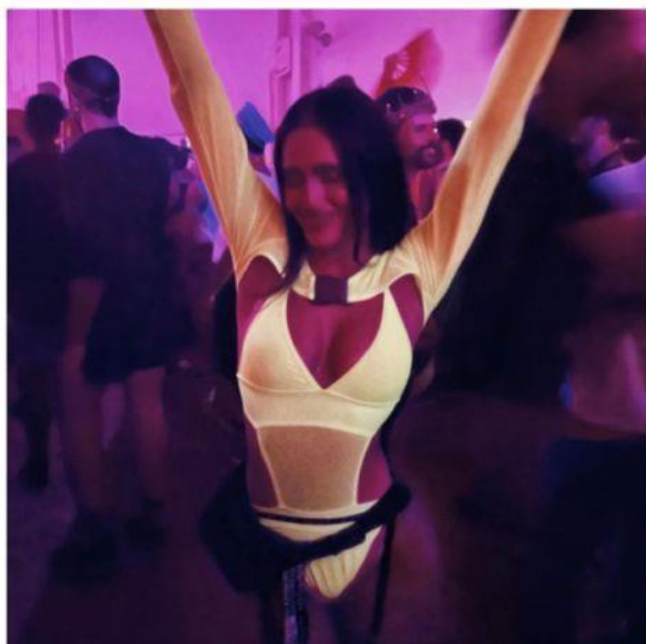
Isabella Estrela está se formando em Design de Moda e fez estágio numa grife. Nas redes sociais, posta seu cotidiano e as multitarefas que desempenha ao longo do dia. Para ela, fazer esporte é a melhor terapia. Gosta de participar e estar ativa em tudo, desde corridas a festivais de música. Por ser uma pessoa da área de moda, procura estar antenada em marcas que consome e se tem um viés mais consciente na produção. No seu tempo livre, prefere curtir uma praia e sair anoite com as amigas para festas e tomar drinks. O carnaval simboliza Euforia.



- Nome: Isabela Nogueira
- Idade: 26 anos
- Gênero: Feminino
- Estado Civil: Solteira
- Formação: cursa Psicologia
- Localidade: Rio de Janeiro, RJ
- Estilo: Casual e Moderno



GRUPO DE AMOSTRA





Isabela Nogueira cursa psicologia na PUC. Se intitula, mãe de pet. Um dos seus maiores hobbies é maquiagem, usa muito a internet para inspiração dessa produção. Gosta de colecionar momentos com sua família, mas também de sair para bares e festas para dança muito. Acredita que seu código de vestir, está voltado para as tendências, mas não curte coisas óbvias, mas diferentes e que de confiança. Isabela, define carnaval como "Libertador".



- Nome: Paula França
- Idade: 25 anos
- Gênero: Feminino
- Estado Civil: Solteira
- Formação: Jornalismo
- Localidade: Rio de Janeiro , RJ
- Estilo: Casual e Moderno



GRUPO DE AMOSTRA





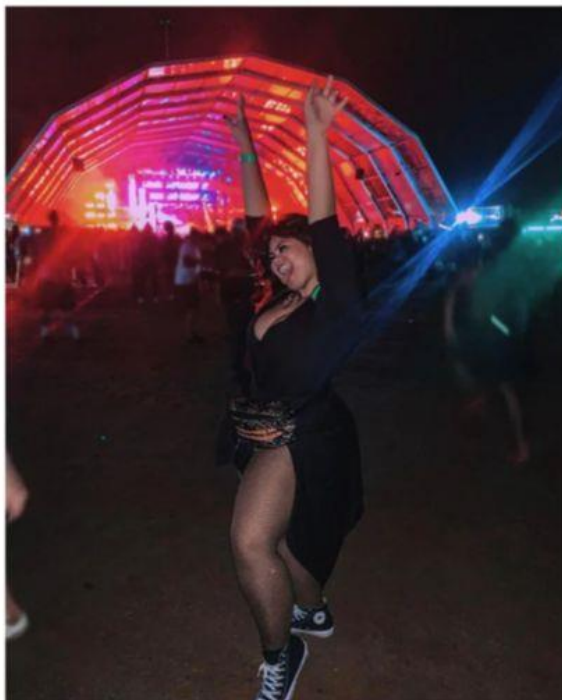
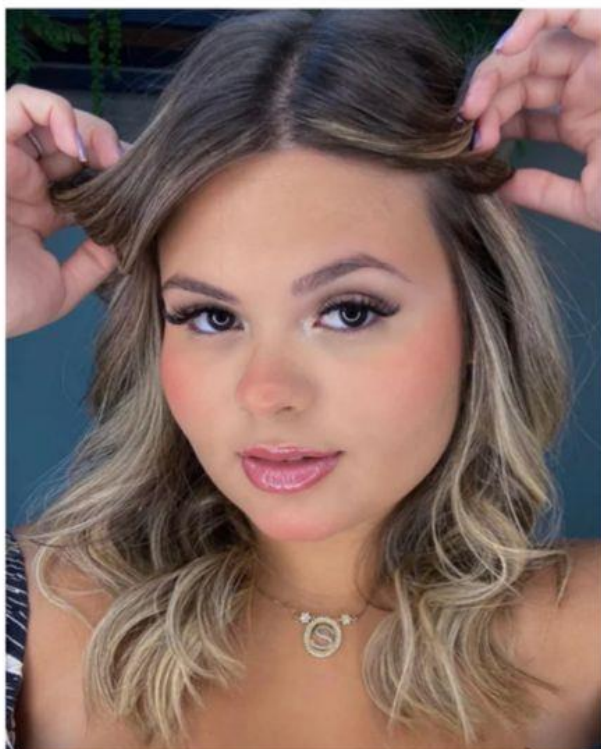
Paula França é formada em Jornalismo, e atualmente trabalha como assistente de marketing na Warner Music BR. Em seu Instragram, gosta de posta seu estilo e os eventos que vai, em maioria são shows. Além disso, vai para varios lugares do Rio com seu namorado, e tiram fotos do seu estilo com o lugar. Colecionando esses momentos, a moda diz muito sobre Paula, é seu modo de se comunicar. Gosta de peças inovadoras .Para Paula, o carnaval é "Alegria".



- Nome: Victoria Shizue
- Idade: 22 anos
- Gênero: Feminino
- Estado Civil: Solteira
- Formação: cursa Artes Cênicas
- Localidade: Rio de Janeiro, RJ
- Estilo: Casual e Moderno



GRUPO DE AMOSTRA





Victoria Shizue é estudante de artes cênicas, e atualmente esta com uma peça em cartaz. Utiliza o instagram para divulgar suas peças, mas também para aprimorar seu lado blogueira. Adora sair com os amigos pós ensaio do teatro para um barzinho. Seu passa tempo favorito é meditar e praticar autocuidado. Se considera super fã de qualquer festival e jura que vai em todos. Ama vestir o que é da sua personalidade ousada. O carnaval para ela, simboliza expressão e muito glitter.

Com base no estudo do grupo de amostra, entende-se que o carnaval tem um valor significativo na vida dos integrantes e que a celebração pós pandemia simboliza recomeço, renascimento e liberdade. O desejo de aproveitar uma festa o ano todo com muita alegria e energia é o que esperam, o feriado de carnaval acabou mais as festas não param de acontecer, uma atrás da outra. Em vista disso, ficou claro que seu melhor aliado para expressar seu sentimento na celebração, é o vestuário. Ressaltaram que um produto ideal para usar nessas ocasiões deve ser confortável, mas que não economize em ser chamativo e divertido. Seu critério para consumir está voltado para produtos que aplicam as tendências, mas que não sejam óbvios e que de fato manifeste personalidade e confiança. Para o grupo, saber que eles possuem algo exclusivo é importante. Ademais, constatou-se que as plataformas digitais desempenham uma alta influência na vida desse público, em específico, *Instagram* e *Tik Tok*, tendo como porta voz personagens em evidência na mídia, norteados o que é interessante consumir, embora não são tão persuasivos para conseguir tamanho feito. Com o mundo caminhando para momentos melhores, os integrantes têm a necessidade de pôr em prática o real sentido de “viver”, em tudo que fazem e consomem. É um grupo que gosta de frequentar festas, viajar, estar com a família, ter momentos de autocuidado e amor próprio. Potencializaram essas ações diante das incertezas que a pandemia trouxe no momento vivido.

3.4 Análise do Público-alvo

Segundo Micael Herschmann (2013, p.272) o carnaval de rua teve um crescimento devido ao ativismo musical, que traz uma nova face dos cortejos tradicionais. Alguns blocos de rua que proporcionavam a folia antes da pandemia já adotavam um repertório musical de cantores atuais, dando espaço para o público jovem participar da festa. Trazendo para o cenário de 2022, com o amenizar dos casos de Covid 19, a expectativa do público jovem para aproveitar o carnaval era grande. No entanto, houve o cancelamento dos blocos e os foliões tiveram de encontrar uma maneira para celebrar. Como as festas de verão ganharam uma proporção notável, eles optaram por vestir-se o mais próximo da temática carnavalesca nas festas, segundo Renata Magalhães (2022). Diante das informações levantadas tanto no grupo de amostra quanto no crescimento

do carnaval devido a musicalidade, interpreta-se que o público que gosta de carnaval também gosta de festivais de música, e que houve uma aproximação de ambas as atmosferas. Essa aproximação, é proveniente de dois fatores, a organização do carnaval de 2022 e a necessidade de implantar alegria no vestuário para qualquer ocasião. Algumas marcas resolveram mudar o modelo de negócio e investir nessa demanda de produtos exuberantes e divertidos para qualquer ocasião, de blocos a noitadas, como a marca Ohlograma mencionada no capítulo 2.

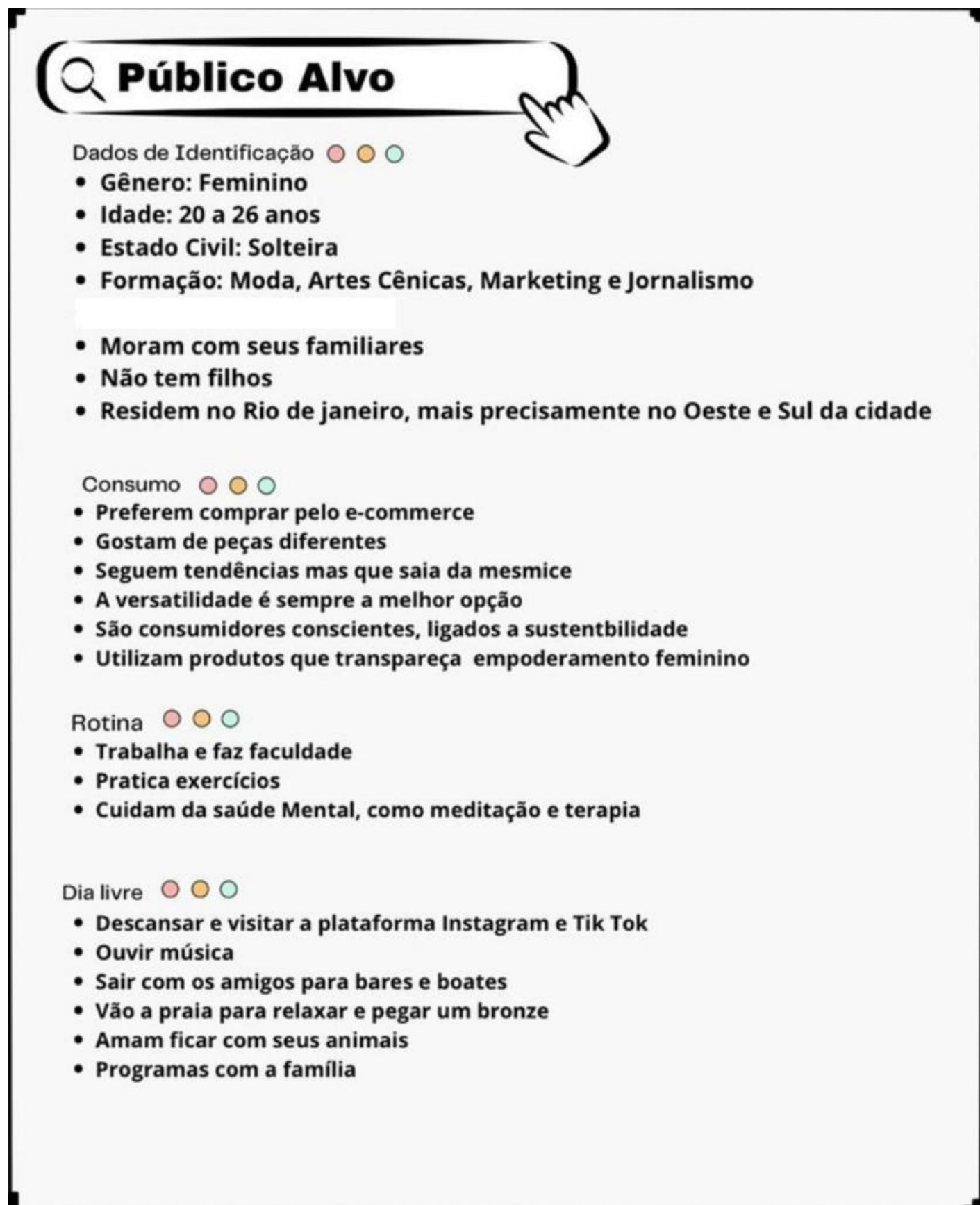
Além disso, foi possível perceber que um dos fatores mais influentes para este público-alvo são as plataformas digitais, em específico, *Instagram* e *Tik Tok*, O meio digital é o local com maior fonte de consumo hoje em dia, formadora de opiniões, ideias e alternativas. Essa realidade já era notória, mas durante a pandemia, potencializou o uso tecnológico e com ele o consumo de lojas *on-line*, segundo a pesquisa realizada pela MOB INC, em junho de 2021. Em vista disso, o consumo de um jovem é norteado pelo que vê na internet, seja para lugares badalados, roupas, música, entre outros. Logo, o público-alvo que consumiria uma coleção de carnaval com viés mais *Fashion*, é uma pessoa ativa, que gosta de festivais de música e carnaval e está atento as tendências mas tem desejo de recriar algo exclusivo para si. Esse perfil afeiçoa-se por produtos vinculados a mídia de *Instagram* e *TikTok*, mas que condiz com sua personalidade e estado de espírito.

3.5 Perfil Público-alvo e Persona

A partir das informações coletadas anteriormente, entende-se que o público alvo que servirá como base para coleção cápsula se encontra na geração Z. Com isso, será apresentado um perfil ideal com todos os dados levantados que constituem suas características, como lazer, comportamento, descrição de idade e nome, necessidades, entre outros.

Em seguida, será apresentada uma persona fictícia mas que exhibe as características reais, concordando com o público consumidor da coleção cápsula de carnaval.

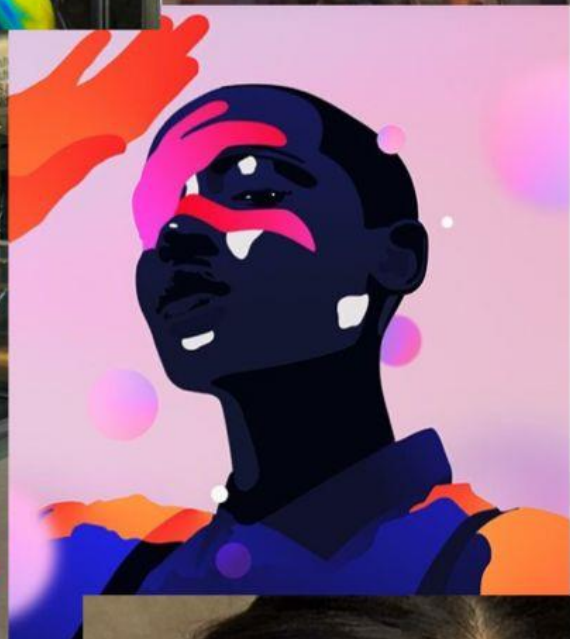
Figura 31: Público-alvo



Fonte: Elaborada pela autora, 202

Persona

- Nome: Brenda Costa
- Idade: 23 anos
- Estado Civil: Solteira
- Formação: cursa Design Gráfico
- Localidade: Botafogo, Rio de Janeiro
- Atividades: Meditação
- Estilo: Casual e Moderno
- Marcas preferidas: Não se apega a marcas e sim produtos que goste e combine com sua personalidade
- Lugares preferidos: Bar, festas, Praia e Restaurantes
- Rede social preferida: Instagram
- Programa preferido: RuPaul's Drag Race
- Melhor época do ano: Carnaval!!



Brenda tem 23 anos, está cursando Design Gráfico na ESPM. Faz estágio na empresa LOBA, elaborando artes para marcas que querem aposta no marketing digital. No momento mora com a mãe, a irmã e seu gatinho Nicolás, no apartamento em Botafogo. Ela e sua mãe fazem meditação juntas todo dia ao acordar, depois Brenda vai para faculdade e estágio em seguida.

Quando está livre, procura sair com amigas para restaurantes legais, e depois postar dicas no seu Instagram. Além disso, ela ama sair para shows por que gosta bastante de se maquiar e colocar looks diferentes. Procura sempre estar inteirada nas programações para o final de semana. Algumas vezes Brenda prefere ficar em casa, e quando fica costuma fazer maquiagens inspiradas no tiktok ou ver um filme com sua mãe e irmã.

Para consumir algo, prefere pesquisar nas redes sociais e compra online em lojas que tem um engajamento voltado pra moda consciente e que fazem roupas mais diferentes, que empodere ela. Busca por peças estilosas e confortáveis, já que frequenta eventos de música e precisa se sentir a vontade e bonita também

A melhor época do ano para Brenda é o carnaval, por que pode ousar ainda mais na produção, colocar brilho e fazer maquiagem divertidas. Seu sonho seria ter uma coleção que englobasse tudo para ir tanto nos eventos quanto no carnaval.

CAPÍTULO 4



4 Pesquisa Criativa

Este capítulo tem o propósito de exibir as principais macrotendências para Primavera/Verão 23, com base no site de tendências WGSN. A pesquisa criativa busca apresentar tendências que condiz com o projeto da coleção.

4.1 Pesquisa de Macrotendência e Microtendência

Por meio da pesquisa, foi encontrada a macrotendência Espectro Total no site WGSN, em que sua proposta simboliza respiro coletivo após um período de restrição e temor global, causado pela pandemia. Forjada por um conceito expressivo e otimista, a tendência reúne influências do plano físico e digital, interessante para o público da geração Z. Exprime seu conceito por meio de elementos contrastantes com combinações divertidas e espontâneas. Em sua apresentação, oferece uma perspectiva do cenário de 2023, em que o público se afeiçoará por experiências e produtos que apliquem extravagância no dia a dia. Essa tendência reforça o apoio para auto aceitação, em que não é tempo para pensar demais, e sim viver de uma forma mais livre e divertida é o ideal. Com essa introdução, entende-se que a proposta da macrotendência apresentada corresponde com o objetivo do projeto, uma vez que desempenha o papel de fortalecer a autenticidade do público e promove uma estética surpreendente com cores vibrantes, formas variadas e texturas inimagináveis. O presente trabalho tem desejo de integrar os elementos importantes que foram consumidos na primavera/verão 22 e que estão presentes nessa macrotendência Espectro Total, pois é possível reparar a semelhança nas motivações e no propósito do público, viver de maneira alegre, extravagante em qualquer ocasião.

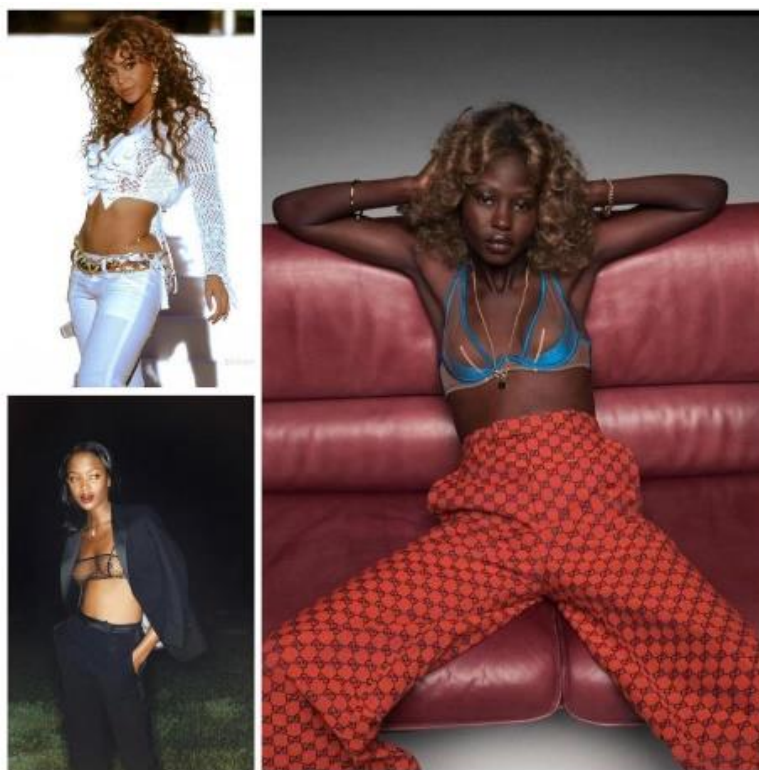
Figura 32: Macrotendência Espectro Total



Fonte: Por Susan Fang, site WGSN. 2022

A seguir, serão apresentadas as quatro microtendências encontradas na macro citada anteriormente. As tendências que a constituem são: Hedonismo dos anos 90, *Glam Futurista*, Fantasia Digital e Artesanato Exuberante. O Hedonismo dos anos 90, é o retorno da estética desse período que sofreu fortes influências das músicas de rua, *Hip Hop* e *Rock Roll*. Apresentam elementos visuais chamativos, como transparência, peças com decote, modelagem que segue o desenho do corpo, designs clássicos em renda e *bodies* minimalistas, produzindo looks mais sexy. A tendência deseja exaltar a mulher que usa, promovendo seu empoderamento e autoaceitação. Sendo uma releitura dos anos 90 para a macro Espectro Total, utiliza na tendência, cores vibrantes em tecidos, mas o preto e o branco são garantia de impacto. Para as peças, manuseiam microfibra, tricôs, redes e telas amplas, em *bodies*, vestidos e calças.

Figura 33: Hedonismo anos 90, Tendência P/V 23.



Fonte: Site Wgsn, 2022

A estética *Glam Futurista* une duas temáticas, a aproximação da humanidade com o “turismo” espacial e o retorno da moda sofisticada, servindo como referência os anos 20. Apresenta um conceito elegante, utilizando de brilhos perolados e modelagens ultra femininas, saias pregueadas e vestidos evasê. Na composição de peças, essa tendência recorre a revestimentos metálicos e fibras luminosas, tecido de tule para aplicações de pingentes que são capazes de substituir os enfeites, produzindo um *look-chave* para filtros e roupas digitais, que também podem ser usados em produtos físicos. Nessa estética é comum ter uma paleta voltada para o branco e tons prateados quentes, como champanhe e cores pastel.

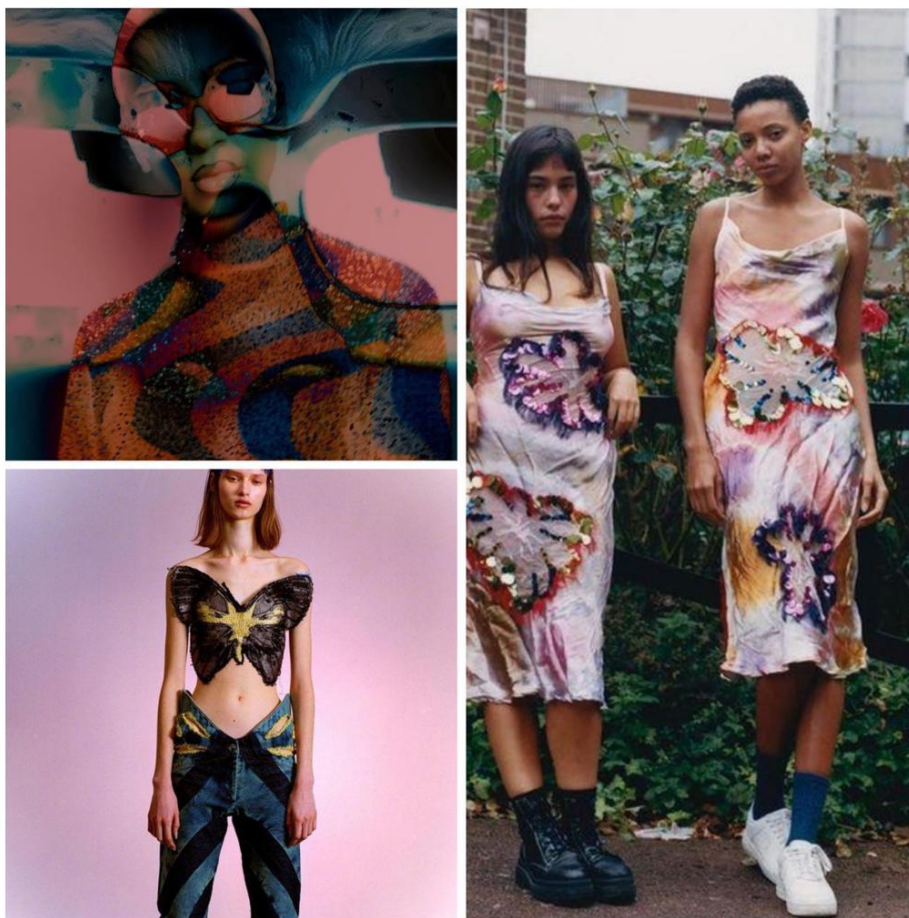
Figura 34: Glam Futurista, Tendência P/V 23.



Fonte: Site Wgsn, 2022

A estética Fantasia Digital reforça que na vida do consumidor, os mundos físico e digital estão cada vez mais próximos. E sob esse cenário, uma dimensão híbrida surge, reunindo elementos inovadores do Metaverso com experiências da vida real. A tendência tem propósito de mistura dois mundos, manifestando uma estética que funde os anos 90 aos 2000 com *layout* digital, aplacando os consumidores da Geração Z. Nas peças, utilizam formas variadas, desde convencionais á divertidas e originais, mas repaginadas com cores artificiais. A tendência tem como base a sustentabilidade, um tema importante que vem ganhando notoriedade. Desse modo, lida com sobras de tecido, técnicas de *patchwork* e sobre tingimento. A Fantasia Digital se mostra relevante para vestidos, moda verão, peças avulsas e conjuntos.

Figura 35: Fantasia Digital, Tendência P/V 23.



