

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

Thaynnara Oliveira de Almeida

Arrume-se comigo: Estilos, inspirações, e tendências das favelas

Juiz de Fora
2025

Thaynnara Oliveira de Almeida

Arrume-se comigo: Estilos, inspirações, e tendências das favelas

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

Orientadora: Prof.^a Me. Anirã Marina de Aguiar Casali Dias

Juiz de Fora

2025

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da
Biblioteca Universitária da UFJF,
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Oliveira de Almeida, Thaynnara .
Arrume-se comigo: : Estilos, inspirações, e tendências
das favelas / Thaynnara Oliveira de Almeida. -- 2025.
72 p.

Orientador: Prof.a Me. Anirã Marina de Aguiar Casali
Dias Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade
Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design, 2025.

1. Moda. 2. Periférica. 3. Estilo. 4. Tendências. 5.
Favelas. I. Marina de Aguiar Casali Dias, Prof.a Me.
Anirã , orient. II. Título.

Thaynnara Oliveira de Almeida

Arrume-se comigo: Estilos, inspirações, e tendências das favelas.

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

Aprovado em de de .

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Me. Anirã Marina de Aguiar Casali Dias – Orientador
Universidade Federal de Juiz de Fora

Me. Lucas Soares
PPGCA/UFF

Prof. Dr. Cristiane Maria Medeiros laia

Dedico este trabalho a minha avó Maria de Lourdes de Oliveira, e a minha mãe Rosimar de Oliveira.

AGRADECIMENTOS

Dedico este trabalho a minha falecida avó Maria de Lourdes de Oliveira, uma mulher que era analfabeta, trabalhou por muitos anos varrendo as ruas da cidade de Juiz de Fora, antes de conseguir sua aposentadoria, não teve muitas oportunidades na vida, e precisou trabalhar desde cedo, mas fez de tudo para que eu tivesse uma oportunidade, e foi minha principal apoiadora para que eu chegasse até aqui.

Assim como a minha mãe que estudou até a quarta série, e retomou seus estudos junto comigo, por não conseguir mais me ensinar a fazer os deveres de casa. Eu cresci em um lar onde as mulheres fizeram e fazem acontecer. E por isso sou muito grata a todos da minha família, e amigos, principalmente aos que estiveram do meu lado nesses últimos anos até aqui, os que entendem minha condição de saúde, e me ajudam a ter uma boa qualidade de vida nos dias de hoje.

RESUMO

O objetivo desse trabalho é analisar e valorizar a moda periférica, mostrar suas influências, significados e o impacto na identidade e mudanças social dos moradores. No método para pesquisa foi feita uma contextualização teórica sobre a moda nas áreas periféricas, estudo de caso sobre as cantoras Tasha e Tracie, e as produtoras de moda periféricas que são inspiração para muitos jovens periféricos. E com isso um editorial de moda no bairro Sagrado Coração de Jesus em Juiz de Fora, Minas Gerais, com acessórios, réplicas, que são típicos da periferia utilizados em momentos de dia a dia, para bailes funks e festas de rua. Em conclusão ressaltamos que a moda periférica não é somente uma nova tendência, e sim resistência, identidade, pertencimento, e que merece ser valorizada, e reconhecida por estar presente a décadas nas periferias.

Palavras-chave: Moda. Periférica. Estilo.

ABSTRACT

The objective of this work is to analyze and value peripheral fashion, showing its influences, meanings and impact on the identity and social changes of residents. The research method included a theoretical contextualization of fashion in peripheral areas, a case study on singers Tasha and Tracie, and peripheral fashion producers who are inspiration for many peripheral youth. And with that, a fashion editorial in the Sagrado Coração de Jesus neighborhood in Juiz de Fora, Minas Gerais, with accessories and replicas, which are typical of the peripheral area used in everyday moments, for funk dances and street parties. In conclusion, we emphasize that peripheral fashion is not just a new trend, but rather resistance, identity, belonging, and that it deserves to be valued and recognized for having been present in the peripheral areas for decades.

