

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN
BACHARELADO EM MODA**

Gabriella Souza Monteiro
Yasmim Barradas Buss

**CARRANCAS, SOM E ESTILO: A BRASILIDADE DISRUPTIVA NA MODA
CONTEMPORÂNEA**

Juiz de Fora
2025

Gabriella Souza Monteiro

Yasmim Barradas Buss

**CARRANCAS, SOM E ESTILO: A BRASILIDADE DISRUPTIVA NA MODA
CONTEMPORÂNEA**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à
Comissão Examinadora do Curso de
Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e
Design, da Universidade Federal de Juiz de
Fora, como parte dos requisitos necessários à
obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Orientadora: Prof.^a Thayane Pilar Martins da
Silva

Juiz de Fora

2025

Barradas, Yasmin ; Monteiro, Gabriella.

Carrancas, Som e Estilo: : A Brasilidade Disruptiva na Moda

Contemporânea / Monteiro, Gabriella Barradas, Yasmin. -- 2025. 44 f. : il.

Orientadora: Thayane Pilar Martins da Silva

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design, 2025.

1. Brasilidade. 2. Moda. 3. Carrancas. I. Silva, Thayane Pilar Martins da, orient. II. Título.

Gabriella Souza Monteiro

Yasmim Barradas Buss

**CARRANCAS, SOM E ESTILO: A BRASILIDADE DISRUPTIVA NA MODA
CONTEMPORÂNEA**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à
Comissão Examinadora do Curso de
Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e
Design, da Universidade Federal de Juiz de
Fora, como parte dos requisitos necessários à
obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Aprovado em (dia) de (mês) de (ano).

BANCA EXAMINADORA:

Prof.^a Thayane Pilar Martins da Silva – Orientador
Universidade Federal de Juiz de Fora

Titulação. Nome e sobrenome
Instituição

Titulação. Nome e sobrenome
Instituição

Dedicamos este trabalho ao amor, pois foi por meio dele que encontramos a força, o apoio e a inspiração necessários para chegar até aqui.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradecemos a nós. Em meio ao caos e ao desespero, não desistimos de seguir em frente e, muito menos, do nosso potencial. Agradecemos aos amigos e familiares, mas, especialmente, à Beatriz, à Maria Luisa e à Iasmin, amigas que contribuíram de forma tão significativa que, sem elas, este trabalho não teria sido possível, e ao Daniel, Victor e Luciano, que além da contribuição, não nos deixaram desmoronar emocionalmente. Agradecemos imensamente a todos que, de alguma forma, contribuíram para a realização deste trabalho. Por fim, um agradecimento especial à professora Thayane, nossa orientadora, que desempenhou essa função com dedicação e amizade.

Primeiro Nunca Matar;
Segundo, Jamais Ferir;
Terceiro, Estar Sempre Atento;
Quarto, Sempre Se Unir;
Quinto, Desobediência às Ordens de Vossa Excelência Que
Podem Nos Destruir.
(BAIANASYSTEM. Reza Forte. Bahia. 2021. Álbum (6:03))

RESUMO

O presente trabalho propõe a análise do conceito de Brasilidade, para que seja possível uma visão além dos padrões que permeiam o tema ao ser tratado de forma descomedida. Portanto, assim que reavaliado o conceito de brasilidade, o objetivo se torna investigação dos objetos de estudos propostos como: BaianaSystem, Dendzeiro e Carrancas para a criação de um editorial experimental como objetivo final.

Palavras-chave: Brasilidade. Moda. Carranca.

ABSTRACT

The present work proposes the analysis of the concept of "Brasilidade" (Brazilian-ness) in order to provide a perspective beyond the patterns that permeate the topic when it is approached in an excessive manner. Therefore, once the concept of Brazilianness has been re-evaluated, the objective becomes the investigation of the proposed study objects such as: BaianaSystem, Dendezeiro and Carrancas for the creation of an experimental editorial as the final objective.

Keywords: Brasilidade. Fashion. Carranca.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Jaqueta Licuri, Coleção Brasil com S - Dendezeiro.....	20
Figura 2 – Capa do álbum 1º ATO - Navio Pirata - BaianaSystem.....	21
Figura 3 e 4 – Imagem do álbum 1º ATO - Navio Pirata - BaianaSystem.....	21
Figura 5 – Processo de conceitualização.....	23
Figura 6 – Nome da marca.....	24
Figura 7 – Logo da marca.....	24
Figura 8 – Prancha de segmento de mercado - Ateliê Mão de Mãe.....	26
Figura 9 – Prancha de segmento de mercado - Dendezeiro.....	26
Figura 10 – Prancha de segmento de mercado - Ponto Firme.....	27
Figura 11 – Público alvo da marca.....	29
Figura 12 – Prancha tema do editorial.....	31
Figura 13 – Público alvo do editorial.....	32
Figura 14 – Cartela de principais materiais utilizados.....	34
Figura 15 – Prancha de acessórios do editorial.....	36
Figura 16 – Prancha de poses do editorial	37
Figura 17 – Prancha da locação de referência	38
Figura 18 – Prancha de prototipagem	40
Figura 19 – Prancha de prototipagem	41
Tabela 1 – Planilha de custos do editorial.....	51

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	11
2.	REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1.	A TAL DA BRASILIDADE	12
2.2.	BAIANASYSTEM	15
2.3.	DENDEZEIRO	16
2.4.	CARRANCAS	16
2.5.	TRÊS SÃO UM E UM É OS TRÊS	19
3.	SOBRE O DESENVOLVIMENTO CRIATIVO	22
4.	MARCA FICTÍCIA: ZERUM	23
4.1.	SEGMENTO DE MERCADO	24
4.2.	PÚBLICO ALVO	28
5.	EDITORIAL: DESENVOLVIMENTO	30
5.1.	TEMA	30
5.2.	PÚBLICO ALVO	32
5.3.	CARTELA DE MATERIAIS	33
5.4.	ACESSÓRIOS	35
5.5.	POSES	37
5.6.	LOCAÇÃO	38
5.7.	PROTOTIPAGEM	39
6.	EDITORIAL: PRODUTO FINAL	42
6.1.	CARRANCA, SOM E ESTILO	42
6.2.	FASHION FILM	50
6.3.	FICHA TÉCNICA DO EDITORIAL	50
6.3.1.	Custos do editorial	51
7.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	51
8.	REFERÊNCIAS	53

1. INTRODUÇÃO:

A moda, enquanto forma de expressão cultural, tem o poder de refletir e reinterpretar elementos simbólicos de diversas sociedades. No Brasil, a noção de brasilidade na moda foi frequentemente representada através de estereótipos de tropicalidade e exotismo expressos de forma descomedida. No entanto, há uma recente motivação crescente na busca de uma identidade propriamente brasileira que não seja definida pelo olhar estrangeiro. Se torna possível visualizar essa mudança ao observar entidades culturais contemporâneas tal qual artistas como o BaianaSystem (banda) e Eduardo Kobra (grafiteiro) e, em marcas Dendezeiro, Ateliê Mão de Mãe, Ronaldo Fraga e Isaac Silva. A gênese do problema surge da observação de como esses elementos — música, moda e símbolos de resistência — podem ser explorados na criação de uma estética brasileira mais complexa e diversificada, ampliando a ideia de brasilidade e rompendo com as representações habituais.

O propósito deste trabalho é expandir o conceito de brasilidade contemporânea através da estética de resistência ao utilizar como objeto de estudo as Carrancas, que garantem o registro da identidade cultural do povo ribeirinho da Região do Vale São Francisco, a Banda BaianaSystem e a Marca Dendezeiro. A fusão destes três itens servirá para a elaboração de um editorial experimental que busca explorar os limites do potencial criativo.

2. REFERENCIAL TEÓRICO:

O presente capítulo tem como propósito fornecer o embasamento necessário para a compreensão dos fenômenos abordados. Para tal, será realizada a revisão dos temas centrais desta pesquisa e análise das inter-relações entre os conceitos-chave, possibilitando a compreensão do cenário em que a pesquisa está inserida, e o melhor entendimento do produto final.

Inicialmente, abordaremos o conceito de brasilidade, a partir das definições e interpretações. No entanto, a análise exige que vá além do meio acadêmico tradicional, explorando outras formas de conhecimento e referências que dialoguem com a vivência cultural e a produção contemporânea fundamentais para a compreensão da identidade cultural e da identidade brasileira, servindo como base para contextualizar este estudo em um espectro mais amplo de pesquisa.

Além disso, será discutido nosso principal objeto de estudo: as Carrancas e como referência a Marca Dendezeiro e a banda BaianaSystem, que servirão de alicerce para a construção do editorial experimental.

