



**FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA “MINISTRO RALPH BIASI”  
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM TÊXTIL E MODA**

**Karolina Severino De Seixas**

**ESTAMPARIA DIGITAL TÊXTIL COMO FORMA DE RESGATE E VALORIZAÇÃO  
DO FOLCLORE BRASILEIRO**

**AMERICANA, SP**

**2022**

**KAROLINA SEVERINO DE SEIXAS**

**ESTAMPARIA DIGITAL TÊXTIL COMO FORMA DE RESGATE E VALORIZAÇÃO  
DO FOLCLORE BRASILEIRO**

**Trabalho de Conclusão de Curso desenvolvido em cumprimento à exigência curricular do Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia – FATEC/ Americana.**

**Área de concentração: Têxtil e Moda**

**Orientador: Prof. Ms. Daniella Romanato**

**AMERICANA, SP**

**2022**

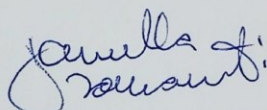
**KAROLINA SEVERINO DE SEIXAS**

**ESTAMPARIA DIGITAL TÊXTIL COMO FORMA DE RESGATE E VALORIZAÇÃO  
DO FOLCLORE BRASILEIRO**

Trabalho de graduação apresentado  
como exigência parcial para obtenção  
do título de Tecnólogo em Têxtil e Moda  
em 2022 pelo CEETEPS/Faculdade de  
Tecnologia – FATEC/ Americana.

Data de aprovação: 01/12/2022

Banca Examinadora:

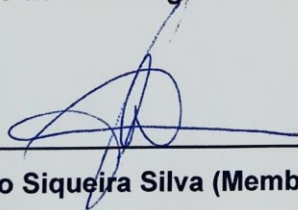


---

**Daniella Romanato (Presidente)**

**Mestre**

**Faculdade de Tecnologia de Americana, SP**

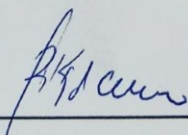


---

**Alex Paulo Siqueira Silva (Membro)**

**Mestre**

**Faculdade de Tecnologia de Americana, SP**



---

**João Batista Giordano (Membro)**

**Doutor**

**Faculdade de Tecnologia de Americana, SP**

## DEDICATÓRIA

A mim mesma, por não ter desistido  
de nós.

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente agradeço a espiritualidade por ter me guiado, me dado força e sabedoria até aqui. Agradeço também aos meus pais, Roseni e Adenilson por reconhecerem a importância e poder da educação, e sempre me incentivarem a aprender. Ao meu amor, Maicon, por todo apoio e suporte emocional. Também, imensa gratidão à todos os professores que fizeram parte da minha formação acadêmica, em especial a professora e minha orientadora Daniella Romanato , pelas trocas e ensinamentos.

## RESUMO

O presente trabalho de conclusão do curso de têxtil e moda, tem como objetivo pesquisar aspectos da cultura popular brasileira, como o seu surgimento e desvalorização, com ênfase nas lendas folclóricas. Possuindo como intuito a criação de uma coleção de estampas digitais que retrate o conto folclórico Boitatá, a serpente de fogo responsável pelo cuidado das florestas, uma das principais figuras fantástico-zoológicas do Brasil e Vitória-régia, a indígena apaixonada pela lua, que se tornou uma das plantas mais representativas da floresta Amazônica. Buscando dessa maneira, retirar o movimento folclórico de um espaço de contato quase que exclusivo ao público infantil, criando um lugar de memória, comunicação, estímulo e valorização histórico-cultural através da moda e estamparia têxtil. Evitando assim, que essas raízes sejam substituídas, esquecidas e apagadas pela globalização e consumo de culturas consideradas de elite e eruditas. Além disso, avaliou-se nessa pesquisa, possíveis aplicações têxteis para as estampas criadas a fim de elevá-las a um meio de apreciação, aprendizado e consumo, estabelecendo assim uma ponte entre a cultura e o consumidor.

**Palavras-chaves:** Estamparia digital; Folclore brasileiro; Cultura popular.

## ABSTRACT

The present work for the conclusion of the textile and fashion course, aims to research aspects of Brazilian popular culture, such as its emergence and devaluation, with emphasis on folkloric legends. Having as intention the creation of a collection of digital prints that portrays the folk tale Boitatá, the serpent of fire responsible for the care of the forests, one of the main fantastic-zoological figures of Brazil and Vitória-régia, the indigenous woman in love with the moon, who became one of the most representative plants of the Amazon rainforest. Seeking in this way, to remove the folkloric movement from a space of contact almost exclusively to the children's public, creating a place of memory, communication, stimulation and historical-cultural appreciation through fashion and textile printing. Thus preventing these roots from being replaced, forgotten and erased by globalization and consumption of cultures considered elite and erudite. In addition, this research evaluated possible textile applications for the prints created in order to elevate them to a means of appreciation, learning and consumption, thus establishing a bridge between culture and the consumer.

**Keywords:** Digital printing; Brazilian folklore; Popular culture.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Fachada e parte do acervo do Museu do Folclore Edson Carneiro .....	15
Figura 2 – Natividade, latinidade e africanidade.....	18
Figura 3 – Natividade, latinidade e africanidade.....	18
Figura 4 – Casa decorada para o Halloween.....	22
Figura 5 – Desenho do personagem Saci-Pererê .....	23
Figura 6 – Loja Parc Royal na Rua do Ouvidor (c. 1906) e em anúncio da Revista “O Cruzeiro” (1929) .....	25
Figura 7 – Estudo, Brazilian Coffe – Alceu Penna, 1930/1970. Coleções da Rhodia. ....	27
Figura 8 – Lampião costurando (1936), jogo de bornais e cantil feitos por seu grupo (1931/32).....	28
Figura 9 - Fotos de modelos inspirados no cangaço Brasileiro (1971).....	29
Figura 10 - Estampa [festa de São João - 1] e vestido de noiva do desfile de protesto político criados por Zuzu Angel em 1970/1971 .....	30
Figura 11 – Modelos desfilam traje da coleção Rio São- Verão 2008/09 do estilista Ronaldo Fraga.....	32
Figura 12 – Coleção Verão 2006/2007 – A Cobra Ri (Guimarães Rosa) do estilista Ronaldo Fraga.....	33
Figura 13 – Moodboard “Boitatá” .....	35
Figura 14 – Cartela de cores do moodboard “Boitatá”. .....	35
Figura 15 – Rapport estampa “Translúcida”.....	36
Figura 16 – Estampa “Translúcida”, estampa corrida em bloco com rotação.....	36
Figura 17 – Rapport estampa “Em chamas”.....	37
Figura 18 – Estampa “Em chamas”, estampa corrida em bloco com rotação. ....	37
Figura 19 – Estampa localizada “Protetora das florestas”.....	38
Figura 20 – Estampa localizada “Devoradora de olhos” .....	38
Figura 21 – Aplicação digital das estampas da lenda Boitatá em peças de roupa....	39
Figura 22 – Moodboard “Vitória-régia” .....	41
Figura 23 – Cartela de cores do moodboard “Vitória-régia”. .....	41
Figura 24 – Rapport estampa “Naiá”. .....	42
Figura 25 – Estampa “Naiá”, estampa corrida em bloco com rotação.....	42



Figura 26 – Rapport estampa “Rainha dos lagos”.....	43
Figura 27 – Estampa “Rainha dos lagos”, estampa corrida em bloco com rotação. .	43
Figura 28 – Estampa localizada “Jaci”. .....	44
Figura 29 – Estampa localizada “Aguapé-açu” .....	44
Figura 30 – Aplicação digital das estampas da lenda Vitória-régia em peças de roupa. .....	45

## SUMÁRIO

1	Introdução .....	11
2	A história do folclore brasileiro .....	13
2.1	Cultura brasileira e brasilidade .....	16
2.2	A desvalorização da cultura popular nacional .....	19
2.2.1	Por que comemoramos o Halloween e não o Dia do Saci? .....	21
3	A moda brasileira e os designers que já trabalharam com o folclore brasileiro..	24
3.1	A designer Zuzu Angel .....	28
3.2	O designer Ronaldo Fraga .....	30
4	Coleção de estampas digitais .....	34
4.1	Lenda do Boitatá.....	34
4.2	Moodboard da coleção Boitatá .....	35
4.3	Estampas.....	36
4.4	Possíveis aplicações das estampas em superfícies têxteis.....	39
4.5	Lenda da Vitória-régia .....	40
4.6	Moodboard da coleção Vitória-régia .....	41
4.7	Estampas.....	42
4.8	Possíveis aplicações das estampas em superfícies têxteis.....	45
5	Conclusão .....	46
	Referências .....	47

## 1 INTRODUÇÃO

O estudo sobre o folclore brasileiro inicia-se nos anos 1940, com o intuito de desenvolvimento e preservação de um patrimônio histórico-cultural do país. Surgindo assim, a Comissão Nacional do Folclore (CNFL), na qual, intelectuais foram responsáveis não só por defenderem o movimento folclórico, mas também pela tentativa de inseri-lo como objeto de aprendizagem nas universidades brasileiras e nos estudos sociais. (TAMASO, 2018, p.305-306).

Gradativamente, a cultura popular é inserida de forma tímida e limitante à grade curricular do ensino fundamental, no qual há disciplinarização das expressões culturais – principalmente as físicas, vistas como desordem dentro e fora do âmbito escolar – e posteriormente, desprezada e substituída pela cultura de elite.

A oposição entre cultura popular e cultura de elite, está diretamente correlacionada a inúmeros outros conflitos – raciais, de classe, políticos, econômicos e simbólicos. Nesse sentido, quase sempre, a cultura popular está associada à precariedade material dos grupos que as produzem, daí o entendimento que são manifestações e expressões de uma cultura subalterna e não da alta cultura. (MAGALHÃES, 2013, p. 24-25).

De acordo com Nascimento, *et al* (2015, p.15-17), a globalização é outro fator que interfere e pode diluir a identidade cultural da memória social de um povo, para isso faz-se necessário a criação de artefatos que criem um lugar de memória.

A partir destes fatos, no campo da moda, surge a inquietação de como a estampa digital têxtil pode colaborar no resgate e valorização do folclore brasileiro?

Neste sentido, a pesquisa pretende trabalhar com a criação de uma coleção de estampas digitais que retratem figuras da cultura popular como o Curupira, Saci-pererê, Boto, Cuca, Iara e Boitatá. Essas estampas devem ser aplicadas em superfícies têxteis, sejam elas usadas no meio decorativo ou de vestuário, retirando a cultura popular de um meio infantilizado e desvalorizado e elevando-o a um meio de apreciação, aprendizado e consumo.