Keywords: Keywords: Fashion. Peripheral. Style.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	4
2	CONTEXTUALIZAÇÃO TEÓRICA.....	5
2.1	TASHA E TRACIE: UM ESTUDO DE CASO SOBRE AS MODAS PERIFÉRICAS.....	10
3	MULHERES PERIFÉRICAS PRODUTORAS DE MODA.....	13
3.1	SUYANE YNAYA.....	14
3.2	FERNANDA SOUZA.....	15
3.3	CAMILA OLIVEIRA.....	16
4	TENDÊNCIA OU APROPRIAÇÃO?.....	17
5	ELEMENTOS DA CULTURA PERIFÉRICA ENQUANTO TENDÊNCIA.....	20
5.1	MAXIMALISMO.....	20
5.2	BRASIL <i>CORE</i>	21
5.3	O FUTEBOL NA MODA.....	23
6	PÚBLICO-ALVO.....	25
7	DESENVOLVIMENTO DO EDITORIAL.....	27
7.1	TEMA ou CONCEITO DO EDITORIAL.....	27
7.2	LOCAÇÃO.....	30
7.3	VESTUÁRIO.....	31
7.4	ACESSÓRIOS.....	35
7.5	BELEZA.....	37
7.6	MODELOS.....	37
7.7	POSES.....	38
7.8	ELEMENTOS CÊNICOS.....	40
7.9	FICHA TÉCNICA DO EDITORIAL.....	41
7.9.1	Custos do editorial.....	42
8	EDITORIAL “Arrume-se Comigo”.....	43
8.1	CONSIDERAÇÕES SOBRE O EDITORIAL.....	59
9	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	60
10	REFERÊNCIAS.....	61

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Mapa da fome segundo a <i>FAO</i>	8
Figura 2	Imagem da Produção independente da artista Fernanda Souza estilo <i>mandrake</i> ... 11	
Figura 3	Imagem da Produção independente da artista Fernanda Souza estilo <i>mandrake</i> ... 11	
Figura 4	Imagem da Produção independente da artista Fernanda Souza estilo <i>mandrake</i> ... 11	
Figura 5	Fotografias do estilo <i>Mandrake</i>	12
Figura 6	Fotografias do estilo <i>Mandrake</i>	12
Figura 7	Tasha e Tracie passaram pelo tapete vermelho do <i>BET Awards</i>	13
Figura 8	Tasha e Tracie passaram pelo tapete vermelho do <i>BET Awards</i>	13
Figura 9	Foto de perfil de Suyane Ynaya.....;.....	14
Figura 10	Trabalhos produzidos por Suyane Ynaya.....	15
Figura 11	Trabalhos produzidos por Suyane Ynaya.....	15
Figura 12	Foto de perfil de Fernanda Souza.....	15
Figura 13	Trabalhos feitos por Corre Rua.....	16
Figura 14	Trabalhos feitos por Corre Rua.....	16
Figura 15	Foto de perfil de Camila Oliveira.....	16
Figura 16	Trabalhos produzidos por Cadela <i>Chic</i>	17
Figura 17	Trabalhos produzidos por Cadela <i>Chic</i>	17
Figura 18	<i>Look</i> de <i>upcycling</i> com peças da Lacoste para Mc Hariel.....	19
Figura 19	Imagem do Adriano Imperador na Vila Cruzeiro.....	21
Figura 20	Imagem do Mc Poze do Rodo.....	21
Figura 21	Prancha de Brasil <i>Core</i>	22
Figura 22	<i>Mix</i> criado para tendência <i>Bloke core</i>	24
Figura 23	Prancha de público-alvo.....	26
Figura 24	Prancha de tema.....	28
Figura 25	Prancha de cores.....	29
Figura 26	Locação 1 - Barbearia CL.....	30
Figura 27	Locação 2 - Escadão do bairro Sagrado Coração de Jesus.....	30
Figura 28	Locação 3 – Merceria Santa Rosa Mística.....	31
Figura 29	<i>Looks</i> 1, 2 e 3	32
Figura 30	<i>Looks</i> 4 e 5.....	33
Figura 31	<i>Looks</i> 6 e 7.....	34
Figura 32	Prancha de acessórios.....	35
Figura 33	Prancha de acessórios do editorial.....	36
Figura 34	Modelos.....	37
Figura 35	Prancha de poses.....	38
Figura 36	Prancha de poses.....	39
Figura 37	Elementos cênicos.....	40
Figura 38	Elementos cênicos.....	40

Figura 39	Elementos cênicos.....	41
Figura 40	Prancha de gastos.....	42
Editorial “Arrume-se comigo” dentro do corpo do texto.....	Páginas 43 à 58	

1 INTRODUÇÃO

As modas periféricas e os seus elementos têm se popularizado entre diferentes classes nos últimos anos e para muitos desse "novo" público esse estilo surgiu recentemente: entre 2022 e 2025. Porém essas estéticas já fazem parte das periferias há décadas, sendo também uma forma de resistência, pertencimento e identidade. Assim, as modas periféricas são um reflexo das vivências e lutas dos povos que ali residem.

Neste trabalho exploraremos a moda nas periferias, analisando seus significados, influências e sua importância para os moradores desses territórios. Para inúmeros jovens periféricos do nosso país, a moda não é apenas uma forma de expressão, mas uma possibilidade de ascensão e reconhecimento. As modas periféricas também fazem parte diversas manifestações artísticas e políticas, como o *hip-hop*, o funk, o *rap* e o grafite, que andam lado a lado com a moda e que além de forma de lazer, também formam ideais do público e são usados neste trabalho como referências teóricas.