Fonte: Site Wgsn, 2022

A estética Artesanato Exuberante é uma consequência da ascensão do *Craftcore*, que tem como premissa *Do It Yourself* (DIY), faça você mesmo. A estética se revela expressiva, unindo ativismo e autoexpressão. Contemplada por um visual carregado de emoções, paisagens, bordados e cores vibrantes, o Artesanato Exuberante é uma excelente opção para moda do verão. A estética mistura padronagens como tricô e crochê, listras interrompidas com aplicação de miçangas para agraciar o movimento quando o consumidor usar a peça. A exuberância é traduzida em lindas imagens da natureza, e muitas das vezes essa estética reproduz uma linhagem cultural. Com a pandemia, as pessoas se mostram necessitadas desse contato humanizado no vestuário, o artesanato desempenha esse papel de estreitar a ponte que liga o produto do consumidor.

Figura 36: Artesanato Exuberante, Tendência P/V 23.

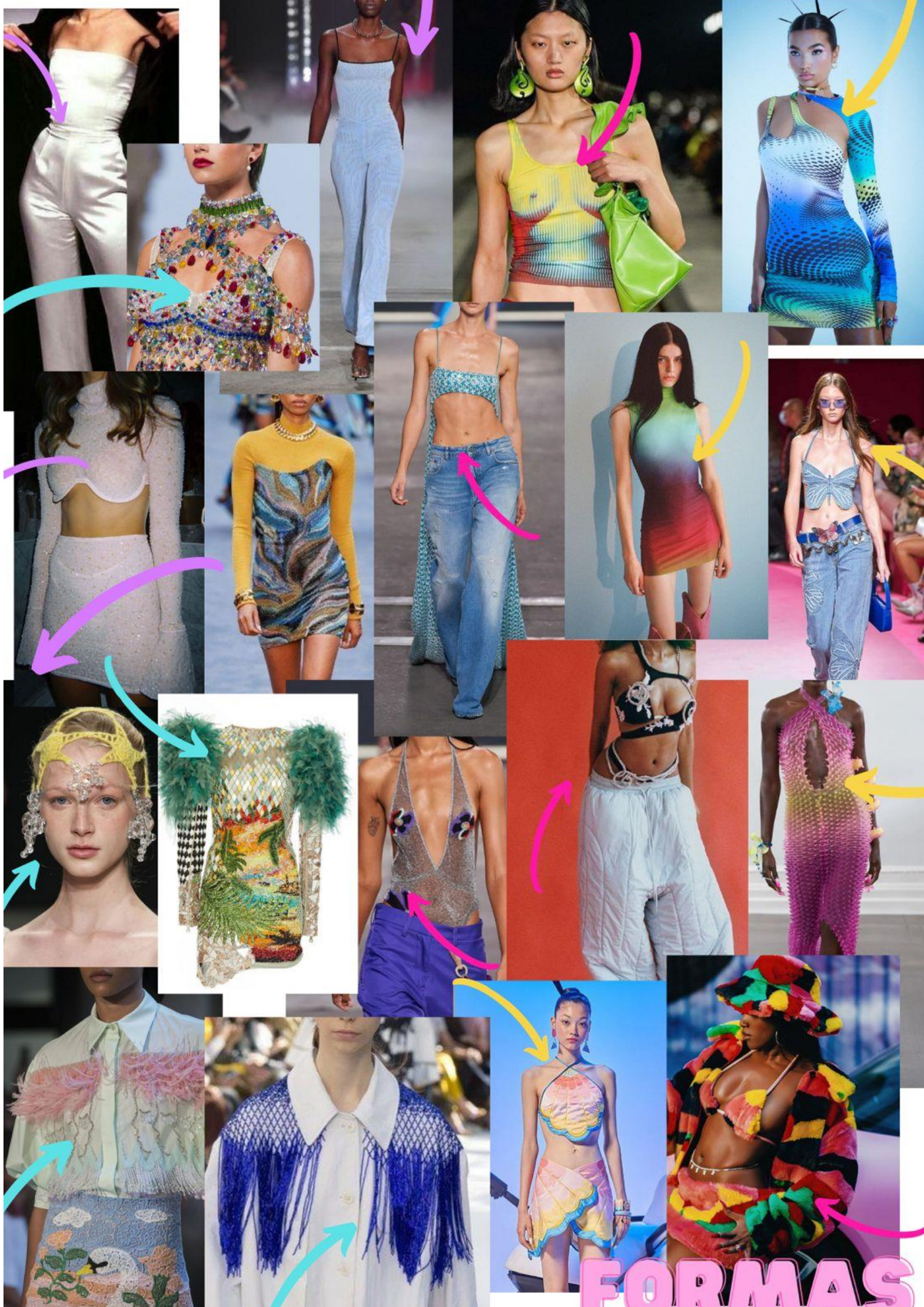


Fonte: Site Wgsn, 2022

4.1.2 Pesquisa de Formas

Para ilustrar as microtendências apresentadas anteriormente, foi montado um painel que reúne os aspectos visuais e as formas dos produtos que constituem cada tendência. Abaixo da ilustração serão salientadas as silhuetas identificadas em cada proposta, a fim de representá-las na coleção cápsula que será desenvolvida no final do projeto.

Para o estudo de formas desse projeto, o processo foi iniciado desde o estudo das marcas no capítulo 2, em que foi apresentada uma tabela que contém elementos estéticos marcantes de cada uma, como formas, texturas, referência, material, cor e estampa. Como as formas presentes em cada marca foram vistas de maneira ampla, este tópico tem objetivo estudar a estrutura de vestuário de cada tendência afim de identificar como se apresentam e traduzem o seu estilo.



A tendência *hedonismo dos anos 90* é orientada com as setas rosas. Presente no painel, as formas são marcadas por calças ou saias de cós baixo e a parte superior é definida por modelos mais curtos, decotados ou justos, resultando em uma aparência mais sexy e empoderada, o foco é o corpo e elementos decorativos que o sobressai. Os *bottoms* e peças avulsas como casaco, desempenham um papel de representar o estilo despojado, por serem mais largas e amplas retomando a estrutura *oversized*. O que é importante analisar nessa tendência é o corte das roupas, que oscila entre longas e bem curtas, e por seu aspecto justo que remete um visual jovial.

A tendência *Glam Futurista* é sinalizada pelas setas roxas. O painel apresenta formas femininas, como saias justas, *cropped* que marca a silhueta inferior dos seios e peças inteiras que são justas na cintura e longas projetando uma forma alongada e elegante. Além disso, a presença da sobreposição gera uma forma mais estruturada como a moda futurista prega. Nas peças, encontram-se detalhes sofisticados que é importante observar, como mangas *Flare* e o corte reto nas extremidades do macacão e vestido.

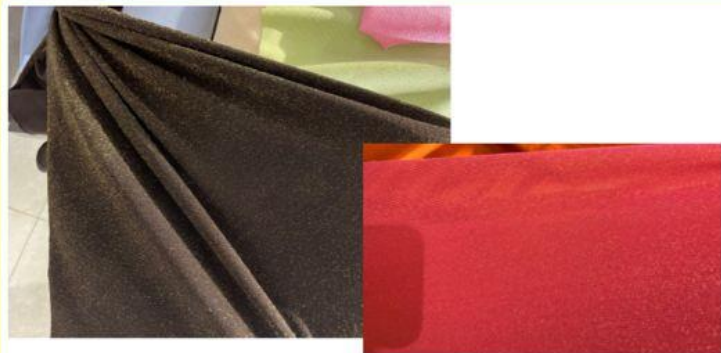
A tendência *Fantasia Digital* é orientada pelas setas amarelas. As peças que caracterizam seu conceito apresentam recortes assimétricos e formas divertidas, como borboleta, coração, estrela entre outros. Na tendência, utilizam de projeções digitais com texturas variadas. O que é importante analisar, é que por mais heterogêneas que sejam as formas das roupas se adequam a anatomia do corpo promovendo conforto e se distanciando de silhuetas óbvias, produzindo um viés criativo.

A tendência *Artesanato Exuberante* é sinalizada pelas setas azuis. Por meio do painel, observamos peças com elementos decorativos, como plumas e bordados. Esses elementos foram aplicados na parte superior das roupas, valorizando os ombros e cabeça. A aplicação desses elementos resulta num conceito inteligente, pois foram colocados nas áreas que mais dirigimos os olhos e estes elementos provocam efeito de movimento. O artesanato exuberante usa de silhuetas imponentes, como vestidos e camisas destacada nas extremidades com bordados.

4.1.3 Pesquisa de Materiais

Por ser uma coleção cápsula voltada para o carnaval, a pesquisa de materiais foi dividida em duas partes. O presente tópico apresentará a primeira parte da pesquisa, que foi realizada presencialmente no Polo Têxtil, localizado no bairro Rio Comprido (RJ) em que se questionou os vendedores e gerentes, sobre que materiais foram mais vendidos ou procurados no carnaval de 2022. A segunda parte, mostrará materiais que compõem as tendências escolhidas na Primavera/Verão 2023, sendo um referencial de planejamento para coleção cápsula. Com o estudo de ambas, a proposta do trabalho é analisar os materiais presentes na primeira e segunda parte da pesquisa, afim de reunir tecidos interessantes e que mais condizem com a temática para aplicar na coleção.

Por meio da pesquisa no Pólo Têxtil, os materiais mais consumidos para a época, foram: o Lurex, a Malha Metalizada, o Meryl com cores vivas e estampas digitais, a Malha Cire, o Paetê, Malha Arrastão, o Tule e o Nylon em Stretch. A busca pelo material Lurex vem do desejo de aplicar um viés mais luxuoso e sofisticado na roupa, devido seu caráter brilhoso e discreto ao mesmo tempo. A malha Metalizada e o Paetê, já representam um caráter chamativo por serem brilhantes e espelhados, definindo a necessidade de iluminar o vestuário e ser exuberante. O Meryl e a malha Cire, correspondem ao viés confortável que possibilita movimento, mas não dispensam alegria, pois apresentam cores vibrantes e digitais. A malha Arrastão e o Tule, tem propriedades diferentes mas desempenham a mesma proposta, proporcionar a transparência originando uma aparência sexy ao *look*.



Tecido: Lurex
Composição: 85% Poliéster, 12% Fio Metalizado, 3% Elastano
Aspecto brilhoso
Fornecedor: Renova, Rio Comprido.



Tecido: Malha Metalizada
Composição: Poliamida 90% e Elastano 10%
Apecto espelhado
Fornecedor: Maria Armanda, Rio Comprido



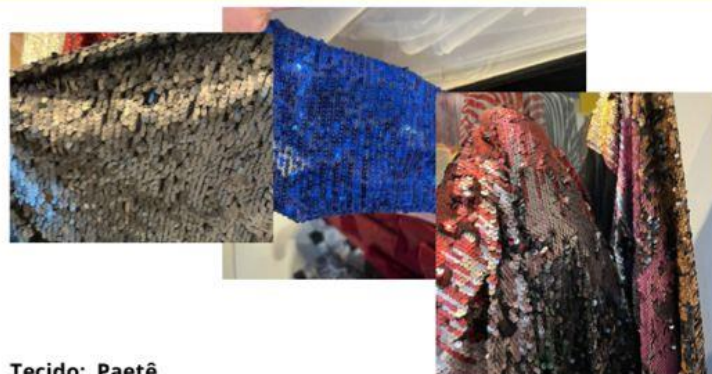
Tecido: Tule macio e Nylon com Stretch
Composição: 96% Poliéster 4% Elastano
Aspecto transparente
Fornecedor: Aliah Tecidos, Rio Comprido.



Tecido: Malha Cire
Composição: 84% Poliamida, 16% Elastano
Aspecto brilhoso
Fornecedor: Sennatex, Rio Comprido.



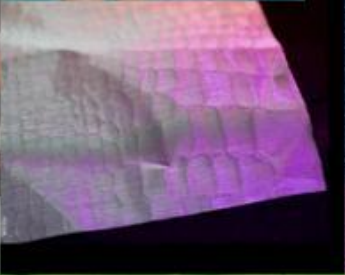
Tecido: Meryl cores vibrantes e estampa digital
Composição: 90% Poliamida e 10% Elastano
Aspecto opaco
Fornecedor: Adáma, Rio Comprido.



Tecido: Paetê
Composição: 100% Poliéster
Aspecto brilhoso
Fornecedor: Renova, Rio Comprido.



Tecido: Malha arrastão
Composição: 95% Poliéster 5% Elastano
Aspecto transparente
Fornecedor: Renova, Rio Comprido.



A pesquisa de materiais foi feita a partir dos tecidos que compõe as tendências, *Hedonismo dos anos 90*, *Glam Futurista*, *Fantasia Digital* e *Artesanato Exuberante*. Por meio do painel que reúne os tecidos e os aspectos visuais, percebesse a aplicação de tecidos leves e transparentes (como viscose e tule) com efeito degradê, proveniente do meio digital simbolizando feixe de luz e elementos de pixels. Além disso, o uso de padronagens e sobreposição com a mistura de tricô, crochê e aplicações de miçanga são notórios com cores quentes e vivas, representando a prática artesanal e a humanização das peças. O visual do futurismo mais sofisticado, encontrasse em tecidos levemente brilhosos como lurex e seda, aplicados em construções fluidas dando um ar moderno e elegante. O hedonismo é representado por malhas de microfibra e telas amplas com cores fluorescentes. Esses tecidos de microfibra e telas, se adequam ao corpo marcando suas silhuetas, tendo um caráter de segunda pele e estética sexy.

4.1.4 Pesquisa de Elementos decorativos

Por ser uma coleção voltada ao carnaval, optou-se por pesquisar elementos decorativos para aplicar nas peças da coleção, pois dialoga com a temática e esse universo lúdico e exuberante, extremamente vivos tanto nas fantasias dos desfiles quanto nos bailes de carnaval de rua. O tópico tem por objetivo apresentar propostas que estiveram presentes no carnaval de 2022, em que algumas marcas perpetuaram o glamour e a irreverência nas suas coleções. Abaixo será exibido um painel que reúne beneficiamento nas peças feitas pela marca Ohlograma, uma referência no carnaval de 2022, que une o viés *Fashion* com a criatividade. Segundo Clarisse Romancini (2022), criadora da marca, sua proposta é aplicar muito brilho e elementos divertidos, além do seu enorme acervo que reuniu durante todo esse tempo da pandemia. Dentro dessa estética, incluísse objetos decorativos de casa que se tornaram adorno de cabeça, plumas, bordados, aplicação de brilho e franjas. Tais ornamentos potencializam o visual da peça e valorizam seu movimento e proporção, com recorte e texturas mixadas, como confete e serpentina.



5 Coleção

Mediante as informações reunidas até então, o presente capítulo tem objetivo de abordar o processo de desenvolvimento da coleção. Desse modo, apresentarei o processo em cadeia, que se inicia pelo moodboard de inspiração, em que representa a essência e o visual da coleção. Em seguida, processo criativo, cartela de cor, cartela de materiais, cartela de aviamentos, release, mix de produtos, croquis, ficha de desenvolvimento de cada produto, ficha técnica da peça prototipada e o editorial fotográfico da modelo com a peça produzida.

5.1 *Moodboard*

A seguir será apresentado o *moodboard* inspiração para coleção. O painel teve como propósito traduzir o sentimento de alegria pós um período de reclusão e medo da pandemia, contendo palavras e imagens de diversão, brilho, cor, sorriso e festa. Encontram-se elementos que representam como é ser carioca e o Rio de Janeiro, concordando com a temática e o público-alvo. A ideia resulta em um momento festivo, descompromissado e livre, atrelado a uma expressão desse sentimento por meio das roupas. Atribuir exuberância para coleção é o foco.



this is so the
happy place.



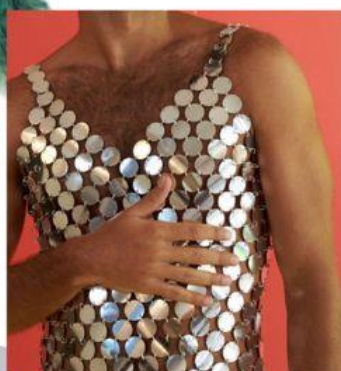
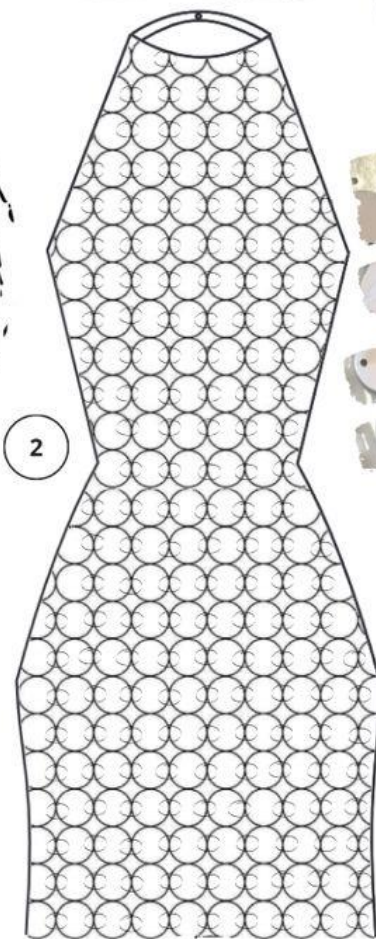
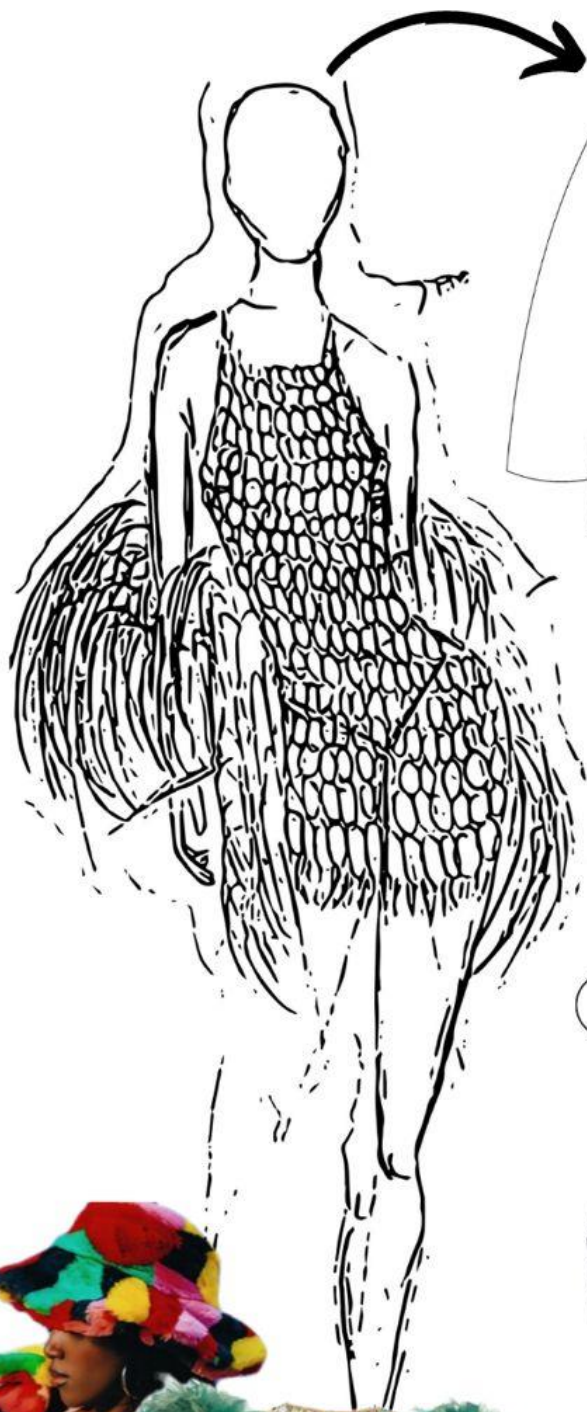
non
stop
fun

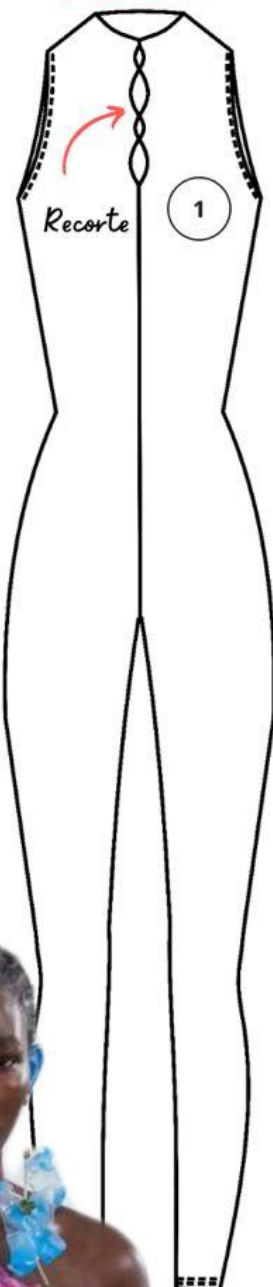




Figura 44: Pannel de formas
 Fonte: Montagem elaborada pela autora, 2022

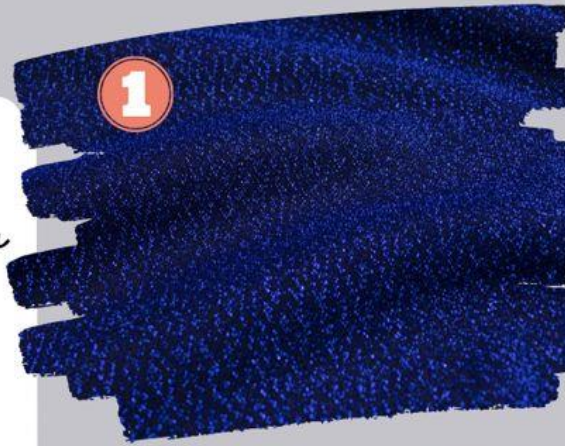
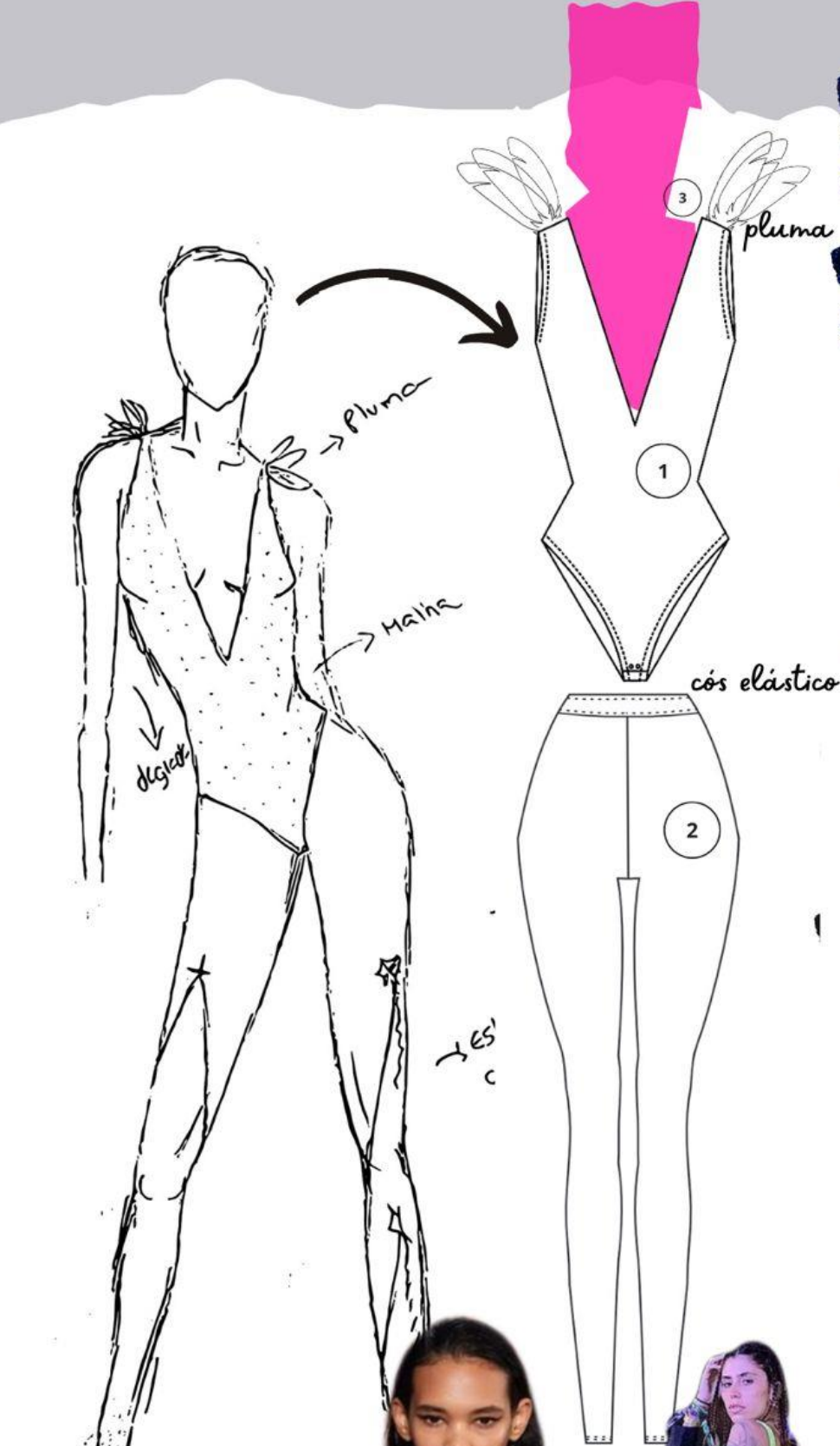