2.1. A TAL DA BRASILIDADE:

O que seria brasilidade? Qual seria a identidade brasileira? De onde vem o clichê do país do futebol, do samba e Carnaval? A visão de um Brasil pelo olhar estrangeiro foi se moldando ao passar do tempo e, se vê necessário discorrer sobre a história de como a nossa imagem foi construída lá fora e como mudou com o tempo. Afinal, uma identidade cultural é criada sob um conjunto de fatores históricos, sociais e políticos.

A história do nosso país começa quando temos a primeira representação de nossa terra pelo estrangeiro em 1500. Por meio de cartas, Pero Vaz de Caminha já pregava sobre os indígenas “pardos e nus” que “não cobrem as vergonhas e sobre uma natureza exuberante”. Uma mensagem que permaneceu sendo repetida por diversos viajantes que vieram a seguir. Até 1570, os estrangeiros que viajavam pelo país não adentravam a costa pelo medo do perigo indígena, que eram julgadas pelo olhar do colonizador como criaturas pagãs, incivilizadas e bárbaras. No futuro, essa imagem se molda para um novo estereótipo, totalmente atrelado ao primeiro, ou seja, ainda bastante preconceituoso: a do brasileiro preguiçoso, corrompido e

erotizado. Por volta de 1700, a França promoveu um concurso de monografia em seus institutos históricos com o objetivo de responder a pergunta: "A descoberta da América foi útil ou prejudicial à humanidade?", sendo vista como um advento de decadência.

Até o século 19, o Brasil na maior parte do tempo, não deixava de pensar a si mesmo sem levar em conta o olhar Europeu. Porém, após a declaração da independência em 1822, começamos a ver o encontro da visão do Brasil pelo estrangeiro com o do Brasil brasileiro. No entanto, mesmo com os esforços de pós independência de mostrar o país como uma nação civilizada dentro dos moldes considerados pelos europeus, continuava sendo descrito pelos jornais portugueses como: "povos ainda na primeira idade do barbarismo; povos destituídos de todas as ideias do verdadeiro bem da liberdade civil, e ignorantes de hum benefício que não podam apreciar nem saber dar todo o pezo de seu valor" (techo de uma edição do navalha de Figaró).

Em 1840, Dom Pedro II assume a liderança e não poupa esforços ao tentar criar a própria narrativa do país, representando o Brasil das artes e do conhecimento. Mas a escravidão, que já havia sido abolida e diversos países, ainda se fazia presente no país por conta do desejo de expandir mercados e não igualdade, mantinha a imagem pejorativa ao olhar estrangeiro. Além disso, a miscigenação em crescimento e a menor presença de brancos no território aumentava a rejeição do colonizador, proliferando discursos de extinção dos brancos. Na virada do século 20, durante a Belle Époque, temos uma mudança da narrativa, antes, o país com o título de "túmulo de estrangeiros" (Esteves, 2022) pelas doenças presentes aqui, passa a ser conhecido como 'cidade maravilhosa' após todo o processo de sanitização e reurbanização referência aos moldes europeus. O título não apagou toda a imagem negativa, afinal, ao aportar no país ainda via-se muita pobreza e prostituição, não encontrando de primeira a exuberante natureza retratada nos textos.

Nos anos de 1930 e 1940, como parte dos esforços da política da boa vizinhança, os latino-americanos surgem nas produções de Hollywood com imagens e personagens que criam o estereótipo do brasileiro pelo olhar dos EUA. Carmen Miranda não foi a única, mas foi uma das figuras que mais influenciaram no reforço de uma imagem com o estereótipo de ser extravagante, que está sempre alegre e em movimento, festeira e que mostra mais o corpo; abrindo caminho para esse discurso. Carmen Miranda, que fez sucesso no Brasil, cabia dentro do paradigma desejável por Getúlio Vargas, que materializou suas ideias nacionalistas em políticas de Estado (Lauerhass, 1986) mas, nos EUA se tornou diferente, sendo uma representação do que os americanos já pensavam do país. Temos também o personagem Zé

Carioca, criado por Walt Disney que, ao visitar o Brasil, cria-o como uma representação preconceituosa do brasileiro, enquanto um povo que está sempre com a música, gosta de cachaça e é meio malandro. Houve diversas películas criadas que reforçaram também os estereótipos do nudismo, país de ponto de fuga, sempre em festa, como em *Blameiton Rio*, 007, *O Turista*, entre outros. Nas representações estrangeiras, a cultura brasileira era misturada com toda a diversidade da América Latina e, o Brasil, em sua vastidão territorial e cultural, era reduzido ao Rio de Janeiro, este, por sua vez, está sempre em festa, é sempre carnaval.

O governo Vargas se esforçou para tentar passar uma imagem de harmonia entre as raças enquanto, por baixo dos panos, buscava o embranquecimento da população. Em 1950 e 1960, a imagem do país melhora ao receber destaque pelo futebol ao ganhar a primeira copa do mundo com Pelé, o crescimento da bossa nova e a criação da capital de Brasília com seu design futurista, mas ainda era marcado pela pobreza, inflação elevada e desigualdade. E os mesmos estereótipos perpassam o período da ditadura e permanecem até os dias atuais. O estereótipo repercutido pelo estrangeiro é o mesmo que é aderido pelos próprios brasileiros que, em sua maioria, desconhecem sua própria cultura, na famosa “síndrome do vira-lata” (RODRIGUES, 1950). Para que a construção da ideia de que o país não seja mais composta somente pelas palavras: futebol, carnaval, natureza, exotismo e mulheres; é necessário criar um diálogo entre o próprio povo e a sua cultura, romper com esses limites e trazer à tona expressões culturais menos evidentes, mas igualmente potentes.

Stuart Hall (2006) argumenta que identidade cultural (principalmente na moda) não é um conceito imutável mas algo que está constantemente renegociado e ressignificado. A criação do estereótipo em torno da nossa cultura é parte de um processo histórico de construção de uma identidade nacional que, muitas vezes, omite ou marginaliza outras expressões culturais. Nossa sociedade foi imposta pelos preconceitos de culturas dominantes estrangeiras que impuseram suas próprias representações afetando diretamente na percepção de identidade brasileira. Em um mundo globalizado, as culturas não são mais puras ou isoladas, mas estão em constante contato e troca, gerando novas formas de identidade cultural. Agora, o Brasil chegou em um momento em que, o estrangeiro e o próprio brasileiro, estão descobrindo que aqui não é apenas futebol, samba e praia, a partir do momento em que novos artistas e marcas estão trazendo à tona o Brasil Plural.

2.2. BAIANASYSTEM:

O BaianaSystem é um projeto musical fundado em 2009, idealizado por Roberto Barreto, com a esperança de novas possibilidades que unissem a guitarra baiana - instrumento originário de Salvador - com o conceito de "sound system" jamaicano, servindo de inspiração para o nome da banda. Conforme o site da banda:

“a ideia inicial era a utilização de bases novas e/ou conhecidas onde a guitarra pudesse assumir o papel de “canto” nesse sistema, dividindo e dialogando com a voz”.

O visual marcante do grupo é dirigido por Filipe Cartaxo, e a sonoridade é enriquecida por colaboradores como Russo Passapusso, Seko Bass e João Meirelles. Foram lançados cinco álbuns e feitas diversas turnês internacionais indo da Europa à China. O BaianaSystem já tocou em grandes festivais como Rock in Rio e Lollapalooza, conquistando prêmios e tendo músicas em trilhas de filmes, séries e comerciais.

O integrante Russo Passapusso, de 41 anos, se tornou a principal cara por trás da banda em pouco tempo. Roosevelt Ribeiro de Carvalho, se mudou para Salvador com sua mãe ainda jovem e lá começou sua carreira solo até a entrada na banda.

O álbum intitulado de: o futuro não demora venceu o Grammy Latino em 2019, e colaborações com nomes como Gilberto Gil e Elza Soares marcaram sua trajetória. O projeto sempre busca reunir o máximo de colaboradores em suas produções, algo que tornou sua marca registrada, o que contribuiu para que o grupo fosse conhecido pela força imagética e simbólica e das suas apresentações ao vivo. Misturando ritmos como ijexá, dancehall, samba e kuduro, o grupo transforma vivências em uma experiência musical libertária e inovadora, traduzindo a essência das ruas. O Navio Pirata é o bloco de Carnaval que surgiu seguindo a ideia de pirataria buscando lacunas no sistema e que seja possível voltar o olhar para aquilo que não é visto porém mergulhado num mar de pessoas e sons do Carnaval.

Nossa proposta é usar a estética visual da banda como referência na criação da marca e como inspiração no editorial proposto. A banda tem uma estética visual forte, com designs que lembram as xilogravuras de cordel misturados com movimentos, grafismos e distorções. Suas máscaras, que são distribuídas em todos os shows para criar um elo com o público, são inspiradas nas máscaras dos caretas do carnaval. As máscaras são visualmente parecidas com as carrancas e seguem a ideia de que se combate o mal com o mal, sendo extravagantes como proteção. A escolha do BaianaSystem como objeto de referência foi devido a sua história, cheia riqueza de ritmos e referências que brotam, não como “pesquisa”, e sim como vivência.