Com isso trago também um olhar pessoal, compartilhando minha vivência no bairro Sagrado Coração de Jesus, em Juiz de Fora, Minas Gerais, onde cresci e resido até os dias de hoje. Assim como muitas outras periferias brasileiras, é marcada por dificuldades, mas apesar delas sua população continua unida e sonhando junta.

Assim, o trabalho apresenta uma contextualização teórica onde aborda pontos essenciais para refletir sobre a cultura periférica. Realizo um breve estudo de caso sobre as cantoras Tasha e Tracie, que com sua representatividade e impacto na moda criam uma estética que empodera homens e mulheres, incentivam pessoas periféricas a se orgulhar de quem são e de onde vieram, e assim imaginar que tudo é possível. Por isso a música “Arrume-se comigo” se tornou título deste trabalho, convidando os leitores a perceberem que as modas periféricas também devem ser apreciadas e valorizadas, assim como é defendido na letra, a música tem uma participação muito importante nesse trabalho.

Profissionais e produtoras de moda que vieram de periferias são a inspiração desse trabalho, que busca demonstrar o impacto da cultura nas modas periféricas no Brasil e no mundo. Para isso, trarei tendências que fazem parte da moda periférica, como maximalismo com suas cores vibrantes, estampas gráficas, joias grandes exageradas. Além disso, falarei da valorização do estilo brasileiro com o brasil *core* e sobre o futebol com sua grande influência no público com suas camisas e itens esportivos, que são marcas registradas do estilo periférico.

As tendências abordadas neste trabalho serão abordadas de forma crítica, onde aponto as apropriações feitas pela elite e pelo grande mercado da moda.

A produção de moda feita para este trabalho foi realizada no bairro Sagrado Coração de Jesus, localizado no município de Juiz de Fora, Minas Gerais, com pessoas que residem na comunidade, retratando seu cotidiano em momentos como caminhar até seu local de lazer e praticar o autocuidado. As roupas usadas para a produção são do acervo pessoal dos participantes.

2 CONTEXTUALIZAÇÃO TEÓRICA

Desde que me entendo por gente, sou apaixonada por arte e pela moda, mas nunca tive condições de ter algo de marca, “original”, eram sempre réplicas. Era o que dava pra comprar e às vezes nem pra réplicas tínhamos condições, acabávamos tendo que escolher entre ter a réplica do tênis que estava na moda ou o dinheiro para ajudar na compra do mês, ou para o gás.

Com esses impasses, acabávamos comprando em brechós ou ganhando peças doadas de membros da família que repassavam roupas que não serviam mais nos seus filhos. Também recebíamos peças dos patrões da minha mãe que seriam descartadas, e ela levava para casa para ver se poderíamos reaproveitar. No artigo “Circuitos subalternos de consumo: Sobre cópias baratas, falsificações e quinquilharias”, de Ludmila Brandão, encontrei relatos que dialogam com a proposta do trabalho:

Para as classes mais pobres, o campo dos bens “necessários” é, em geral, reduzido a alimentação (sem “extravagâncias”), moradia, vestuário e saúde. Até um livro didático novo pode ser considerado supérfluo se for possível conseguir o equivalente de segunda mão. Para os mais ricos, todavia, a relatividade do conceito de necessidade permite construir para si uma faixa muito mais ampla de bens, estando, portanto, mais do que os menos favorecidos, a salvo da pecha do consumo por pura inveja! Isso nos obriga a concluir que a riqueza seria a única possibilidade de ser virtuoso, ao passo que na categoria de irracionais e invejosos estariam todos os pobres do mundo capitalista que ousassem consumir algo além de comida e proteção para o corpo. (2007, Página 95).

Com isso, acabei começando a tentar customizar algumas roupas, pra deixar mais com o meu jeito e me sentir melhor e incluída na moda. Muitas dessas customizações vieram de influências como Karina Milanesi, mais conhecida como Dica da Ka, Laura Brito e Andressa Martins até poder encontrar meu verdadeiro estilo. Quando recebemos uma peça doada ela

pode não transmitir um sentimento de pertencimento como as peças que são escolhidas por nós mesmos em uma compra. Assim, as customizações são um recurso importante para transformar e dar um novo significado a elas, analisando e pensando de forma criativa qual tipo de customização se encaixa melhor com a peça e com a sua identidade, seja corte, aplicações, pintura ou desfiado, trazendo uma nova vida para a roupa e alimentando seu próprio estilo, através da moda sustentável e acessível.

É importante ressaltar que essa realidade não é só minha, mas sim de muitos outros, que vivem nas áreas periféricas, e isso faz parte das vivências da população periférica com a moda.