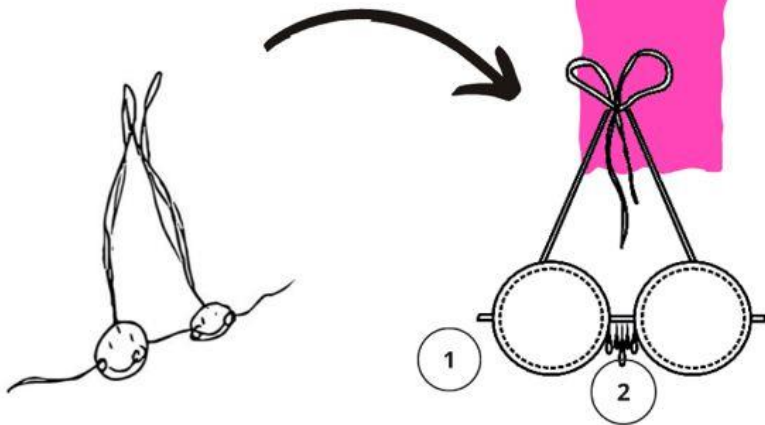




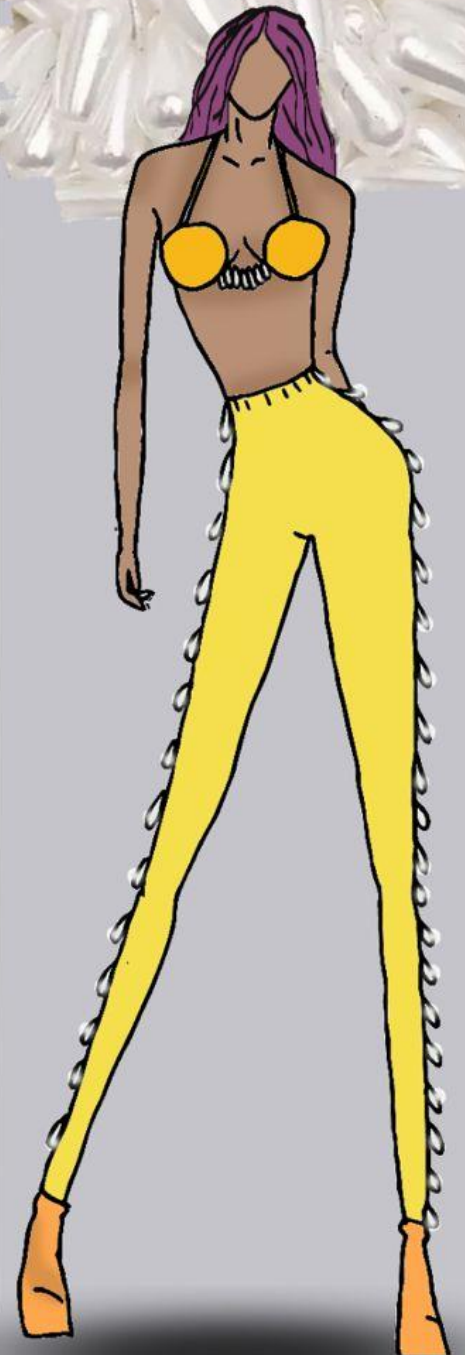
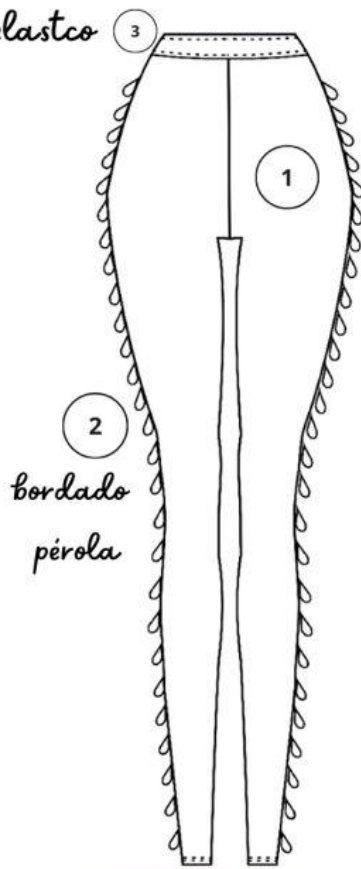
localizado nas
costas

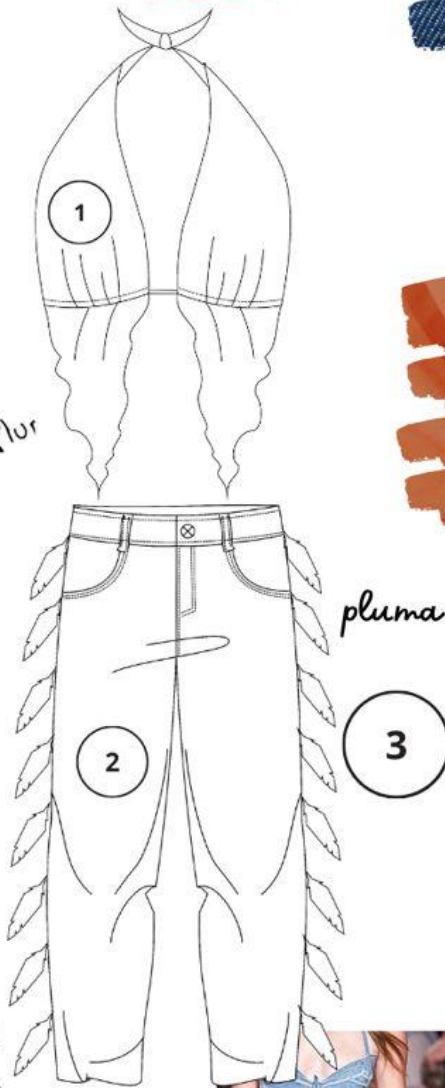






cós elastco



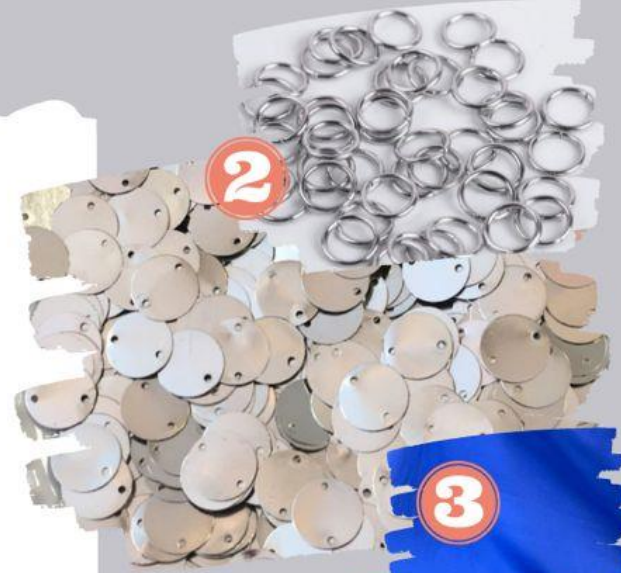
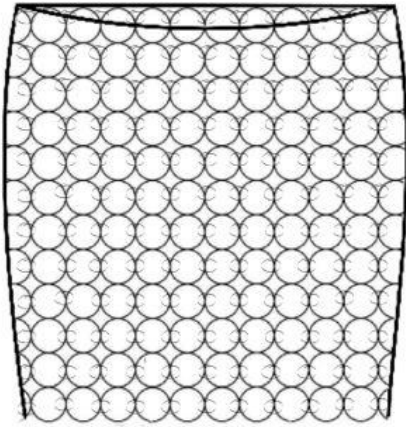
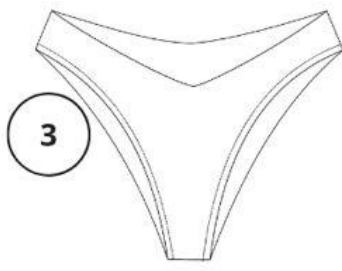
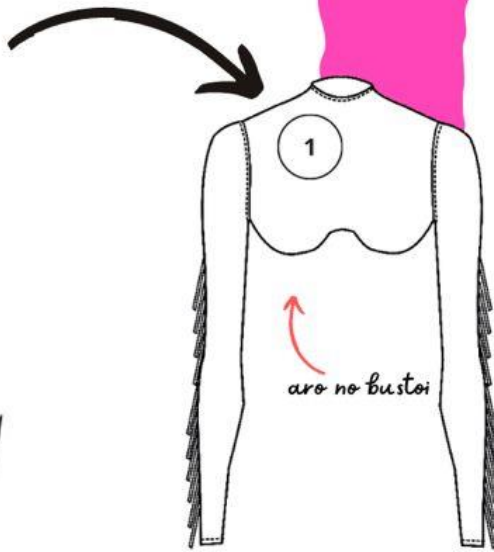


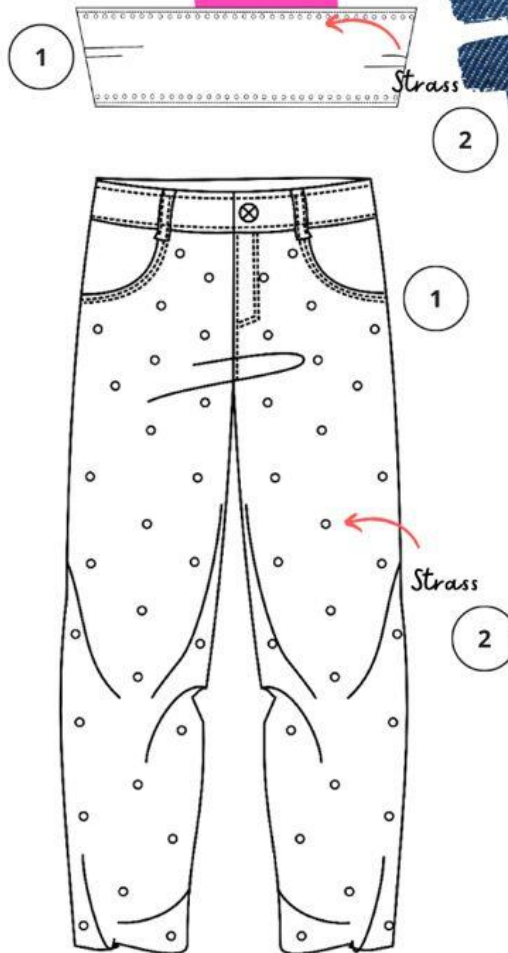
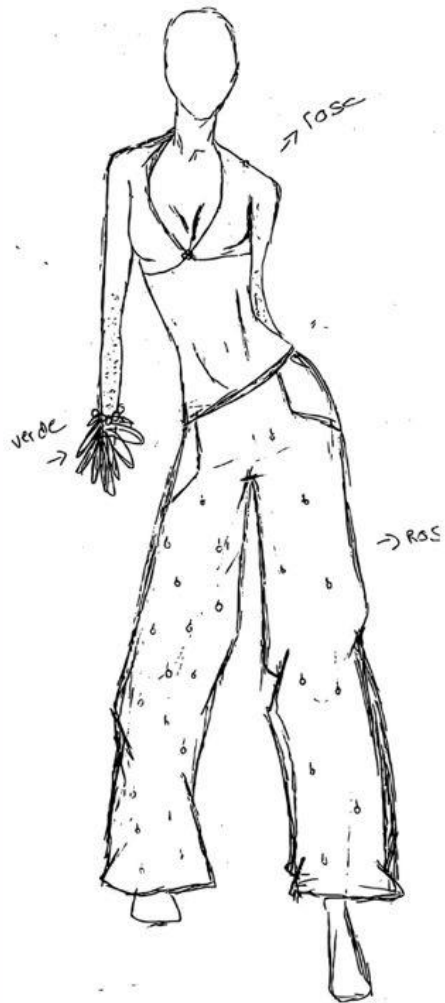
pluma

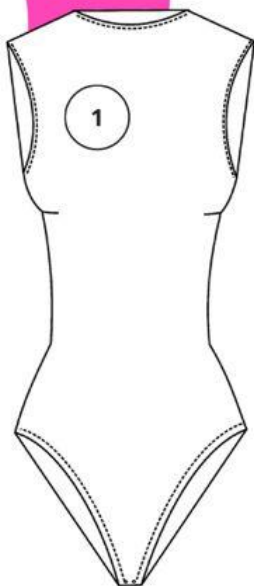
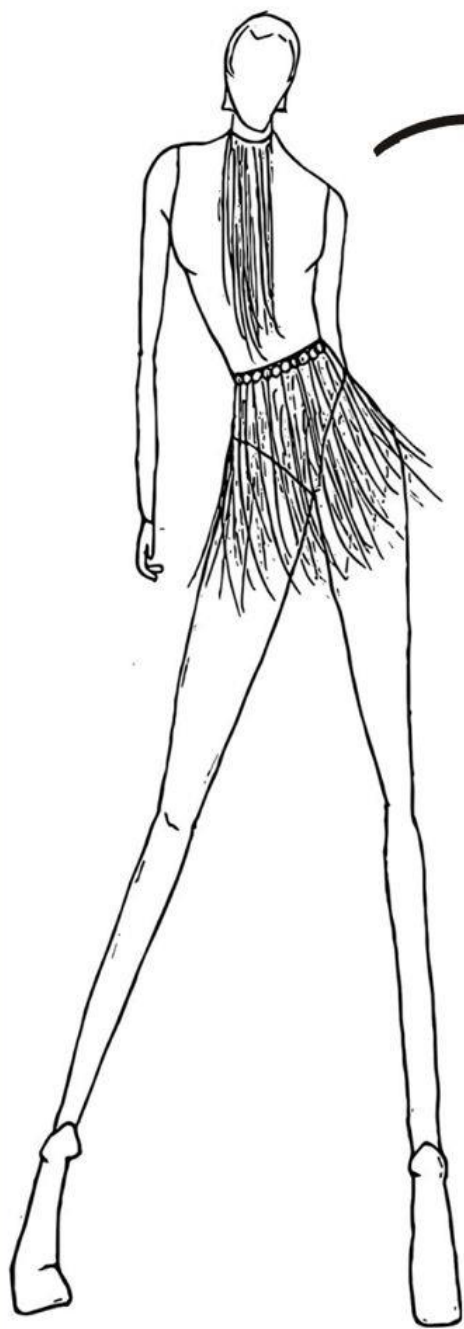
→ Plur

→ bucket

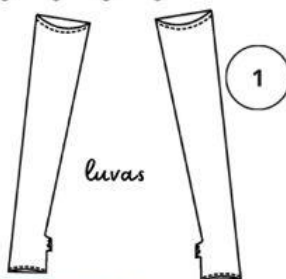
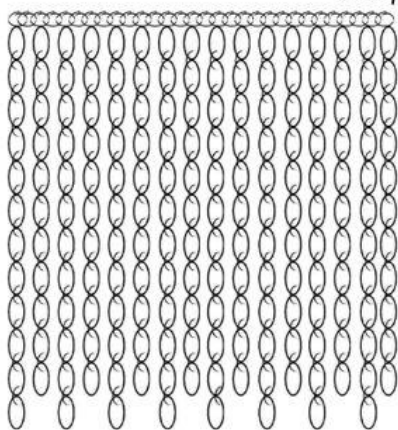






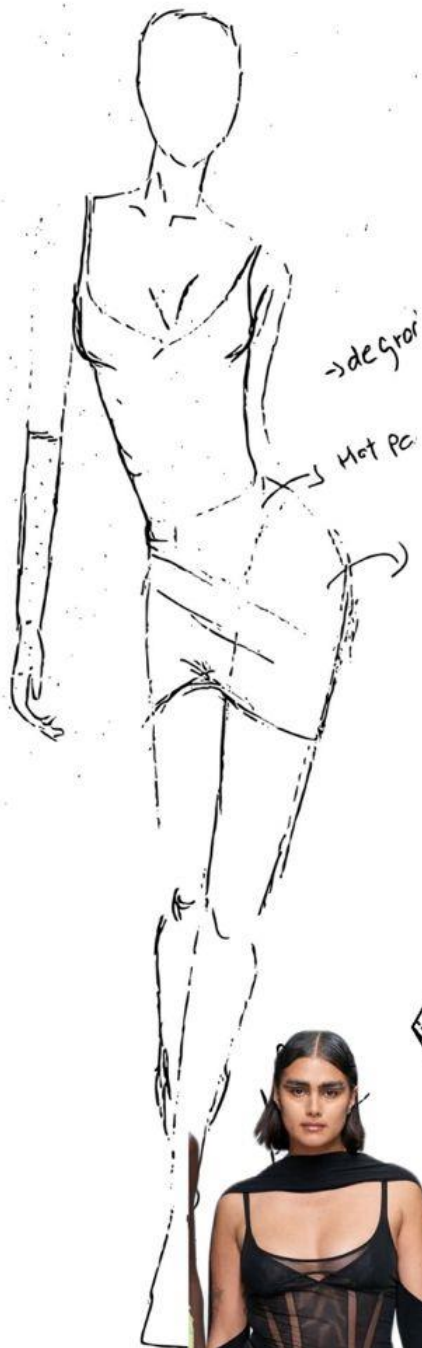


saia pedraria

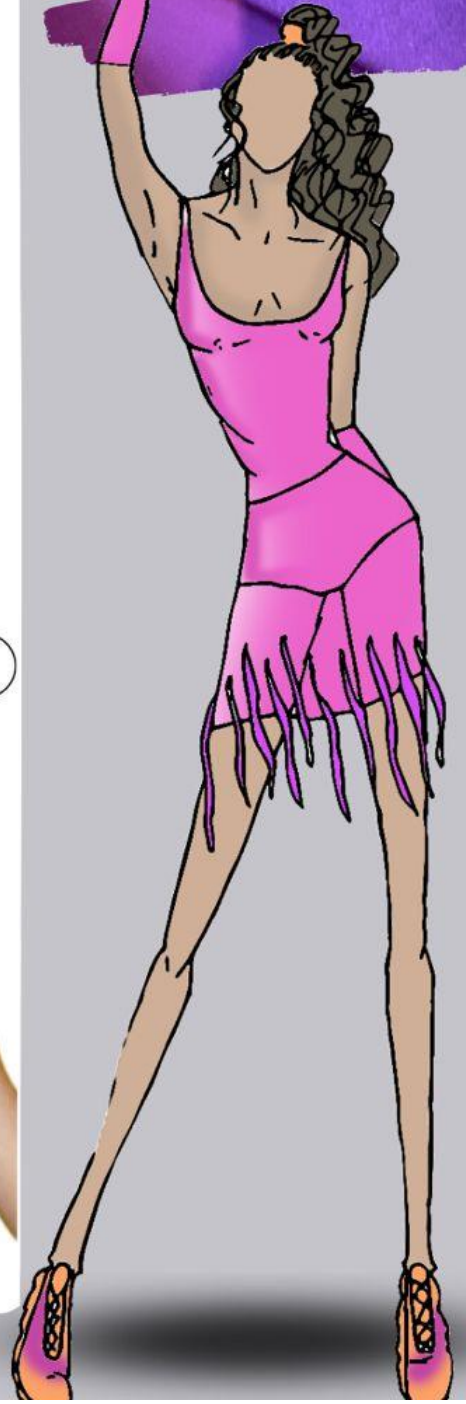
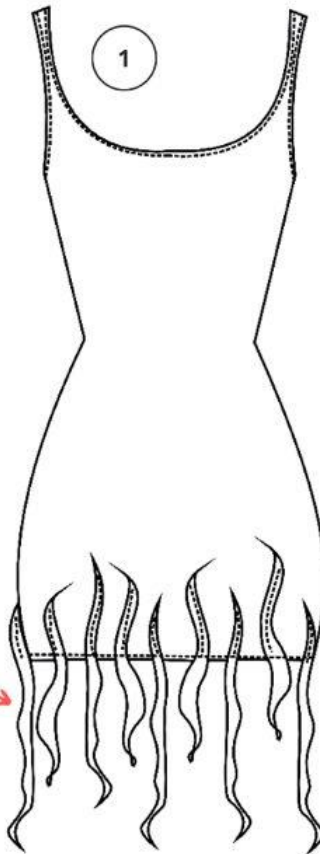
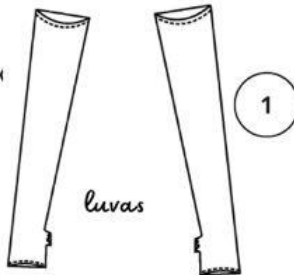


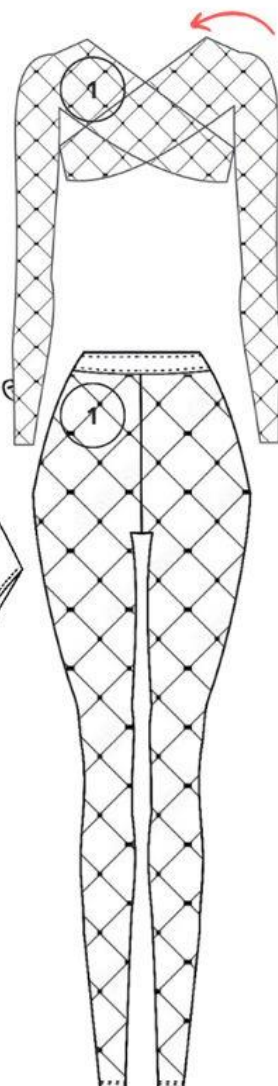
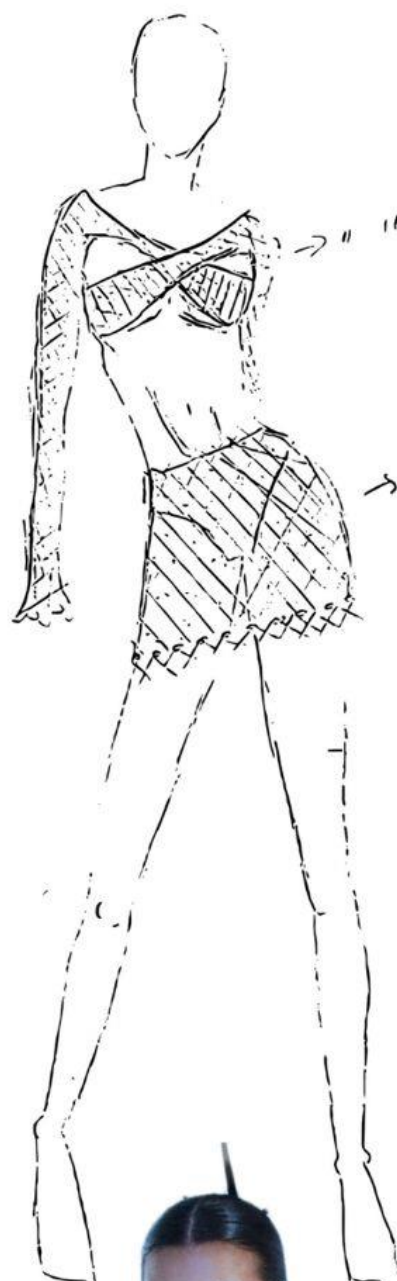
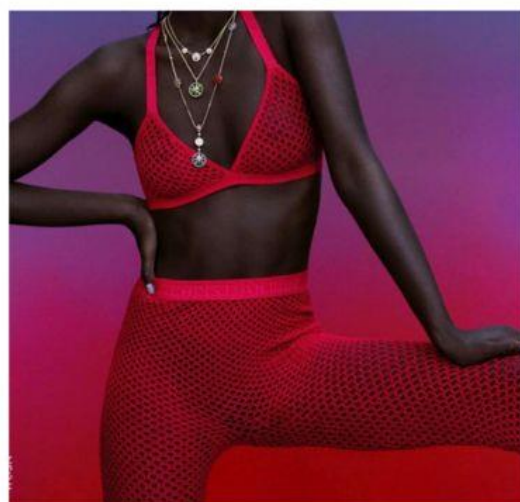
luvas



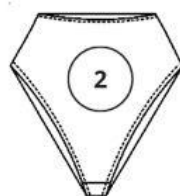


sobra de
tecido tule





→ sacroste ou



5.3 Cartela de cor

A partir do *Moodboard*, foi extraída uma paleta de cores para compor a coleção cápsula. A paleta apresenta um aspecto vibrante e quente, com rosa e os dois tons de amarelo. Em contrapartida, os dois tons de azul e verde são cores mais frias, no entanto, provoca intensidade, uma boa palavra para descrever o verão. A paleta resulta por fim, em um caráter divertido, alegre e bem jovial, concordando com a proposta do projeto.

Figura 37: Paleta de cor do *Moodboard*



Fonte: Montagem elaborada pela autora, 2022.

Mediante a análise do *Moodboard* de inspiração, examinou-se também a cartela de cores do WGSN que compõe a macrotendência, escolhida e estudada, Espectro Total. A seguir, será apresentada a cartela de cor elaborada pelo site de tendências.

Figura 38: Cartela de cor da Macro Tendência, Espectro Total.

Espectro Total P/V 23

Esta paleta alegre explora o otimismo do pós-pandemia. Vivos e intensos, o Papaya Smoothie e o Apple Mint são equilibrados pelas cores escuras do verão, como o preto e o Bloodstone, enquanto o Optic White, o Pearl Grey e o Digital Lavender traduzem o apelo digital e futurista da tendência.

19-1652 TCX	Bloodstone	011-27-26	19-4203 TCX	Black	153-19-00
17-1663 TCX	Luscious Red	010-46-36	18-3949 TCX	Satin Sky	124-38-32
15-1245 TCX	Papaya Smoothie	026-70-32	18-4834 TCX	Verdigris	092-38-21
15-1333 TCX	Orange Selenite	018-65-21	14-6329 TCX	Apple Mint	065-68-24
16-3118 TCX	Wild Rose	147-64-24	14-3906 TCX	Pearl Grey	157-72-02
15-3716 TCX	Digital Lavender	134-67-16	11-4800 TCX	Optic White	037-93-00

Fonte: WGSN, 2022.

Ao analisar a cartela, é perceptível a variedade de cores quentes em tons pastéis. Mas também se encontram cores frias e quentes mais saturadas, retomando a intensidade da proposta do verão. Cores neutras ganham espaço nesta cartela, tons de cinza, branco e preto, promovendo equilíbrio e alternativas. Ao olhar atentamente as cores reunidas, entende-se que ambas se complementam e configuram variadas combinações.

Após a análise da cartela de cores que constituem a macro tendência mencionada, foram conjugadas algumas cores extraídas do *moodboard* com a cartela do site WGSN. Tal medida foi adotada, pois atribui um equilíbrio e variedade de combinações para coleção, afim de trazer um visual divertido nas peças e serem cores que se enquadram bem em qualquer ocasião.

Figura 39: Cartela de Cor da Coleção



Fonte: Montagem elaborada pela autora, 2022.

5.4 Cartela de Tecidos

A cartela foi estabelecida diante das informações coletadas tanto na pesquisa de materiais presentes nas tendências quanto na pesquisa feita no Polo Têxtil, em que foram os materiais mais usados durante o carnaval de 2022, mencionadas no subcapítulo 4.1.3. Desse modo, foi selecionado tecidos de ambos estudos, reunindo-os para aplicar nos produtos.