Sentimento, movimento e resistência. Seus shows/ performance se tornam um meio de comunicação direto, trazendo o contato do povo com o seu próprio Brasil brasileiro.

2.3. DENDEZEIRO:

A Dendezeiro é um projeto multicultural e multiartístico que articula moda, música, dança, artes plásticas e digitais, representando um estilo de vida centrado na diversidade, inclusão e representatividade. Fundada em 2019 por Hisan Silva (25) e Pedro Batalha (27), ambos naturais de Salvador, BA.

Seu nome vem da árvore dendezeiro que dá o fruto do coco em que é extraído o óleo de dendê, uma forma de afirmar suas origens. Para falar de moda brasileira se vê necessário incluir diversidade, pluralidade, inclusão, representatividade e possibilidades, e esse se tornou o lema da marca ao criar peças agênero e com modelagens que abraçam diferentes corpos. A marca utiliza a moda como uma plataforma de emancipação para pessoas reais, propondo roupas como formas de expressão livres de gênero.

Reconhecida como a maior marca preta do Brasil pelo Mundo Negro, a Dendezeiro foi pioneira em diversas iniciativas, como sua colaboração com a banda Afrocidade e a primeira collab do Instagram no Brasil (IGDND).

A Dendezeiro é uma escolha fundamental como base de estudo por estar alinhado à nossa proposta de ressignificar a identidade brasileira de moda de forma profundamente conectada com as raízes culturais do país. Marca nordestina que entrega autenticidade, pluralidade e, principalmente, responsabilidade em suas peças. Além de todas essas características, a marca se destaca por seu compromisso com inovação, representatividade e resistência, afinal são dois estilistas pretos, LGBTQIA + e nordestinos criando um local de pertencimento.

2.4. CARRANCAS:

No contexto histórico das carrancas, os registros mais antigos de embarcações brasileiras com esculturas na proa datam do século XVIII na Pará, porém só foram popularizadas com o nome de “carrancas” em 1955. Sua utilização está relacionada à necessidade prática dos barqueiros de protegerem suas canoas das fortes correntezas e espíritos malignos das águas, além de suas formas geométricas ajudarem a quebrar as correntezas do Rio São Francisco. A explicação para o uso das carrancas é mítica, pois elas eram colocadas na frente das embarcações para afastar as ameaças invisíveis e enfrentar seres

como: Minhocão”, “Negro d’Água”, “Caboclo-d’Água”, “Mãe d’Água” – seres mitológicos que viravam as embarcações, afogavam os tripulantes e levavam para o fundo do rio toda a mercadoria, impedindo a realização de viagens seguras pelo Rio São Francisco. Esse simbolismo permeia diversas lendas e histórias populares nas regiões ribeirinhas do Brasil, preservando a tradição e identidade do povo que vive às margens do rio e sua história de navegação pelo Rio São Francisco.

O modelo mais conhecido é o vampiresco, com dentes pontudos e afiados como o de um vampiro; boca, olhos e nariz costumam ser grandes e vermelhos. O estilo guarany é o mais tradicional, por ser usado nas antigas embarcações que navegavam pelo Rio São Francisco. Nessa carranca as feições humanas são mescladas com animais como cavalo e dragão. O processo de fabricação é manual e se inicia pela modelagem da peça em barro, madeira ou outro material resistente, onde o artesão esculpe os detalhes minuciosamente. Geralmente utilizam-se técnicas tradicionais transmitidas de geração em geração. Criadas mediante a habilidade e imaginação do artesão, resultando em diferentes formas e expressões. São pintadas com cores vivas e detalhadas para representar figuras místicas ou monstruosas, como serpentes, rostos humanos ou animais marinhos. Esses artefatos são feitos geralmente com características marcantes como olhos arregalados, dentes pontudos e expressões intensas. Representando tanto animais quanto seres mitológicos, as carrancas carregam consigo simbolismos e representações que remetem às crenças e tradições da região.

O Mestre Guarany, Francisco Biquiba foi um escultor autodidata que nasceu em Santa Maria da Vitória, na Bahia, em 1884, fez a sua primeira figura de barca em 1901, sendo o pontapé inicial para aquele que viria a ser considerado o maior carranqueiro do Brasil, falecendo aos 103 anos. Sua esculturas primitivas eram marcadas pelo vigor e pelo fantástico. O artesão registrou em algumas de suas obras características monstruosas, como os dentes, a língua e a boca escancarada: “consultou revistas, fascículos ilustrados (adorava dinossauros) e até histórias em quadrinhos” (MAMMÍ, 2015, p. 34). Para além disso, as carrancas também são apreciadas pelo seu valor estético. A habilidade artística envolvida na sua produção e os detalhes intrincados que as compõem fazem com que sejam consideradas obras de arte únicas e preciosas. Algumas reproduções modernas das carrancas podem ser encontradas como decoração em museus, casas e estabelecimentos comerciais. A figura esteve presente em diversas obras literárias como: “A dama do Velho Chico” do autor Carlos Barbosa e no romance “Maleita” de Lúcio Cardoso.

Em sua natureza, também tinham um papel importante na simbologia religiosa do lugar, ao serem associadas a entidades espirituais do universo religioso afro-brasileiro, como Iemanjá e Exu Marabô. As carrancas se tornaram objetos sagrados para algumas comunidades às margens do Rio São Francisco. Os povos ribeirinhos criaram um imaginário de um rio povoado de personagens com histórias fantásticas, de costumes e crenças. Essas tradições da cultura local são transmitidas por gerações e têm como fonte de inspiração o rio, relacionado ao conhecimento do senso comum. Uma história, entre tantas, conta que a Carranca dá três gemidos para proteger os barqueiros de seres que habitam o rio. Esse é um conhecimento do senso comum fundamentado a partir das crenças dos povos que vivem em torno dessa tradição. Essa história foi disseminada, contada por toda a extensão do rio, às margens sanfranciscanas, embora não se saiba ao certo como surgiu.

Segundo informações fornecidas pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), as carrancas garantem o registro da identidade cultural do povo ribeirinho e são testemunhos da criatividade popular. Elas são um patrimônio cultural protegido pela legislação brasileira, sendo reconhecidas como símbolo de uma região. As carrancas começaram a ser utilizadas nos barcos brasileiros no final do século XVIII e se tornaram uma forte tradição na navegação fluvial do Rio São Francisco e ganharam destaque também em outras regiões do país, como o Rio das Velhas, em Minas Gerais. A tradição das carrancas foi passada de geração em geração e até hoje elas são reverenciadas como símbolos culturais importantes. A peça escultórica atualmente tem finalidade comercial, decorativa, ornamental e mística. Com o tempo, perdeu um pouco a emoção saudosista dos contadores de histórias relacionadas à escultura, ou seja, escultura e arte e objeto de admiração para colecionadores e marchand. Já os críticos de arte e pessoas comuns atribuem valor místico à peça. Encontramos no Novo Dicionário de Aurélio Buarque informações sobre a definição do termo Carranca:

Carranca. 1. Semblante sombrio, fechado, aspecto de mau humor. 5. Busto, emblema ou florão que se colocava na proa dos navios a vela, por baixo do gurupés, para ornamentação e, supostamente, para afastar os maus espíritos; figura de proa, cara de pau, leão-de-barca. 6. Bras. Folcl. Carranca antropomórfica ou zoomórfica que as embarcações do Rio São Francisco ostentavam; cabeça de proa: as Carrancas do Rio São Francisco fazem parte do patrimônio artístico do Brasil (FERREIRA, 1986, p. 357)

Quando a Carranca foi ressignificada, virou escultura sob um teto, perdeu o corpo, ou seja, o barco. “Largaram suas proas e vieram para um banco da Rua do Ouvidor” (MAMMI, 2015, p. 177). Consagrou-se como escultura cheia de simbologia e significado, tornando-se um objeto de dentro de casa, o que lhe garante a sobrevivência como escultura artística, antropológica, mística, imagética, simbólica, etc. Parte de “histórias seculares que estão desaparecendo ou que teimam em sobreviver.” (Miranda, 2019) Os traços das Carrancas podem parecer grotescos para algumas pessoas, mas, diante delas, não haverá quem não as observe. Seus desenhos expressivos resultam da autenticidade e do rico mundo interior dos carranqueiros sanfranciscanos que, consciente ou inconscientemente, incorporaram em suas obras algumas características que se atribuíam aos seres fantásticos que habitam o fundo do rio. São artistas autodidatas, desvinculados das tendências e estilos que orientam a cultura artística e procuram o próprio meio de expressão. A Carranca é uma arte genuinamente brasileira, importante na valorização da nossa cultura. O artesanato de tradição é uma habilidade compartilhada por grupos sociais específicos, geralmente de baixo poder econômico, que transmitem de geração a geração uma técnica e um repertório determinado. Alguns artesãos são chamados de mestres e são estes que repassam o seu saber aos mais jovens, os aprendizes.

