A RELAÇÃO ENTRE BOTAS E CHINELOS NO FIGURINO DA SÉRIE *CANGAÇO NOVO*: UMA ANÁLISE SEMIÓTICA

Flávia Farias Correia Lima
USP
flaviafarias@usp.br

Maria Rosa Sobral de Melo Teles
USP
mariarosa.smteles@gmail.com

Dib Karam Junior
USP
dib.karam@usp.br

Gabriela Sampaio Dourado
USP
gabidourado@gmail.com

PROJÉTICA

DESIGN: EDUCAÇÃO, CULTURA E SOCIEDADE

COMO CITAR ESTE ARTIGO:

LIMA, Flávia Farias Correia; KARAM JUNIOR, Dib; DOURADO, Gabriela Sampaio; TELES, Maria Rosa Sobral de Melo. A relação entre botas e chinelos no figurino da série Cangaço Novo: uma análise semiótica.. **Projetica**, Londrina, v. 17, n. 1, 2026. DOI: 10.5433/2236-2207.2026.v17.n1.52293. Disponível em: https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/52293.
DOI: 10.5433/2236-2207.2026.v17.n1.52293

Submissão: 2025-02-06

Aceite: 2025-11-21

Resumo: O foco do presente artigo é fundamentar-se na teoria semiótica de Charles Sanders Peirce para analisar o calçado utilizado pelos personagens da série Cangaço Novo, exibida na plataforma Amazon Prime, em contraste com a realidade socioeconômica do Nordeste brasileiro, destacando a relação simbólica do chinelo de borracha nesse ambiente social. A pesquisa explora a história e evolução desse calçado no contexto brasileiro, desde sua introdução nos anos 1960 até sua associação cultural com a classe trabalhadora de baixa renda. Ao analisar a escolha do figurino na série, destaca-se a presença de botas de aventura nos cangaceiros, representando uma adaptação visual ao gênero "Nordestern". O artigo, portanto, busca elaborar a relação simbólica entre essa escolha e a realidade observada empiricamente por meio da vivência das autoras em cidades do interior do Ceará.

Palavras-chave: chinelo; bota; cangaço novo; nordestern; semiótica.

Abstract: *The focus of this article is, based on the semiotic theory of Charles Sanders Peirce to analyze the footwear used by the characters of the series Cangaço Novo, show on the Amazon Prime platform, in contrast with the socioeconomic reality of the Brazilian Northeast, highlighting the symbolic relationship of the rubber slipper in that social enviroment. The research explores the history and evolution of this footwear in the Brazilian context, from its introduction in the 1960's to its cultural association with the low-income working class. When analyzing the choice of costumes in the series, the use of adventure boots by the "cangaceiros" stands out, representing a visual adaptation to the "Nordestern" genre. The article, therefore, seeks to elaborate the symbolic relationship between this choice and the reality empirically observed through the authors' experience in cities in the interior the state of Ceará.*

Keywords: *slipper; boot; cangaço novo; nordestern; semiotics.*

INTRODUÇÃO

Cangaço Novo é uma série brasileira, original da plataforma de streaming Amazon Prime Video, lançada no dia 18 de agosto de 2023. Na produção, Ubaldo (Allan Souza Lima) é um morador da cidade de São Paulo, bancário sem memória da sua infância que, descontente com a vida e precisando de dinheiro para cuidar do seu pai adotivo doente, acaba recebendo uma herança que mudará a sua vida. Para isso, viaja para a cidade fictícia de Cratará, no interior do Ceará, a fim de receber o dinheiro. No local, Ubaldo é recebido como capitão e "herdeiro do cangaço", e descobre ter duas irmãs que até então não conhecia: Dinorah (Alice Carvalho), uma assaltante de bancos e única mulher em sua gangue, e Dilvânia (Thainá Duarte), a líder de uma fraternidade que cultua seu pai morto. A produção é dirigida por Fabio Mendonça e Aly Muritiba. O plano de fundo é um grupo de "cangaceiros modernos", que assaltam bancos e lutam por manter as casas da comunidade — ameaçadas pelos políticos e empresários da cidade.

Figura 1 - Cartaz da série *Cangaço Novo, 2023*.



Fonte: Cangaço [...], (2023).