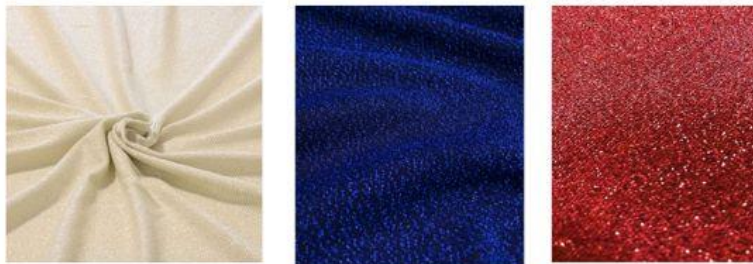
CARTELA DE TECIDOS

Tecido Meryl



90% Poliamida e 10% Elastano
Fornecedor: Renova, Rio Comprido.
Preço: R\$79,90/kg

Tecido Lurex



85% Poliéster, 12% Fio Metalizado, 3% Elastano
Fornecedor: Renova, Rio Comprido.
Preço: R\$32,90/m

Tecido Organza Plissada



Cores: Rosa, vermelho, azul tiffany, azul cobalt, verde, amarelo e laranja 100% Poliéster
Fornecedor: Maximus
Preço: R\$ 19,99/ M

Malha Arrastão



95% Poliéster 5% Elastano
Fornecedor: Renova, Rio Comprido.
Preço: R\$69,90/kg

Malha Cirrê



84% Poliamida, 16% Elastano
Fornecedor: Adamá, Rio Comprido.
Preço: R\$ 63,90 por Kg

Tecido Tule em Stretc



96% Poliéster 4% Elastano
Fornecedor: Maximu Têxtil
Preço: R\$ 25,00/ m

Malha Cirrê



84% Poliamida, 16% Elastano
Fornecedor: Adamá, Rio Comprido.
Preço: R\$ 63,90 por Kg

Tecido Viscose



97% Viscose 3% Elastano
Fornecedor: New Collection Têxtil
Preço: R\$ 14,98/m

Tecido Viscose



97% Viscose 3% Elastano
Fornecedor: New Collection Têxtil
Preço: R\$ 14,98/m

Tecido Jeans



Pré Lavado
75% Algodão 24% Poliéster 1% Elastano
Fornecedor: Cio
Preço: R\$ 34,90/m

5.5 Cartela de Aviamentos

A seguir, será apresentada a cartela de aviamentos escolhidos para compor a coleção. Por ser uma coleção volta ao carnaval, a exuberância nos detalhes não deve ser poupada, mas o primordial é que os aviamentos sustentem aquela folia e movimentação, sem correr risco de rasgar ou arrebentar a peça. Desse modo, os detalhes e aviamentos que foram selecionados, são chamativos, realçam os produtos e proporcionam segurança a peça.

CARTELA DE AVIAMENTOS



Zíper Nylon vermelho e azul
Fornecedor: Caçula
Preço: R\$ 9,40
Tamanho: 15cm



Botão de pressão
Composição: Latão Niquelado
Fornecedor: Caçula
Preço: R\$ 58,90



Zíper Metal
Composição: Metal
Fornecedor: NYBC
Preço: R\$ 8,99
Tamanho: 10 cm



Botão Bomber
Composição: Niquelado
Fornecedor: Caçula
Preço: R\$ 65,99
Tamanho: 32



Elástico Espelhado
Composição: 75% Poliéster
25% Elastano
Fornecedor: Caçula
Preço: R\$ 62,99
Largura: 35mm



Elástico chato
Composição: 100% Poliéster
Fornecedor: Caçula
Preço: R\$ 5,49



Gota de Pérola
Composição: Pérola
Fornecedor: Armarinho São José
Preço: R\$ 12,29
Tamanho: 8mm



Strass
Composição: Vidro
Fornecedor: Armarinho São José
Preço: R\$ 29,90
Tamanho: 3mm



Pena Colorida
Fornecedor: Marabu Plumas
Preço: R\$ 14,00



Cordão
Composição: Cetim
Fornecedor: Caçula
Preço: R\$ 8,99
Largura: 1mm



Aro
Composição: Metal Galvanizado
Fornecedor: Metaxform
Preço: R\$ 34,90/ pct 100 u
Tamanho: AA 207- Universal



Chaton Costura
Fornecedor: Ladeira Bijuterias
Preço: R\$ 56,21
Largura: 13x18mm



Argola Elo Metal
Fornecedor: Gomes Bijoux
Preço: R\$ 19,90 /pct com 480pç
Tamanho: 7mm



Argola Latão
Fornecedor: Caçula
Preço: R\$ 4,49/ pct 10grs
Tamanho: 12mm



Argola Articulada
Fornecedor: Caçula
Preço: R\$ 6,99/ pct 10grs
Tamanho: 12mm



Chaton prata (Medalhinha)
Fornecedor: Piobijoux
Preço: R\$ 0,15/ u
Tamanho: 1cm

5.6 Cartela de Beneficiamento

A ideia para aplicar bordado e outros beneficiamentos na coleção se deu para valorizar a peça e promover o artesanato, prática que humaniza as peças e viabiliza algo único. Além disso, a coleção tem como inspiração os elementos que preenchem as fantasias nos desfiles, com muito glamour e brilho que ressalta os movimentos. Desse modo, todos os tecidos, aviamentos e beneficiamentos das peças foram pensados para chamar atenção, ser exuberante aos olhos e alegre.

CARTELA DE BENEFICIAMENTOS



Ficha Técnica do Beneficiamento

- Aplicação de strass sem padrão
- Método: Manual
- Tamanho : 3mm
- Direção: Multidirecional
- Fornecedor: Armarinho São José



Ficha Técnica do Beneficiamento

- Beneficiamento Bordado na lateral e meio dos seios
- Método: Manual
- Tamanho : 8mm
- Direção: Vertical na calça e horizontal no top
- Fornecedor: Armarinho São José



Ficha Técnica do Beneficiamento

- Beneficiamento Aplicação de pluma nas alças do body
- Método: Manual
- Tamanho : 15cm
- Direção: Vertical
- Fornecedor: Marabu Plumas



Ficha Técnica do Beneficiamento

- Beneficiamento Aplicação de franja nas mangas
- Método: Manual
- Tamanho : 15cm de cordão de acetinado
- Direção: Horizontal
- Fornecedor: Caçula



Ficha Técnica do Beneficiamento

- Beneficiamento Saia feita pedra chaton para costura
- Método: Manual
- Tamanho : 27 cm de pedras prezas com argola
- Direção: Horizontal
- Fornecedor: Caçula



Ficha Técnica do Beneficiamento

- Beneficiamento Aplicação de pluma nas laterais da calça
- Método: Manual
- Tamanho : 15cm
- Direção: Vertical
- Fornecedor: Marabu Plumas

5.7 Release

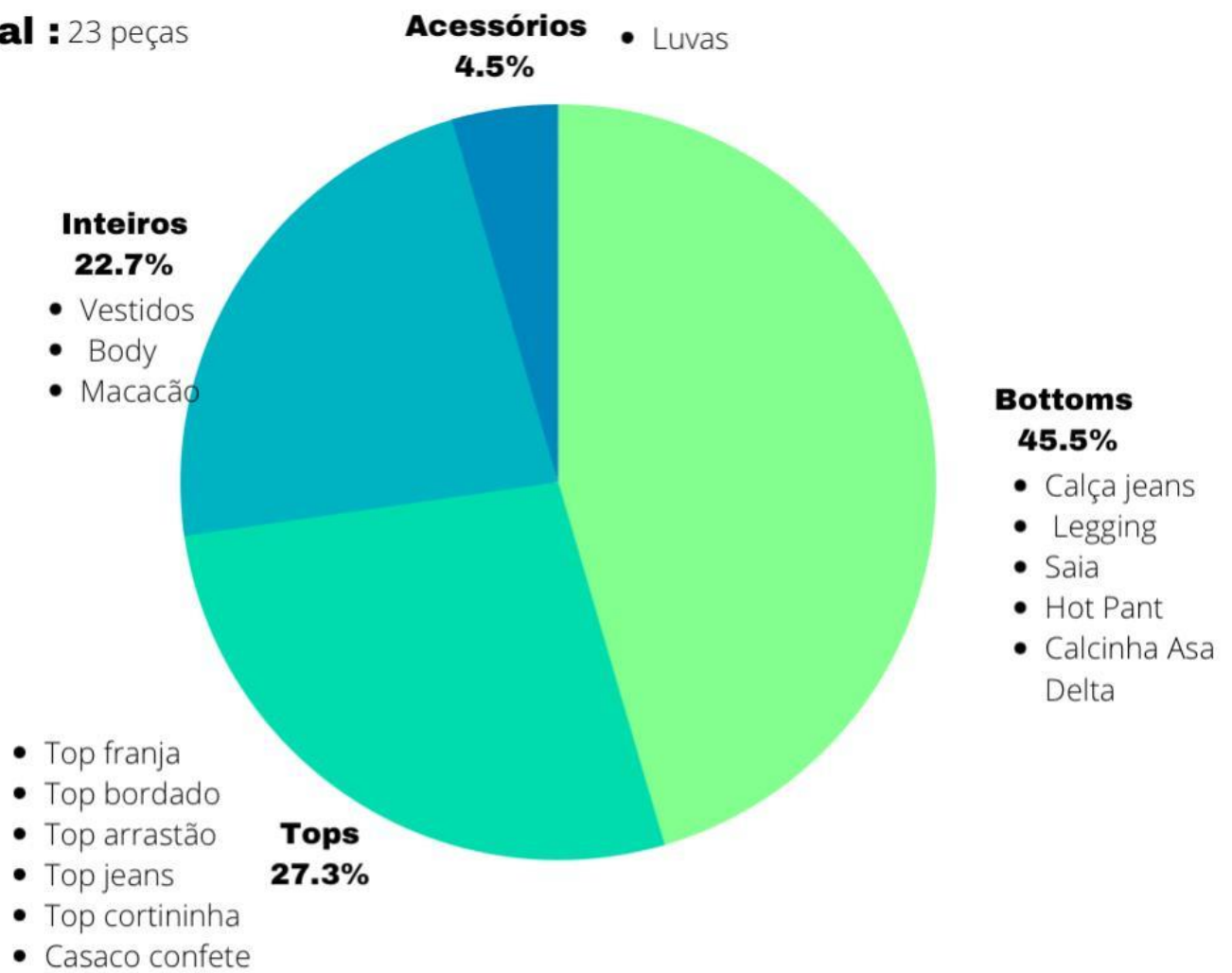
Após um período conturbado pela pandemia, a sensação de liberdade domina o cenário. Para os brasileiros, o que poderia definir melhor o carnaval do que liberdade. A coleção cápsula, **Jogar Serpentina e Sorrir Purpurina**, tem como objetivo manifestar o que este evento simboliza para os cariocas e declarar por meio das peças, elementos que exprimem o carnaval de rua, o carnaval da avenida e os bailes de carnaval. O carioca é a fonte de inspiração, diante da sua maneira criativa de se regenerar, extrair o melhor do que passou e sorrir o ano todo, como se fosse carnaval todo dia. Nutrindo o desejo de comemorar a vida em qualquer lugar que vá. Mediante o carnaval de 2022, que proporcionou um viés mais *Fashion* para data, as peças que compõem a coleção para o carnaval de 2023, foram planejadas para expor o glamour e a versatilidade do vestuário. O universo carnavalesco e os elementos visuais que implementam alegria nesse festejo foram aplicados na coleção como forma de beneficiamento, homenageando as belíssimas fantasias das escolas de samba. Além disso, os nomes das peças carregam a representatividade de cada palavra que faz parte desse festejo, como Apoteose, Holofote, Passista, Adereço, Serpentina, Bloco, Rio, Purpurina, Alegoria, Lúdica e Pandeiro.

5.8 Mix de Produtos

Ao apresentar o mix de produtos, é importante salientar que o presente trabalho teve como princípio, elaborar uma coleção equilibrada e que proporcionasse uma diversidade de combinações. Os produtos se enquadram em um caráter versátil devido as cores, materiais e modelagens aplicadas mas sem minimizar o aspecto carnavalesco e irreverente, empregados através dos beneficiamentos. A seguir será mostrado um gráfico que representa numericamente a coleção como um todo e suas subdivisões.

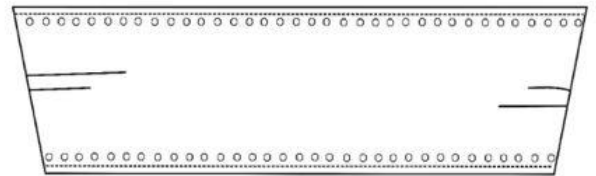
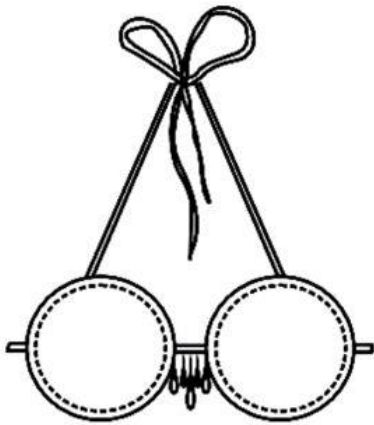
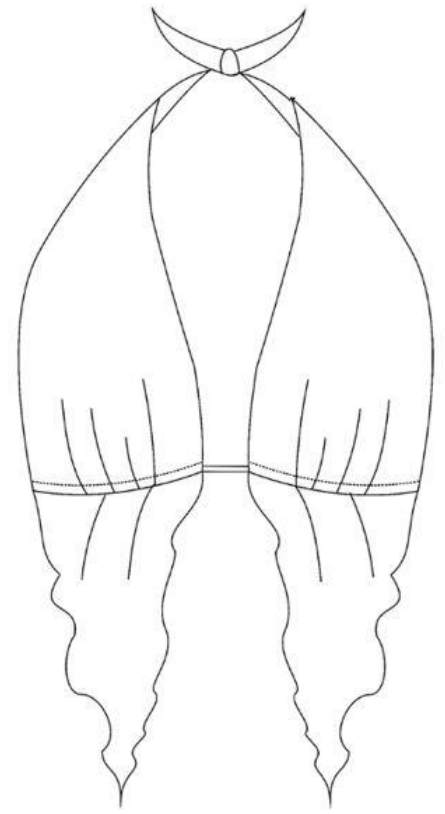
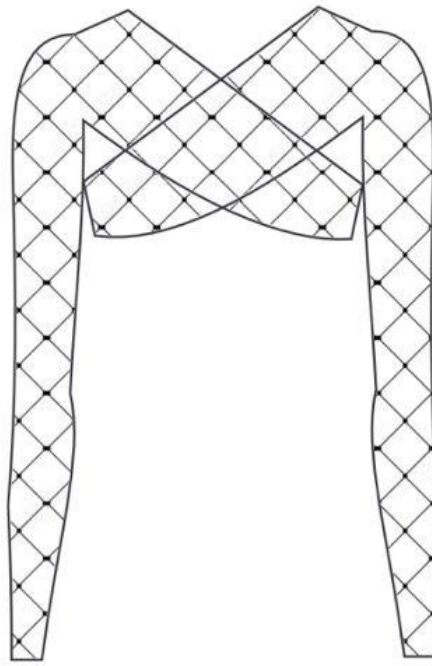
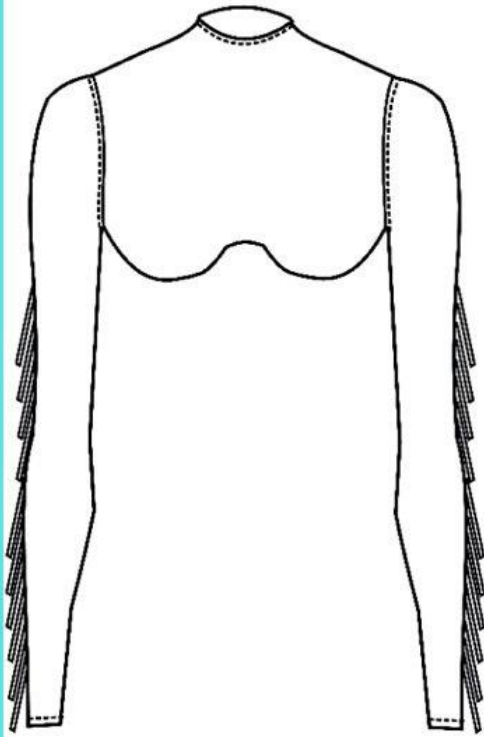
Gráfico 4: Coleção como um todo

Total : 23 peças

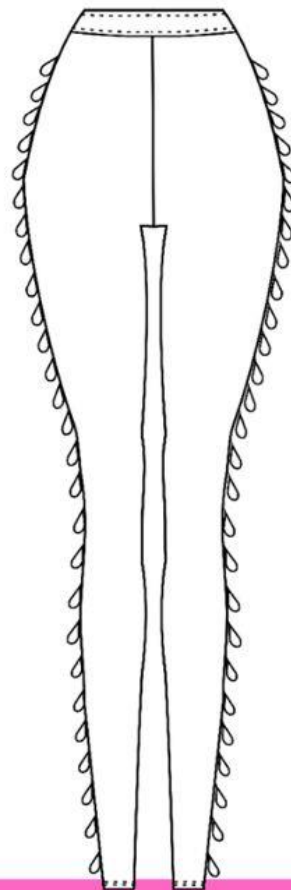
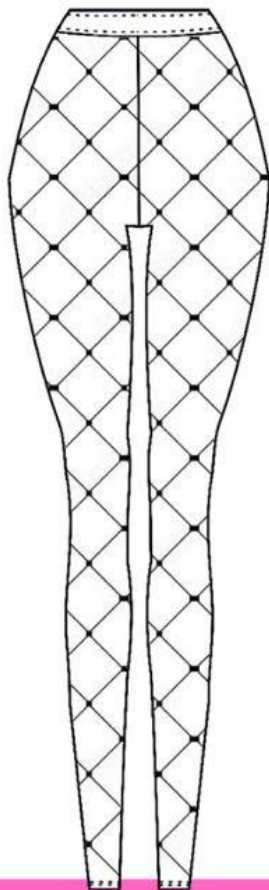
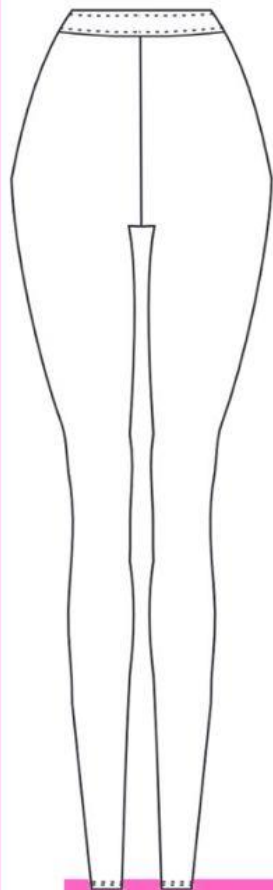
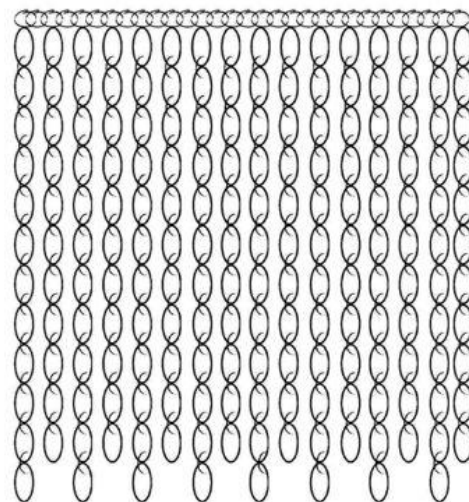
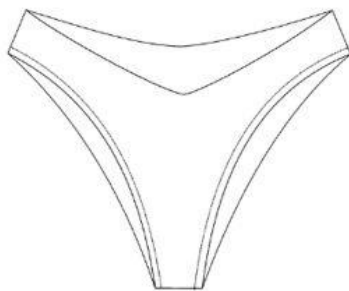
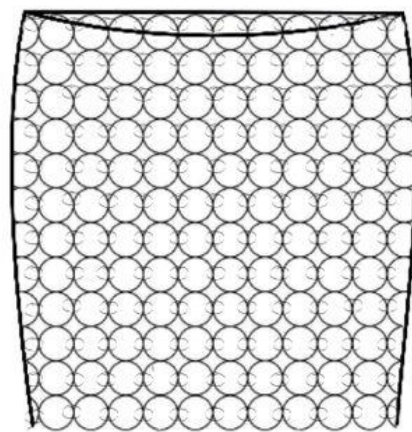
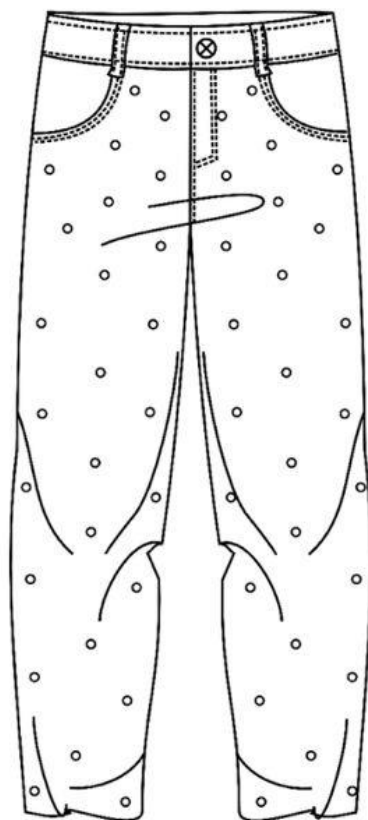
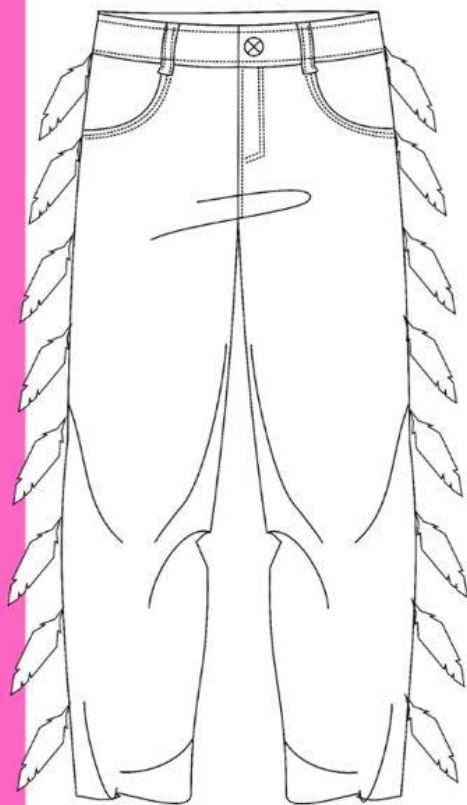


Fonte: Gráfico elaborado pela autora, 2022.

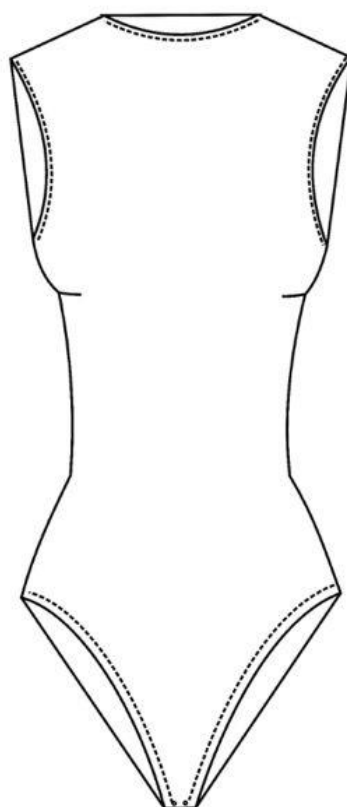
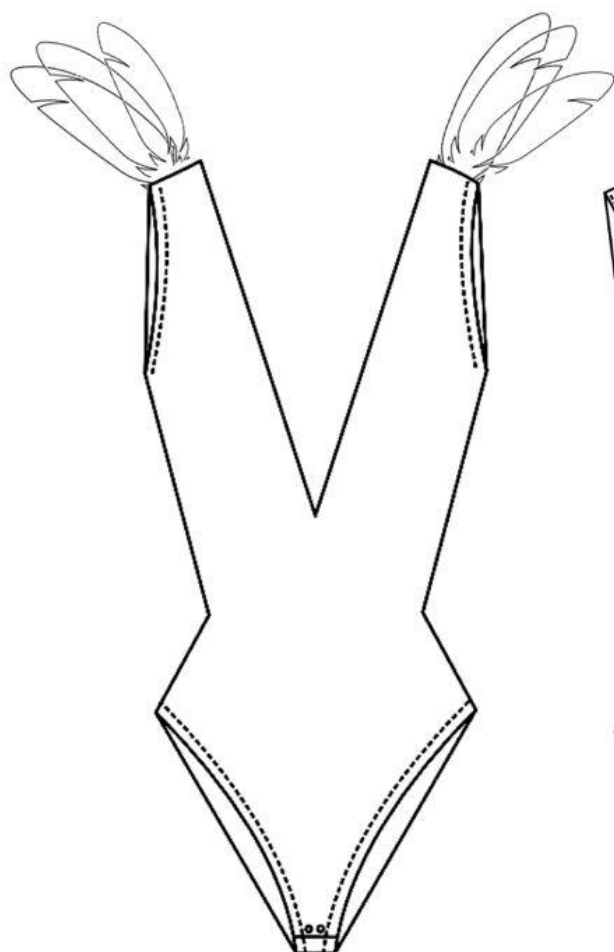
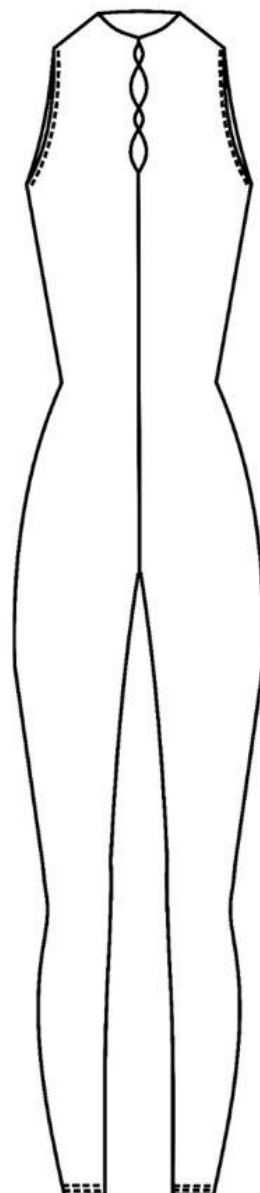
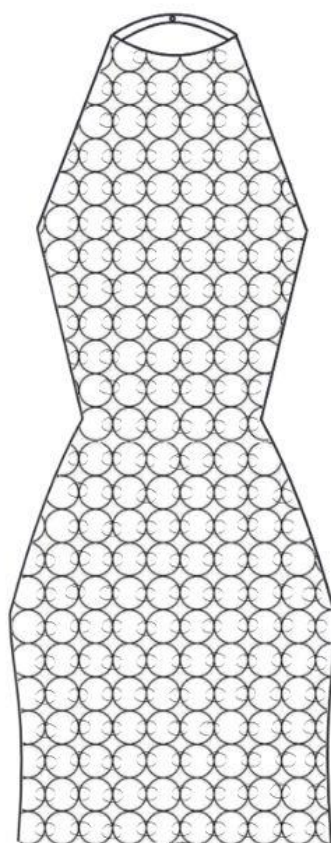
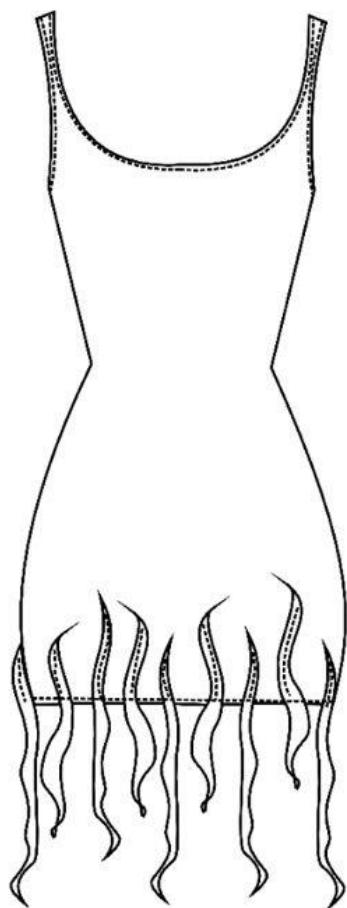
Tops



Bottoms



Inteiros





5.10 Tabela de Medidas

Este projeto tem como referência marcas que elaboraram peças sob encomenda nas suas coleções de carnaval, mencionadas no capítulo 2. Nesse caso é possível, também, desenvolver uma coleção com peças produzidas sob medida. Desse modo, não se fez necessário a apresentação de uma tabela de medidas industrial. A tabela aqui apresentada refere-se às medidas de corpo da modelo de prova que participou do editorial.