Na história da moda brasileira, ações como esta sugerida, já foram usadas como ferramenta de reestabelecimento desse memorial, com estilistas como Zuzu Angel que nos anos 70 inseriu o tropicalismo e brasilidade na estampa em suas coleções, bem como às vezes utilizou como veículo histórico e de denúncia durante a ditadura militar, através do bordado. Além dela, atualmente, Ronaldo Fraga apresenta em suas produções os costumes e práticas de diversas regiões do país, se preocupando com o que ele intitula de “histórias do homem comum”.

A pesquisa se justifica devido ao fato de o Brasil ter poucas marcas no mercado de moda ou decoração que investem em estampas que representem figuras do folclore nacional, preferindo dar espaço à referenciais norte-americanos e europeus, em suas coleções. Assim, por meio desse veículo, surge a oportunidade de estimular o contato e desenvolver o apreço de pessoas de diversas faixas etárias pela cultura popular, visto que esse é um assunto abordado brevemente na vida dos brasileiros, somente na infância e esquecido com o passar dos anos.

## 2 A HISTÓRIA DO FOLCLORE BRASILEIRO

Todo mundo, de qualquer civilização, tem os primeiros contatos com o folclore respectivo ao seu povo ainda na infância, podendo ser por uma canção de ninar, uma história de seu povo, um ritual, uma brincadeira, etc. Depois, geralmente nas escolas até o fim do ensino fundamental, as festas e folguedos folclóricos são comemorados com grande alegria.

A partir disso, apesar de todos já terem vivenciado alguma atividade folclórica, por ser uma pesquisa que o terá como base, se faz necessária algumas definições.

A palavra “folclore” é formada pelas palavras inglesas *folk*, que significa povo, e *lore*, que quer dizer estudo, conhecimento, portanto, folclore é a "sabedoria popular". Segundo Horta (2004, p. 5), foi empregada pela primeira vez pelo arqueólogo inglês Ambrose Merton, pseudônimo de William John Thoms, em uma carta publicada pela revista “The Athenaeum”, de Londres, em 22 de agosto de 1846, data em que se comemora o Dia do Folclore, inclusive no Brasil.

O folclore é o estudo dos costumes e das tradições de um povo, representado pelos seus diversos movimentos culturais regionais. As manifestações da cultura de um povo podem ser observadas através de suas lendas, da sua alimentação, do seu artesanato, das suas vestimentas e de muitos de seus hábitos originais que são passados de pais para filhos, geração após geração.

No Dicionário Priberam Da Língua Portuguesa (2008-2021), o folclore faz parte da cultura e manifestação popular de um povo, é o “conjunto das tradições, lendas ou crenças populares de um país ou de uma região expressas em danças, provérbios, contos ou canções.”

Ainda segundo Horta (2004, p. 6), para se tornarem folclore é necessário que tenham origem anônima, ou seja, que ninguém saiba ao certo quem as criou. Além disso, precisam ter surgido há muito tempo e ser divulgadas e praticadas por muitas pessoas.

Fazem parte do folclore os utensílios que o povo fabrica como as cestas de vime e os objetos de cerâmica, madeira e couro. Podem ser também fabricações para o uso de ornamentação como os tecidos, a renda, os adornos de miçangas e penas, além de muitas outras atividades que fazem parte do folclore.

O folclore é o meio que o povo tem para compreender o mundo. Utilizando a sua imaginação, o povo procura resolver os mistérios da natureza e entender as dificuldades da vida e seus próprios temores. Conhecendo o folclore de um país podemos compreender o seu povo. E assim passamos a saber, ao mesmo tempo, parte de sua História. (PROCOPIO, 2016)

Após a Segunda Guerra Mundial, de acordo com o Ministério do Turismo (2022), a UNESCO liderou uma campanha para criar mecanismos que atuassem na documentação e preservação de tradições que acreditavam correr risco de extinção.

Em território brasileiro, começa a ser estudado nos anos 40 por Sílvio Romero e posteriormente, por outros sociólogos, antropólogos e escritores que se denominavam folcloristas, – Edison Carneiro, Joaquim Ribeiro, Cecília Meireles, Mário de Andrade e outros – que encaravam a cultura popular não só como objeto de pesquisa, mas também como parte da identidade nacional. Além desses intelectuais, os estudos contavam com uma:

[...] rede de colaboradores leigos espalhados pelos diversos estados, nos quais aconteciam efetivamente as manifestações folclóricas, serviu não apenas para ultrapassar a dificuldade de realizar freqüentes viagens, mas, sobretudo, como uma das maiores conquistas do movimento folclórico: sua eficaz capacidade de mobilização. (TAMASO, 2018, p.309).

Segundo a autora, para aprofundamento dos estudos e representação do Brasil na UNESCO, foram criadas instituições estatais como a Comissão Nacional do Folclore (CNFL) no ano de 1947 e Campanha de Defesa do Folclore Brasileiro (CDFB) em 1958, - órgão permanente, vinculado ao então Ministério da Educação Cultura - que permaneceram com seus avanços até os anos 1964, onde inicia-se o período de ditadura militar.

Durante o movimento folclórico a UNESCO destacou que era necessário ter cuidado com abordagem em relação à proteção da cultura popular -folguedos, lendas e manifestações religiosas-, pois esse ato protetivo poderia ser uma intromissão erudita, interferindo na autenticidade dessas manifestações, sugerindo então que a intervenção deveria envolver liberdade e proporcionar abundância. Para Edison Carneiro, para a valorização da cultura popular é necessário que se crie a oportunidade para que suas manifestações, investindo economicamente nelas, não somente as protegendo, mas também as restaurando. (VILHENA, 1995, p.228-229).

Para os folcloristas, as expressões folclóricas possuíam funções importantes perante a sociedade brasileiro e por isso, apesar da cultura popular ser constantemente mutável, era necessário ser preservada.

[...] justamente porque "são fatos vivos", os fatos folclóricos estariam, ao mesmo tempo, "ligados ao passado" e "adaptando-se continuamente ao presente". Nessas transformações, eles estariam "cumprindo sempre o seu destino de atender a necessidades mágicas, religiosas, artísticas, econômicas, médico-sociais, lúdicas, etc. de seus portadores." (ALMEIDA, 1957, p. 294 apud VILHENA, 1995, p.236).

O enfraquecimento do movimento folclorista começa nos anos 60, com a saída de Édison Carneiro da direção da CDFB e outros acontecimentos como o fim dos congressos, o falecimento de participantes importante – como Joaquim Ribeiro e Cecília Meireles - e a admissão de Renato Almeida na direção da CDFB, que é adiciona à secretaria da CNFL (VILHENA, 1995, p.295). Apesar de todos esses fatores, o órgão continuou existindo e passando por diversas modificações ao longo dos anos. Em 1976, foi inserida à Funarte como Instituto Nacional do Folclore e em 2003, começou a fazer parte do Iphan, como unidade especial com o nome de Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular. Essa última, está localizada no Rio de Janeiro, no bairro do Catete, possuindo um amplo acervo museológico com cerca de 17 mil objetos, 130 mil documentos bibliográficos e 70 mil documentos audiovisuais. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2022).

Figura 1 – Fachada e parte do acervo do Museu do Folclore Edson Carneiro



Fonte: TRIPADVISOR, 2022.

## 2.1 Cultura brasileira e brasilidade

A partir do entendimento do que é folclore, como já mencionado, para retirá-lo de um espaço infantil e inseri-lo no cotidiano do brasileiro, deve-se criar um lugar de memória, resgate e valorização histórico-cultural.

Neste sentido, deve-se buscar a brasilidade, que no dicionário significa “caráter ou qualidade peculiar, individualizadora, do que ou de quem é brasileiro; sentimento de afinidade ou de amor pelo Brasil”. Ainda em relação a palavra brasilidade, é interessante notar a frequência do uso do sufixo *-dade* em palavras do cotidiano. Segundo Lisângela Simões (2009, p. 155), a partir do século XIX o sufixo *-dade* passa a indicar “quantidade”, apresentando os sentidos de “coletividade” e de “conjunto” em certas palavras.

A formação da brasilidade é fruto da miscigenação de raças e culturas, que, segundo Romanato (2019, p. 23-26), aqui serão definidas também pelo sufixo *-dade*:

- **Natividade** é uma palavra que deriva do latim *nativitas* que indica nascimento. Nativo é aquele que nasce, que é natural, oriundo de determinado local. Desta forma, em relação ao Brasil, a natividade indica os povos indígenas. A palavra “índio” era empregada na Idade Média para designar todas as pessoas do Extremo Oriente. Assim, ao chegar às Américas (1492), Cristóvão Colombo acreditou que havia encontrado um novo caminho para as Índias e, então, chamou os nativos de “índios”. As primeiras décadas de colonização possibilitaram uma rica fusão entre a cultura dos indígenas e a dos europeus, dando margem à formação de elementos como a Língua geral, que influenciou o português falado no Brasil, e diversos aspectos da cultura indígena herdadas pela atual civilização brasileira. A influência indígena se faz mais forte em certas regiões do país em que esses grupos conseguiram se manter mais distantes da ação colonizadora e em zonas povoadas recentemente, principalmente em porções da Região Norte do Brasil. As influências indígenas na cultura brasileira estão enraizadas em todos os indivíduos e vão desde objetos e ações simples – como deitar em redes e preparar pratos como tapioca e pirão de peixe – até usos medicinais com plantas nativas, crenças no folclore – saci pererê, curupira – e influências na língua portuguesa – o Tupi Guarani.