Na semana de estreia, a série ficou entre as 10 mais assistidas em 49 países - 24 da África, 13 da América Latina e 9 da Ásia. Entre os países em que mais foi assistida, estão: Portugal, Canadá, Moçambique, Quênia, Costa do Marfim, Paraguai e Emirados Árabes Unidos, de acordo com dados do site Flix Patrol (2023). No exterior, foi renomeada como "*New Bandits*" (Novos Bandidos, tradução livre).

Como referências audiovisuais, vê-se em *Cangaço Novo* a inspiração em obras do Cinema Nordestino Brasileiro, em especial a cinematografia de Glauber Rocha. O diretor foi o principal nome do Cinema Novo, movimento cinematográfico brasileiro, entre as décadas de 1960 e 1970, que se destacou por sua permanente crítica social e estética livre-experimental. A série também mostra símbolos e signos de produções do Cinema Nordestino autoral contemporâneo, como "Bacurau" (2019), "O Céu de Suely" (2006), "Cinema, Aspirinas e Urubus" (2005), com estética que parece se basear nos principais diretores deste movimento, como Kleber Mendonça Filho, Karim Ainouz e Cláudio Assis.

Diante do seu impacto no Brasil e no mundo, é possível classificar *Cangaço Novo* como um símbolo desta vertente audiovisual, seguindo o pensamento de que um signo não representa uma entidade inerte, destituída de atividade; ao contrário, ele se manifesta, se movimenta e interage tanto com seu objeto quanto com aqueles que o interpretam. O conjunto desse dinamismo intrínseco a um determinado signo é denominado semiose. Conforme Deely (1990, p. 42) observa:

> Peirce percebeu que o desenvolvimento pleno da semiótica como um corpus distinto de conhecimento exigia uma visão dinâmica da significação enquanto processo. Não se tratava apenas de uma questão sobre o Ser próprio do signo ontologicamente considerado. Há também a questão adicional do Tornar-se que esse tipo peculiar de Ser possibilita e pelo qual se sustenta. Não se tratava apenas do fato de que existem símbolos, por exemplo. Existe também o fato de que os símbolos crescem (Deely, 1990, p. 42).

A série como produto cinematográfico, em sua semiose, incorpora símbolos por meio de alguns artifícios e singularidades: intérpretes de outros produtos marcantes deste movimento do cinema; adaptação de figurino para uma imagem mais cosmopolita; locações remetendo a um "sertão neutro"; iluminação; sotaque; trilha sonora; e o próprio sertão como personagem e fantasia. Já entre as singularidades, destaca-se: o dinamismo da ação; a homogeneização do sotaque nordestino; o banditismo atualizado; os "dois Brasis"; o banco como ligação com o "sistema"; a conexão dos personagens com a tecnologia e desconexão com a perspectiva; a estética periférica cosmopolita; e as lideranças femininas. O presente artigo, porém, irá basear sua análise na escolha das botas no figurino dos personagens participantes do "cangaço" e a possível desconexão com a realidade de figuras como estas em cidades do interior do Ceará.

Destaca-se a relação do chinelo de borracha como item significativo na construção da cultura material e imagética dos moradores, com baixo poder aquisitivo, das cidades do interior do nordeste brasileiro, contrastando com a imagem elaborada a partir das peças de vestuário utilizadas na série *Cangaço Novo*, em que os personagens da cidade fictícia de Cratará, localizada no interior do Ceará, utilizam botas.

O CHINELO

Os calçados como elementos culturais demonstram considerável relevância em estudos voltados para história da indumentária e a construção social de um povo, acompanhando a evolução do comportamento, refletindo o modo de vida das pessoas, revelando costumes, demarcando classes hierárquicas, e assim servindo como um artefato marcador de temporalidade, além de apontar indicadores socioeconômicos. Nessa perspectiva, Miller (2013) afirma que o vestuário é importante e constituinte principal no intermédio entre a percepção do corpo e as relações com o mundo.

Segundo O'Keeffe (1996), as sandálias foram os primeiros calçados criados pelo homem, os quais cada civilização antiga desenvolvia sua própria versão que tinha como base uma sola firme presa aos pés por fibras, couro ou tecido.