Tabela 6: Tabela de medidas da modelo

Tabela de Medidas Peça Piloto (P)	
Descrição das medidas	Medidas
Circunferência do Pescoço	34,5 cm
Altura da Frente	47 cm
Altura do Quadril	22 cm
Circunferência do Busto	83,5 cm
Ombro	14 cm
Circunferência da Cintura	66 cm
Circunferência do Quadril	94 cm
Altura do Busto	26 cm
Separação do Busto	19 cm
Altura da Cava	19 cm

Fonte: Tabela elaborada pela autora, 2022.

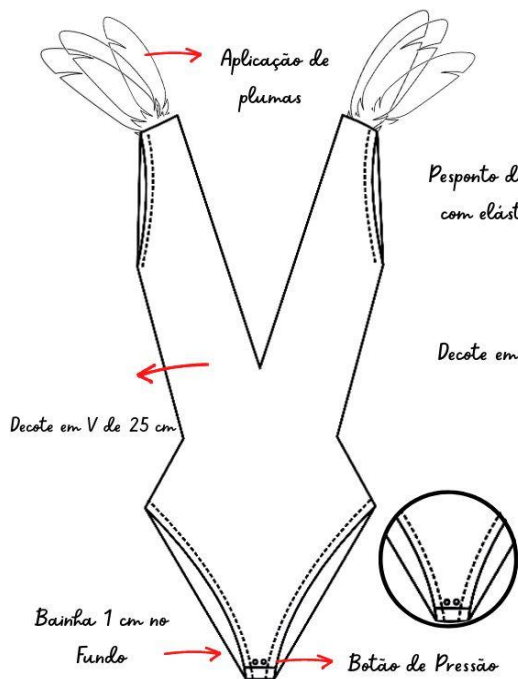
Ficha de Desenvolvimento

Modelo	Body Passista		Referência: BDYPST
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina		Designer: Alexandra Ferreira
Descrição	Body decotado	Tamanho Piloto: (P)	Cor:  Azul Exuberante (18-3949 TCX)  Rosa Carmim (17-2230 TCX)

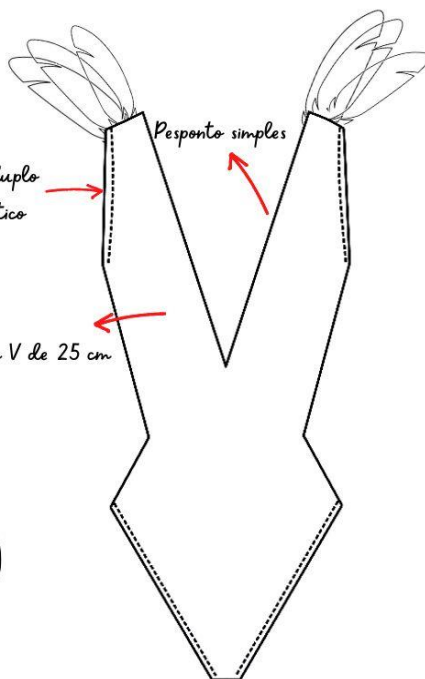
Croqui



Frente



Costas



Observações

Body decotado com aplicação de Pluma nos ombros, cada pluma tem 15cm. Aviamento, botão de pressão.

Tecidos

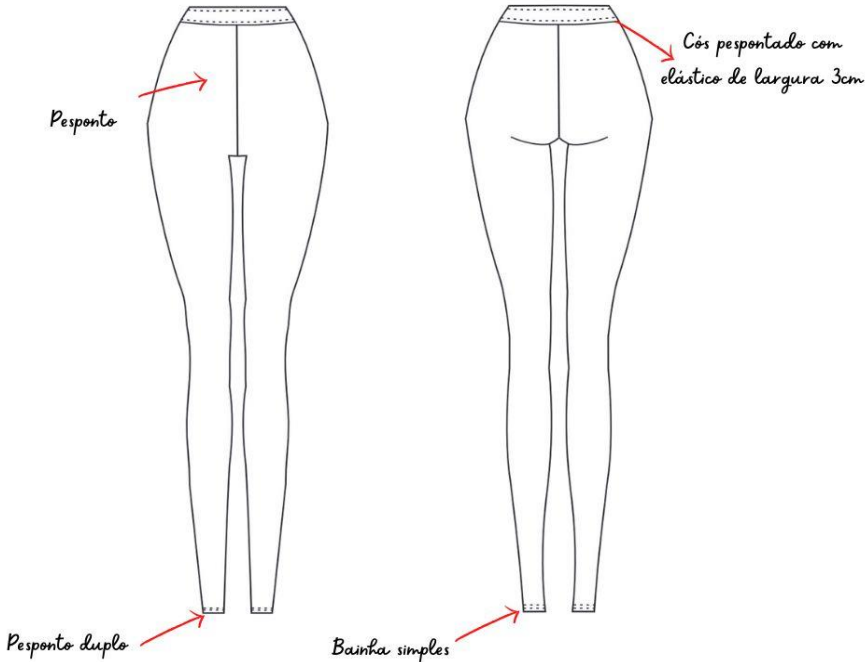
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Lurex	85% Poliéster, 12% Fio Metalizado, 3% Elastano	Renova	LRX01	X	M	X

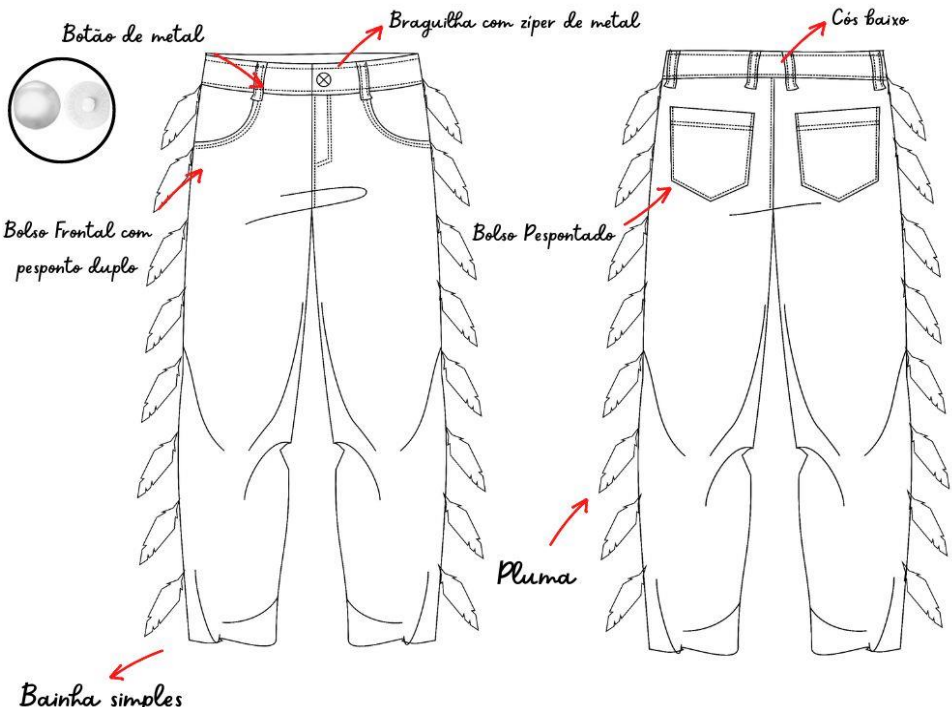
Aviamentos

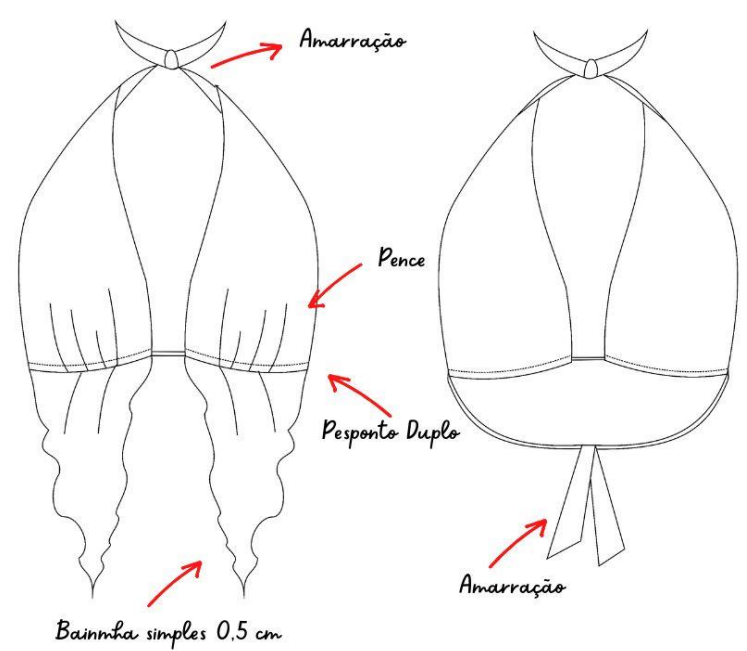
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Botão de Pressão	Latão Niquelado	Caçula	BtPRS	X	PÇ	X

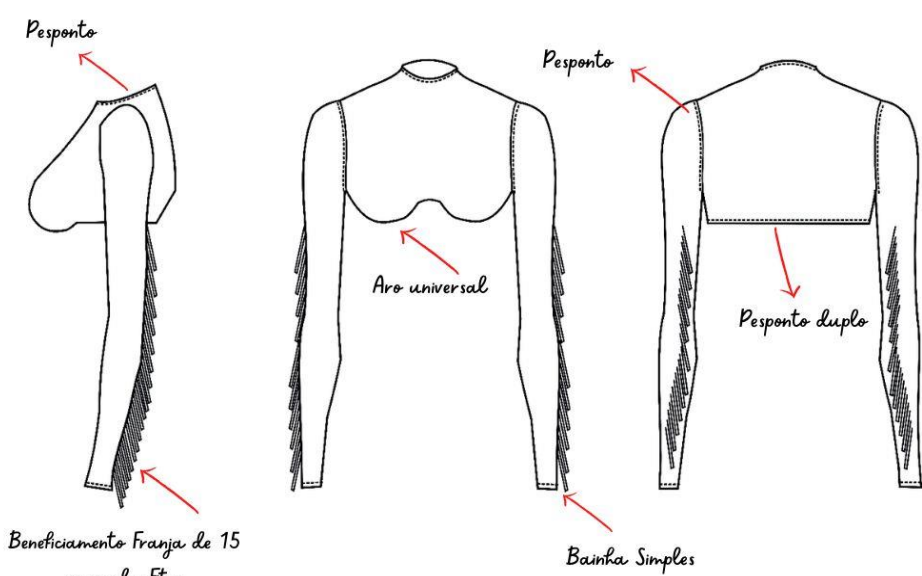
Beneficiamentos

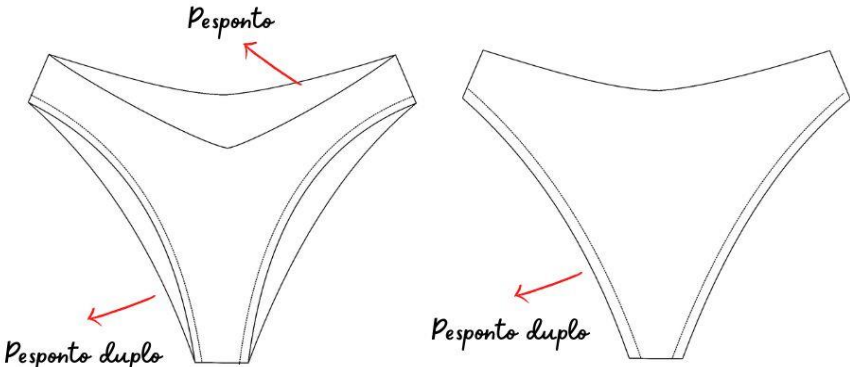
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Pluma Rosa	Pena	Marabu Plumas	PLM01	X	CM	X
Cola Universal	Cola Artesanato Blister	Caçula	CLUNV		U	

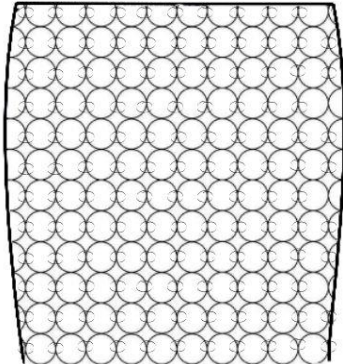
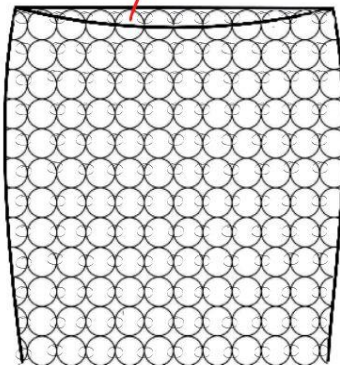
Ficha de Desenvolvimento						
Modelo	Legging Transparente			Referência: LGGTRNS		
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina			Designer: Alexandra Ferreira		
Descrição	Legging de tule	Tamanho Piloto: (P)	Cor: 	Roxo Estampado (17-3730 TCX)		
Croqui		Frente		Costas		
						
Observações						
Calça legging em tule com elastico espelhado, largura de 3 cm, como aviamento.						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Tule em Stretch	96% Poliéster, 4% Elastano	Maximu Tecidos Finos	TLSTR01	X	M	X
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Elastico Espelhado	75% Poliéster 25% Elastano	Caçula	ELSSPL	X	CM	X
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo

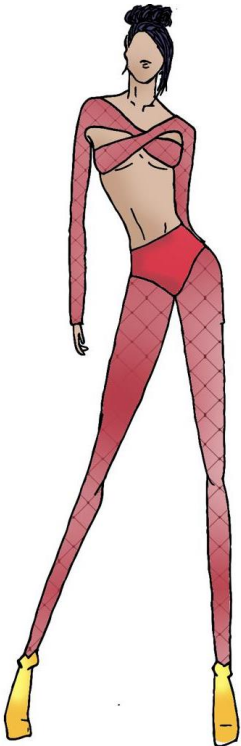
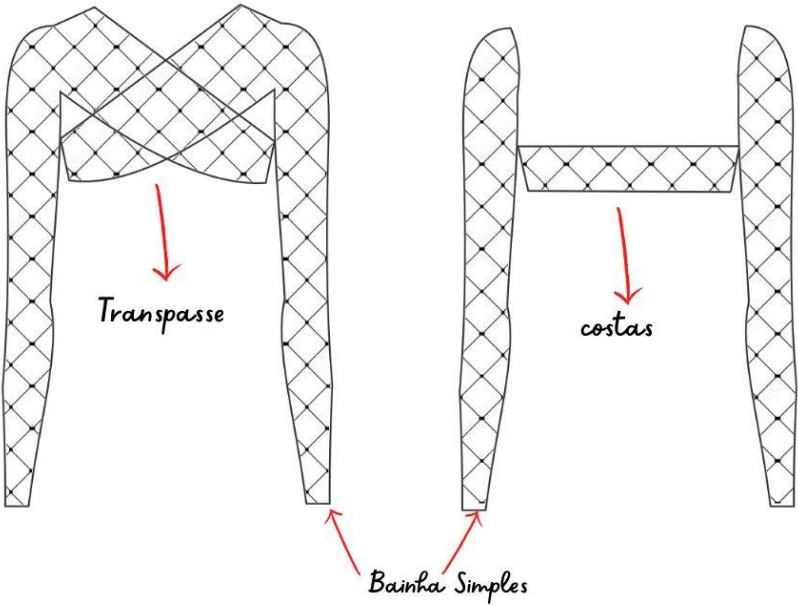
Ficha de Desenvolvimento						
Modelo	Calça Adereço			Referência: CLÇADR		
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina			Designer: Alexandra Ferreira		
Descrição	Calça com Pluma	Tamanho Piloto: (P)	Cor: Azul Exuberante (18-3949 TCX) Licitações (14-0446 TCX)			
Croqui		Frente		Costas		
						
Observações						
Calça Jeans Oversized de cós baixo com aplicação de pluma nas laterias, bolso frente e costas . Botão Bomber e zíper de metal de 10cm, como aviamento.						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Jeans Pré Lavado	75% Algodão, 24% Poliéster 1% Elastano	CIO	JNSPLV	X	M	X
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Botão Bomber	Niquelado	Caçula	BTBMBR	X	PÇ	X
Zipper	Metal	NYBC	ZPRMT	X	PÇ	X
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Pluma Verde	Pena	Marabu Plumas	PLM02	X	CM	X
Cola Universal	Cola Artesanato Blister	Caçula	CLUNV	X	U	X

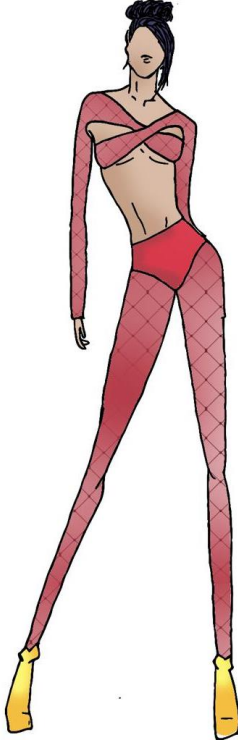
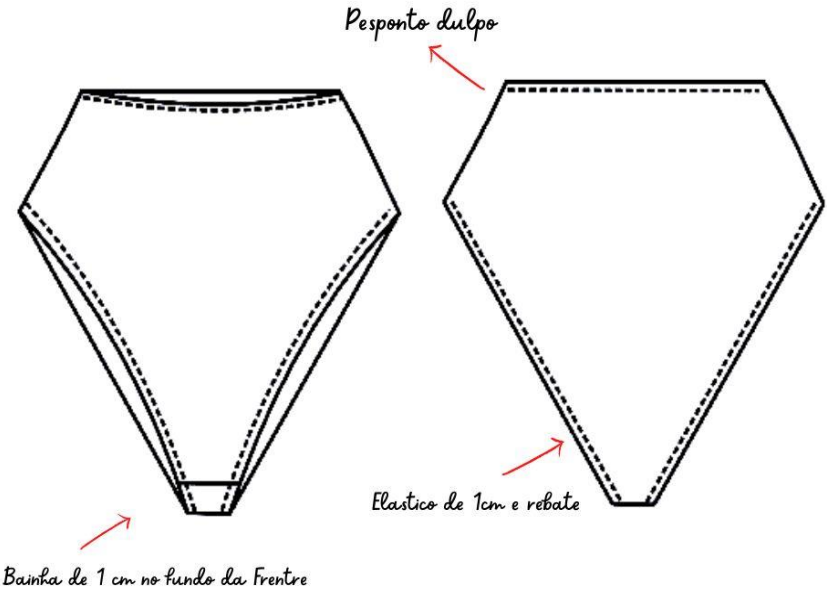
Ficha de Desenvolvimento						
Modelo	Top Serpentina				Referência: TPSRP	
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina				Designer: Alexandra Ferreira	
Descrição	Top Cortininha	Tamanho Piloto: (P)	Cor: ● Laranja Flamejante (15-1160TCX) ● Licitações (14-0446 TCX)			
Croqui		Frente		Costas		
						
Observações						
Top cortininha Bicolor, com sobra de tecido abaixo da costura. Amarração com o tecido da peça toda, nas costas com viscose verde e nuca com viscose verde e laranja.						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Viscose Verde	97% Viscose 3% Elastano	New Collection Têxtil	VSCVR01	X	M	X
Viscose Laranja	97% Viscose 3% Elastano	New Collection Têxtil	VSCLR01	X	M	X
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Viscose Verde	97% Viscose 3% Elastano	New Collection Têxtil	VSCVR01	X	M	X
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo

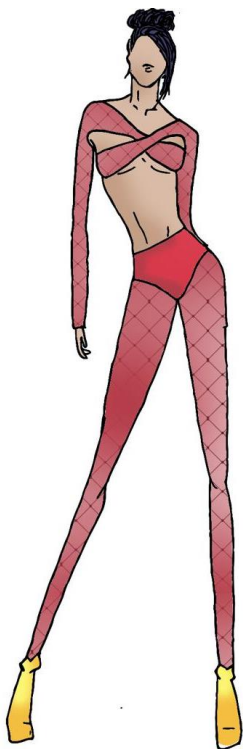
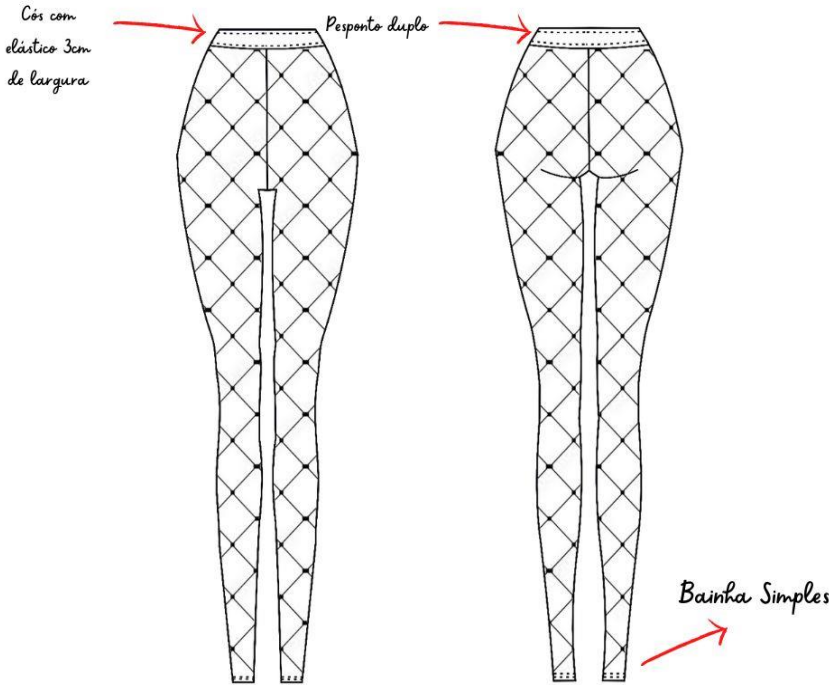
Ficha de Desenvolvimento						
Modelo	Cropped Bloco			Referência: CRPBLC		
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina			Designer: Alexandra Ferreira		
Descrição	Cropped estruturado com Franja	Tamanho Piloto: (P)	Cor: Brilho Azul (14-4816 TCX) Rosa Carmim (17-2230 TCX) Franja Flamejante (15-1160 TCX)			
Croqui		Frente		Costas		
						
Observações						
Cropped estruturado no busto com aro. Nas manga, franja feita com cordão acetinado laranja e rosa 1mm e 15cm, alternados. Zíper azul de 15cm nas costas como aviamento.						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Malha Cirrê azul	84%Poliamida, 16% Elastano	Adamá Tecidos	MLCRAZ	X	M	X
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Zíper	Nylon	Caçula	ZPRNL01	X	PÇ	X
Aro Universal	Metal Galvanizado	Metaxform	AROUNV	X	PÇ	X
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Cordão Rosa	Cetim	Caçula	CRDCTR	X	CM	X
Cordão Laranja	Cetim	Caçula	CRDCTL	X	CM	X

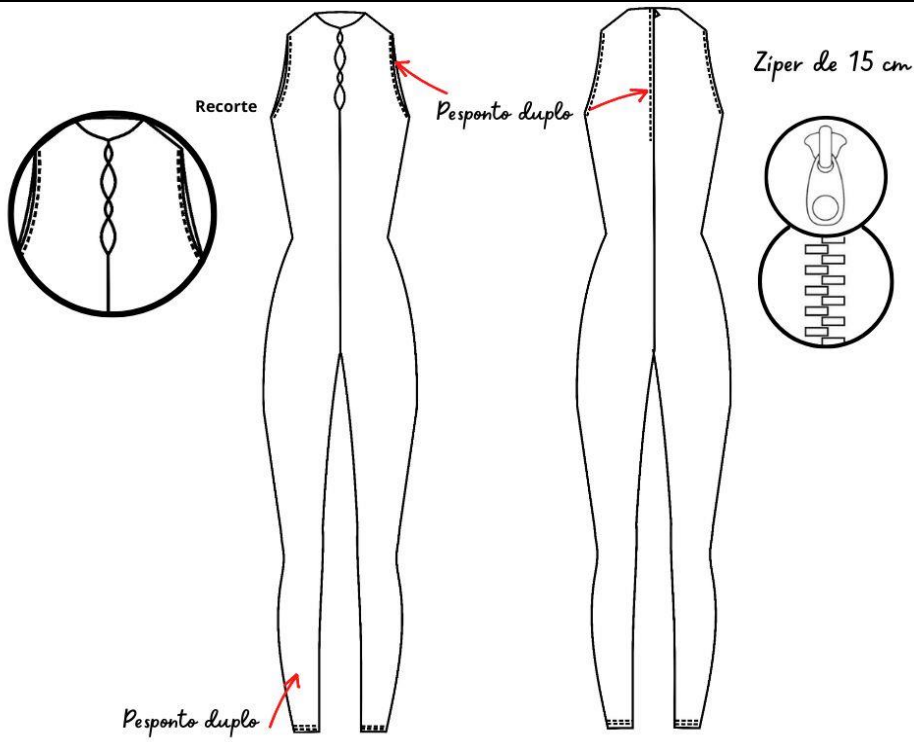
Ficha de Desenvolvimento						
Modelo	Bottom Apoteose				Referência: BTMAPT	
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina				Designer: Alexandra Ferreira	
Descrição	Bottom Asa Delta	Tamanho Piloto: (P)	Cor:	Azul Exuberante (18-3949 TCX)		
Croqui		Frente		Costas		
						