2.5. TRÊS SÃO UM E UM É OS TRÊS:

A escolha dos três objetos de estudo abordados acima não foi de forma aleatória, pois todos os três se relacionam e nos levam no mesmo caminho de descoberta desse Brasil brasileiro. A carranca em seu primeiro momento foi escolhida por ser símbolo de proteção brasileiro, originário da região do São Francisco, que não é conhecido pelos próprios brasileiros. Com o desenvolvimento, se vê cada vez menos as Carrancas pelas proas das embarcações e se torna item de decoração encontrado em diversas casas que não sabem de sua potencialidade. Esse objeto que está se perdendo dentro de sua própria cultura, vem como símbolo na banda BaianaSystem que usam máscaras remetentes às mesmas. A banda, que busca realizar em todo o seu projeto uma conexão de “somos um só”, cria uma ligação única com povo, permitindo que se conectem mais com suas raízes. Seu álbum: 1º ATO - Navio Pirata, lançado em 2021, tem em sua direção de arte imagens do próprio navio pirata com uma Carranca em sua proa e o menino de rosto coberto, que volta a nossa ideia de corpo mascarado. Seu navio mostra os caminhos que devem ser desbravador dentro de nosso próprio país e performam-se transitando entre o sagrado e o profano. Segundo o projeto:

É um emaranhado de informações, personagens, questionamentos, línguas, rezas, mas uma coisa marca de maneira forte, assim como no início dos tempos: a palavra. A força do verbo que move o homem e nos conecta em muitos planos, costura todo esse primeiro ato em cima de sons que parecem se estruturar em diversos ritmos para dar sustentação à palavra. Ritmo e poesia.

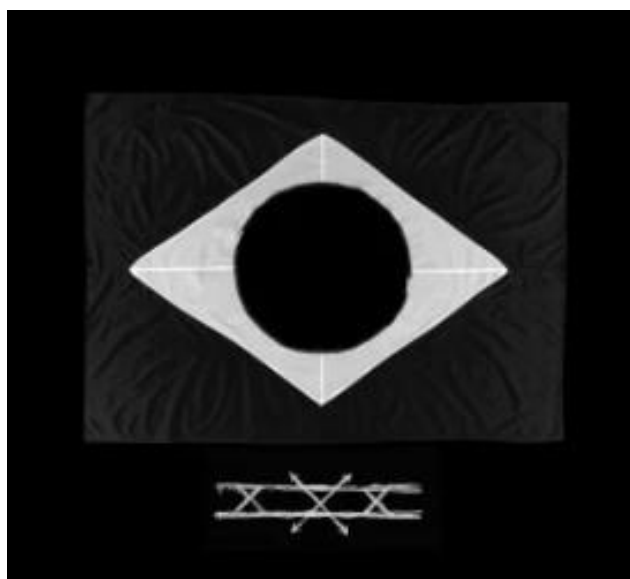
Já a marca Dendezeiro realizou o lançamento da coleção “Brasil com S” para as olimpíadas de 2024, onde o bordado de suas peças tem similaridade com a capa do álbum citado do BaianaSystem. Assim como a banda, a marca busca pregar a brasilidade e resistência em suas obras, cada um com a sua singularidades e, assim como tal, são oriundos da região nordeste do país.

Figura 1 – Jaqueta Licuri, Coleção Brasil com S - Dendezeiro



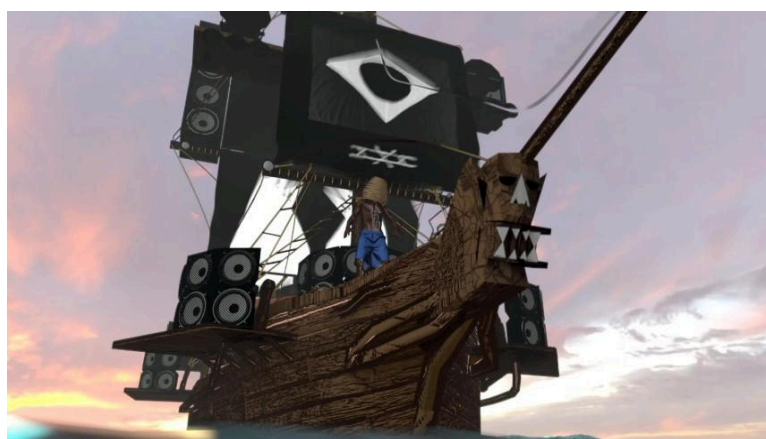
Fonte: <https://encurtador.com.br/oOum0>

Figura 2: Capa do álbum 1º ATO - Navio Pirata - BaianaSystem



Fonte: <https://baianasystem.com.br/albuns/navio-pirata/>

Figura 3 e 4: imagem do álbum 1º ATO - Navio Pirata - BaianaSystem



Fonte: <https://baianasystem.com.br/albuns/navio-pirata/>

3. SOBRE DESENVOLVIMENTO CRIATIVO:

O presente trabalho tem o objetivo de criar um editorial conceitual como produto final e, em foco, serão 5 looks apresentados no mesmo. O processo de criação deste editorial seguirá uma abordagem crítica e criativa sobre como a moda pode atuar como veículo para expandir as narrativas de brasilidade, utilizando símbolos tradicionais de maneira inovadora e contemporânea.

A ideia é trabalhar o conceito de “corpo mascarado”. O corpo para Renato Ortiz, muitas vezes na sociedade atual assume uma forma que não é a de sua aparência pura, mas uma construção de diversas camadas culturais, sociais e políticas, nos quais se adapta e cria máscaras. O corpo sai do simples elemento físico e passa a exibir um ser simbólico que apaga seu ser interior. Já o corpo mascarado para Stuart Hall seria o reflexo de como as representações formam ou impõem a identidade de uma pessoa. O “corpo mascarado” em que queremos trabalhar se inspira em ambos, é material mas se torna um objeto simbólico, sendo um campo de resistência e reinterpretação, com os significados que iremos atribuir. Um corpo descalço dos padrões, servindo apenas como suporte às máscaras. As máscaras foram escolhidas nas narrativas visuais e performativas para transitarem entre o sagrado e o profano, como as carrancas do São Francisco e como o corpo mascarado que aparece em diversas vezes na imagem no álbum. As Carrancas, que são caracterizadas como entidades zoomorfas (metade-homem e metade-animal), foi aplicada em nosso editorial como máscaras e detalhes que compõe o ser o metade humano (corpo) e o animal (máscaras ou detalhes). Os modelos se tornaram entidades performáticas na água que vão além da figura ‘homem’.

O primeiro passo para o editorial foi a criação de croquis para a idealização da entidade. A noção de brasilidade através de elementos experimentais que unem materiais artesanais e manuais, busca de técnicas de construção, formas ritualísticas e narrativas regionais, busca de uma linguagem contemporânea que dialoga com o passado, mas que também provoque reflexões sobre identidade e resistência e, referência ao trabalho de comunidades artesanais, promovendo moda como narrativa social, resistência cultural e o retorno ao feito à mão como ato político e sustentável. Esse foi o pensamento em mente na hora da construção. Máscaras gigantes construídas a partir do material que se tem, a partir da tentativa e erro e experimentação sobre o que tínhamos. O processo confere a seguir:

Figura 5: Processo de conceitualização



Fonte: autoria própria

4. MARCA FICTÍCIA: ZERUM

Zerum é um projeto para se reinventar. Seu nome nasce da fusão entre os números zero e um que simboliza o início, e, no universo digital é a representação binária essencial para qualquer código.

Zero é o ponto de partida e Zerum simboliza o recomeço em uma linha de moda que busca autenticidade pura e fundamental. Zerum busca redefinir a ideia de luxo, oferecendo peças que não seguem tendências, mas que são criadas para uma nova geração de consumidores que acreditam na liberdade de expressão através da moda. Cada coleção é projetada para ser uma manifestação de pensamento, arte e identidade, permitindo que seus clientes se conectem com a verdadeira essência de seu estilo pessoal. ZERUM não é apenas um nome – é um manifesto.

"Zerum: A moda que começa do zero, para se reinventar."

Figura 6: Nome da marca


 The logo for the brand 'ZERUM' is displayed in a bold, black, sans-serif typeface. The letter 'Z' is particularly thick and blocky. A small, solid red circle is positioned above the final 'M' in the word.