Os primeiros chinelos, que se classificam como uma espécie de sandálias, surgiram no Oriente Médio. O modelo egípcio era confeccionado com papiro, fibra de palmeira e palha entrelaçada. Para Ferreira (2010), o principal objetivo da criação e utilização desse tipo de calçado na antiguidade era a proteção dos pés das intempéries climáticas, como as areias escaldantes da região. O autor afirma que não se pode assegurar se o uso dos calçados na época era exclusivo da nobreza ou fazia parte da indumentária local, independente de status quo:

> No Egito antigo parece haver sintomas de que calçar constitui um privilégio da nobreza, dos sacerdotes e dos soldados. Persiste, porém mesmo entre os historiadores a dúvida: seguramente sabe-se que os hebreus sob o domínio egípcio não estavam descalços. Se calçar constituía um hábito mesmo entre os hebreus escravizados, lógico seria supor que as sandálias estivessem integradas à vestimenta cotidiana egípcia. Mernaux lança a hipótese explicativa às representações pictóricas retratando os servos descalços (Museu do calçado de franca *apud* Ferreira, 2010, p. 85).

No Brasil, os chinelos ou chinelas, como são chamadas em algumas regiões do nordeste do país, são calçados vistos como casuais, que sugerem informalidade, conforto e praticidade no uso cotidiano (Pinent, 2013). São produtos compostos por um solado e tiras sobrepostas, que permitem deixar os pés à mostra, e por isso são apontados como itens de vestuário de verão, propondo um uso diretamente ligado a ambientes e situações de calor. São peças confeccionadas em materiais diversos, como plástico, borracha, madeira, tecido e fibras variadas.

O primeiro chinelo de dedo de borracha, antigamente também chamado de chinela japonesa, surgiu no Brasil em 1962 e foi patenteado em 1964. Criado pela empresa São Paulo Alpargatas, que em 2010 passou a ser chamada de

Alpargatas S.A., o modelo Havaianas foi inspirado em uma típica sandália do Japão, denominada *Zori*, que é composta por um solado de palha de arroz e tiras roliças de tecido, tradicionalmente utilizada por trabalhadores rurais japoneses. Apesar da ideia ter surgido a partir de um calçado oriental, o nome Havaianas foi inspirado no Havaí, remetendo a sensações de prazer, bem estar e relaxamento proporcionado pelo acessório que permite deixar os pés livres e descobertos (Medeiros, 2011).

As Havaianas também são constituídas por duas partes, sendo uma palmilha, solado de borracha, que carrega um padrão texturizado com grãos de arroz, em homenagem ao calçado que serviu de inspiração, e um cabedal em formato de forquilha produzido em PVC cujo formato lembra um "Y".

Souza (2021), afirma que apesar das fortes críticas a objetos produzidos com plástico e borracha, os polímeros apresentam inúmeras características positivas no que diz respeito ao seu desempenho, tais como: maior durabilidade, amortecimento mecânico, impermeabilidade, leveza, alto teor de reutilização e reciclagem, características presentes nos chinelos produzidos pela empresa Alpargatas que garantem a satisfação e o prestígio da marca no mercado:

> O segredo mais bem guardado do Brasil depois da fórmula do guaraná Antarctica talvez seja o da borracha sintética que compõem as Havaianas. Não se entende bem porquê, mas, desde que foram lançadas, em 1962, essas sandálias efetivamente não deformam, não soltam as tiras e não têm cheiro, como diz um velho slogan da marca. Mesmo as concorrentes mais bem-sucedidas –como as sandálias Ipanema e Grendha, da Grendene– não conseguiram reproduzir a fórmula da borracha; elas trabalham com materiais como plástico e EVA (Gomes, 2005, p. 1).

Appadurai (2008) comenta que, para compreender o valor e uso dos objetos, faz-se necessário observar a trajetória deles, que se apresenta como fonte abundante de significações, e se torna princípio para interpretação.

Na década de 60, grande parte da economia do país se concentrava na agricultura. Por conta do baixo poder aquisitivo das pessoas no interior do Brasil, principalmente daquelas localizadas no Nordeste brasileiro, havia uma necessidade de peças de vestuário com alta durabilidade e baixo custo. Nesse contexto, se deu o grande sucesso dos chinelos de borracha nas referidas localidades.

Figura 2 - Havaianas na cesta básica 2022



Fonte: Alpargatas S. A. (2022)

Nos anos 80, devido à popularidade e adesão ao uso dos chinelos no país, um par de Havaianas passou a fazer parte da cesta básica brasileira, como item de primeira necessidade, ao lado dos principais alimentos que compõem a cultura alimentar nacional, como arroz e feijão, sendo usado como um dos produtos de referência para controle da inflação da época. Medeiros (2011, p. 22) comenta que "por aproximadamente três décadas, desde sua criação, os modelos eram baratos e não possuíam atrativo visual, sendo consumida largamente por pessoas de menor poder aquisitivo".