Observações						
Calcinha Asa delta						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Tecido Meryl azul	90% Poliamida 10% Elastano	Adamá Tecidos	MRLA	x	M	x
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo

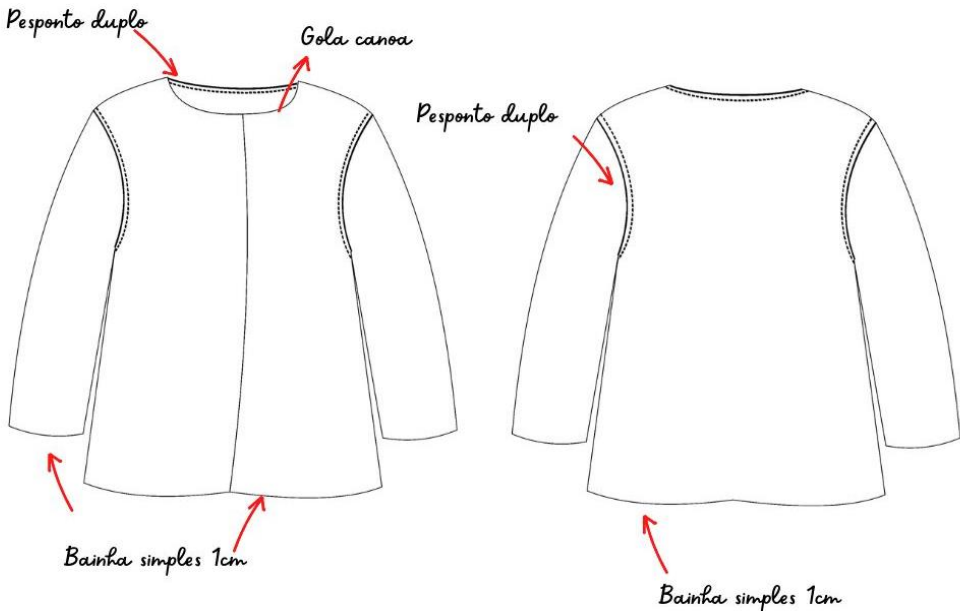
Ficha de Desenvolvimento						
Modelo	Saia Holofote			Referência: SAIHOLO		
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina			Designer: Alexandra Ferreira		
Descrição	Saia Metalizada	Tamanho Piloto: (P)	Cor:		Pingos de Chuva (14-3906 TCX)	
Croqui		Frente		Costas		
		 Chaton Prata Argola Articulada para Fecho				
Observações						
Saia de chaton prata. Cada medalha é unida a outra com argola de 10mm. As costas tem uma argola articulada de 12 mm como fecho.						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Argola Articulada	Latão Niquelado	Caçula	ARGATN	x	PÇ	x
Argola 10mm	Niquelado	Gomes Bijoux	ARG	x	PÇ	x
Chaton prata	13X18 mm Acrílico	Piobijoux	CHTPRT	x	PÇ	x
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo

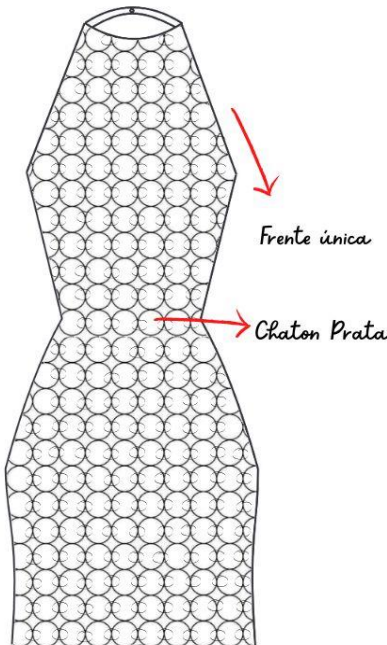
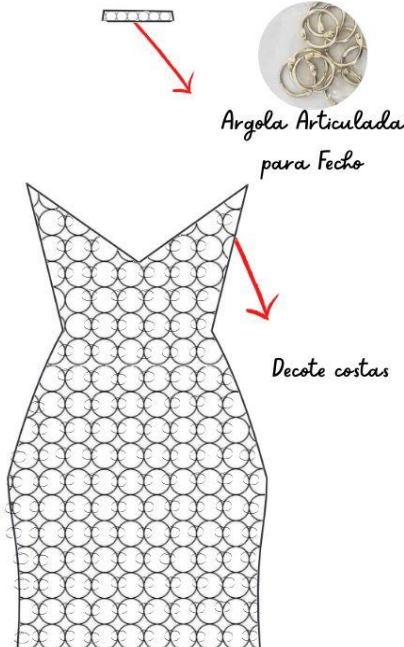
Ficha de Desenvolvimento						
Modelo	Top Trama sem Drama				Referência: TPTRDR	
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina				Designer: Alexandra Ferreira	
Descrição	Top recorte de arrastão	Tamanho Piloto: (P)	Cor:		Agridoce (17-1663TCX)	
Croqui		Frente		Costas		
						
Observações						
Top de arrastão com recorte						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Tecido Arrastão	95% Poliéster 5% Elastano	Renova	TCARRT	X	M	X
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo

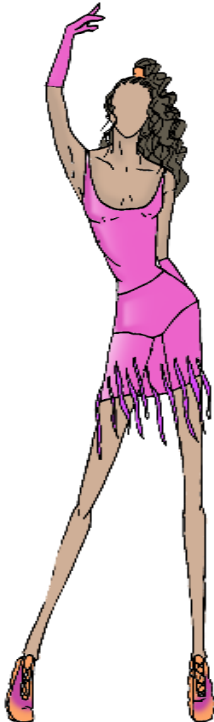
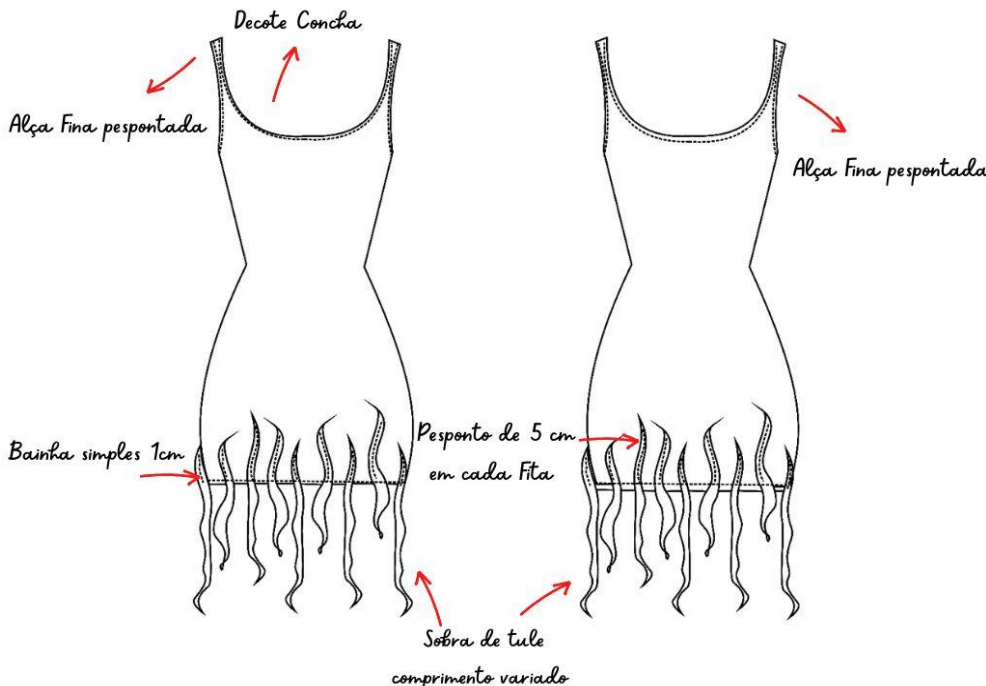
Ficha de Desenvolvimento						
Modelo	Hot Pant Rio				Referência: HTPNTR	
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina				Designer: Alexandra Ferreira	
Descrição	Hot pant	Tamanho Piloto: (P)	Cor:		Agridoce (17-1663TCX)	
Croqui		Frente		Costas		
						
Observações						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Malha Cirrê	84% Poliamida 16% Elastano	Adamá Tecidos	MLCRVR	X	M	X
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Elástico 1 cm	100% Poliéster	Caçula	ELSSPL	x	U	X
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo

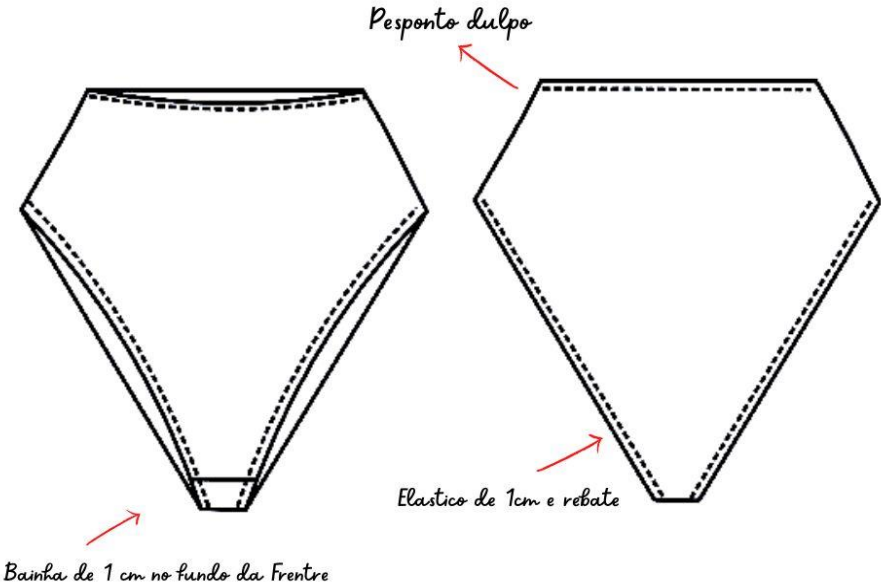
Ficha de Desenvolvimento						
Modelo	Legging Arrastão			Referência: LGGARRA		
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina			Designer: Alexandra Ferreira		
Descrição	Legging de Arrastão	Tamanho Piloto: (P)	Cor: 	Agridoce (17-1663TCX)		
Croqui		Frente		Costas		
						
Observações						
Legging de arrastão com elastico, largura de 3cm no cós como aviamento. O elastico do é rebatido com malha cirrê vermelha.						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Tecido Arrastão	95% Poliéster 5% Elastano	Renova	TCARRT	X	M	X
Malha Cirrê	84% Poliamida 16% Elastano	Adamá Tecidos	MLCRVR	X	M	X
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Elastico espelhado	75% Poliéster 25% Elastano	Caçula	ELSSPL	X	CM	
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo

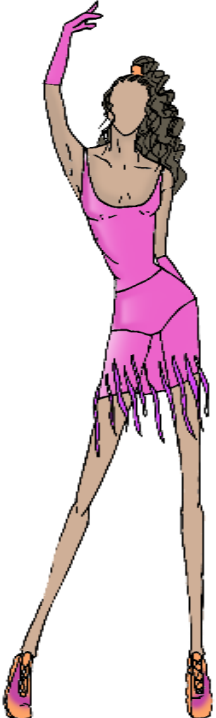
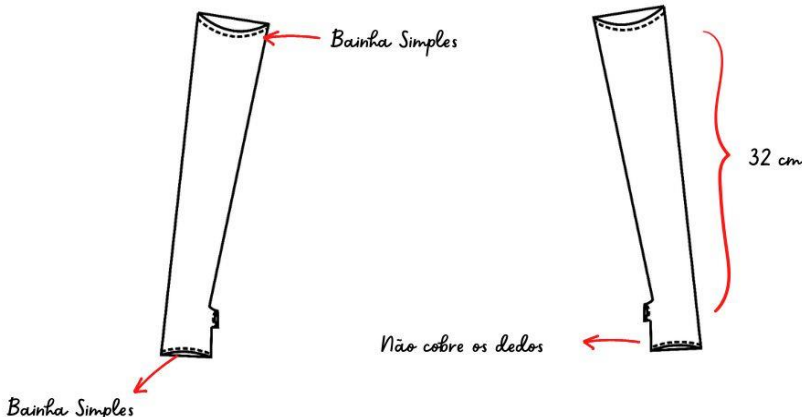
Ficha de Desenvolvimento						
Modelo	Macacão Purpurina				Referência: MCCPUR	
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina				Designer: Alexandra Ferreira	
Descrição	Macacão com Recorte	Tamanho Piloto: (P)	Cor:		Agridoce (17-1663TCX)	
Croqui		Frente		Costas		
						
Observações						
Macacão de Lurex sem manga e com recorte na frente. Nas costas, zíper de nylon com 15cm.						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Tecido Lurex	85% Poliéster 12% Fio Metalizado 3% Elastano	Renova	LRX02	X	M	X
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Zíper	Nylon	Caçula	ZPRNL02	X	PÇ	X
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo

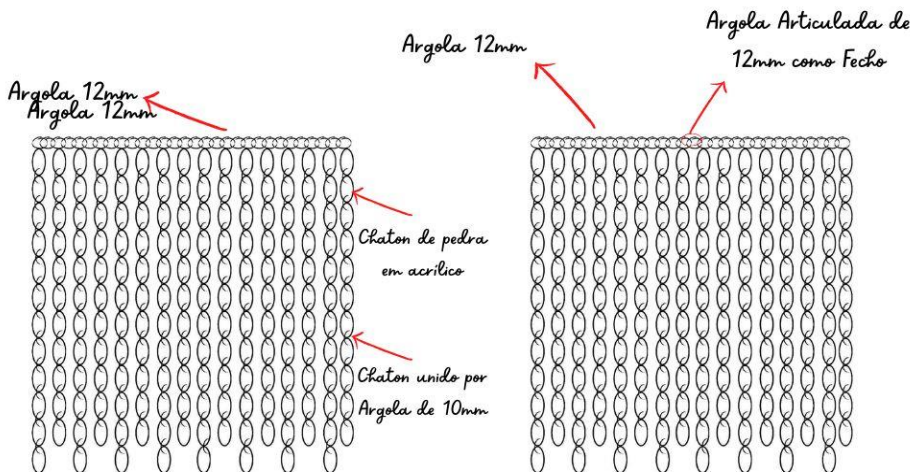
Ficha de Desenvolvimento						
Modelo	Casaco Alegoria			Referência: CASALG		
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina			Designer: Alexandra Ferreira		
Descrição	Casaco	Tamanho Piloto: (P)	Cor: Azul Exuberante (18-3949 TCX); Brilho Azul (14-4816 TCX); Agridoce (17-1663 TCX); Rosa Carmin (17-2230 TCX); Licitações (14-0446 TCX); Laranja Flamejante (15-1160 TCX); Iluminador (13-0647 TCX); Espectro Amarelo (14-0957 TCX); Roxo Estampado (17-3730 TCX) 			
Croqui		Frente		Costas		
						
Observações						
Casaco bufante de organza plissada em 9 cores aplicadas multidirecionalmente.						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Tecido Organza Plissada	100% Poliéster	Maximus tecidos	ORGPLS	X	CM	X
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
135						

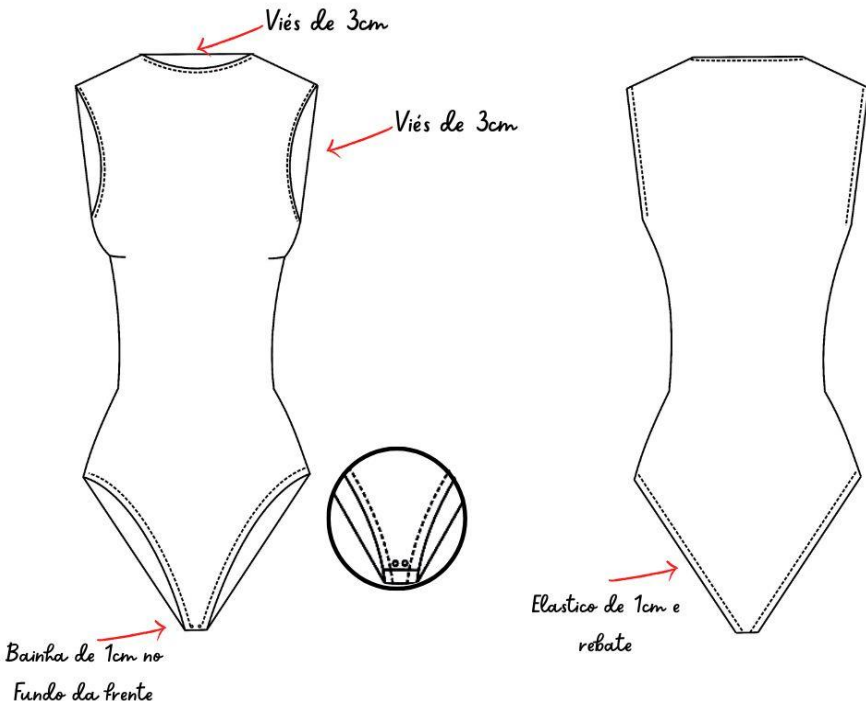
Ficha de Desenvolvimento						
Modelo	Vestido Holofote			Referência: VESHOLO		
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina			Designer: Alexandra Ferreira		
Descrição	Vestido Metalizado	Tamanho Piloto: (P)	Cor:		Pingos de Chuva (14-3906 TCX)	
Croqui		Frente		Costas		
						
Observações						
Vestido frente única em chaton Prata. Cada medalha é unida a outra com argola de 10mm. As costas tem um decote e na nuca fica localizado uma argola articulada de 12 mm como fecho.						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Argola Articulada	Latão Niquelado	Caçula	ARGATN	x	PÇ	x
Argola 10mm	Niquelado	Gomes Bijoux	ARG	x	PÇ	x
Chaton prata	13X18 mm Acrílico	Piobijoux	CHTPRT	x	PÇ	x
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo

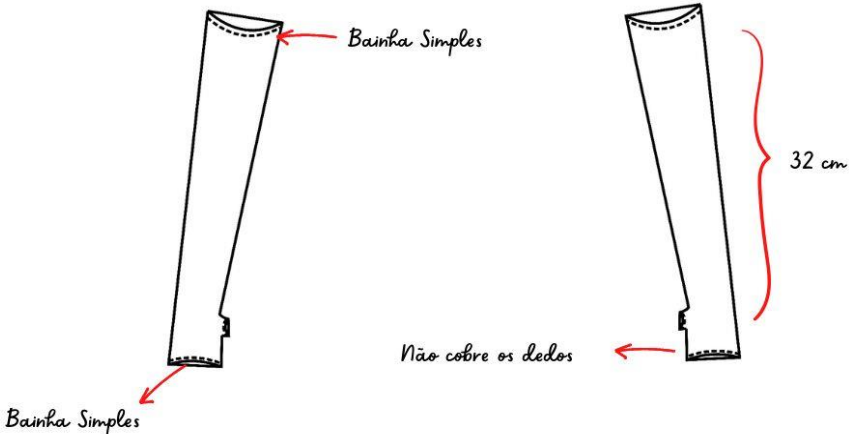
Ficha de Desenvolvimento						
Modelo	Vestido Serpetina		Referência: VESSER			
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina		Designer: Alexandra Ferreira			
Descrição	Vestido de Tule	Tamanho Piloto: (P)	Cor:  Rosa Carmin (17-2230 TCX);  Roxo Estampado (17-3730 TCX)			
Croqui		Frente	Costas			
						
Observações						
Vestido em tule. Sobra do tecido que foi feito a peça costurada na barra frente e costas. Aplicação desregular das sobras						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Tule em Stretch	96% Poliéster 4% Elastano	Maximu Tecidos Finos	TLSTR02	X	CM	X
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo

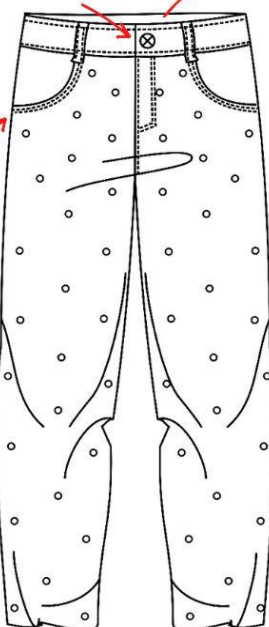
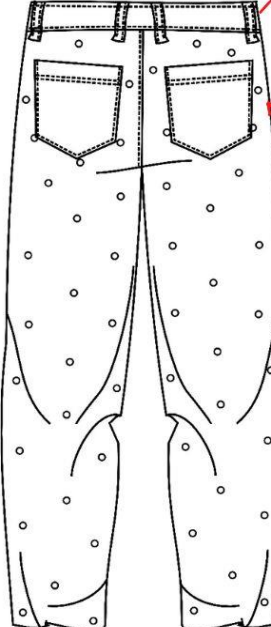
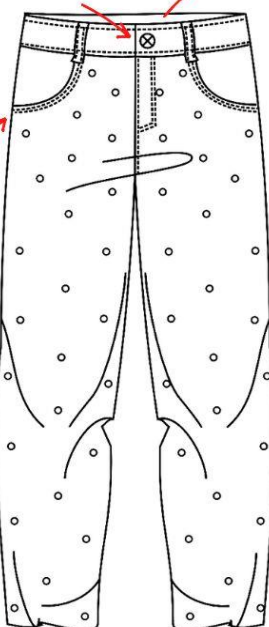
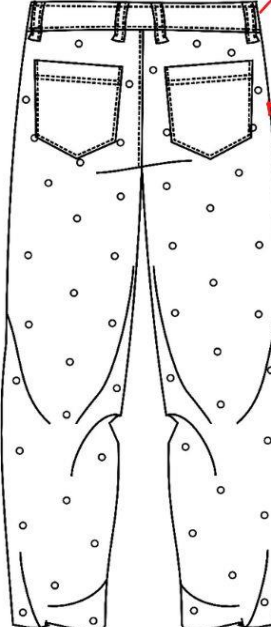
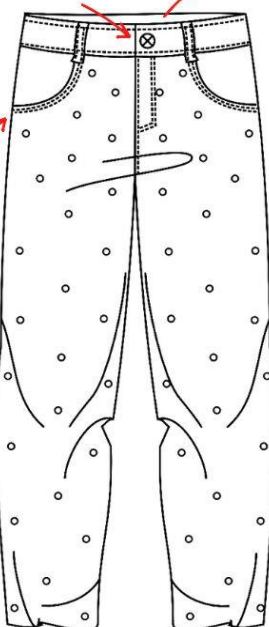
Ficha de Desenvolvimento						
Modelo	Hot Pant Rio				Referência: HTPNTR	
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina				Designer: Alexandra Ferreira	
Descrição	Hot Pant	Tamanho Piloto: (P)	Cor:	Roxo Estampado (17-3730 TCX)		
Croqui		Frente		Costas		
						
Observações						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Malha Cirrê	84% Poliamida 16% Elastano	Adamá Tecidos	MLCRRS	X	M	X
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Elástico 1 cm	100% Poliéster	Caçula	ELSSPL	x	U	X
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo

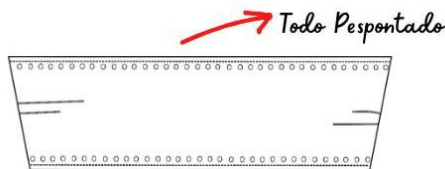
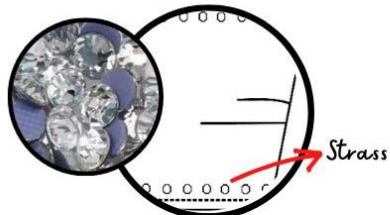
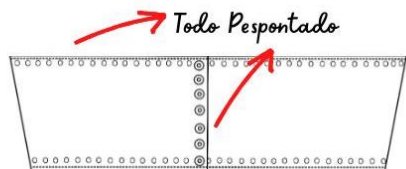
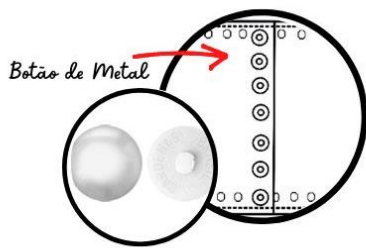
Ficha de Desenvolvimento						
Modelo	Luva Lúdica				Referência: LULDC	
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina				Designer: Alexandra Ferreira	
Descrição	Luva de Tule	Tamanho Piloto: (P)	Cor:  Rosa Carmin (17-2230 TCX)			
Croqui		Frente				
						
Observações						
Luva em tule que não cobre os dedos						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Tule em Stretch	96% Poliéster 4% Elastano	Maximu Tecidos Finos	TLSTR02	X	CM	X
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo

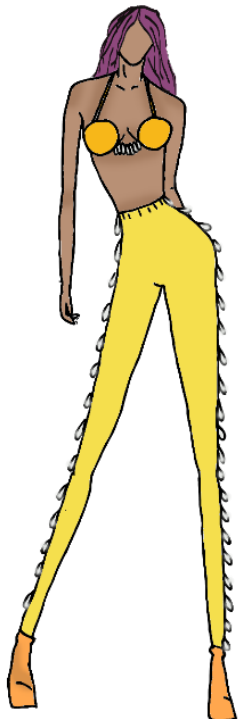
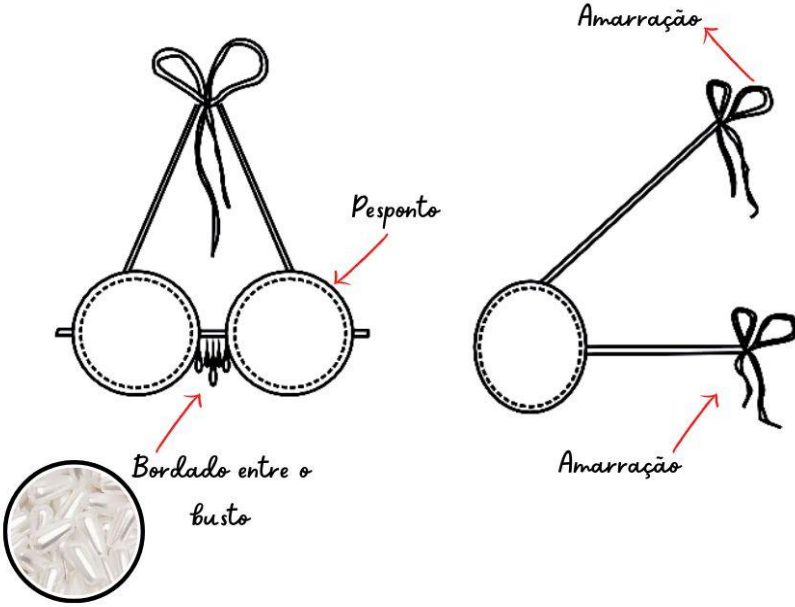
Ficha de Desenvolvimento						
Modelo	Saia Bloco			Referência: SAIBLC		
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina			Designer: Alexandra Ferreira		
Descrição	Luva de Tule	Tamanho Piloto: (P)	Cor: Azul Exuberante (18-3949 TCX); Brilho Azul (14-4816 TCX); Agridoce (17-1663 TCX); Rosa Carmin (17-2230 TCX); Licitações (14-0446 TCX); Laranja Flamejante (15-1160 TCX); Iluminador (13-0647 TCX); Espectro Amarelo (14-0957 TCX); Roxo Estampado (17-3730 TCX) Branco de Branco (11-4800 TCX)			
Croqui		Frente		Costas		
						
Observações						
Cós da saia feito de lurex revestindo o elastico espelhado de 3cm de largura. Peça feita com fitas de paetê de 30cm costuradas no cós . Nas costas, botão de pressão costurado no cós como aviamento.						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Argola 12mm	Latão Niquelado	Caçula	ARGN	50 PÇ	PÇ	R\$ 4,49
Argola Articulada	Latão Niquelado	Caçula	ARGATN	1	PÇ	R\$ 6,99
Argola 10mm	Niquelado	Gomes Bijoux	ARG	480 pç	PÇ	R\$ 19,90
Chaton pedraria	13X18 mm Acrílico	Ladeira Bijuterias	CTONACR	100 pç	PÇ	R\$ 56,21
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
	140					

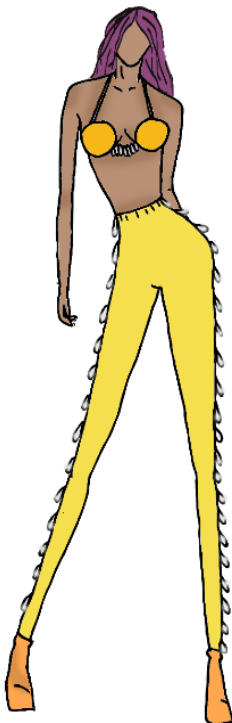
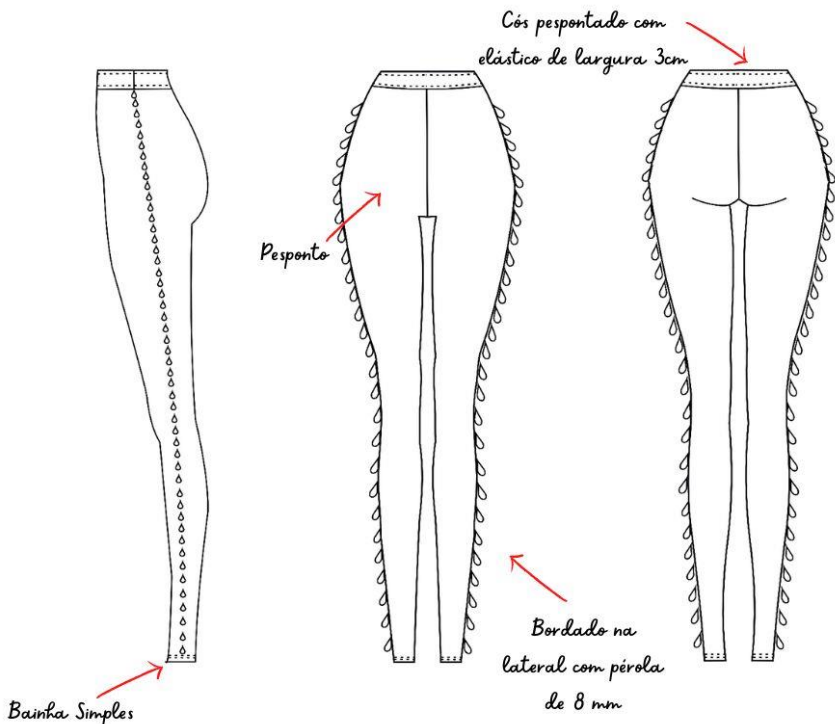
Ficha de Desenvolvimento						
Modelo	Body Purpurina			Referência: BDYPRP		
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina			Designer: Alexandra Ferreira		
Descrição	Body Purpurina	Tamanho Piloto: (P)	Cor: 	Branco de Branco (11-4800 TCX)		
Croqui		Frente		Costas		
						
Observações						
Body de Lurex com botão de pressão como aviamento.						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Lurex	85% Poliéster 12% Fio Metalizado 3% Elastano	Renova	LRX03	X	M	X
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Elástico 1 cm	100% Poliéster	Caçula	ELSSPL	X	M	X
Viés de lurex	85% Poliéster 12% Fio	Renova	LRX03	X	M	X
Botão de Pressão	Latão Niquelado	Caçula	BtPRS	X	PÇ	X
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo

Ficha de Desenvolvimento						
Modelo	Luva Lúdica				Referência: LULDC	
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina				Designer: Alexandra Ferreira	
Descrição	Luva de Tule	Tamanho Piloto: (P)	Cor: ☐ Branco de Branco (11-4800 TCX)			
Croqui		Frente				
						
Observações						
Luva em Lurex que não cobre os dedos						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Lurex	85% Poliéster 12% Fio Metalizado 3% Elastano	Renova	LRX03	X	M	X
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo

Ficha de Desenvolvimento						
Modelo	Calça Star			Referência: CLÇSTR		
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina			Designer: Alexandra Ferreira		
Descrição	Calça Jeans Oversized	Tamanho Piloto: (P)	Cor:	Azul Exuberante(18-3949 TCX)		
Croqui		Frente		Costas		
		Botão de metal  Bragulha com zíper de metal  Cós baixo  Bolso Frontal com pesponto duplo  Bolso Pespontado  Bainha simples  Strass 				
Observações						
Calça Jeans oversized com cós baixo. Aplicação de strass com cola em toda calça sem padrão. A calça apresenta um botão Bomber e zíper de metal como aviamento. A peça contem dois bolsos na frente e nas costas.						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Jeans Pré Lavado	75% Algodão, 24% Poliéster	CIO	JNSPLV	X	M	X
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Botão Bomber	Niquelado	Caçula		X	PÇ	X
Zíper	Metal	NYBC	ZPRMTL	X	CM	X
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Strass	Vidro	Armarinho São José	STRSS	X	PCT	X
Cola Universal	Cola Artesanato Blister	Caçula	CLUNV	X	U	X

Ficha de Desenvolvimento						
Modelo	Top Star		Referência: TOPSTR			
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina		Designer: Alexandra Ferreira			
Descrição	Top jeans reto	Tamanho Piloto: (P)	Cor:	Azul Exuberante(18-3949 TCX)		
Croqui	Frente		Costas			
	 		 			
Observações						
Top Jeans com corte reto e aplicação de strass com cola nas barras do top, superior e inferior, frente e costas. A peça possui em vertical botões Bomber como aviamento.						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Jeans Pré Lavado	75% Algodão, 24% Poliéster	CIO	JNSPLV	X	M	X
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Botão Bomber	Niquelado	Caçula		X	PÇ	X
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Strass	Vidro	Armarinho São José	STRSS	X	PCT	X
Cola Universal	Cola Artesanato Blister	Caçula	CLUNV	X	U	X

Ficha de Desenvolvimento						
Modelo	Top Passista				Referência: TPPST	
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina				Designer: Alexandra Ferreira	
Descrição	Top redondo amarração	Tamanho Piloto: (P)	Cor:  Espectro Amarelo (14-0957 TCX)  Branco de Branco (11-4800 TCX)			
Croqui		Frente		Lateral		
						
Observações						
Top em formato de circulo nas partes do busto e estruturado com aro. Entre o busto, bordado de pérolas de 8mm. Amarração nas costas e nuca com tecido escolhido para peça toda, Tecido Meryl.						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Tecido Meryl	90% Poliamida 10% Elastano	Renova	MRLAM	X	CM	X
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Tecido Meryl	90% Poliamida 10% Elastano	Renova	MRLAM	X	CM	X
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Gota de pérola	Pérola	Armarinho São José	GTPRL	X	PÇ	X

Ficha de Desenvolvimento						
Modelo	Calça Pandeiro		Referência: CLÇPND			
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina		Designer: Alexandra Ferreira			
Descrição	Calça legging com Bordado	Tamanho Piloto: (P)	Cor:  Iluminador (13-0647 TCX)			
Croqui		Frente	Costas			
						
Observações						
Calça legging em cirrê com elastico espelhado, largura de 3 cm, como aviamento. Nas laterias, bordados com pérolas no sentido vertical da cintura a barra da calça.						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Malha Cirrê	84% Poliamida 16% Elastano	Adamá Tecidos	TLSTR02	X	M	X
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Elástico Espelhado	75% Poliéster 25% Elastano	Caçula	ELSSPL	X	CM	X
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Gota de pérola	Pérola	Armarinho São José	GTPRL	X	PÇ	X

5.12 Protótipo

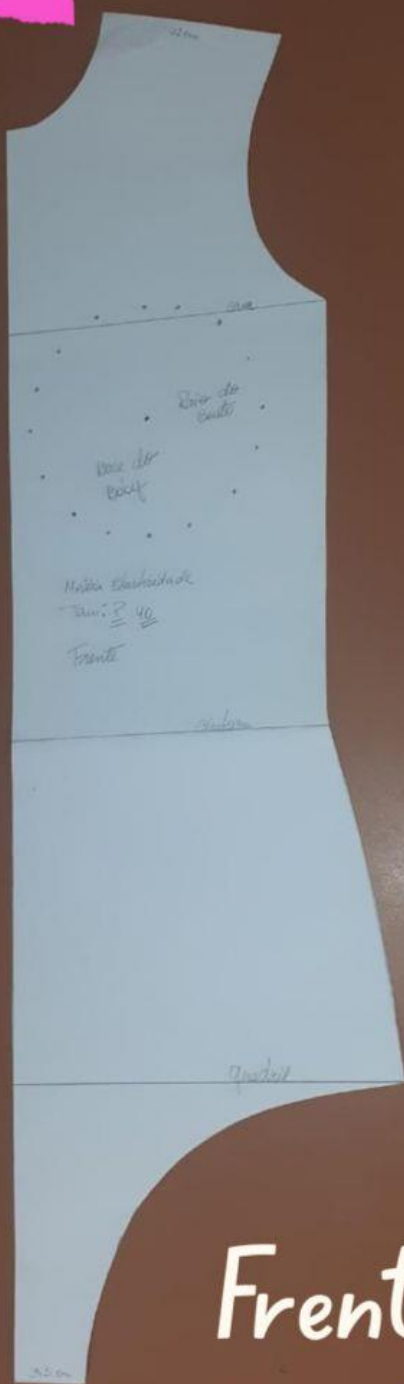
A coleção cápsula tem a proposta de ser energizante, comemorativa, criativa e singular. Refletir a importancia do carnaval e homenagea-lo com elementos presentes na festividade, brilho, plumas e muita cor. Além disso, fazer peças sob encomenda reforça o conceito de estreitar a distancia do processo criativo do produto com o cliente. Como forma de representar a coleção, e registra sua viabilidade, foi escolhido o *look* abaixo. Tal *look* foi selecionado pois conclui a ideia inicial, ser diferente, exêntrico, versátil e ter peças artesanais. O protótipo também traz elementos marcantes que estão presentes no carnaval, desde as primeiras fantasias, como as luvas que geram um caráter lúdico.

A confecção do protótipo foi realizada por duas pessoas, optou-se pela tercerização de serviço tanto na costura quanto na modelagem do Body e luva. A costureira que realizou tal trabalho foi Ana Paula Andrade. As medidas para executar o projeto foram extraídas da modelo que participou do Editorial, que será apresentado a seguir. A confecção da saia foi feita de maneira artesanal pela presente autora.

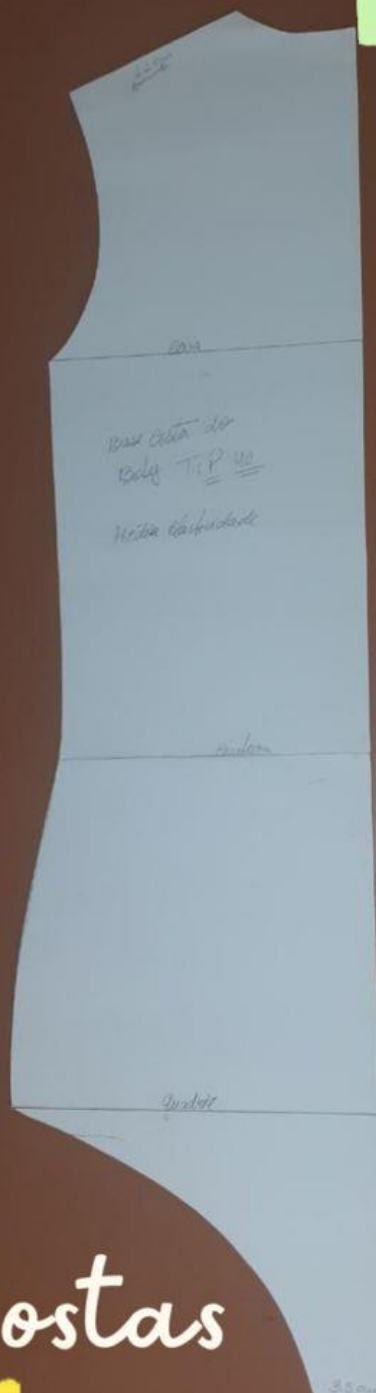
Figura 40: Protótipo



Fonte: Croqui elaborado pela autora, 2022



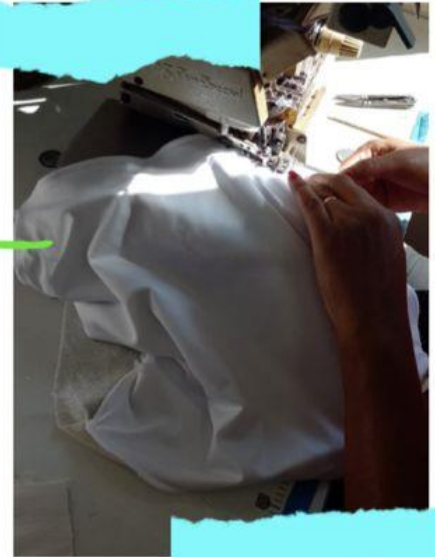
Frente



Costas



Corte do molde
no tecido



Costurando o Forro



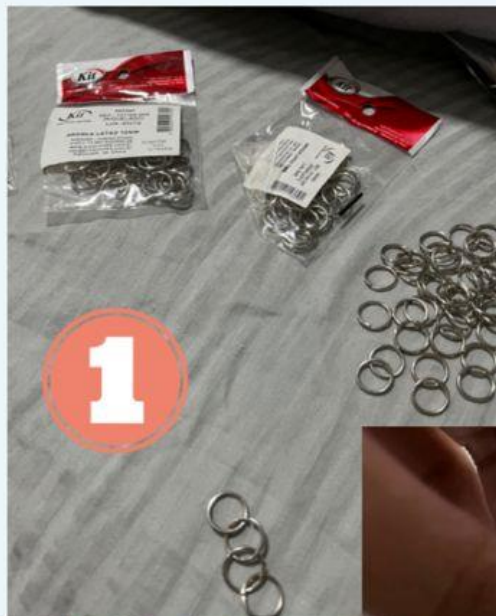
Costurando elástico
na cava da virilha



Colocando viés

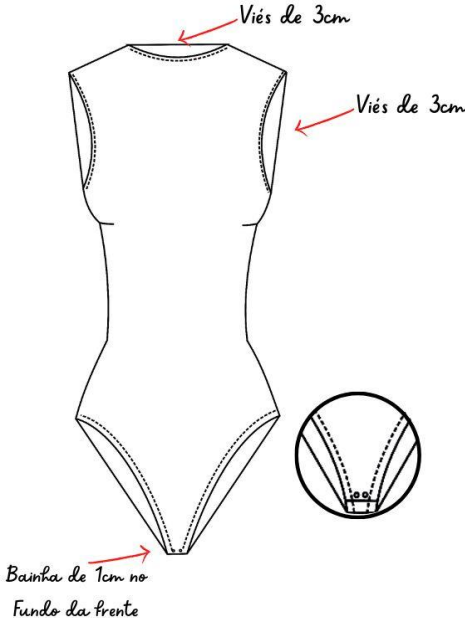
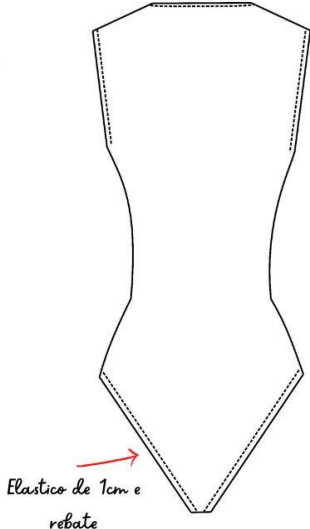


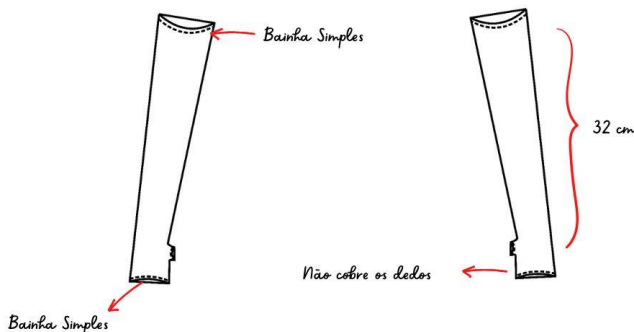
Costurando o botão
de pressão

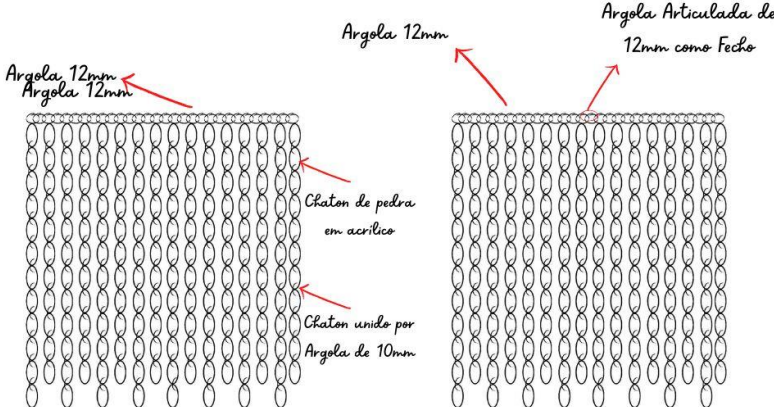


**PROTÓTIPO
SAIA**

5.13 Ficha técnica

FICHA TÉCNICA						
Modelo	Body Purpurina				Referência: BDYPRP	
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina				Designer: Alexandra Ferreira	
Descrição	Body Purpurina	Tamanho Piloto: (P)	Cor:	☐ Branco de Branco (11-4800 TCX)		
Croqui	Frente		Costas			
						
Observações						
Body de lurex com viés de 3 cm de largura no pescoço e cavas. Nas cava das pernas tem elástico de 1 cm rebatido. No fundo da frente, tem dois botões de pressão como aviamento.						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Lurex	85% Poliéster 12% Fio	Renova	LRX03	1,5	M	R\$ 110
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Elástico 1 cm	100% Poliéster	Caçula	ELSSPL	69 cm	cm	R\$ 5,49
Botão de Pressão	Latão Niquelado	Caçula	BtPRS	2 pç	PCT	R\$ 58,90
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Pilotagem:	R\$ 370,00			Custo Final:		R\$ 174,39
Sequência Operacional						
1	Chulear na máquina de overloque, forro na parte da frente					
2	Unir os ombros na Máquina Overloque					
3	Unir as laterais na Máquina Overloque					
4	Costurar forro no fundo das costas na Máquina Overloque					
5	Colocar Viés de 3 cm com uma agulha nas cavas e degolo na Máquina Colarete					
6	Fazer bainha de 1 cm no fundo da frente na Máquina Reta					
7	Pregar elástico nas pernas com uma agulha na Máquina Zero Max					
8	Rebater as pernas com uma agulha na Máquina Colarete					
9	Costurar com uma agulha de mão os fechos de pressão no fundo do Body					

FICHA TÉCNICA						
Modelo	Luva Lúdica			Referência: LULDC		
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina			Designer: Alexandra Ferreira		
Descrição	Luva de Tule	Tamanho Piloto: (P)	Cor: 	Branco de Branco (11-4800 TCX)		
Croqui		Frente				
						
Observações						
Luva em Lurex que não cobre os dedos						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Lurex	85% Poliéster 12% Fio	Renova	LRX03	0,5	M	R\$ 110
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Pilotagem:	R\$ 370,00		Custo Final:		R\$ 110,00	
Sequência Operacional						
1	Fazer bainha com uma agulha na luva com a Máquina Colarete					
2	Fechar as laterais da luva na Máquina Overloque					
3	Dar um retocesso na Máquina Reta na parte do fechamento da costura da overloque					

FICHA TÉCNICA						
Modelo	Saia Bloco			Referência: SAIBLC		
Coleção	Jogar Serpentina e sorrir Purpurina			Designer: Alexandra Ferreira		
Descrição	Luva de Tule	Tamanho Piloto: (P)	Cor: Azul Exuberante (18-3949 TCX); Brilho Azul (14-4816 TCX); Agridoce (17-1663 TCX); Rosa Carmin (17-2230 TCX); Licitações (14-0446 TCX); Laranja Flamejante (15-1160 TCX); Iluminador (13-0647 TCX); Espectro Amarelo (14-0957 TCX); Roxo Estampado (17-3730 TCX) Branco de Branco (11-4800 TCX) 			
Croqui		Frente		Costas		
						
Observações						
Pedras em acrílico unidas por argolas de latão de 10mm. Apresenta um cinto de argolas de 12mm com uma única argola articulada nas costas para ser um fecho. Cada cordão formado com as pedras tem dois comprimentos, o menor, tem 20 cm e o maior, 22 cm.						
Tecidos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Aviamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Argola 12mm	Latão Niquelado	Caçula	ARGN	50 PÇ	PÇ	R\$ 4,49
Argola Articulada 12mm	Latão Niquelado	Caçula	ARGATN	1	PÇ	R\$ 6,99
Argola 10mm	Niquelado	Gomes Bijoux	ARG	480 pç	PÇ	R\$ 19,90
Chaton pedraria	13X18 mm Acrílico	Ladeira Bijuterias	CTONACR	100 pç	PÇ	R\$ 56,21
Beneficiamentos						
Nome	Descrição	Fornecedor	Ref	Consumo	Unidade	Custo
Custo Final:	R\$ 87,59					
Sequência Operacional						
1	Pedras são separadas por grupo, cada grupo tem uma pedra de cada cor.					
2	Passar as argolas pelos furos das pedras e unir elas					
3	Fechar as argolas ao unir as peças					
4	Montar 50 cordões de pedra com 20 e 22 cm					
5	Unir as argolas de 12mm, uma em cada formando um cinto de 70 cm e fechar com alicate					
6	Ao terminar o cinto, unir uma argola articulada na ponta					
7	Colocar argola de 10mm na ponta de cada cordão feito e unir nas argolas do cinto					
8	Fechar com alicate cada argola					





























Coleção: Jogar Serpentina e
Sorrir Purpurina

Elaboração de Conceito: Alexandra Ferreira

Look: Alexandra Ferreira

Produção e Stylist: Alexandra Ferreira

Fotografia: Alexandra Ferreira

Maquiagem: Pietra Pizzini Couto

Modelo: Pietra Pizzini Couto

Locação: Campo no condomínio da modelo

Data: 16 de junho de 2022

6 Considerações Finais

O projeto trouxe a temática carnavalesca como fonte de estudo. Conforme mencionado na introdução, o carnaval é uma festa que se popularizou e atualmente agracia o carioca que o cultua rigorosamente. Ao longo do estudo, a consolidação do carnaval com o Rio de Janeiro e o carioca foi apresentada com sua histórica ao fecundar no Brasil e os processos que levaram o festejo de Entrudo a ser o Espetáculo do Rio, em avenidas e sendo fonte de turismo. Pode-se compreender com o projeto, que o Carnaval é uma festa que possui a simbologia de resistência, cultura, pluralidade e de liberdade, um dos motivos pelo qual influencia a estrutura carioca. Com sua magnitude, o carnaval é cercado por diversos setores comerciais do país visto na pesquisa, desde ambulantes, pequenos empreendedores e grandes produtores que se reinventam ano após ano em prol da paixão e renda. Como o projeto teve por finalidade direcionar a temático com o segmento de vestuário, o levantamento de marcas de moda envolvidas no carnaval proporcionou a compreensão de como se comunicam e elaboram seus produtos afim de atingir o público-alvo, servindo de parâmetro para viabilizar coleção desenvolvida neste projeto.

A escolha do tema foi movida pela afeição da autora pela festa e pela oportunidade de explorar a criatividade e aplicar nas peças, no entanto, com o estudo aprofundado, a autora reconheceu que o carnaval representa alegria e vida, dado importante para ser referência após um momento pandêmico que assolou o mundo como relata o capítulo 1. Desse modo, a proposta foi de apresentar peças com elementos decorativos alegres e vibrantes, mas que possam ser usados o ano inteiro, exprimindo o ideal de comemorar a vida em qualquer ocasião. Algumas peças da coleção foram planejadas para representar pequenos empreendedores que produzem produtos artesanais tanto no seu ateliê quanto nos barracões das escolas de samba, em que muitas artes são feitas à mão.