Fonte: imagem de autoria própria

Figura 7: Logo da marca


 The logo for the brand '01' is shown in a bold, black, sans-serif font. A solid red circle is placed above the '0'.

Fonte: imagem de autoria própria

4.1. SEGMENTO DE MERCADO:

A prancha de segmento de mercado posiciona esta coleção no âmbito da moda contemporânea, destacando marcas que compartilham valores alinhados com a proposta. O Ateliê Mão de Mãe se destaca pela valorização do crochê artesanal e dos saberes tradicionais, traduzidos em uma moda autoral e sustentável. A Dendezeiro, por sua vez, ressignifica a brasilidade ao incorporar referências nordestinas e afro-brasileiras, combinando modelagens experimentais com uma abordagem política da vestimenta. O Ponto Firme, por meio do crochê, utiliza a moda como ferramenta de reinserção social, desafiando convenções estéticas e reforçando o potencial da moda como expressão cultural e sustentável. Essas referências fundamentam a proposta desta coleção, que busca expandir e redefinir a identidade brasileira na moda, integrando artesanato, inovação e resistência cultural como pilares centrais.

Figura 8: Prancha de segmento de mercado - Ateliê Mão de Mãe



Fonte: imagem de autoria própria com referências do Pinterest

Figura 9: Prancha de segmento de mercado - Dendzeiro



Fonte: imagem de autoria própria com referências do Pinterest

Figura 10: Prancha de segmento de mercado - Ponto Firme



Fonte: imagem de autoria própria com referências do Pinterest

4.2. PÚBLICO - ALVO:

O público-alvo da marca é composto por jovens adultos, entre 20 e 35 anos, que enxergam a moda como uma poderosa ferramenta de expressão identitária e cultural. Esses indivíduos têm um perfil dinâmico, transitando entre diversas manifestações artísticas e culturais, e buscam marcas que valorizam o artesanato, a sustentabilidade e a ressignificação da brasilidade em um contexto contemporâneo.

Predominantemente das classes B e C, esse público possui nível superior completo ou está em fase de formação, demonstrando forte interesse por moda, design e cultura contemporânea. Seu consumo é orientado por valores como autenticidade, representatividade e inovação, rejeitando padrões tradicionais e priorizando marcas que desafiam estereótipos, promovendo narrativas de resistência e inclusão.

Essa segmentação de público não apenas define a identidade da marca, mas também orienta sua comunicação visual e editorial, alinhando-a a revistas de moda que dialogam com uma estética urbana, experimental e culturalmente engajada. Publicações como Elle Brasil, Vogue Brasil Digital, FFW (Fashion Forward) e Harper's Bazaar Brasil são exemplos de plataformas ideais para veicular a proposta da marca, conectando-se a um público que valoriza a moda como expressão de identidade e transformação social.

Figura 11: Público alvo da marca



Fonte: imagem de autoria própria com referências do Pinterest

5. EDITORIAL: DESENVOLVIMENTO

O editorial proposto neste trabalho é uma manifestação visual e conceitual que busca ressignificar a brasilidade na moda contemporânea, explorando elementos simbólicos como as Carrancas do Vale do São Francisco, a estética disruptiva da banda BaianaSystem e a abordagem inclusiva e plural da marca Dendezeiro. A partir dessas referências, o objetivo foi criar uma narrativa visual que transcenda os estereótipos tradicionais da identidade brasileira, promovendo uma reflexão sobre resistência cultural, ancestralidade e inovação.

O processo de desenvolvimento do editorial foi dividido em etapas que abrangem desde a definição do tema e público-alvo até a escolha de materiais, acessórios, poses e locação. Cada prancha foi cuidadosamente elaborada para garantir que a proposta conceitual fosse traduzida de forma coesa e impactante, resultando em um editorial que não apenas veste, mas também conta histórias e provoca questionamentos sobre o que significa ser brasileiro na contemporaneidade.

A seguir, detalharemos cada uma das etapas que compuseram o desenvolvimento do editorial, explicando as escolhas criativas e as referências que guiaram o processo.

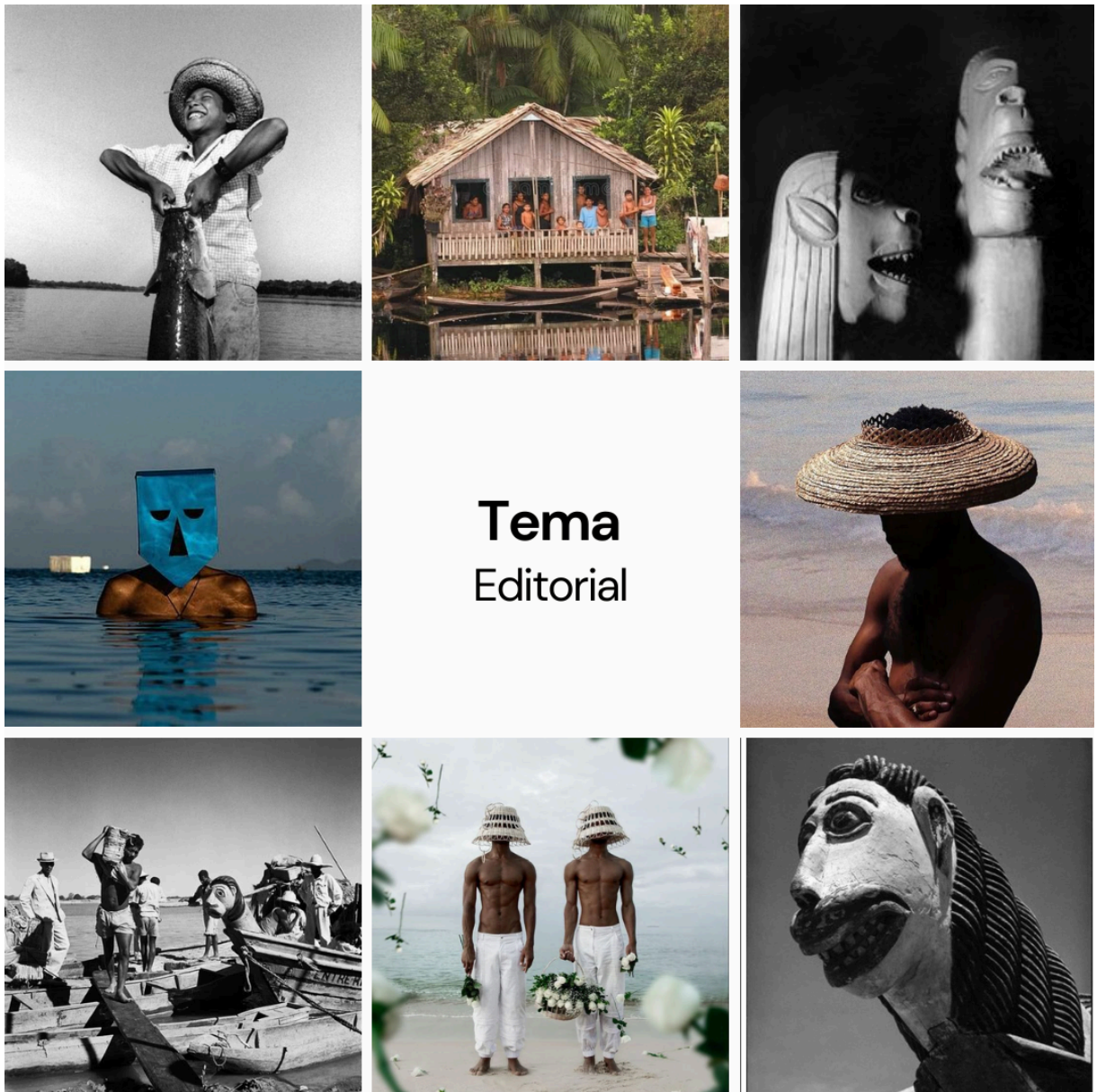
5.1. TEMA:

A prancha temática do editorial foi desenvolvida para traduzir visualmente o conceito de brasilidade disruptiva, explorando a diversidade cultural e a resistência como pilares centrais. As imagens selecionadas representam um diálogo entre o tradicional e o contemporâneo, trazendo referências que vão desde o cotidiano das comunidades ribeirinhas do Vale do São Francisco até a estética inovadora de marcas e artistas que ressignificam a identidade brasileira.

A presença de elementos como a carranca, as máscaras do BaianaSystem e as referências nordestinas reforça a proposta de celebrar a pluralidade cultural do Brasil, enquanto a estética minimalista e agênero da Dendezeiro aponta para uma moda que desafia padrões e promove a inclusão. A água, representada em algumas imagens, remete ao Rio São Francisco e à ideia de fluidez e transformação, conectando-se ao conceito de um Brasil em constante movimento.