A Alpargatas S.A. foi a primeira marca a introduzir o chinelo de dedos no país, sendo imitada por outras empresas nas décadas seguintes, mas nenhuma outra marca obteve tanto destaque. Souza (2021, p. 47) afirma que o modelo Havaianas permaneceu fiel ao seu estilo tradicional durante muito tempo: "dos anos 1960 aos 1990, o chinelo manteve morfologia e estrutura únicas: sempre bi crômico, branco na parte superior da palmilha e azul, amarelo ou preto na parte inferior e na forquilha".

No final da década de 90, houve um aumento na abrangência da empresa Alpargatas, com lançamento de novos modelos de chinelos com cores variadas, estampas, ampliando assim o mix de produto da marca, com objetivo de atender outros públicos, principalmente o segmento jovem. Desde então o chinelo virou artigo de moda, seguindo tendências de estilo, e se reinventando constantemente. O crescimento da Havaianas, aliado ao investimento em comunicação, marketing e expansão da marca para outros países, transformou o chinelo de borracha em um dos grandes símbolos da cultura popular brasileira. Atualmente, o chinelo de borracha é um artigo desejado e consumido por diferentes classes sociais no Brasil e no exterior (Medeiros, 2011), transitando dos modelos mais simples e acessíveis até versões sofisticadas e customizadas, desenvolvidas em colaboração com grandes marcas de luxo internacionais como Saint Laurent, Missioni, Mastermind, BAPE, Dolce & Gabbana e Isabel Marant.

O CHINELO NO NORDESTE

Os chinelos de dedo de borracha foram introduzidos no sertão nordestino logo no início da década de 60 com o lançamento das Havaianas. Por questões de satisfação com o custo-benefício, a durabilidade e o desempenho de uso, o calçado foi rapidamente acolhido e absorvido pelo mercado popular:

> Apesar dos esforços publicitários, esse novo produto, que logo se espraiou pelo mercado consumidor brasileiro, passou a estar fortemente vinculado a consumidores de baixa renda, empregadas, pedreiros, porteiros, pescadores, migrantes e camponeses, consolidando discursos materiais relacionados a seu baixo apelo estético, alta funcionalidade e uso doméstico. O preconceito das classes médias e altas fundiu, de maneira depreciativa, o produto à pobreza (Souza, 2021, p. 48).

Diante da relação estabelecida entre o chinelo e a pobreza, confirma-se a ideia de Appadurai (2008), quando observa que os objetos vinculam coisas a pessoas e inserem o fluxo de coisas no fluxo de relações sociais.

Os chinelos passaram a fazer parte do guarda-roupas de pessoas com baixo poder aquisitivo por uma questão de demanda. Não havia escolha ou outras opções de calçados que coubessem no orçamento das classes menos favorecidas. Por esse motivo, surgiu nas zonas urbanas da região Sudeste do país, área de grande concentração de dinheiro, a expressão "pés de chinelo", como sentença carregada de preconceito, para designar pessoas com recursos financeiros inferiores, como comenta Souza (2021):

> O 'pé de chinelo' relaciona-se aos pés largos, que por estarem constantemente descalços ou sobre chinelos, expressavam marcas associadas à pobreza e ao trabalho. Sua popularidade entre os camponeses do sertão e a cultura material que as ondas migratórias do êxodo rural carregaram do Nordeste para o Sudeste reproduziram esse imaginário (Souza, 2021, p. 48).

Diante desse movimento social, que resultou na queda de vendas e rejeição do produto por parte do público que pertencia a classes sociais mais abastadas, iniciou-se um reposicionamento de marca da Havaianas, culminando em uma reprogramação da comunicação, em que os valores intangíveis de caráter popular passaram a ser substituídos por características voltadas à ideia de um calçado democrático e informal (Gomes, 2005).

Os consumidores de baixa renda, primeiros usuários do chinelo de borracha, não deixaram de fazer uso do calçado, no entanto, é possível afirmar que novos compradores do acessório foram atraídos pela mudança de estratégia da marca, que segue se reinventando até os dias atuais. Os primeiros são usuários dos chinelos de borracha no cotidiano, por escassez, independente de ocasião, enquanto os demais calçavam Havaianas pontualmente em momentos informais de lazer, principalmente quando envolviam água, como ambientes de praia ou piscina. Para esses, a

utilização do artigo se baseava em uma escolha, já para os primeiros se revelava como necessidade.