- **Latinidade** é o conjunto dos povos latinos (em que seus idiomas descendem do latim) e seu respectivo modo cultural e social de ser. Os povos latinos, dos quais, **nós brasileiros, descendemos** são, principalmente, os portugueses, espanhóis, italianos e franceses. A “América Latina” é composta por países que foram colonizados predominantemente por povos latinos: Brasil, Colômbia, Argentina, Chile, Costa Rica, Cuba, Haiti, República Dominicana, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicarágua, Panamá, Equador, México, Peru, Uruguai, Venezuela, Paraguai e Bolívia. Desta forma, **falar de latinidade é falar dos aspectos destes povos** que se enraizaram na América Latina nos períodos de colonização. No Brasil **os portugueses** chegaram em 1500 e ficaram por mais de 300 anos. Desta colonização a mais evidente herança para a cultura brasileira é a língua portuguesa. Outras importantes influências podem ser encontradas nas tradições do calendário religioso, com suas festas e procissões; na culinária com o azeite de oliva; nas rendas e bordados; nos azulejos azuis; entre tantas outras coisas. Desta forma, muito cuidado ao empregar o termo *Latinidade*. Por exemplo: A Amazônia é a cara da nossa latinidade. ERRADO! A Amazônia estava aqui antes dos portugueses chegarem... A Amazônia é parte de um país Latino. CERTO! A Amazônia pertence ao território brasileiro, que faz parte da América Latina.
- **Africanidade** é a herança cultural que recebemos dos diversos povos africanos que chegaram ao Brasil no período da escravidão em que houve uma migração forçada de africanos para o Brasil de meados do séc. XVI até meados do séc. XIX. Muito da cultura africana acabou se misturando a cultura dos portugueses e indígenas resultando em uma cultura brasileira. Uma destas misturas resultou no carnaval que conhecemos hoje. Além do samba, a cultura africana é visível no nosso jeito de andar, de falar, de comer, de crer, de dançar e no agir do brasileiro. Alguns grupos africanos, como os das etnias hauçá e malê, de religião islâmica, já traziam uma herança cultural e sabiam escrever em árabe e outras. Os bantos, nagôs e jejes eram monoteístas constituindo os candomblés que são uma reprodução das aldeias africanas. Assim, através do sincretismo religioso, os escravos adoravam seus orixás através de santos Católicos, dando origem às religiões afro-brasileiras como o Umbanda e Batuque. Os negros levaram para a cultura brasileira uma enormidade de elementos: na dança, música, religião, culinária e no idioma. Essa influência se faz notar em praticamente todo o País, embora em certas porções (nomeadamente em estados do Nordeste como Bahia e Maranhão) a cultura afro-brasileira é mais presente.



Até por volta dos anos 1970, estas culturas foram agregadas, ou seja, não substituíram os costumes que eram praticados no país, mas na década de 1980, os costumes norte-americanos foram entrando no país, provavelmente pela influência dos cursos de inglês que se multiplicaram rapidamente, e, a cada dia, o povo brasileiro foi se rendendo a estes costumes, que vão desde as festas de Halloween em substituição as nossas festas folclóricas, a popular comida industrializada (*junk food* e *fast food*), devido a sua praticidade, em substituição ao tradicional feijão com arroz. Começa aí a maior onda de desvalorização da cultura popular brasileira.

## 2.2 A desvalorização da cultura popular nacional

Podemos apontar como contribuintes para a desvalorização da cultura popular, como a não consolidação da cultura popular, valorização da cultura de elite e a globalização.

O processo contrastante de distanciamento e aproximação das culturas populares e eruditas, iniciou-se na Europa Moderna através da elite e intelectuais da época. A cultura popular que antes era considerada uma segunda cultura para a aristocracia durante o século XVI, passa a sofrer um distanciamento e ser encarada como representação de atraso e vulgaridade, sendo substituída pelo imaginário da moral e autocontrole. Após a separação do que era tradição grande e pequena, durante o século XVIII a cultura popular começa a ser encarada como algo exótico, como objeto de estudo e que deve ser preservada de forma à parte, fixada em um passado rural e que não acompanha a evolução da sociedade (BURKE, 1989, p. 31 apud LEITÃO, 2007, p.306-307). Esse pensamento ainda é muito disseminado na atualidade, de forma errônea.

É uma história que legitima, ou legitimava, o que podemos chamar de canal tradicional das elites ocidentais, no qual não existe muito espaço para outras classes sociais, outras culturas. O problema é que o mundo mudou e, até recentemente, a história cultural não acompanhou essa mudança. Gostando ou não, vivemos numa época de multiculturalismo. Não surpreende que agora, no Ocidente, haja mais interesse pelas tradições alternativas, pelas nossas tradições populares, mas também nos interessamos pelas tradições clássicas de outras culturas como a chinesa, a japonesa, a islâmica, a indiana, entre outras. Diante desse quadro, como escrever a história cultural hoje? É muito mais difícil do que antes, porque precisamos de muita história cultural numa época de multiculturalismo, de relativismo cultural e de hiperespecialização no campo do conhecimento. (BURKE, 1997, p.6).

Os costumes populares brasileiros são desvalorizados, enquanto a cultura de elite, principalmente europeia, é consumida no país há séculos. Isso, como já mencionado, se inicia com a chegada da corte portuguesa em 1808 e com a Missão Artística Francesa de 1816.

As influências europeias no Rio de Janeiro certamente se devem a vinda da Missão Artística Francesa, patrocinada por Dom João VI, em 1816, que traz para a cidade pintores, músicos, arquitetos e outros artistas europeus. Assim, presença da corte na cidade, e a Missão Artística, provocam grandes transformações em seu cotidiano e em sua vida cultural. (LEITÃO, 2007, p.61).

No Brasil ao final dos anos 40, como já citado anteriormente, surge o movimento folclorista com o objetivo de preservar a cultura popular, a reconhecendo como mutável e incentivar as práticas folclóricas. Porém, de forma um pouco contraditória, a questão da desvalorização não é resolvida por completo, apesar da criação de agências estatais e os esforços de sociólogos - como Arthur Ramos, Roger Bastide e Florestan Fernandes - para colocarem em debates o folclore como tema relevante, não foi conquistado de fato dentro das universidades espaços dedicados ao estudo, fazendo com que se tornasse menosprezado perante os intelectuais da época, já que estava distante do meio acadêmico, “o folclorista se tornou o paradigma de um intelectual não acadêmico ligado por uma relação romântica ao seu objeto, que estudaria a partir de um colecionismo descontrolado e de uma postura empiricista”. (VILHENA, 1995, p.1-2).

Atualmente, outro processo que contribui para a cultura nacional ser colocada à parte é a globalização, que beneficia a difusão de padrões culturais globalizados através das mídias sociais.

Quanto à tendência da globalização do mercado da produção intelectual, pode-se arguir que, dentro do quadro de mudanças estruturais por que vem passando o mundo, a disseminação de padrões culturais globalizados vem assumindo proporções sem limite. Tal situação tem se acentuado principalmente porque o modo de produção industrial capitalista tornou-se hegemônico na produção e distribuição de produtos intelectuais e, através de seus mecanismos de distribuição – os mídia em geral–, interfere poderosamente nos processos econômicos, políticos e culturais das sociedades nacionais. Enquanto processo de desenvolvimento de complexas interconexões entre sociedades, culturas, instituições e indivíduos, a globalização estimula e favorece a remoção dos nossos relacionamentos e de nossas referências de vida de contextos locais para contextos transnacionais. (MIRANDA, 2000, p.79).

Segundo a autora, uma das alternativas para o melhoramento dessa situação é que o governo impulse a geração de conteúdos incentivem, consolidem, valorizem e globalizem as tradições e culturas nacionais, através da criação de órgãos públicos específicos. Com isso, identificando e priorizando como atender às diversas facetas de nacionalidade.

A indução de programas e projetos de ação, e o envolvimento neles dos sistemas formais e não formais de educação, organizações sociais e culturais de atuação local, será fator crucial para tornar a(s) cultura(s) brasileira(s) capaz de dialogar com o global e dele se beneficiar. (MIRANDA, 2000, p.80)

Ainda em relação aos processos de globalização e a desvalorização cultural, com ligação a moda, Dias (2017, p.74) aponta que é notável o domínio das “influências do lado cultural mais forte com algumas incursões do lado dominado, que muitas vezes não ultrapassam a fronteira do exotismo. Por esta razão, um dos campos nos quais estas questões vão ser discutidas é justamente o campo da moda.”

O processo contemporâneo de globalização da moda não diz respeito a um movimento de difusão cultural, por meio do qual determinados centros impoariam suas vontades a uma suposta periferia. Ainda assim, embora implique em transformações na própria questão da centralidade, a mundialização não isenta o mundo de disparidades de poder. No funcionamento do mercado mundial, as instâncias que concentram poder econômico e simbólico tornam-se hegemônicas em termos de difusão e aceitação, também não se pode negligenciar o fato de que as diferenças atuais entre as instâncias que constituem a moda mundial são frutos de vantagens acumuladas historicamente e claro de desvantagens historicamente configuradas (MICHETTI, 2015, p.77 apud DIAS, 2017, p.74).

### **2.2.1 Por que comemoramos o Halloween e não o Dia do Saci?**

O *Halloween* é uma festividade muito popular no mundo, tendo destaque principalmente nos Estados Unidos. É comemorada no feriado do dia 31 de outubro, no qual casas são enfeitadas com temas de terror, como bruxas, vampiros, múmias e abóboras assustadoras e também, crianças se fantasiam e vão, de porta em porta, pedindo "doces ou travessuras" (COSTA, 2014). Essa comemoração tem origem celta, do antigo festival *Samhain*, que celebrava o fim do verão e o ano novo celta no dia 1 de novembro, período também de preparação para o inverno, que carregava crença de que as almas saíam do mundo espiritual e vinham visitar os vivos (MONAGHAN, 2004, p. 407 apud JEREZ, 2018, p.4).



Durante a Idade Média, a igreja católica, a fim de distanciar a prática pagã, se apossou dessa data e a renomeou como “Dia de Todos os Santos”, surgindo daí a palavra *Halloween*, que deriva da expressão "All Hallows´s Eve", "Hallow" significando santo e "eve" véspera (MILITÃO, 2020).

Figura 4 – Casa decorada para o Halloween.



Fonte: DECORSTYLE, s/d.

As comemorações de *Halloween* surgem no Brasil através das escolas de inglês e do consumo de produtos culturais norte-americanos, como filmes e séries de TV. Isso ocorre através de um fenômeno chamado "Soft Power", a capacidade de um país influenciar outros diretamente através da cultura, e, assim, se projeta como exemplo para outros países. Essa estratégia é utilizada principalmente pelos Estados Unidos, através das produções hollywoodianas que chegaram ao Brasil com o término da Segunda Guerra Mundial (1939-1945), exportando, assim, uma cultura e estilo de vida (MILITÃO, 2020).