Essa prancha serve como ponto de partida para o editorial, estabelecendo uma narrativa visual que convida o espectador a refletir sobre a complexidade da identidade brasileira e o potencial da moda como ferramenta de expressão e resistência cultural.

Figura 12: Prancha tema do editorial



Fonte: imagem de autoria própria com referências do Pinterest

5.2. PÚBLICO ALVO:

O público-alvo do editorial são jovens adultos, entre 20 e 35 anos, que valorizam a moda como expressão de identidade e resistência cultural. Urbanos, mas conectados às raízes ancestrais e tradições regionais, consomem de forma consciente, priorizando marcas que promovem sustentabilidade, artesanato e inclusão. Interessados em narrativas autênticas, identificam-se com propostas que desafiam estereótipos e celebram a diversidade da brasilidade.

Figura 13: Público alvo do editorial



Fonte: imagem de autoria própria com referências do Pinterest

5.3. CARTELA MATERIAIS:

A cartela de materiais do editorial foi pensada para combinar sustentabilidade, criatividade e funcionalidade, utilizando recursos acessíveis e versáteis. O aço serviu como base para a estruturação das máscaras, garantindo resistência e durabilidade. O papelão foi utilizado para criar a base e a estrutura principal, enquanto o papel e a cola Cascorez permitiram a técnica de papel machê, dando forma e textura às peças.

As tintas PVA foram essenciais para adicionar cor e vida às máscaras, enquanto as bolinhas de isopor compuseram o véu de bolinhas, um elemento lúdico e visualmente impactante. A cola quente e a fita foram utilizadas para fixação e acabamento, garantindo que todas as partes ficassem firmes e seguras. Além disso, a planta para criação do chapéu foi fundamental para orientar o design e a construção dessa peça, assegurando precisão e alinhamento ao conceito do editorial.

Essa combinação de materiais resultou em peças únicas, que unem artesanato e inovação, refletindo a proposta de ressignificação da brasilidade na moda contemporânea.

Figura 14: Cartela de principais materiais utilizados



Fonte: imagem de autoria própria com referências do Pinterest

5.4. ACESSÓRIOS:

Os acessórios foram o ponto essencial do editorial, funcionando como o objeto principal da narrativa visual. As máscaras, inspiradas nas carrancas do Vale do São Francisco, assumiram o papel de protagonistas, transformando-se em entidades que carregam o zoo da zoomorfia — características animais que contrastam com o corpo humanoide das modelos. Em nenhum momento do editorial ou do fashion film o rosto das modelos é revelado, reforçando a ideia de que a máscara é a identidade, enquanto o corpo serve como suporte para a expressão simbólica.

Foram criadas três máscaras principais: Uma máscara grande, que domina visualmente e remete à proteção e ao poder das carrancas tradicionais, uma máscara de escudo acompanhada de um véu de bolinhas, que traz um contraste entre a rigidez do escudo e a leveza do véu, criando um diálogo entre o rústico e o lúdico, uma máscara mostrando a língua, que incorpora um elemento de provocação e desafio, reforçando a ideia de resistência cultural.

Além das máscaras, outros acessórios complementam a narrativa, como o véu de bolinhas associado a uma touca de crochê, que remete ao artesanato tradicional, e o chapéu de planta, criado a partir de um molde preciso, que traz uma estética orgânica e conecta-se às raízes nordestinas.

Esses acessórios não apenas compõem o visual, mas também carregam significados profundos, representando a fusão entre o humano e o animal, o sagrado e o profano, o tradicional e o contemporâneo. Eles são a materialização da proposta de ressignificação da brasilidade, transformando a moda em um veículo de expressão cultural e resistência.

Figura 15: Prancha de acessórios do editorial

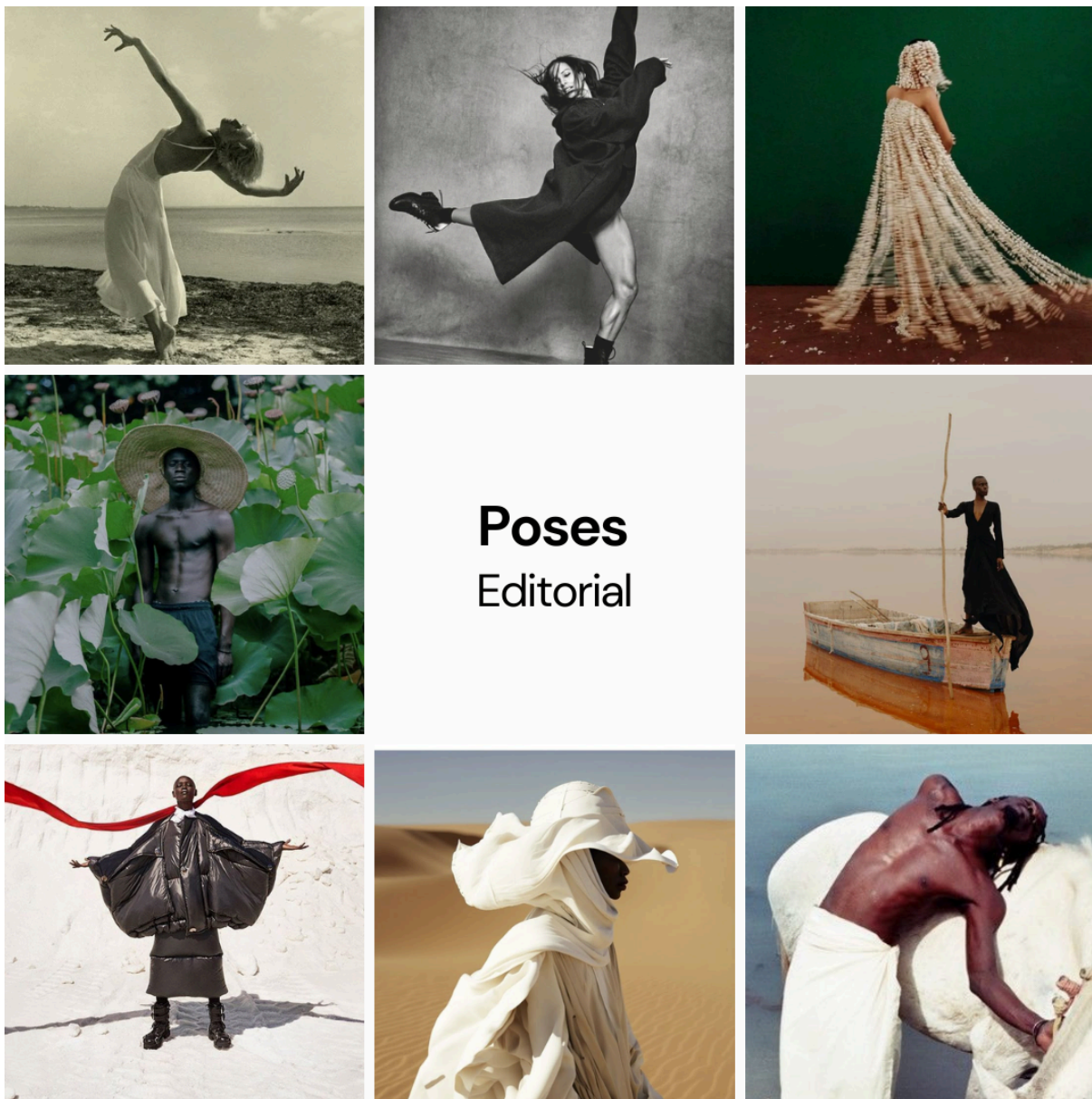


Fonte: imagem de autoria própria com referências do Pinterest

5.5. POSES:

Foram escolhidas poses fluídas que relembram o movimento da água e da dança, em sintonia com a performance realizada pela banda BaianaSystem. A Marca Dendezeiro também busca trabalhar com poses dinâmicas em seus trabalhos, correlacionando todos os alicerces ao nosso trabalho.