A partir da observação da função do chinelo em cada caso, entende-se que, o consumo como fenômeno social reconhece o valor simbólico do objeto material antes do mesmo ser adquirido, durante o uso e até o seu descarte, enquanto revela outras dimensões da sociedade a partir das práticas sociais. Esses objetos que fazem parte da vida cotidiana das pessoas, em âmbitos culturais e históricos específicos, retratam o seu contexto humano e seus significados são revelados em suas formas, uso e trajetórias (Appadurai, 2008).

Miller (2007) comenta que estudos da cultura material se concentram nas especificidades de objetos materiais buscando compreender a humanidade como algo inseparável de sua materialidade. Nesse contexto, é possível identificar o quanto os calçados, como elementos do vestir, são determinantes na construção da identidade de um grupo social e na cultura de um lugar.

A partir desta ideia, pode-se afirmar que no processo de construção do figurino de uma série, filme, teatro, ou qualquer outra forma de expressão artística em que existem personagens, as peças de vestuário se tornam ferramentas de comunicação, fortalecendo a interpretação da narrativa.

Damatta (1986) afirma que tanto os homens como as sociedades se definem por seus estilos, seus modos de fazer as coisas, acreditando que as próprias coisas também são responsáveis por contar essas histórias.

ANÁLISE SEMIÓTICA

Quando se fala em análise semiótica de um produto audiovisual, cada detalhe importa. Isso porque a construção de uma narrativa audiovisual pode ser interpretada e avaliada por

diversas óticas, a depender do objetivo da análise. Pois, se a teoria semiótica compreende o signo como tudo o que está no lugar de alguma coisa como seu representante (Peirce, 2010), até os pés dos personagens podem carregar significados. Partindo desta premissa, este artigo compreende que a utilização de botas preferencialmente no figurino dos cangaceiros modernos da série sinaliza algumas possibilidades de significação.

Também é possível partir da premissa de que a vestimenta carrega importância central na construção dos personagens e em suas singularidades no processo de comunicação simbólica, abrangendo as esferas social, cultural e midiática. Isso se dá pelo fato de que o figurino desempenha o papel de materializar as características sociopsicológicas dos personagens, inserindo-os em determinados padrões e arquétipos, ao mesmo tempo em que contribui para definir o contexto espaço-temporal em que a narrativa se desenvolve (Costa, 2002). Nesse sentido:

> O figurino — também chamado vestuário ou guarda-roupa- é composto por todas as roupas e os acessórios dos personagens, projetados e/ ou escolhidos pelo figurinista, de acordo com as necessidades do roteiro e da direção do filme e as possibilidades do orçamento. O vestuário ajuda a definir o local onde se passa a narrativa, o tempo histórico e a atmosfera pretendida, além de ajudar a definir características dos personagens (Costa, 2002, p. 38).

As referências da série *Cangaço Novo* passam por um conceito criado pelo crítico Salvyano Cavalcanti de Paiva como "Nordestern", no qual o gênero cinematográfico americano "Werstern" se une a elementos característicos do Nordeste brasileiro. O termo americano se refere a produções sobre as aventuras do Velho Oeste, segundo a Cinemateca Brasileira, com elementos próprios do estilo "bang bang" no cinema. Já a alcunha do gênero brasileiro é inspirada, essencialmente, no cangaço nordestino e se refere a filmes que mostram grupos armados enfrentando alguma espécie de poder. O "Nordestern" ganhou notoriedade nos primeiros anos do século XX, impulsionado pela produção cinematográfica centrada no tema do cangaço, conforme documentado pela Cinemateca. O Brasil foi introduzido ao gênero por

meio de filmes como "Filho Sem Mãe" (Tancredo Seabra, 1925), "Sangue de Irmão" (Jota Soares, 1927) e "Lampião, a fera do Nordeste" (Guilherme Gáudio, 1930).

Dessa forma, a adaptação de figurino passa por essa linguagem "Nordestern", uma vez que o gênero cinematográfico reflete referências internacionais não apenas em quesitos como fotografia, roteiro e linguagem. O chinelo, cujo público alvo na década de lançamento era focado em consumidores brasileiros de baixa renda, tornou-se um produto símbolo da brasilidade. Dessa forma, incorporado ao estilo de vida do brasileiro, faz parte do cotidiano de cidades litorâneas, especialmente do Nordeste brasileiro, por conta do clima. Pés em sandálias de tiras se adaptam mais ao calor do que sapatos fechados como tênis e botas. Sendo assim, são vistos como escolha de moradores para grande parte das ocasiões, independente da ideia de adequação aos espaços ou situações.