A cultura brasileira é muito rica, possuindo muitas tradições e um folclore muito vasto. Partindo disso, e também do fato da cultura do *Halloween* não ter ligação nenhuma com a nacional e, portanto, não ser usual, é que surge a ideia de incentivar a comemoração de um evento que fizesse parte da história cultural do Brasil. Assim, em 2003 é criado o projeto de lei 2.762, que institui o dia 31 de outubro, como “Dia do Saci”, um dos protagonistas do folclore brasileiro. A data é então oficializada em 2004 pelo Estado de São Paulo e em 2010, no país (COSTA, 2014).

Apesar da lenda do Saci ser tradicional do sul e sudeste, por possuir traços típicos da formação do Brasil, foi o personagem escolhido para simbolizar o dia 31 de outubro. Carrega em si traços de 3 culturas: africana (é um personagem negro), indígena (fuma um cachimbo, elemento indígena) e árabe (pode ser preso em uma garrafa e conceder desejos). Alguns municípios de São Paulo realizam festas para comemorar o dia (MILITÃO, 2020).

Figura 5 – Desenho do personagem Saci-Pererê



Fonte: TURMA DO FOLCLORE, s/d.

Apesar do Dia do Saci ser instituído há 12 anos, muitas pessoas nem sabem da existência dele e se sabem, preferem comemorar o *Halloween*. Apesar disso, o intuito não é acabar com a tradição estrangeira, mas promover também, o contato com tradições e a cultura nacional, como o folclore.

### 3 A MODA BRASILEIRA E OS DESIGNERS QUE JÁ TRABALHARAM COM O FOLCLORE BRASILEIRO

Entre as funções que a moda possui, a que primeiro se destaca é a de objeto de consumo, todavia não é a única, trata-se principalmente de um processo cultural mutável que se construiu com o passar dos acontecimentos históricos.

A cultura também pode ser reconhecida como um produto a ser consumido principalmente por aqueles que têm acesso às suas formas de representação. Por mais perecível, capitalista e com fins mercadológicos que pareça ser uma coleção de moda, seus objetivos não podem ser isolados das questões sociais que envolvem sua produção e divulgação. (SANTOS, 2012, p. 25)

“Lugar de memória” não se trata apenas do espaço físico, ele é material, simbólico e funcional, podendo ser uma música, uma paisagem, uma figura nacional ou uma comida típica. Para Nora (1992 apud LEITÃO, 2007, p. 151-152), o conceituador desse termo, os lugares de memória “seriam justamente aqueles nos quais a memória sobre o passado é construída no presente: eles necessitam, no aqui e no agora, ser retratados, discursados, propositalmente lembrados e comemorados.”

[...] Os grupos buscam reconstruir, através da memória, laços com um passado ao qual a história não se preocupou em registrar, que constituem sua identidade, e são de fato sua história.<sup>37</sup> Na formação cultural, a memória atua como força produtora de referências, que permitem a identificação e noção de pertença ao sujeito. Contudo, para manter vivas certas lembranças, é necessário criar suportes de memorização. Esses suportes são muitas vezes entendidos como patrimônio cultural. O patrimônio é materializado em monumentos, ou em ações, tais quais as comemorações. (NORA, 2008, p. 184 apud SANTOS, 2012, p. 19-20).

A moda se mostra capaz de criar vínculos de memória, através do seu lado material: as roupas. Essas, sendo retratos da história, sociedade e das relações sociais que ocorrem para sua produção. “Assim, podem os dizer que as noções de tempo compreendidas nestas relações sociais se dão através da produção, recepção e circulação das roupas.” (ROSA JÚNIOR; ANDRADE, 2010, p. 231). Segundo os autores, esse giro produtivo fez com que países industrializados criem um vínculo com suas raízes, trazendo uma sensação de estabilidade no presente e a idealização do futuro. E é a partir desse contexto que o estilista brasileiro Ronaldo Fraga trabalha com a cultura e memórias em suas coleções.



Segundo o filósofo Lipovetsky (2009, p. 27 apud SANTOS, 2012, p. 32) “‘Moda é algo construído com base nas relações sociais’, ou seja, a sua própria produção emerge de condições culturais e sociais do momento em que está sendo criada, produzida”. Apesar da moda criar e possibilitar a reflexão de pautas sociais e históricas, ela segue um sistema capitalista que induz que essa percepção seja através da aparência e estética. Assim, o que é expresso socialmente através dos produtos de moda só é captado pelos consumidores a partir de elementos visuais, como as peças em si, sua modelagem, estampas e a temática da coleção.

No Brasil, a moda começa a ocupar espaço em 1820, quando abrem-se lojas francesas na Rua do Ouvidor, no Rio de Janeiro. Nessas lojas, eram comercializados tecidos e peças trazidas de Paris. Nesses estabelecimentos também funcionavam oficinas de costura. O parâmetro das tendências da época era baseado na Europa, então um dos proprietários sempre viajava para lá. Em São Paulo, as lojas de moda e vestuário chegam em meados de 1910. (DURAND, 1987, p. 64 apud LEITÃO, 2007, p. 61-62)

Ainda que a partir de 1840 já começassem a surgir as primeiras tecelagens de algodão no Brasil, sua produção era quase exclusivamente dedicada a tecidos pouco refinados, até mesmo grosseiros, direcionada à sacaria e vestuário para os escravos. A Rua do Ouvidor não tinha, portanto, qualquer concorrência, e era sempre a eleita para as compras de moda. (LEITÃO, 2007, p. 61-62)

Esse processo de imitar as vestimentas europeias permaneceu por muitos anos, mesmo com o surgimento de movimentos artísticos e culturais, como a Semana de Arte Moderna de 1922 e o crescimento do modernismo e nacionalismo, quando se tratava de moda, não existiam vestígios da cultura nacional. A valorização de uma cultura externa no vestuário continuou, em 1929, os anúncios na influente revista O Cruzeiro eram sobre estabelecimentos de moda e vestuário franceses e descrição de peças de grifes com Lanvin e Patou. (LEITÃO, 2007)

Figura 6 – Loja Parc Royal na Rua do Ouvidor (c. 1906) e em anúncio da Revista “O Cruzeiro” (1929)



Fonte: LEITÃO, 2007, p. 65.

Nos anos 1938, a coluna “As Garotas de Alceu” da revista “O Cruzeiro” fez muito sucesso no Brasil. Nessa seção, o jornalista, desenhista e designer de moda, Alceu Penna ilustrava suas “Garotas”, como eram suas vidas em um cenário moderno e carioca, o que elas vestiam e como eram suas vidas sociais. A revista esteve em circulação por 26 anos e foi de grande importância para a difusão de “imagens do Brasil”. Além disso, a revista continha uma seção sobre as viagens internacionais de Alceu. Uma dessas viagens aos EUA o permitiu ter a perspectiva de um país com uma moda desenvolvida. Dessa forma, através dos seus textos contribuiu para a adaptação da moda estrangeira e a construção dos elementos visuais da moda brasileira. Nos anos 40, Alceu atuou também como figurinista de Carmen Miranda. (BONADIO, 2010, p. 147-148)

Com a chegada dos anos 50 e Juscelino Kubitschek assumindo a presidência, surge uma nova onda nacionalista e desenvolvimentista. Isso permitiu a aplicação de capital e a expansão da indústria de bens duráveis, incluindo a indústria têxtil que começou a produzir para além das classes mais baixas (LEITÃO, 2007, p. 91). Nesse mesmo período, o investimento não foi somente no âmbito industrial, mas também em pesquisa de moda, ocorrendo a ascensão de alguns designers que traziam a cultura nacional em suas coleções, como Zuzu Angel, que inclusive desenvolveu trabalho social para crianças carentes em parceria com a primeira-dama, Sarah Kubitschek. (FUSARI, 2022)

Outro elemento importante para o desenvolvimento da moda brasileira, foram os desfiles e editoriais, entre os anos 1960 e 1970, promovidos pela empresa francesa Rhodia. Suas produções eram para as revistas brasileiras mais influentes da época, como “O Cruzeiro”, “Manchete”, “Claudia” e “Jóia”. Os famosos desfiles promovidos pela empresa, contavam com diversos elementos nacionais, como música e arte. Uma das linhas mais famosa da empresa é a “Café”, desenhada por Alceu Penna e desenvolvida com modelagens que se assemelhavam a alta-costura europeia, por estilistas como Denner. O intuito era não somente buscar um reconhecimento internacional para a moda brasileira, mas principalmente agregar valor à produção nacional e incitar o desejo de consumo. (BONADIO, 2006, p. 2-4)

Figura 7 – Estudo, Brazilian Coffe – Alceu Penna, 1930/1970. Coleções da Rhodia.



Fonte: Google Arts & Culture

O processo de desenvolvimento de estampas e padronagens da Rhodia ocorria a partir da coloração sugerida por Alceu Penna e a temática por Lívio Rangan, representante da empresa no Brasil. Para esse processo criativo, a empresa contava com diversos artistas plásticos como Aldemir Martins, Volpi, Darcy Penteado, Heitor dos Prazeres, Milton Dacosta, Livio Abramo e Maria Bonomi. Para elaborar os modelos das peças, eram convidados estilistas, principalmente, engajados a criarem uma alta-costura brasileira como Denner, Clodovil, Guilherme Guimarães e Rui Spohr. (LEITÃO, 2007, p. 101-106)

Aproveitando a onda nacionalista da década de 70, a equipe dos shows da Rhodia produz coleções com motivos clara e explicitamente brasileiros: a adoração ao tropical, as tradições locais, os traços psicológicos e fisionômicos da população, a música. Os temas as coleções eram sempre inspirados na beleza do país, na natureza exótica, nas mulheres e na sensualidade, no futebol, assim como nas festas e tradições populares. (LEITÃO, 2007, p. 105)

Surge no final dos anos 90, Ronaldo Fraga, um estilista que trabalha de uma forma singular em suas criações. Sua maior característica é dedicar-se a símbolos culturais nacionais, homenageando acontecimentos e personagens do imaginário popular. Em suas coleções, ele conta histórias e faz com que a moda promova um diálogo cultural com os consumidores. Atualmente, o designer é referência em trabalhar com histórias do homem comum. (SANTOS, 2012, p.9)

### 3.1 A designer Zuzu Angel

Zuzu Angel foi uma estilista mineira nascida no sertão do estado, na cidade de Curvelo, conhecida por trazer elementos nacionais em suas peças e pela luta e resistência durante a ditadura militar. Em 1946, no início da carreira, Zuzu, que se considerava costureira, após se casar, muda-se para a Bahia, onde ampliou seu repertório com o referencial do sincretismo religioso e outras características estéticas. Pouco tempo depois, Zuzu se muda para o Rio de Janeiro, após o nascimento de seu primeiro filho, Stuart, lá costurava saias para sua vizinhança em Ipanema. Em 1956 fez amizade com a primeira-dama Sarah Kubitschek e com ela desenvolveu projetos sociais para crianças carentes. Isso fez com que a estilista ficasse mais conhecida e pudesse, finalmente, abrir seu ateliê, onde recebia clientes da alta sociedade. Um tempo depois, abriu uma loja em Ipanema que atraiu a atenção de figuras internacionais que visitavam a cidade maravilhosa. “Sua irreverência mesclada com sua brasilidade eram impressos em suas criações que continham materiais inovadores. Utilizando tecido de colchão, chita, seda e renda, ela fez suas maiores criações [...]” (FUSARI 2022).