Figura 16: Prancha de poses do editorial

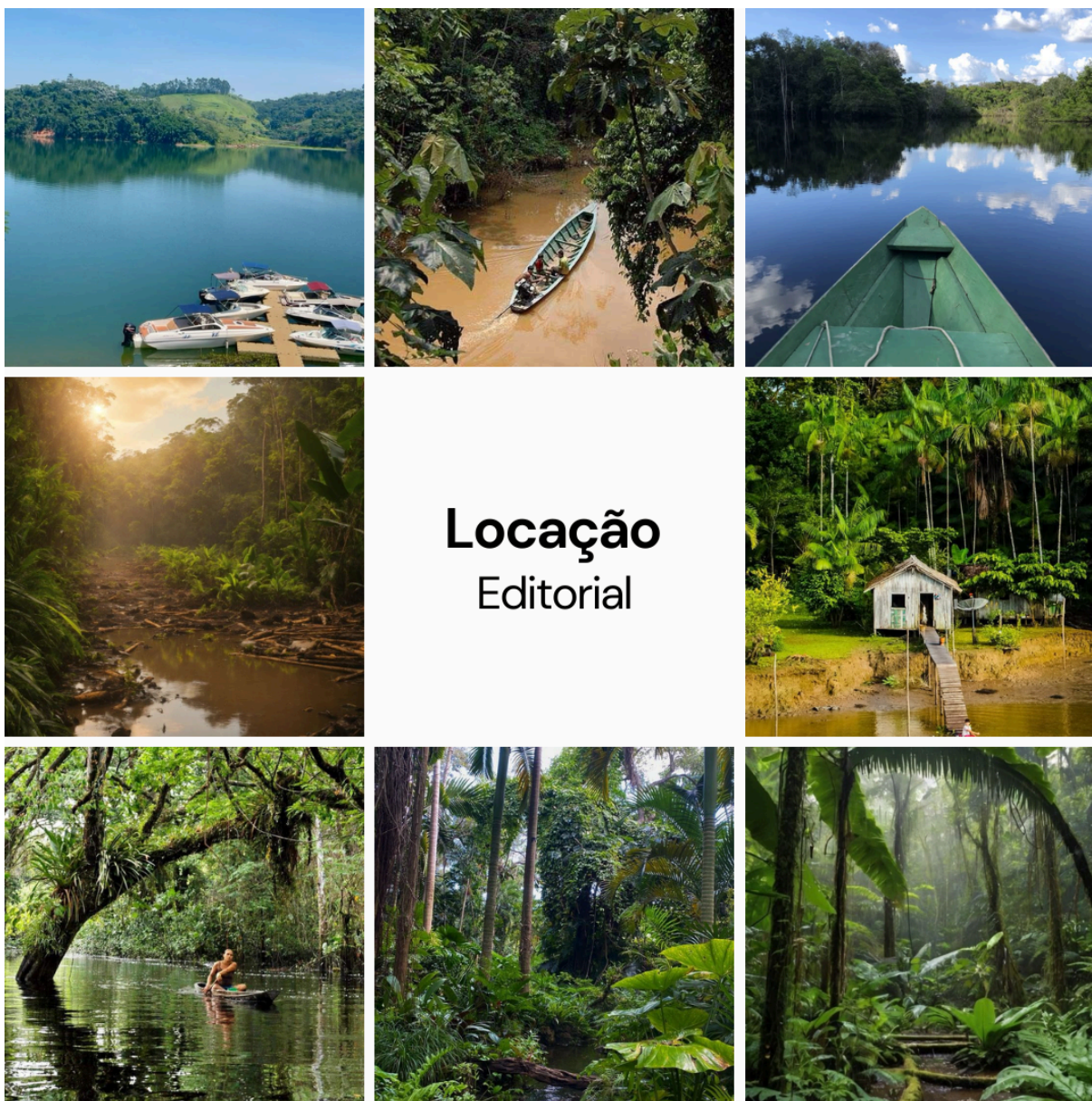


Fonte: imagem de autoria própria com referências do Pinterest

5.6. LOCAÇÃO:

A locação escolhida foi por semelhança a região ribeirinha do Vale São Francisco para que tenha maior conexão com as carrancas e sua simbologia. O local foi a represa João Penido, localizada na Zona Norte de Juiz de Fora, MG.

Figura 17: Prancha da locação de referência



Fonte: imagem de autoria própria com referências do Pinterest

5.7. PROTOTIPAGEM:

A prototipagem foi uma etapa essencial para transformar o conceito do editorial em peças tangíveis e funcionais. Cada máscara e acessório foi cuidadosamente desenvolvido, utilizando técnicas artesanais e materiais acessíveis, mas com grande impacto visual.

A máscara grande e a máscara de escudo tiveram como base uma estrutura de aço, que permitiu moldar e dar forma às peças. Já a máscara de língua foi construída com papelão como base principal, sem a utilização de aço, sendo complementada com papel machê (feito com camadas de papel e cola Cascorez) para criar volume e textura. Os detalhes, como olhos, boca e nariz, foram esculpidos manualmente, e a fixação foi feita com fita e cola quente, garantindo resistência e durabilidade. A máscara grande recebeu várias camadas de papel machê para atingir o acabamento desejado, enquanto a máscara de escudo foi desenvolvida para ser mais leve, já que não suportaria o véu de bolinhas de isopor — que acabou sendo utilizado em um look separado. A máscara de língua, com sua expressão provocativa, reforçou a ideia de resistência cultural, destacando-se pela simplicidade estrutural e impacto visual.

O véu de bolinhas foi criado com bolinhas de isopor presas em linha, dando nós para fixá-las, enquanto a touca de crochê foi feita manualmente, utilizando a técnica tradicional de crochê. Juntos, esses elementos formaram um contraste entre o artesanal e o lúdico, reforçando a proposta de unir tradição e inovação.

O chapéu de planta teve como base um chapéu de boiadeiro, que foi customizado com folhas de planta agave americana, criando uma estética orgânica e conectada às raízes nordestinas. A escolha da agave, uma planta resistente e simbólica, reforçou o tema de resistência cultural presente no editorial.

A prototipagem permitiu testar e ajustar cada peça, garantindo que fossem visualmente impactantes e alinhadas ao conceito do editorial. Essa etapa foi crucial para explorar a relação entre o artesanal e o contemporâneo, resultando em acessórios que traduzem a proposta de ressignificação da brasilidade de forma criativa e autêntica.

Figura 18: Prancha de prototipagem



Fonte: imagem de autoria própria

Figura 19: Prancha de prototipagem



Fonte: imagem de autoria própria

6. EDITORIAL: PRODUTO FINAL

Zerum faz um convite para redefinir o que significa vestir o Brasil. Se inspirando na riqueza cultural brasileira e em símbolos como as Carrancas do Vale do São Francisco, propomos um olhar de resistência e reconstrução, expandindo os limites da identidade nacional.