Porém, ao observar o figurino dos personagens do bando em *Cangaço Novo*, o calçado escolhido para grande parte dos integrantes é a chamada "bota de aventura". Esse tipo de calçado é projetado para atividades ao ar livre e, na maioria dos casos, de aventuras em ambientes de relevo instável. As características comuns das botas de aventura incluem solados robustos e antiderrapantes para proporcionar aderência em terrenos irregulares, materiais impermeáveis ou resistentes à água para manter os pés secos em condições úmidas, e construção resistente para proteger os pés de pedras, raízes ou outros obstáculos.

Figura 3 - Personagens utilizam "botas de aventura".



Fonte: Reprodução/IMDb.

Desta forma, é compreensível que, para a "atividade" de cangaceiro e todos os percalços no caminho das ações do bando, a escolha da "bota de aventura" para o figurino se apresente mais como uma tentativa de adaptação de linguagem visual para os consumidores do gênero audiovisual "nordestern" do que, necessariamente, como uma relação mais direta com o personagem ali desenhado. Pois, ainda que não adequadamente, a realidade de um morador de uma cidade interiorana no Ceará, como é situada a fictícia Cratará, é o uso do chinelo para as mais diversas ocasiões — mesmo as de contravenção.

Como exemplo, pode-se citar o ocorrido em fevereiro de 2023 quando um grupo invadiu uma concessionária de carros de luxo em Fortaleza (CE) para assaltar a loja, ocasião em que grande parte do bando trajava chinelos e bermuda (Figura 3). Para além de situações controversas, como a de roubos, assaltos e mesmo prisões (Figura 4), os chinelos também são escolhidos para momentos em que um calçado mais preso ao pé seria o mais adequado, como numa festa de forró (Figura 5) ou longas caminhadas de compras no centro da cidade.

Figura 4 - Grupo assalta loja de carros de luxo em Fortaleza (CE)



Fonte: Bandeira(2023).

Figura 5 - Grupo preso no Eusébio, interior do Ceará



Fonte: Três [...] (2014).

Figura 6 - Festa de forró



Fonte: Tristão (2015).

Portanto, ainda que o figurino de *Cangaço Novo* se aproprie de diversos símbolos e signos da cultura cearense em sua forma de vestir, como as calças jeans, as leggings coloridas, as blusas religiosas e as T-shirts com top de lycra, os calçados parecem mirar mais num imaginário desse tipo de personagem (bandidos e contraventores), do que na realidade. Sendo assim, a produção audiovisual ganha, junto com outros atributos e estratégias, a aceitabilidade para um público sudestino e internacional. Com isso, é possível observar que a construção imagética dos personagens de *Cangaço Novo* se baseia em relações simbólicas com o público referencial, porém se desprende de uma construção literal.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ciência semiótica e a teoria geral dos signos de Peirce, dedicados aos estudos dos processos de significação, permitem uma fundamentação em torno da interpretação de imagens e leituras da sociedade. A partir dela foi possível analisar

parte do figurino da série *Cangaço Novo,* com foco nos calçados dos personagens, como estudo proposto no presente artigo.

Aliado a isso, os conceitos de cultura material, possibilitaram explanar a conexão entre a história do chinelo de borracha no país, com a população de classes sociais menos favorecidas economicamente, que habitam o nordeste brasileiro, retratado na série exibida pela Amazon Prime Video.

O figurino dos personagens de *Cangaço Novo* se apresenta como laboratório repleto de possibilidades de análises, em que as peças de vestuário, como ferramentas de comunicação, são manipuladas na busca da construção de identidades, que serão decodificadas pelos consumidores da série, amparando a compreensão geral da narrativa.

Conclui-se que a escolha das botas de aventura para compor a vestimenta dos personagens moradores da cidade fictícia de Cratará, retratada em *Cangaço Novo*, apesar de contrastar com a realidade dos calçados utilizados no cotidiano de pessoas nativas do interior cearense, no caso, os chinelos de borracha, reforça a ideia de manipulação da atmosfera nordestina, com objetivo de validar o gênero "Nordestern", impondo uma estética que promove valores associados a força, resistência, rigidez, violência e coragem, em oposição àqueles expressos pelo uso do chinelo.