A estilista era fascinada pelas vestimentas e acessório de Lampião e Maria Bonita, como eram elaborados por eles mesmos e como continham elementos da caatinga.

Um dos primeiros estilistas brasileiros teria sido um matador frio, que andava com um facão a tiracolo e um bando de pistoleiros exímios alfaiates e bordadeiros, assim como seu capitão. Registros fotográficos de Benjamim Abrahão (1890-1938) da década de 1930, relatos de um ex-cangaceiro ao historiador Frederico Pernambucano de Mello e passagens do livro "Lampião: Memórias de um ex-oficial das Forças Volantes" (1953), de Optato Gueiros, dão conta que o "rei do cangaço" fora uma espécie de diretor criativo nos tempos sangrentos do sertão no século 20. (DINIZ, 2015)

Figura 8 – Lampião costurando (1936), jogo de bornais e cantil feitos por seu grupo (1931/32)



Fonte: MELLO, 2010, p. 83, 153 e 110.

Devido à essa admiração, no final dos 1960 criou sua primeira coleção sobre os cangaceiros, a *International Dateline Collection I*, que a levou para os Estados Unidos.

Toda em seda pura com estampas miúdas sobre fundo preto, em modelagem de macacões com saia-calça ou falsa-saia, cobrindo os joelhos (o comprimento à época era chamado à francesa "mi-mollet"), abertos na frente com zíper, e tendo acessórios de couro. Tudo com muita harmonia. Tiras finas de verniz preto com ilhoses de metal prateado cruzavam o peito e a cintura inspirando cartucheiras. Cinturões de seda preta, com chapas de metal dourado incrustadas de pedras preciosas brasileiras. Chapéus de palha baku, em tons das roupas, preto, rosa, palha, ornados com chapinhas de metal dourado, pedras brasileiras, conchinhas. Botas justas de pelica, cano longo, com salto alto 6 cm. As moringas de coco enfeitadas com cordões de pedrinhas brasileiras. As cangaceiras de Zuzu eram, definitivamente, um charme. (INSTITUTO CASA ZUZU ANGEL, 2017).

Para Zuzu, além do cangaço brasileiro ter sua inegável importância cultural, Maria Bonita e Lampião eram figuras icônicas e pioneiras quando se tratava de ousadia na moda brasileira.

Figura 9 - Fotos de modelos inspirados no cangaço Brasileiro (1971)



Fonte: DHARMA PRINTS.

O divisor de águas na sua carreira, foi a morte do seu filho primogênito Stuart Angel, pela ditadura militar no início dos anos 70. Esse momento de tanto sofrimento, no qual diversas pessoas desapareceram, foram torturadas e mortas pelo regime militar, Zuzu exige saber onde está o corpo do filho para poder enterrá-lo. É assim que inicia-se sua fase militante em seus desfiles protesto.



Quanto maiores e mais numerosos eram os desafios, a indiferença, as negativas e hipocrisias, que era levada a enfrentar na busca do filho desaparecido, Stuart, e, depois, de seus restos mortais, mais ela se aproximava da História de nossos heróis, dos perseguidos, oprimidos, mártires e descamisados. Mais ela entendia a força ideológica de Tuti, apelido dado ao filho criança, e se impregnava com seus valores. Isso se refletia em sua criação, em seus vestidos. Nascia o Anjo. Sua marca. (INSTITUTO CASA ZUZU ANGEL, 2017).

As peças da coleção de protesto, principalmente os vestidos, eram brancos com bordados coloridos representando as denúncias de um regime violento, também era gravado nas peças um pedido de paz representado por pombas claras carregando ramos verdes e as figuras angelicais, marca registrada da resistência de Zuzu.

As apropriações e as transformações de símbolos da ditadura militar, tais como tanques de guerra, fuzis, quepes, soldados, pássaros engaiolados, pombas negras, sol atrás das grades para representar a prisão e de outros elementos visuais, transformados em recursos estéticos para denunciar a ditadura militar, sustentam as argumentações e as produções de significados para a memória da moda política de Zuzu Angel. (SIMILI, 2014, p. 165-166).

Figura 10 - Estampa [festa de São João - 1] e vestido de noiva do desfile de protesto político criados por Zuzu Angel em 1970/1971



Fonte: ACERVO DIGITAL ZUZU ANGEL ANGEL, s/d.

### 3.2 O designer Ronaldo Fraga

O estilista inicia no mercado da moda brasileira no final dos anos 1990, trabalhando com representações culturais. Fraga queria uma mudança para a moda brasileira, para que ela fosse muito além de ser apenas uma vitrine e que pudesse contar histórias e levantar reflexões. É dessa forma que ele se diferencia em seus trabalhos, proporcionando uma interação entre moda, cultura e consumidor, através de suas criações, narrativas e o enaltecimento do imaginário cultural.

Atualmente, Ronaldo é reconhecido internacionalmente como um dos estilistas mais relevantes da moda no Brasil. Possui um público que responde calorosamente às suas criações, devido a sua maneira única de criar e interpretar histórias através delas. (VIEIRA, 2012, p. 10)

O designer retratou importantes figuras nacionais em suas coleções, como a estilista Zuzu Angel e os escritores Carlos Drummond de Andrade, Lupicínio Rodrigues, Tom Zé e Guimarães Rosa. Ronaldo também costuma abordar acontecimentos marcantes para a história do país, costumes e patrimônios nacionais, como a transposição do Rio São Francisco e a fabricação de cerâmica no vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais. Ao concentrar-se em temas como esses e torná-los objetos de consumo, o estilista atua como contribuidor para o campo cultural do Brasil. Assim, por ser considerado uma personalidade da cultura brasileira, Fraga foi premiado em 2007 pelo Ministério da Cultura, com a Comenda da Ordem Cultural, marcando a primeira vez em que a moda foi reconhecida pelo governo brasileiro como ferramenta de apoio cultural. (SANTOS, 2012, p. 80-81).

Em sua icônica coleção Rio São - Verão 2008/09, Ronaldo Fraga trás o olhar sobre o a vida e histórias de quem mora ao redor do Rio São Francisco. O estilista trás inclusive parte de sua memória afetiva para as criações.

Desde a infância, minhas memórias são banhadas pelas águas do São Francisco. Meu pai, que nem “barranqueiro” era, vivia pescando por aquelas “bandas”. Sua volta era sempre uma festa, quando ele trazia surubins gigantes, lendas e casos do mágico universo ribeirinho. Eram histórias e estórias, cultura, música, gente e bicho em cada conto trazido de lá. Meus sonhos eram povoados por caboclos d’água, uiaras, tumarambás, serpentes do rio [...] (FRAGA, 2011, s/p apud DIAS, 2017, p. 71).

As peças dessa coleção traduzem através de sua coloração, modelagem e estamparia os elementos em torno do Rio São Francisco, os peixes, os mitos, a população ribeirinha e suas casas, as crenças e o sincretismo religioso.

[...] nenhum outro rio do país desperta tanto afeto nos brasileiros quanto o rio São Francisco. Ele faz parte da minha mais remota memória de infância, quando era perguntado ao meu pai qual seria o lugar mais lindo do Brasil e ele sempre respondia: qualquer lugar às margens do rio São Francisco. [...] Mergulhei literalmente nesse universo de caboclos d’água, mulheres-peixe, marinheiros, barcos-gaiolas e mitos barranqueiros (FRAGA, 2012, p.107 apud DIAS, 2017, p. 73)

Figura 11 – Modelos desfilam traje da coleção Rio São- Verão 2008/09 do estilista Ronaldo Fraga.



Fonte: MODA COM BISCOITOS, 2012.

Ronaldo compartilha e ressignifica ideias de pensadores folcloristas como Mario de Andrade, a necessidade de catalogar e preservar o patrimônio cultural. Também, se preocupa, assim como os artistas da Semana de 22, com a legitimação e apropriação de uma cultura nacional e as redefine em suas coleções através das temáticas, composição e materiais nacionais, estamparia, modelagem e técnicas artesanais, - herança principalmente do norte e nordeste - como bordados e rendas. O designer abdica das tendências eurocentradas e busca no passado a inspiração para construir o futuro, enaltecendo elementos da cultura popular que por muito tempo foram vistos como defeituosos e inferiores esteticamente. (DIAS, 2017, p. 74-76)

Em outra coleção, A Cobra Ri (Guimarães Rosa) - Verão 2006/2007, Ronaldo Fraga homenageia o escritor Guimarães Rosa, utilizando o contexto de seu livro “Grande Sertão: Veredas”. Além disso, nesse trabalho o estilista tem como palco de memória uma localidade também, o sertão, que além de fazer parte da identidade nacional, faz parte da sua infância.

No “emaranhado” das estórias de Guimarães Rosa, questões centrais como o Bem e o Mal, Deus e o Diabo, a existência da alma, a coragem, o medo, o amor indecifrável... Nos põe frente à natureza dos bichos e a natureza humana. Cresci ouvindo estórias do vale do Urucaia e região, onde cobras sorriam, tamanduás abraçavam, e cães adotaram filhotes de lobo. Hoje não sei exatamente se tudo me foi contado pelo meu pai ou lido da obra de Guimarães Rosa. Não importa, como Ele próprio disse, o sertão é um só, e por não ter portas e janelas, ele está em todo lugar. (FRAGA, 2006 apud SANTOS, 2012, p. 94)



Figura 12 – Coleção Verão 2006/2007 – A Cobra Ri (Guimarães Rosa) do estilista Ronaldo Fraga.



Fonte: JEVEAUX, 2010.