O processo do projeto teve suas dificuldades, por ser tratar de um tema amplo e rico de conteúdo. Além disso, o processo de projetar e prototipar as peças demandou observação e cuidado, uma vez que o *look* prototipado sofreu alterações para um melhor resultado de acabamento e qualidade. Situação comum na área de designer em que os produtos planejados são testados e

alterados em toda cadeia de produção. A saia de pedrarias foi idealizada inicialmente para ser construída com fitas de paetê costurados, no entanto, o produto não seria assertivo para constar na coleção pois os paetês soltaram das fitas com os movimentos simulados para aproveitar o carnaval, como dançar e pular. Com isso, optou-se por pedrarias e argolas na construção da peça pois em contato com a luz valoriza a tonalidade das pedras de chaton acrílico, promove uma alusão as pedras usadas em fantasias e enobrece o *look*.

Por fim, acredita-se que o trabalho como um todo alcançou o seu potencial em pesquisa e processo criativo e espera-se que sirva de referência para futuros *designers* diante desta nova tendência encontrada, usar roupas exuberantes como de carnaval o ano todo e que inspire as pessoas de promover vida e energia no vestuário como forma de festejar a vida de hoje em diante.

REFERÊNCIAS

A **HISTÓRIA do Carnaval.** 2017. Disponível em: <<https://musicabrasilis.org.br/temas/historia-do-carnaval>> Acesso em: 17 maio 2017.

ALMEIDA, Cresciulo Paula. **O carnaval carioca oficializado: a aliança entre sambistas e prefeitura do Rio de Janeiro (1932-1935).** Revista Crítica História, vl 5, n10. 2014.

ARAM, André. **Clóvis Bornay, um ícone do carnaval brasileiro.** 2022. Disponível em: <https://gay.blog.br/anais-da-historia/clovis-bornay-um-icone-do-carnaval-brasileiro/>. Acesso em: 26 fev. 2022.

ARAÚJO, Raphael. **Carnaval 2022: Grande Rio é a grande campeão do Rio de Janeiro.** 2022. Disponível em: <https://www.ofuxico.com.br/wp-content/uploads/2022/04/tabela-final-resultado-apuracao-carnaval-rio-de-janeiro-2022-1024x683.jpg>

BARBON, Júlia. **Manter Carnaval seria desfilar por cima de cadáveres, diz Neguinho da Beija-Flor.** 2021. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/diversao/manter-carnaval-seria-desfilar-por-cima-de-cadaveres-diz-neguinho-da-beija-flor-1.2447540>. Acesso em: 15 fev. 2021.

BARREIRA, Gabriel. **'O maior carnaval de todos os tempos': Há 100 anos, Rio viveu folia de quase 3 meses após pandemia.** 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2021/02/17/o-maior-carnaval-de-todos-os-tempos-ha-100-anos-rio-viveu-folia-de-quase-3-meses-apos-pandemia.ghtml>. Acesso em: 17 fev. 2021.

BRAUN, Julia. **Como o segundo ano sem Carnaval deve impactar a economia brasileira.** 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-60539391>. Acesso em: 10 abr. 2022.

BREMBATTI, Katia; GODOI, Giovana. **Um século depois, o que podemos aprender com o Carnaval da gripe espanhola.** 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/um-seculo-depois-o-que-podemos-aprender-com-o-carnaval-da-gripe-espanhola/>. Acesso em: 12 dez. 2021.

CARMO, Sabrina Carvalho do. **Geração Z: Uma nova realidade.** Editora Clube de Autores, 2019.

CASEY, Charlotte. **Previsão P/V 23: malhas e tricôs femininos : espectro total. Malhas e tricôs femininos – Espectro total.** 2021. Disponível em: <https://www.wgsn.com/fashion/article/91251?lang=pt>. Acesso em: 22 jul. 2021.

CLARK, Jenny. **Previsão de cores da América Latina P/V 23.** Disponível em: <https://www.wgsn.com/fashion/article/91074>. Acesso em: 18 jun. 2021.

COUTO, Camille; BARRETO, Elis. **Prefeitura do Rio de Janeiro cancela Carnaval de rua deste ano.** 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/paes-anuncia-cancelamento-de-carnaval-de-rua-no-rio/>. Acesso em: 24 abr. 2022.

CUNHA, Maria Clementina Pereira da. **Ecoss da folia**: uma história social do Carnaval carioca entre 1880 e 1920. São Paulo: Companhia das Letras, 2001

DEBRET, Jean Baptiste. **Viagem pitoresca e histórica ao Brasil**. Belo Horizonte/São Paulo: Itatiaia/EDUSP, 1978, 2v. DENIS, Ferdinand.

DUARTE, Marcelo. **Carnaval no Brasil**. Disponível em: <https://www.guiadoscuriosos.com.br/curiosidades/variedades/religiao/hinduismo/festas/carnaval-no-brasil/>. Acesso em: 24 abr. 2019.

GABRIEL, João; GUEDES, Marcos. **Após a gripe espanhola rio teve o maior carnaval de todos**. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2020/05/apos-a-gripe-espanhola-rio-teve-o-maior-carnaval-de-todos-como-revanche.shtml>. Acesso em: 24 maio 2020.

GEMAUQUE, Vito. **Conheça a história de Eneida de Moraes, escritora paraense que faria 115 anos nesta quarta**. 2019. Disponível em: <https://www.oliberal.com/cultura/eneida-sempre-viva-eneida-sempre-livre-1.205826>. Acesso em: 23 out. 2019.

HARGREAVES, Marcelo. **Entenda como as escolas de samba do Rio se organizam no sambódromo e além dele**. Blog do Mestre Carnaval. Disponível em: <https://mestrecarnaval.camarotecarnaval.com/entenda-como-as-escolas-de-samba-do-rio-se-organizam-no-sambodromo-e-alem-dele/>

HERSCHMANN, Micael. **Apontamentos sobre o crescimento do Carnaval de rua no Rio de Janeiro no início do século 21**. INTERCOM: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, 2013.

JUNIOR, João Lima. **Moda Discoteca**. Innova Design. Disponível em : <https://designinnova.blogspot.com/2014/11/moda-discoteca.html>

LEMONS, Luiza. **Yá Burihan lança coleção de roupas para o Carnaval**: influenciadora pretende deixar os looks para a folia ainda mais luxuosos. Influenciadora pretende deixar os looks para a folia ainda mais luxuosos. 2022. Disponível em: <https://delas.ig.com.br/moda/2022-02-28/ya-burihan-lanca-linha-de-roupas-carnavalescas.html>. Acesso em: 28 fev. 2022.

Lima, Jurandir Gonçalves de. **Memórias afetivas de Teresina**: tensões entre tradição e modernidade no processo de modernização da cidade (1970-2000).

LYNCH, Jo. **Previsão P/V 23**: moda íntima .: espectro total. Moda íntima — Espectro Total. Disponível em: <https://www.wgsn.com/fashion/article/91436>. Acesso em: 12 ago. 2021.

MAGALHÃES, Renata. **Sem blocos na rua, figurinos carnavalescos ditam moda nas festas de verão**: Enquanto looks do dia a dia no pós-pandemia ganharam itens mais básicos, estética do brilho e da irreverência migrou para a noite, em altas produções. 2022. Disponível em: <https://vejario.abril.com.br/beira-mar/blocos-moda-festas-verao/>. Acesso em: 04 maio 2022.

MAGGIONI, Sara. **Previsão P/V 23**: moda feminina ÷: espectro total. Moda feminina — Espectro Total. Disponível em: <https://www.wgsn.com/fashion/article/91558>. Acesso em: 29 ago. 2021.

MONTEIRO, Teresa. **Entre brilhos e sonhos: carnaval.** Carnaval. 2019. Disponível em: https://mais.opovo.com.br/jornal/vida_e_arte/2019/01/26519-entre-brilhos-e-sonhos.html. Acesso em: 16 jan. 2019.

MORACE Francesco. **Consumo autoral: as gerações como emprêsas criativas.** Trad. Kathia Castilho 2. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora. 2012
O'Donnell, Julia. De olho na rua: A cidade de João do Rio. Editora Schwarcz - Companhia das Letras, 2008.

OPAS. **OMS afirma que COVID-19 é agora caracterizada como pandemia.** 2020. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/news/11-3-2020-who-characterizes-covid-19-pandemic>. Acesso em: 17 abr. 2022.

PAIVA, Vitor. **O início da folia: Como e quando surgiram os principais carnavais do Brasil.** 2021. Disponível em: <https://www.hypeness.com.br/2019/02/o-inicio-da-folia-como-e-quando-surgiram-os-principais-carnavais-do-brasil/>. Acesso em: 06 fev. 2021

Pignatari, Carolina. **Como surgiram as fantasias e as máscaras de carnaval.** Disponível em: <https://canaldoensino.com.br/blog/como-surgiram-as-fantasias-e-as-mascaras-de-carnaval>.

PINTO, Beatriz V. C. Castilho. **Raízes do nosso carnaval.** 2019. Disponível em: https://www.alsjbv.art.br/pdf_destaquehome/raizesdonossocarnaval.pdf. Acesso em: 23 fev. 2019.

REDAÇÃO REDE BRASIL ATUAL (Brasil) (ed.). **Carnaval de rua é cancelado em diversas cidades, mas acende alerta sobre festas privadas.** 2022. Disponível em: <https://www.redebrasilatual.com.br/cidadania/2022/01/carnaval-de-rua-cancelado-festas-privadas/>. Acesso em: 06 jan. 2022.

REDAÇÃO REDE BRASIL ATUAL (Brasil) (ed.). **Rio: carnaval sem blocos de rua prejudica vendedores ambulantes.** 2022. Disponível em: <https://www.redebrasilatual.com.br/trabalho/2022/02/rio-carnaval-sem-blocos-de-rua-prejudica-vendedores-ambulantes/>. Acesso em: 25 fev. 2022.

SAGATIBA, Fernanda. **Manifestações carnavalescas: Blocos, Entrudos, Ranchos, sociedades carnavalescas e escola de samba.** 2014. Disponível em: <https://raizdosambaemfoco.wordpress.com/2014/02/10/manifestacoes-carnavalescas-blocos-entrudos-ranchos-sociedades-carnavalescas-e-escolas-de-samba-qual-e-a-diferenca/>.

SAMPAIO, Daniel. **10 curiosidades históricas sobre o carnaval do Rio.** 2022. Disponível em: <https://vejario.abril.com.br/coluna/daniel-sampaio/curiosidades-historicas-carnaval-rio/>. Acesso em: 22 fev. 2022.

SAYGI, Rebecca. **Cápsula de design P/V 23: moda praia para festivais.** Moda praia para festivais. Disponível em: <https://www.wgsn.com/fashion/article/93564?lang=pt>. Acesso em: 04 maios 2022.

SCHWARCZ, Lilia M; STARLING, Heloisa. **Brasil: uma biografia.** São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

SIGNIFICADO de Carioca. 2018. Disponível em: <https://rioandlearn.com/pt-br/significado-de-carioca/>. Acesso em: 26 set. 2018

SILVA, Daniel Neves. **"História do Carnaval no Brasil"**: Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/carnaval/historia-do-carnaval-no-brasil.htm>. Acesso em 05 de abril de 2022.

Silva, Rafael Freitas da. **Rio Antes do Rio**. Editora Relicário. 4ª edição. Rio de Janeiro, 2019

SOARES, Maria Thereza Mello. **São Ismael do Estácio**: o sambista que foi rei. Rio de Janeiro: FUNARTE; Instituto Nacional da Música, 1985. (Coleção MPB, v.17).

SOBRAL, Marcella. **O jeitinho carioca de pular carnaval sem aderir aos blocos pagos ou secretos**. 2022. Disponível em: <https://esportes.yahoo.com/noticias/o-jeitinho-carioca-pular-carnaval-085511475.html>. Acesso em: 24 abr. 2022.

SOTAQUE CARIOCA: A cidade sinônima de Brasil. Sintonia com a Sociedade. Disponível em: <https://gente.globo.com/pesquisa-infografico-sotaque-carioca-a-cidade-sinonimo-de-brasil/>. Acesso em: 20 jun. 2021.

SOUPIN, Elisa. **Sem Fantasia**: como tem vivido quem respira carnaval o ano inteiro. 2021. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/reportagens-especiais/sem-carnaval.htm>. Acesso em: 19 abr. 2022

UFRB, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia. **A origem do carnaval**. Disponível em: <https://www1.ufrb.edu.br/bibliotecacecult/noticias/228-a-origem-do>. Acesso em: 28 set. 2021

Apêndice

Apêndice 1- Entrevista realizada com Carolina Almeida, Dona da Marca The One Brand.

1. A história da The One?

- “A gente já tem a marca vai fazer 6 anos e a proposta inicial era pegar roupa para revender, roupas que hoje nem fazem mais sentido para gente. Um ano depois de compra as roupas, a loja ficou parada, mas minha mãe ficou desempregada então decidimos reatar a loja. Foi uma época que o carnaval começou a ter um lado mais fashion que antigamente, com aquelas fantasias tradicionais. A gente começou a ver uma gringas no festival Burning Man, que tava super em alta. Aí pensamos em trazer uma proposta diferente, por que a gente criou a marca até para ter um diferencial por isso The One, único. Então vimos esse festival, nos inspiramos nele e tentamos trazer por carnaval. Na época que começamos a divulgar, ganhamos muito seguidor por que demos peças para algumas meninas que estavam participando de um reality que bombava, De Férias com Ex e percebemos que elas tinham uma influência muita grande nas redes sociais para galera mais nova. Quando a gente viu, o primeiro carnaval que fizemos tava todo mundo usando a marca. ”

2. Como você me descreveria a sua marca?

- “Então, antigamente tínhamos o nome ateliê por tentarmos ser diferentes, de tendência. Mas hoje é bem mais complicado isso, por que são muitas lojas online e uma demanda muito grande, daí percebemos que não estávamos mais carregando essa potência do ateliê e do único, a gente tenta até hoje. Aí decidimos tira o ateliê, por que antes confeccionávamos as peças a mão e tinha todo um trabalho. Então assim, explicando o que traduz a marca hoje em dia, não tem como falar que a gente tem esse ponto inicial do único mas temos a identidade que conseguimos construir durante esse tempo, além de um público bem fixo. Descrever a minha marca é dizer sobre empoderamento feminino muito grande, gosto de trabalhar com a nudez, o curto e o corte, tipo assim, nós somos diferentes. Por exemplo, não é qualquer um que usa a nossa marca, que tem essa ousadia e aí quando eu vejo uma menina que não tem esse perfil usando, eu penso, caramba ela teve coragem ”.

3. Na trajetória da The One, um carnaval específico tornou a marca mais conhecida, que ano foi?

- “2018, A gente fala mesmo que a marca nasceu de uma coleção de carnaval por ter uma proposta única e distinta. Bem a nossa essência. ”

4. Por que decidiu criar uma coleção para carnaval?

- “O que acontece, a gente não tinha muito um perfil para seguir. Vimos que tinha potencial para uma coleção diferente, e carnaval no Rio de Janeiro é um momento muito oportuno para chamar cliente, principalmente por que percebemos que a galera jovem gosta de coisas fora do óbvio. Aqui no Brasil o carnaval não tinha esse lado fashion como te falei, então ou a gente pegava e fazia a fantasia de gatinho e coelhinho por exemplo, mas ia fugiria totalmente assim da marca. Ou tentamos ser diferentes. ”

5. No ano de 2022, você lançou um drop para carnaval, o que te inspirou na coleção?

- “Então nos inspiramos nesse festival, e também no Pinterest, que estava começando a crescer de referências. Logo, comecei a estudar o festival e vi que tinham looks super irados e uma vibe meio Coachella, e deu super certo por que era bem diferente. ”
6. O que a marca viu que o seu público alvo queria nessas roupas?
- “A galera sempre segue a moda lá de fora, tanto que o nosso top estrela, tiramos como referência desse festival, Burning Man, e hoje é o top mais vendido na loja nessa leva do carnaval de fevereiro e abril. ”
7. Quem é esse público que consome esse tipo de produto?
Desde o começo, decidimos trabalhar com o público jovem. Minha mãe tem até vontade de abrir outra marca com conteúdo mais adulto, mas a gente viu que o jovem consome muito, que é entre 16 a 26 anos”.
8. Compra regularmente?
- “Sim”.
9. É o mesmo público que consumia nos carnavais passados antes da pandemia?
- “Sim, mantem a faixa etária, mas graças a deus, hoje entregamos não só para o Rio, mas para o Brasil todo”.
10. Notou diferença nos consumidores de um carnaval antes e pós pandemia?
- “Não teve muita diferença, claro que consumiram bem menos durante a pandemia, mas agora voltou com tudo e esse ano vai ter muitos eventos então não sentimos diferença na questão do público. ”
11. Para marca, essa coleção se resume aos eventos do carnaval?
- “Não, embora a gente tenha feito nesse momento, mas a ideia era criar algo que não se resume a carnaval e sim uma pegada mais versátil.”
12. Como são os looks, matérias e modelos?
A gente adaptou algumas coisas que já tínhamos no começo como o top estrela. Ele não era de paetê, mas para coleção desse ano decidimos colocar que concorda com a tendência do brilho. A transparência também, que já produzíamos nos bodys, aí fizemos a releitura nas calças com transparência e recorte. Então nos baseamos na segunda coleção de carnaval que produzimos, em 2019, que foi a que mais vendemos. Nos inspiramos e trouxemos algumas coisas, mas de resto as referências que usamos foram das coisas que vimos no *Tik Tok*, que de fato, é uma plataforma com uma potência muito grande. Além disso, um detalhe muito importante o carnaval desse ano foi diferente então buscamos trazer roupas que as pessoas pudessem usar em qualquer evento. Já que o carnaval de rua esse ano não teve. Além disso, matérias utilizadas nessa coleção estão presentes em quase todas as coleções anteriores como o Meryl, a gente usa muito. ”
13. O que é comum entre os looks?

- “A transparência, o brilho, os recortes e peças curtas, que já fazem parte da nossa identidade e que está nas duas coleções de carnaval.”

14. Como é para The One ter dois carnavais no ano?

- “É até melhor pra gente mas o primeiro carnaval desse ano que foi em fevereiro, vendi muito mais do que agora. ”

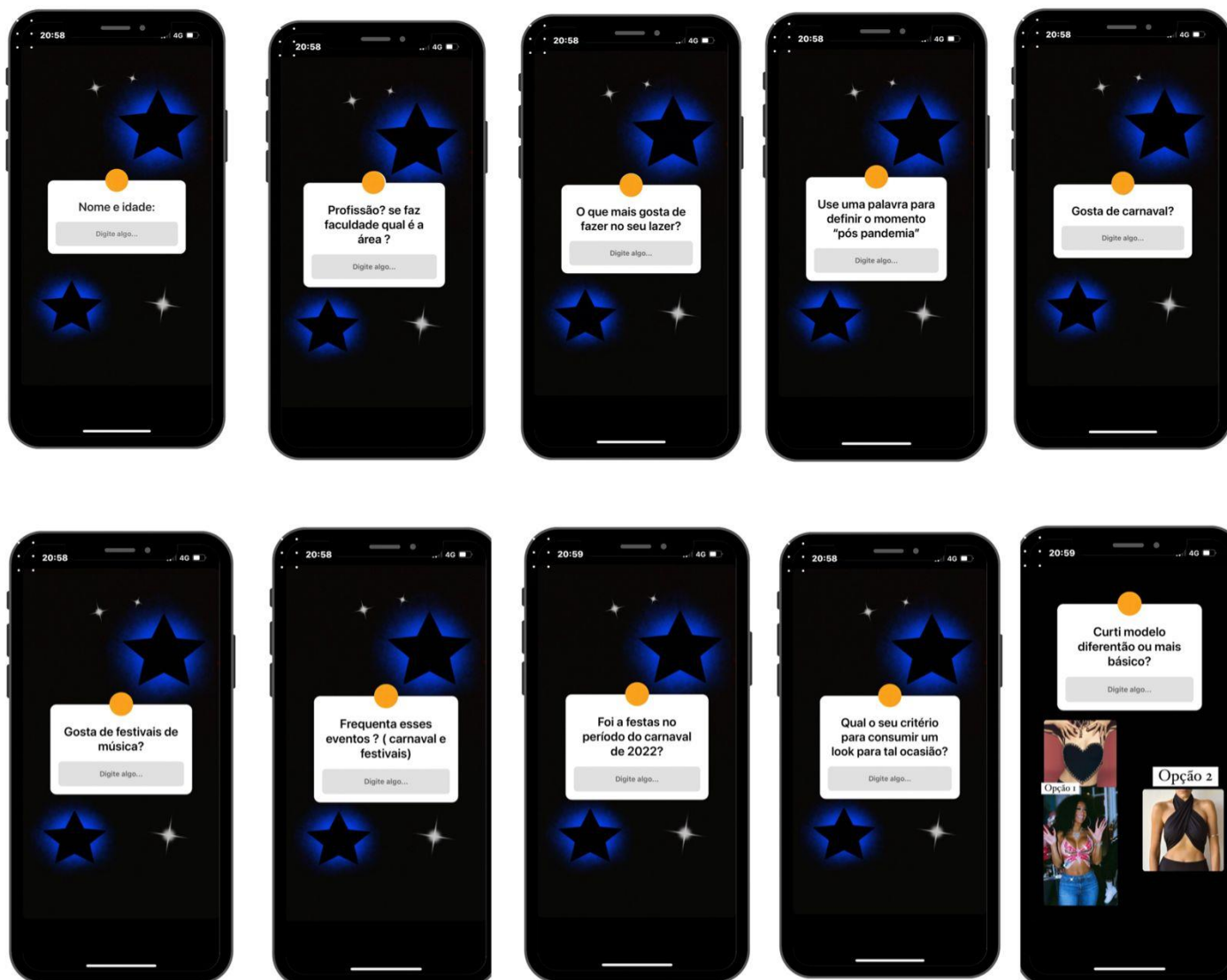
15. Pode trazer mais desafio entre uma coleção e outra?

-“Não, acredito que até melhora o engajamento da marca quando o cliente vê que estamos atentas nas datas e com looks melhores. A gente também procura adaptar as ideias por que nossos consumidores gostam do nosso estilo.
“

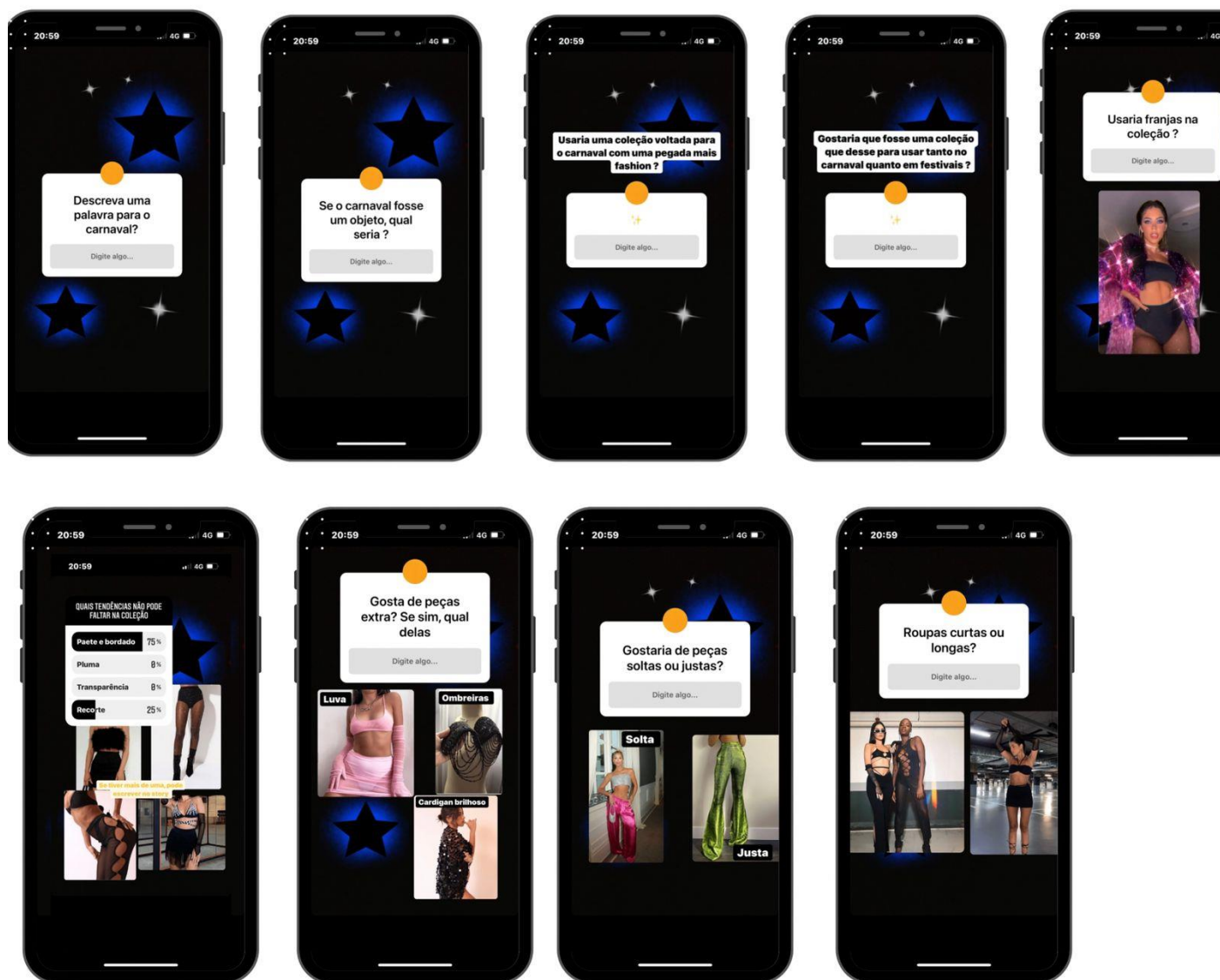
16. As coleções seguem inspirações distintas?

- “A gente não mudou muita coisa, esse segundo drop fizemos até peças a mais para eventos. Mas ambas as coleções conversam, seguindo a ideia de carnaval. Não tem como a gente pensa num carnaval de rua e mistura com carnaval de evento, é totalmente diferente, a galera usa muito o preto e o brilho.
”

Apêndice 2- Questionário por meio do Instagram com o grupo de amostra



Fonte: Montagem elaborada pela autora, 2022



Fonte: Montagem elaborada pela autora, 2022