Por fim, é possível evidenciar este trabalho como uma análise introdutória da leitura semiótica do figurino da série *Cangaço Novo*, e convida outros pesquisadores a executarem estudos complementares que destaquem a forma como o segmento audiovisual trabalha e manipula as imagens por meio do vestuário dos personagens.

REFERÊNCIAS

ALPARGATAS S. A. *Publicação de Alpargatas*. Linkedin. 2022. Disponível em: https://www.linkedin.com/posts/alpargatas_tbtalpa-pratodosverem-activity-6900193754553401344-upZ9/?originalSubdomain=pt. Acesso em: 17 nov. 2025.

APPADURAI, A. *A vida social das coisas*: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: Ed. da UFF, 2008.

BANDEIRA. G. Vídeo: grupo invade concessionária e rouba 13 carros de luxo no Ceará. Metrópolis, São Paulo, 14 fev. 2023. Disponível em: https://www.metropoles.com/brasil/video-grupo-invade-concessionaria-e-rouba-carros-de-luxo-no-ceara . Acesso em: 9 abr. 2026.

CANGAÇO novo. Direção: Fabio Mendonça e Aly Muritiba. Produção: Andrea Barata Ribeiro e Bel Berlinck. [*S. l.*]: Amazon Studios, 2023. Disponível em: https://www.primevideo.com/-/pt/detail/0JTVXZMN0PQDXQT5B0OQG2D44I/ref=atv_hm_hom_c_cjm7wb_2_1?jic=8%7CEgNhbGw%3D. Acesso em: 20 nov. 2023.

COSTA, F. A. O figurino como elemento essencial da narrativa. *Sessões do Imaginário*, Porto Alegre, v. 7, n. 8, p. 38-41, ago. 2002.

DAMATTA, R. *O que faz o brasil, Brasil?*. Rio de Janeiro: ROCCO, 1986.

DEELY, J. *Semiótica Básica*. Tradução: Julio C. M. Pinto. Belo Horizonte: Ática, 1990.

ECARVALHO, A.; DUARTE, T.; SOUZA, A. Entrevista Exclusiva com Elenco de Cangaço Novo. Publicada pelo canal Pablo Villaça. YouTube. 2023a. 1 video (63 min). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=1QUkwxUR4Uw. Acesso em: 27 nov. 2023.

FERREIRA, N. R. A. O calçado como artefato de proteção à diferenciação social: A história do calçado da Antiguidade ao século XVI. *Ciência Et Praxis*, Passos, v. 3, n. 6, 2010.

FLIX PATROL. *Top 10 on Streaming in the World in 2023.* 2023. Disponível em: https://flixpatrol.com/top10/streaming/world/2023/ . Acesso em: 11 abr. 2026.

GOMES, A. S. *Havaianas: com o mundo a seus pés*. São Paulo: HSM Management, 2005.

MEDEIROS, G. A. *Sandálias de borracha*: uma proposta de trabalho temática para o conteúdo de polímeros. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Química) – Instituto de Química, Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2011.

MILLER, D. Consumo como cultura material. *Horizontes Antropológicos*. Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, 2007.

MILLER, D. *Trecos, troços e coisas*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

O'KEEFFE, L. *Sapatos*: uma festa de sapatos de saltos, sandálias, chinelos. Colônia: Konemann, 1996.

PEIRCE, C. S. *Semiótica*. Tradução de José Teixeira Coelho Neto. 4.ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2010.

PINENT, L. S. *O chinelo que mudou de classe*: a trajetória da Havaianas em perspectiva antropológica. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Sociais) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

SOUZA, R. A. Rodinhas de chinelo de borracha ao combate. *Revista de Arqueologia*, Rio de Janeiro, v. 34, n. 2, maio/ago. 2021.

TRÊS elementos presos, em flagrante, por roubo de veículo na Precabura. *Prefeitura de Eusébio Notícias*, Eusíbio, 17 jul. 2014. Disponívelem: https://eusebio.ce.gov.br/informa/6413/url_amg. Acesso em: 8 jan. 2024.

TRISTÃO, C. itaunas forro pista pes. *Vou sem guia*, [*s. l.*], 11 set. 2015. Disponível em: https://www.vousemguia.com.br/destino/itaunas-es/attachment/itaunas-forro-pista-pes/. Acesso em: 8 jan. 2024.