O seu processo criativo e produtivo se baseia no aproveitamento dos espaços que a moda ocupa e interage com diferentes áreas. Usufrui do lugar de memória, humor e afeto para trabalhar com elementos imagéticos e discursos para a criação de um universo simbólico para suas coleções. Indo muito além de uma moda que é apenas para se vestir, mas também para estimular percepções além das habituais. Encara a moda como recuso comunicativo e documentativo, onde os temas principais são os âmbitos humanísticos, sociais, políticos e culturais.

Em sua abordagem da moda, Ronaldo Fraga constrói narrativas cuja associação de desenhos e padrões gráficos com uma vertente ligada à expressão da palavra, resgata memórias afetivas, culturais, históricas, sociais. Impregnada de textos e subtextos, a superfície têxtil de suas criações expõe os modos como os sentidos são elaborados, materializando-se em estampas, cores e tecidos. (VIEIRA, 2012, p. 10-12)

## 4 COLEÇÃO DE ESTAMPAS DIGITAIS

O intuito dessa coleção de estampas é, através da moda e da estamparia digital, criar um lugar de memória cultural. Através de elementos visuais e da contação de histórias, duas lendas do folclore brasileiro, o mito do Boitatá e o da Vitória-régia. Para a criação das estampas, foram utilizados os programas Photoshop e Krita, e o aplicativo Ibispaint X.

### 4.1 Lenda do Boitatá

Boitatá, chamado também de Mboitatá, Batatão, Biatatá (principalmente na Bahia), Jean Delafosse (em Sergipe) no norte e no nordeste e Bitatá, Batatá, Baitatá, no sul, é um dos personagens da coletânea folclórica brasileira. “Era a protetora dos campos, dos relvados naturais. Atacava os incendiários, perseguindo-os sob a forma ofídica e matando-os, de medo ou queimados” (CASCUDO, 2012, p. 125) Apesar do nome, a lenda não fala sobre bois nem sobre batatas, mas sim sobre uma cobra gigante de corpo translúcido que arde em fogo durante a noite pelas matas brasileiras. Representando no sentido figurado, o fenômeno físico-químico, fogo-fátuo.

A lenda descreve Boitatá como um espectro de cobra, que se alimentava dos olhos de quem atacava, de forma que seu corpo transparente ficava recheado de olhos flamejantes. Para escapar dela, a vítima deve permanecer parada de olhos fechados até a serpente perder o interesse e caso não funcione, deve jogar em direção a ela um objeto de ferro. Com intuítos morais e ecológicos, existem variações da lenda em que Boitatá se transformaria em um pedaço de madeira afogado para punir quem comete agressões contra as florestas. (FRANCHINI, 2011, p.163).

A lenda foi citada pela primeira vez no Brasil em 1560, pelo jesuíta José de Anchieta na Carta de São Vicente.

[...] o baetatá, traduzindo-o por “cousa de fogo, o que é todo fogo”. Mbai, cousa, e tatá, fogo, davam justamente essa versão. Como aquele fogo vivo se deslocava, deixando um rastro luminoso, “um facho cintilante correndo para ali”, anotava o jesuíta, veio a imagem da marcha ondulada da serpente. E mesmo há no idioma tupi palavra de pronúncia ligeiramente diversa de mba, significando cobra. É mbói. De mbai-tatá, coisa de fogo, chegou-se a Mbói-tatá, cobra de fogo. Essa foi a figura que se popularizou. (CASCUDO, 2012, p. 124).

## 4.2 Moodboard da coleção Boitatá

Figura 13 – Moodboard “Boitatá”



Fonte: Da autora, 2022.

O painel de inspiração conta entre suas figuras a cobra, o animal protagonista da lenda folclórica, o elemento natural principal que é o fogo e o local que são as matas. Além disso, como membro que se destaca no mito, os olhos. Compondo a cartela de cores temos o laranja, amarelo, vermelho, preto, branco e verde musgo.

Figura 14 – Cartela de cores do moodboard “Boitatá”.



Fonte: Da autora, 2022.



### 4.3 Estampas

Figura 15 – Rapport estampa “Translúcida”.



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 16 – Estampa “Translúcida”, estampa corrida em bloco com rotação



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 17 – Rapport estampa “Em chamas”.



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 18 – Estampa “Em chamas”, estampa corrida em bloco com rotação.



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 19 – Estampa localizada “Protetora das florestas”.



Fonte: Da autora, 2022

Figura 20 – Estampa localizada “Devoradora de olhos”



Fonte: Da autora, 2022



#### 4.4 Possíveis aplicações das estampas em superfícies têxteis

Foi feito digitalmente as aplicações das estampas corridas e localizadas, através do aplicativo Ibispaint X em peças de roupa tanto masculinas, quanto femininas. As estampas possibilitam a utilização também em outras superfícies têxteis decorativas, como almofadas e mantas.

Figura 21 – Aplicação digital das estampas da lenda Boitatá em peças de roupa.



Fonte: Da autora, 2022.

#### 4.5 Lenda da Vitória-régia

Vitória-régia é uma planta aquática que faz parte da vegetação brasileira, sendo típica da Amazônia. É chamada também de "irupé (guarani), uapé, aguapé (tupi), aguapé-açu, jaçanã, nampé, forno-de-jaçanã, rainha-dos-lagos, milho-d'água, cará-d'água, apé, forno, forno-de-jacaré, forno-d'água, iapunaque-uapê, iaupê-jaçanã" (WIKIPEDIA). É uma planta marginal, considerada uma das maiores do mundo ela chega até 2 metros de diâmetro, é redonda e possui flores noturnas, brancas ou rosadas que nascem entre os meses de janeiro e fevereiro e exalam perfume, a fase inicial do seu crescimento é no fundo dos lagos (SANTOS, 2021). O nome Vitória-régia foi atribuído à essa planta pelos ingleses em homenagem à Rainha Vitória. Apesar da origem do nome, a lenda não se relaciona em nada com a realeza britânica e sim, uma tribo indígena tupi-guarani (FRANCHINI, 2011, p. 77).

As versões da lenda, possuem como protagonista uma jovem indígena apaixonada pela lua, por alguns autores chamada de Araci e por outros de Naiá. Seu único propósito era tocar o grande satélite, conhecido como Jaci pelos índios tupis-guaranis, a deusa lua – em algumas versões é visto como uma figura masculina. A aldeia acreditava que Jaci sempre que se escondia atrás de uma montanha, levava uma jovem consigo e a transformava permanentemente em uma estrela no céu (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2020). Ao cair da noite e ao aparecimento da lua no céu, a índia tentava de tudo, subia na árvore mais alta para tentar tocar a grandiosa deusa ou ser convidada por ela para ascender ao céu, mas era em vão, nada funcionava.

Certa noite, a jovem avistou o reflexo da lua no lago, pensou que dessa vez ela teria vindo ao seu encontro, tentou nadar para alcançá-la, mas era em vão. Então, já cansada mergulhou bem fundo para chegar até o astro e perdeu completamente o fôlego, se afogando e falecendo (FRANCHINI, 2011, p. 77). Comovida com o sacrifício da bela jovem indígena, Jaci decidiu transformá-la em algo diferente de uma estrela que brilha no céu, tornou-a uma "Estrela das Águas", a flor da grande e redonda planta, conhecida popularmente como Vitória-régia. "Conta-se que, por isso, as flores perfumadas e brancas da vitória-régia só se abrem à noite: uma homenagem à Jaci, a deusa Lua. E, ao nascer do sol, as flores ficam rosadas, como o rosto da índia guerreira Naiá." (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2020, p.14).



#### 4.6 Moodboard da coleção Vitória-régia

Figura 22 – Moodboard “Vitória-régia”



Fonte: Da autora, 2022.

O painel de inspiração conta entre suas figuras a planta Vitória-régia, protagonista da lenda folclórica, o astro principal que é a lua e outra persona, a jovem indígena. Compondo a cartela de cores temos o rosa, salmão, off-white, amarelo e cinza e verde musgo.

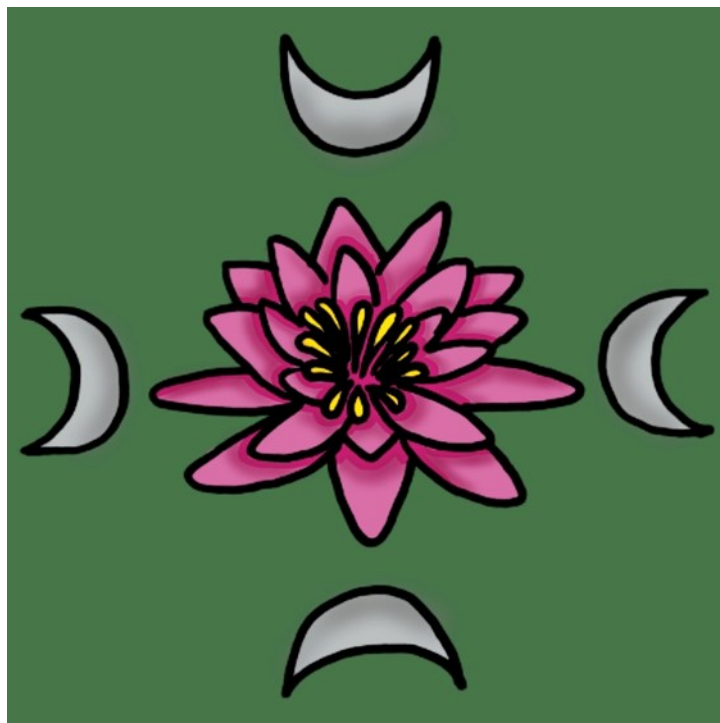
Figura 23 – Cartela de cores do moodboard “Vitória-régia”.



Fonte: Da autora, 2022.

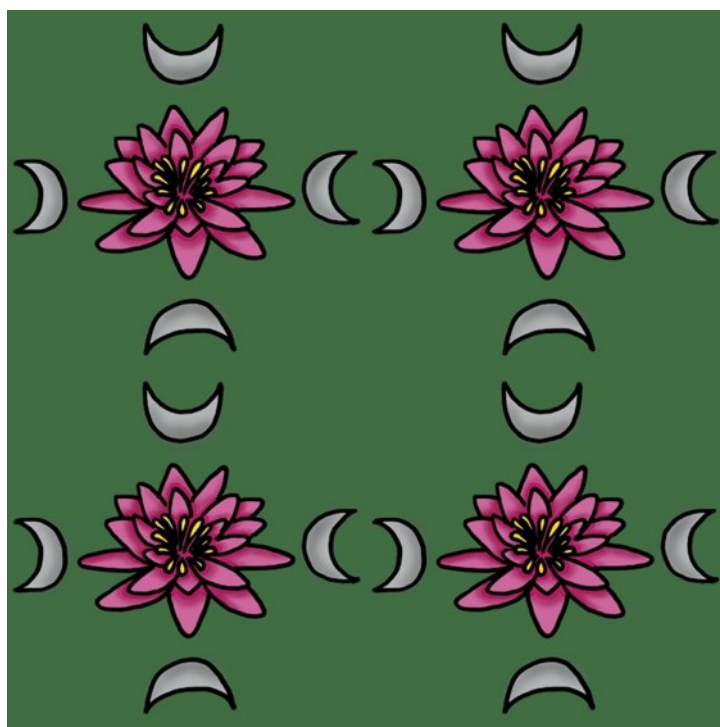
## 4.7 Estampas

Figura 24 – Rapport estampa “Naiá”.