6.1. CARRANCA, SOM E ESTILO: apresenta o editorial:



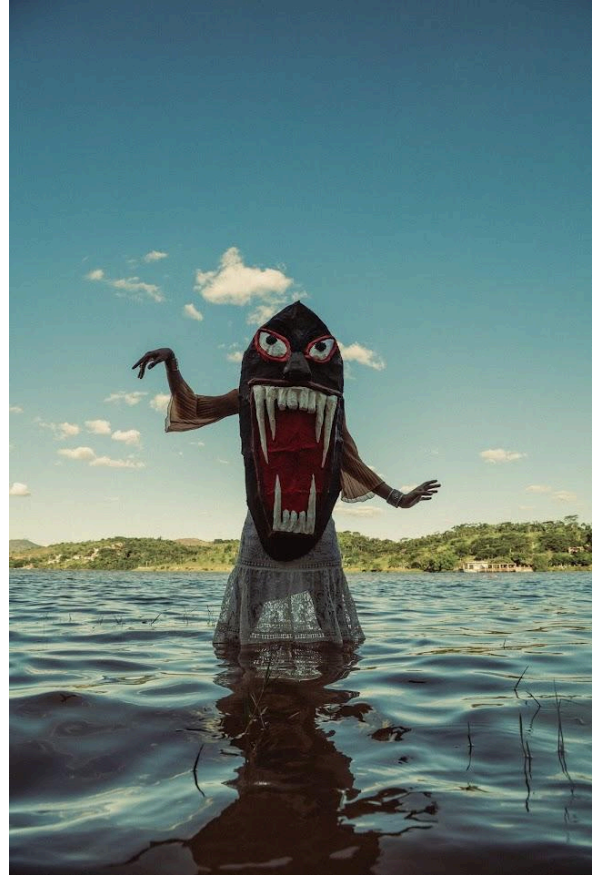










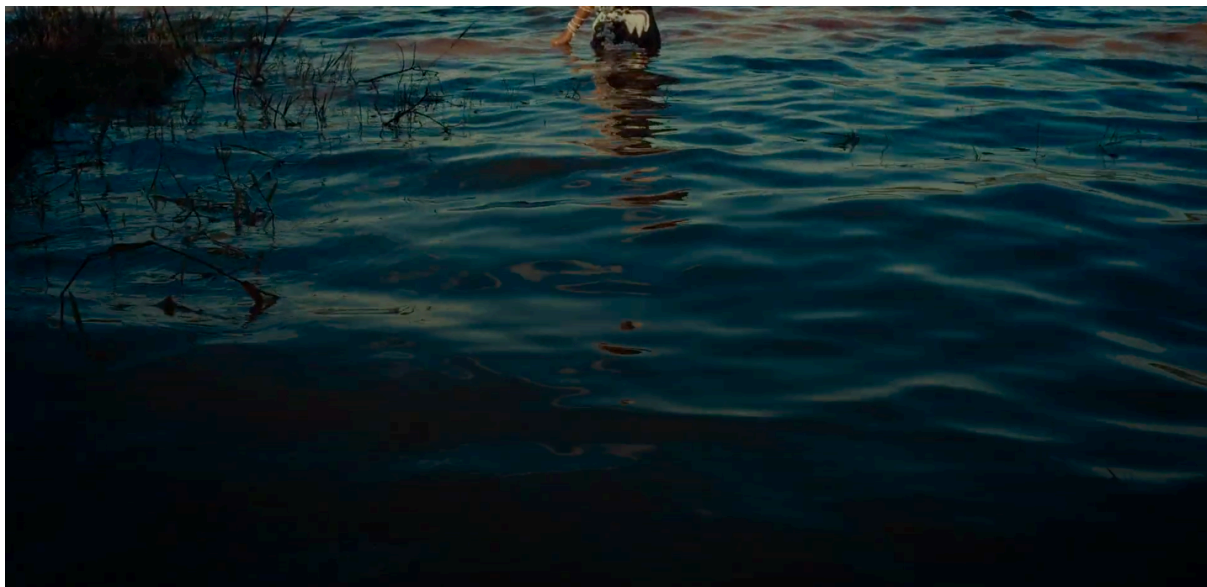




Fonte: autoria propria/ link para acesso de todas as fotos em alta qualidade:

https://photos.google.com/share/AF1QipNWvOtKBqNXrMT7rIQ5cO__urVwZRmCG6CEpfRorgHPf0C2wtGd__ajZYHRMO--BFw?key=cC1OakwwdkxWMXNxMTBJeF9QV0hQbnRXdlU1ZG9n

6.2. FASHION FILM:



Fonte: autoria própria/ link para acesso em alta qualidade:

https://drive.google.com/drive/folders/1-1kqA-_QlI3loiTfOSbKRRjFVmxnSs27

6.3. FICHA TÉCNICA DO EDITORIAL

CARRANCA, SOM E ESTILO: A BRASILIDADE DISRUPTIVA NA MODA CONTEMPORÂNEA

Autores: Gabriella Souza Monteiro e Yasmim Barradas Buss

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Bacharelado em Moda da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Orientador: Prof.^a Thayane Pilar Martins da Silva

Universidade Federal de Juiz de Fora

Juiz de Fora - MG, 2025

Fotografia: Marcella Calixto

Assistente de fotografia: Jhully Oliveira

Filmagem, Montagem e Finalização: Caio Deziderio

Assistente de filmagem: Daniel Diogo

Direção de Arte: Gabriella Monteiro e Yasmim Barradas

Produção de Moda: Malu Fagundes, Gabriella Monteiro e Yasmim Barradas

Stylist: Iasmim Millena

Intérpretes: Joá, Victória Vargas, Ana Carolina Castro, Mabayô e Mirella Lopez

Assistência: Ana Lopez, Nico, Raul, Ana Hott, Beatriz

Vestuário: acervo pessoal

6.3.1 Custos do editorial

Tabela 1 – Planilha de custos do editorial

Editorial: Carranca, Som e Estilo: A Brasilidade Disruptiva na Moda Contemporânea.				
Descrição do material/ pessoal	Quantidade/ unidade	Fornecedor/ Local	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)
Fotografia	1	Marcella Calixto	300,00	300,00
Material para fabricação das máscaras	15	Caçula	395,00	395,00
Tripé	2		80,00	160,00
Transporte	6	Uber	151,94	151,94
Alimentação	13	Bahamas	111,43	111,43
Total	37		1038,37	1038,37

Fonte: Autoria própria (2025).

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho revisitou sobre a identidade brasileira de forma crítica e reflexiva sobre os estereótipos construídos externamente e internalizados dentro do próprio país. A pesquisa revela o movimento cultural crescente que, através de expressões autênticas como as dos artistas e marcas estudadas, reconfigura a noção de brasilidade, apontando para uma nova narrativa que se distancia da exotização do Brasil e foca na pluralidade e na resistência.

O conceito de brasilidade é desconstruído ao longo do trabalho, e reconstruído, mostrando que a verdadeira identidade brasileira não pode ser reduzida a símbolos

consumidos de forma superficial, como o carnaval e o futebol, mas sim a um conjunto dinâmico e diverso de expressões culturais. A escolha das carrancas, com sua origem no folclore e sua relação com a mitologia ribeirinha, além da estética das máscaras, tão presentes na obra do BaianaSystem e na Dendezeiro, ilustra um profundo simbolismo de resistência e de luta contra a marginalização.

A pesquisa não só propõe uma reflexão sobre a evolução da identidade brasileira, mas também sugere que a cultura desempenha um papel essencial na construção e reafirmação do pertencimento cultural.

A interligação dos três objetos de estudo – BaianaSystem, Dendezeiro e as carrancas – permite um olhar multifacetado sobre o Brasil, que vai além do mero exotismo, celebrando a pluralidade cultural, a resistência e o movimento contínuo de transformação. O uso das carrancas como elemento simbólico e estético, tanto no álbum do BaianaSystem, demonstra que a arte pode ser uma ferramenta poderosa de reflexão e resistência cultural, reforçando a importância de se questionar e reformular o que significa ser "brasileiro".

Em resumo, este trabalho lança uma luz sobre a necessidade de ressignificar a identidade nacional, abraçando as expressões culturais marginalizadas e promovendo a autenticidade como uma das maiores forças de resistência e afirmação da brasilidade no cenário contemporâneo.

REFERÊNCIAS

DENDEZEIRO. Dendzeiro: Moda Agênero, c2025. Página inicial. Disponível em: <<https://www.dendzeiro.com.br/index.html>>. Acesso em 18/02/2025

BAIANASYSTEM. BaianaSystem, c2025. Home. Disponível em: <<https://baianasystem.com.br/bio/>>. Acesso em 18/02/2025

DIAS, Fernanda. Aprenda a Criar um Referencial Teórico com as nossas Dicas e Alcance a Nota Máxima no TCC. **Voitto**, 2020. Disponível em: <<https://voitto.com.br/blog/artigo/referencial-teorico-tcc>>. Acesso em 18/02/2025

DENDEZEIRO: a primeira marca de moda brasileira a fazer uma collab com o Instagram. **Sou de Algodão**, 2021. Disponível em: <<https://soudealgodao.com.br/blog/dendzeiro-a-primeira-marca-de-moda-brasileira-a-fazer-uma-collab-com-o-instagram/>>. Acesso em 18/02/2025

MENEZES, Jaci Maria Ferraz de. A ABOLIÇÃO NO BRASIL: A CONSTRUÇÃO DA LIBERDADE. **Periódicos SBU**, 2009. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/histedbr/article/view/8639642/7210>>. Acesso em: 18/02/2025.

A EMIGRAÇÃO e o sanitarismo em Portugal e no Brasil, entre meados do século XIX e os inícios do século XX. **Repositorium**, 2022. Disponível em: <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/82620>>. Acesso em: 19/02/2025.

GUIMARÃES, Guilherme. Artes do imaginário brasileiro, 2023. Carranca. Disponível em: <<https://imaginariobrasileiro.com.br/blogs/news/carranca-historia-e-significado?srsId=AfmBOorVtSKwxjIcTNSumvmqCW6AljQ1aKg7LfRpFanjTjpTMHgIOmdh>>. Acesso em 19/02/2025

FÉLIX, Cícero. Carrancas na Vanguarda. Revista digital e colaborativa da UFOB Francisco, 2020 Disponível em: <<https://www.revistafranciscoufob.net/carrancas>>. Acesso em 19/02/2025

PARDAL, Paulo. **Carrancas do São Francisco**. 3ª.ed. Revista São Paulo: Martins Fontes, 2006.

MAMMI, Lorenzo (org.). A viagem das carrancas. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, Instituto do Imaginário do Povo Brasileiro, Instituto Moreira Salles, 2015.

VALLADARES, Clarival do Prado; PARDAL, Paulo; Berlendis & Editores LTDA. **Guarany 80 anos de carrancas**. Fundação Roberto Marinho. Rio de Janeiro: Berlendis & Vertecchia Editores Ltda., 1981.

Beiras d'Água. Carranca. Youtube, 8 de novembro de 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=R0EF-uE03_U>. Acesso em: 19/02/2025

BBC News Brasil. O Brasil do Olhar Estrangeiro, 9 de julho de 2023. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=nqXBSjgDoOk>>. Acesso em: 19/02/2025

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. 12°.ed. Lamparina, 2019.

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. 1 °.ed. LTC, 1981.

ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira: Cultura Brasileira e Indústria Cultural**. 1 °.ed. Brasiliense, 1988.

ORTIZ, Renato. **O Universo do Luxo**. 1 °.ed. Alameda Editorial, 2019.