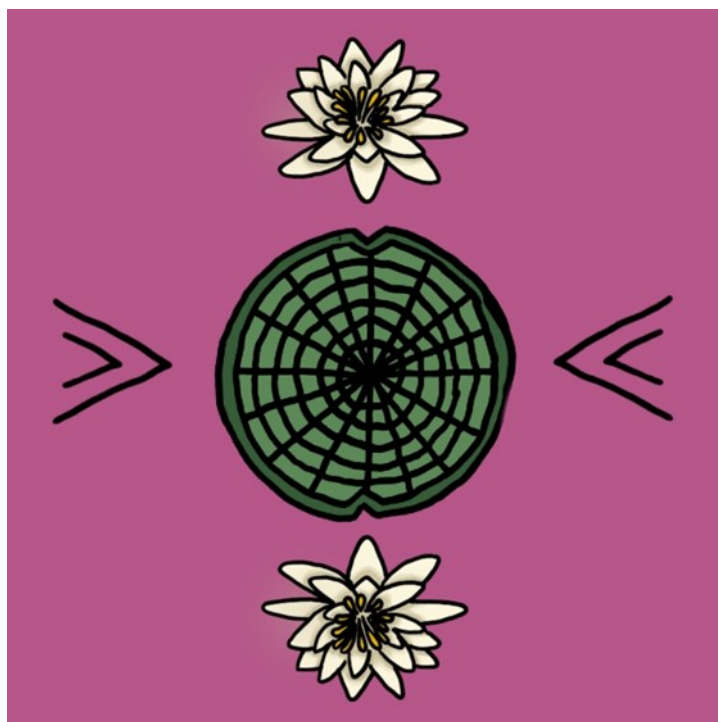
Fonte: Da autora, 2022.

Figura 25 – Estampa “Naiá”, estampa corrida em bloco com rotação



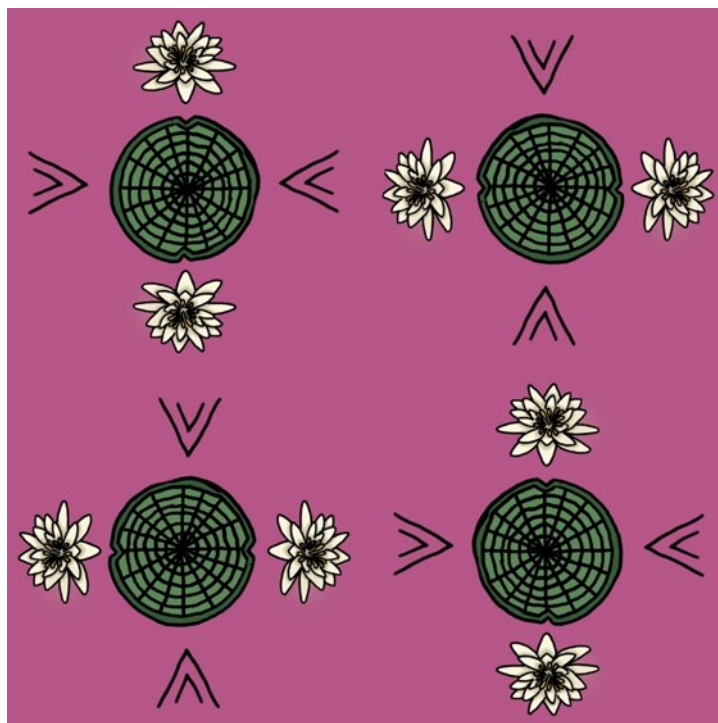
Fonte: Da autora, 2022.

Figura 26 – Rapport estampa “Rainha dos lagos”.



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 27 – Estampa “Rainha dos lagos”, estampa corrida em bloco com rotação.



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 28 – Estampa localizada “Jaci”.



Fonte: Da autora, 2022

Figura 29 – Estampa localizada “Aguapé-açu”



Fonte: Da autora, 2022



#### 4.8 Possíveis aplicações das estampas em superfícies têxteis

Foi feito digitalmente as aplicações das estampas corridas e localizadas, através do aplicativo Ibispaint X em peças de roupa tanto masculinas, quanto femininas. As estampas possibilitam a utilização também em outras superfícies têxteis decorativas, como almofadas e mantas.

Figura 30 – Aplicação digital das estampas da lenda Vitória-régia em peças de roupa.



Fonte: Da autora, 2022.

## 5 CONCLUSÃO

Evidencia-se nesse trabalho, como a estamparia têxtil e o designer de estampas, desempenham um papel importante na criação de lugares de memória, estabelecendo, também, vínculos entre cultura, moda e consumidor. Dessa forma, valorizando a cultura popular como pertencente ao Brasil, ao cotidiano e as raízes, como algo que evolui, porque faz parte da história da sociedade e não como objeto exótico, antigo e distante.

Acredito que a coleção final atende esses objetivos, exaltando a cultura popular e as lendas folclóricas em um meio de consumo, contando histórias e criando memórias. Esse projeto trabalhou apenas com um fragmento cultural, apenas duas lendas de muitas outras existentes, proporcionando assim, a oportunidade de expansão dessa pesquisa tanto para outros mitos, quanto para diversos outros aspectos do folclore, como as danças, costumes e religiões.

Além disso, no trabalho sugeriu-se apenas a aplicação das estampas em peças de vestuário, porém a aplicabilidade pode ser experimentada em diversas outras superfícies têxteis, principalmente no setor decorativo, como almofadas e tapetes, por exemplo e em superfícies não-têxteis também, como objetos de plástico e cerâmica.

Por fim, espero que esse tema possa ser expandido em outras pesquisas, para que o folclore seja sempre lembrado e enaltecido pelos brasileiros, e que o mundo da moda possa ser um criador dessas pontes culturais em um momento tão globalizado e que possui grande valorização às culturas de elite.

## REFERÊNCIAS

ACERVO DIGITAL ZUZU ANGEL. Cartela com amostras de tecido [festa de São João - 1]. Disponível em: <https://www.zuzuangel.com.br/vestuario/cartela-com-amostras-de-tecido-festa-de-sao-joao-1> . Acesso em: 19 set. 2022.

ACERVO DIGITAL ZUZU ANGEL. Vestido de protesto político [manga longa]. Disponível em: <https://www.zuzuangel.com.br/vestuario/vestido-de-protesto-politico-manga-longa> . Acesso em: 19 set. 2022.

BONADIO, Maria Claudia. A Rhodia têxtil e a “criação da moda nacional”. Colóquio de Moda, v. 2, 2006. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202006/artigos/78.pdf> . Acesso: 20/10/2022

BONADIO, Maria Claudia; GUIMARÃES, Maria Eduarda Araujo. Alceu Penna e a construção de um estilo brasileiro: modas e figurinos. Horizontes antropológicos, v. 16, p. 145-175, 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ha/a/CSgMCJCxkhsFKdKqTssLPzF/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 20/10/2022.

BURKE, P. Culturas populares e cultura de elite. Diálogos, v. 1, n. 1, p. 01-10, 11. 1997. Disponível em <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/Dialogos/article/view/37437/19408> . Acesso em 20/08/2022

CASCUDO, Luís da Câmara. Geografia dos Mitos Brasileiros. São Paulo: Global, 2012.

COSTA, Clarissa Marina da. Halloween do saci: proposta para o resgate do folclore brasileiro. 2021. Trabalho de conclusão de curso (Curso Superior de Tecnologia em Eventos)- Faculdade de Tecnologia Deputado Ary Fossen, Jundiaí, 2021. Disponível em: <https://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/5452>. Acesso em: 07/10/2022.

DHARMA PRINTS. Zuzu Angel – A Força da Mulher Brasileira Representada em Estampas. Disponível em: <https://www.dharmaprints.com.br/zuzu-angel-a-forca-da-mulher-brasileira-representada-em-estampas/> . Acesso em: 20 set. 2022.

DIAS, Nicole Cristine de Aquino. Diálogos entre moda e cultura: um olhar bakhtiniano para as narrativas do estilista Ronaldo Fraga. São Carlos: UFSCar, 2017. Disponível em <https://repositorio.ufscar.br/bitstream/handle/ufscar/9067/DissNCAD.pdf?sequence=1&isAllowed=y> . Acesso em 03/07/2022.

DICIONÁRIO PRIBERAM DA LÍNGUA PORTUGUESA. Folclore. 2008-2021. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/folclore> . Acesso em 10/08/2022.

DINIZ, Pedro. Historiador diz que Lampião foi estilista. 07/02/2015. Disponível em <https://m.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/02/1586317-historiador-diz-que-lampiao-foi-estilista.shtml> . Acesso em 10/2022.

FRANCHINI, A. S.. As 100 Melhores Lendas do Folclore Brasileiro. Porto Alegre. L&PM, 2011.

FUSARI, Gabriel. Quem foi Zuzu Angel: tudo que você precisa saber sobre a estilista. 2022. FFW. Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/quem-foi-zuzu-angel-tudo-que-voce-precisa-saber-sobre-a-estilista/> . Acesso em: 17 set. 2022.

INSTITUTO CASA ZUZU ANGEL. Maria Bonita e Lampião por Zuzu Angel. 2017. Acervo Digital Zuzu Angel. Disponível em: <https://www.zuzuangel.com.br/noticias/maria-bonita-e-lampiao-por-zuzu-angel> . Acesso em: 18 set. 2022.

JEREZ, Manoella Vieira dos Santos. SAMHAIN: desenvolvimento de coleção a partir de referências da cultura celta. 2018. 44 f. TCC (Doutorado) - Curso de Tecnólogo em Design de Moda, Instituto Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ifsc.edu.br/handle/123456789/2226> . Acesso em: 07 nov. 2022.

JEVEAUX, Mariana. Crítica estética do desfile de Ronaldo Fraga, Verão 2007- “A cobra: ri” Baseado nas teorias estéticas de Kant. 2010. Disponível em: <http://bonitomeparece.blogspot.com/> . Acesso em: 20 set. 2022.

LEITÃO, Débora Krischke. Brasil à moda da casa: imagens da nação na moda brasileira contemporânea. Porto Alegre: UFRS, 2007. Disponível em <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/10252/000592178.pdf> . Acesso em 03/07/2022.

MAGALHÃES, Joana Rodrigues Gonçalves. Cultura Popular Brasileira/Folclore no Ensino Fundamental. Carinhonha: UNB/ UAB, 2013. Disponível em <http://docplayer.com.br/16463879-Universidade-de-brasilia-unb-universidade-aberta-do-brasil-uab-faculdade-de-educacao-fe-curso-de-pedagogia-a-distancia.html> . Acesso em 08/08/2022.

MELLO, Frederico Pernambucano de. Estrelas de couro: a estética do cangaço. São Paulo: Escrituras Editora, 2010.

MILITÃO, Bruno. No Brasil, Halloween ofusca folclore brasileiro. 2020. Jornal da USP. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/no-brasil-halloween-ofusca-folclore-brasileiro/> . Acesso em: 07 nov. 2022.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. A lenda da Vitória Régia. 2020. Disponível em: <https://pt.m.wikipedia.org/wiki/Vit%C3%B3ria-r%C3%A9gia> . Acesso em: 07 nov. 2022.

MINISTÉRIO DO TURISMO. O CNFCP. Disponível em: <https://www.gov.br/iphan/pt-br/unidades-especiais/centro-nacional-de-folclore-e-cultura-popular/o-cnfc> . Acesso em: 16 set. 2022.

MIRANDA, Antonio. Sociedade da informação: globalização, identidade cultural e conteúdos. Ciência da Informação, v. 29, p. 78-88, 2000. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/4kcpYDjgyZHGR4ZbgrhZYzn/abstract/?lang=pt> . Acesso em 25/08/2022

MODA COM BISCOITOS. A literatura e a cultura brasileira através do estilista Ronaldo Fraga. 2012. Disponível em: <https://modacombiscoitos.wordpress.com/tag/moda-e-cultura/> . Acesso em: 17 set. 2022.

NASCIMENTO, Adriana; FERNANDES, Ana; BECKER, Bruno; WESSLER, Natasha. Estampas lendárias: a revitalização do imaginário popular através do design de superfície. Rio de Janeiro: Instituto INFNET, 2015. Disponível em [https://issuu.com/adrianap.donascimento/docs/tcc\\_estampas\\_lendarias7](https://issuu.com/adrianap.donascimento/docs/tcc_estampas_lendarias7) . Acesso em 03/07/2022.

PENNA, Alceu. Estudo, Brazilian Coffe. 1930/1970. Coleções da Rhodia. Disponível em: <https://artsandculture.google.com/asset/study-brazilian-coffee-alceu-penna/1wEx6jl97jvDqA> . Acesso em: 18 set. 2022.

PROCOPIO, Brenda Karoline de Oliveira. Folclore brasileiro. 23/08/2016. Disponível em <https://cnsasousa.com.br/folclore-brasileiro/> . Acesso em 16/10/2022.

RIBEIRO, Suzana. Estilista do mês: Ronaldo Fraga. 2011. Disponível em: <https://blogmimosdegirl.wordpress.com/2011/08/15/ronaldo-fraga-colecao-turista-aprendiz/> . Acesso em: 20 set. 2022.

ROMANATO, Daniella. Office Acadêmico: Manual para edição de trabalhos acadêmicos utilizando o programa Microsoft Word. Campinas: Incentivar, 2010.

ROSA JÚNIOR, João Dalla; ANDRADE, Pedro Duarte de. O design de moda e os lugares de memória: Ronaldo Fraga e sua coleção Pina Bausch. Revista de Design, Inovação e Gestão Estratégica, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 223-245, 2010. Disponível em: [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/35365633/38-232-1-PB\\_1-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1663795703&Signature=REluRJhs6Uu0o2IBL4Byc46pn3CKfHLrZtgZZSFnpXG~z0uQZreCRp57B~U2AFp1oSsijtX7HHxIDCuUz0L2vaPhOoYY9Kce3nGKll~zZIsA6RTdWpAZRjFedrIQI99BPAJ5dwU2InxPO2hhZ~M19xED3d5AG0IMhwVv8osOLFS59BZKOsWklalWncJM1f2LIos3UnQdyAhEcobJZwYOyge3ZQ42FstQBbDB1](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/35365633/38-232-1-PB_1-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1663795703&Signature=REluRJhs6Uu0o2IBL4Byc46pn3CKfHLrZtgZZSFnpXG~z0uQZreCRp57B~U2AFp1oSsijtX7HHxIDCuUz0L2vaPhOoYY9Kce3nGKll~zZIsA6RTdWpAZRjFedrIQI99BPAJ5dwU2InxPO2hhZ~M19xED3d5AG0IMhwVv8osOLFS59BZKOsWklalWncJM1f2LIos3UnQdyAhEcobJZwYOyge3ZQ42FstQBbDB1)

[2kiSXQMZtP3qMCEDTizRadLziDpmOd653A5gz~Lol8Aqmtt9T9K8ray3nf3E71wJ1UXQo1Pt~s-TJDP1NTpgu6KDsmVzWB-05sqa~cYRf6uX3C-Eg &Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://www.globo.com/Arquitetura/Paisagismo/noticia/2021/10/saiba-tudo-sobre-vitoria-regia-uma-das-plantas-tipicas-da-regiao-amazonica.html) . Acesso em: 19 set. 2022.

SANTOS, Camila. Saiba tudo sobre a vitória-régia, uma das plantas típicas da Região Amazônica. 2021. Casa Vogue. Disponível em: <https://casavogue.globo.com/Arquitetura/Paisagismo/noticia/2021/10/saiba-tudo-sobre-vitoria-regia-uma-das-plantas-tipicas-da-regiao-amazonica.html> . Acesso em: 07 nov. 2022.

SANTOS, Rochelle Cristina dos. Tramas da memória social: a poética de Ronaldo Fraga e a coleção de moda Nara Leão 2007/2008. Florianópolis: UESC, 2012. Disponível em [http://www.faed.udesc.br/arquivos/id\\_submenu/482/ppgh\\_udesc\\_dissert\\_rochelle\\_santos.pdf](http://www.faed.udesc.br/arquivos/id_submenu/482/ppgh_udesc_dissert_rochelle_santos.pdf) . Acesso em 03/07/2022.

SIMILI, I. G. Memórias da dor e do luto: as indumentárias político-religiosas de Zuzu Angel. Revista Brasileira de História das Religiões, v. 6, n. 18, p. 165-182, 11. 2014. Disponível em: <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/RbhrAnpuh/article/view/23657> . Acesso em 19/08/2022.

SIMÕES, Lisângela. Estudo semântico e diacrônico do sufixo -dade na língua portuguesa. São Paulo: USP, 2009. Disponível em [https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8142/tde-04022010-161225/publico/LISANGELA\\_SIMOES.pdf](https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8142/tde-04022010-161225/publico/LISANGELA_SIMOES.pdf) . Acesso em 15/10/2022.

TAMASO, I. O movimento folclórico brasileiro: uma rítmica de conquistas e fracassos. Anuário Antropológico, [S. l.], v. 22, n. 1, p. 305–313, 2018. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/anuarioantropologico/article/view/6724>. Acesso em 10/08/2022.

TRIPADVISOR. Foto: Fachada principal do museu. Disponível em: [https://www.tripadvisor.com.br/LocationPhotoDirectLink-g303506-d2352312-i234090020-Folclore\\_Edison\\_Carneiro\\_Museum-Rio\\_de\\_Janeiro\\_State\\_of\\_Rio\\_de\\_Janeiro.html](https://www.tripadvisor.com.br/LocationPhotoDirectLink-g303506-d2352312-i234090020-Folclore_Edison_Carneiro_Museum-Rio_de_Janeiro_State_of_Rio_de_Janeiro.html) . Acesso em: 17 set. 2022.

TRIPADVISOR. Museu de Folclore Edison Carneiro - Rio de Janeiro. Disponível em: [https://www.tripadvisor.com.br/Attraction\\_Review-g303506-d2352312-Reviews-Folclore\\_Edison\\_Carneiro\\_Museum-Rio\\_de\\_Janeiro\\_State\\_of\\_Rio\\_de\\_Janeiro.html](https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g303506-d2352312-Reviews-Folclore_Edison_Carneiro_Museum-Rio_de_Janeiro_State_of_Rio_de_Janeiro.html) . Acesso em: 17 set. 2022.

TURMA DO FOLCLORE. Saci Pererê. Disponível em: <https://turmadofolclore.com.br/saci-perere/> . Acesso em: 07 nov. 2022.

VIEIRA, Luciana Rothberg. Na Superfície Têxtil: narrativas em estampas de Ronaldo Fraga. 2012. 128 f. Tese (Doutorado) - Curso de Pós-Graduação em Artes, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012. Disponível em:

[https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/JSSS-8ZTN72/1/na superf cie t xtil narrativas em estampas de ronaldo fraga mestrado luciana rothberg.pdf](https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/JSSS-8ZTN72/1/na%20superf%C3%ACi%C3%A9%20narrativas%20em%20estampas%20de%20ronaldo%20fraga%20mestrado%20luciana%20rothberg.pdf) . Acesso em: 19 set. 2022.

VILHENA, Luís Rodolfo da Paixão. Projeto e Missão: o movimento folclórico brasileiro . 1995. Disponível em:  
<http://www.repositoriolabim.cchla.ufrn.br/bitstream/123456789/576/1/Projeto%20e%20Miss%C3%A3o%3A%20o%20movimento%20folcl%C3%B3rico%20brasileiro%201947-1964.%20VILHENA%20Lu%C3%ADs%20Rodolfo%20da%20Paix%C3%A3o.%201995..pdf> . Acesso em 15/08/2022.

WIKIPÉDIA. Vitória-régia. Disponível em:  
<https://pt.m.wikipedia.org/wiki/Vit%C3%B3ria-r%C3%A9gia> . Acesso em: 07 nov. 2022.