Campos e Moura apontam um movimento da população periférica a partir dos anos 2000, que começou a se interessar em comprar itens que não são somente para sobrevivência:

Devido a políticas governamentais ocorridas durante os anos 2000, voltadas à distribuição de renda e acesso à informação, muitos brasileiros das classes C e D passaram a almejar hábitos de consumo menos utilitários, voltados aos itens básicos, e mais próximos ao de consumidores de alta renda, principalmente os que envolvem marcas que estão associadas ao imaginário de luxo e ostentação. Para esses jovens, conectar-se com o universo da moda passou a significar a busca de uma construção de identidade pessoal e social a partir do acesso a bens de consumo. (2021, Página 199).

Assim, os autores afirmam que as periferias brasileiras movimentaram R\$7 bilhões de reais em 2019 (2021, p. 202). Esse dado nos mostra que as periferias brasileiras têm um grande potencial econômico sobre o mercado da moda no país, que deveria ser mais valorizado.

O imaginário da moda na periferia é nutrido também por influências. Boa parte delas vem da música, da dança e de esportes como o futebol, pois são os meios que mais vemos pessoas das classes mais pobres mudando de vida e podendo ajudar suas famílias, que é um sonho comum do povo periférico. Vendo essas influências, acabamos querendo ter o que eles têm e acreditamos que conseguiremos um dia. Diante de uma realidade na qual o que resta para o povo é trabalhar pra sobreviver, pouco sobra para cuidar de si de verdade, e as réplicas fazem com que esse público se sinta pertencente à moda e recupere sua autoestima.

Assim, vendo essas influências usando roupas, sapatos, bolsas e até acessórios que muitas vezes não são acessíveis para nós, investimos em réplicas para nos sentirmos mais próximos de conquistar aquilo que almejamos.

Muito desse público periférico tenta pensar em algo que possa fazer o “jogo virar”, outros acabam desistindo de tentar e aceitam que vai ser pra sempre isso. E como Tasha diz na música *Até Sua Alma*:

Cresci pensando uma forma de sair da vida que armaram pra mim
 Fazia as conta e não via saída
 Pensava: Pra sempre não pode ser isso
 Se pá, minha sina
 Um ciclo, num vício
 A música que eu senti mudou meu destino
 Me distraiu da dor e do perigo
 (Djonga, Tasha & Tracie, 2022)

A moda para o povo periférico tem sentimentos profundos e carrega muita história por trás de cada peça e cada indivíduo. Esses indivíduos têm que se esforçar muito mais do que os outros que são de uma classe elevada, para conseguir conquistar o mínimo de acesso. Batalhamos por oportunidades de um emprego decente, muitas vezes tendo que escolher entre estudo ou trabalho, além de ter um esforço dobrado estudando em uma escola pública para tentar entrar numa faculdade federal, em concorrência com alunos de escolas particulares.

Em uma realidade onde se é descartado por morar em uma área pobre ou remota, ou por não se vestir com o estilo idealizado pela empresa, muitos desses sentimentos são expressos através da moda, ou da arte. Assim como no discurso do Mano Brown em um *show* antes de cantar a música *A vida é um desafio* (2002), relatado abaixo:

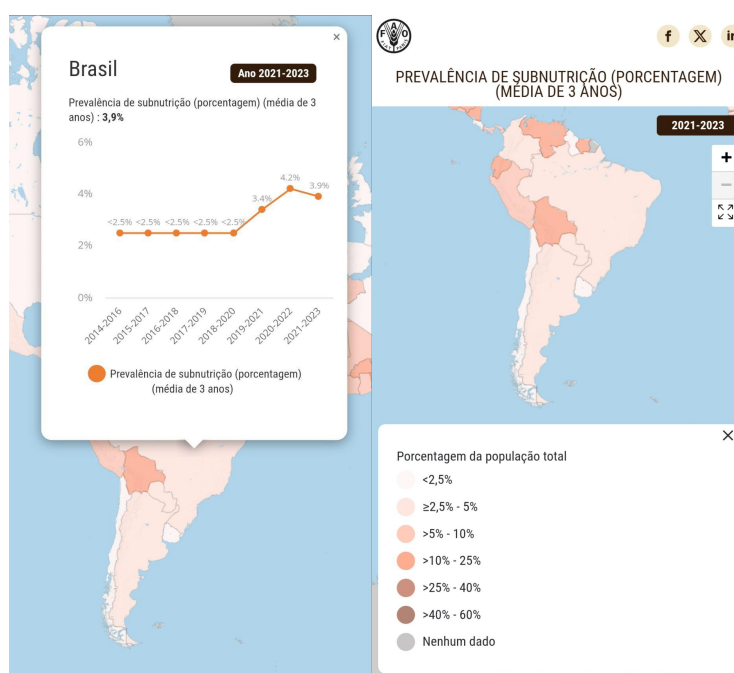
"Tem que acreditar.
 Desde cedo a mãe da gente fala assim:
 'filho, por você ser preto, você tem que ser duas vezes melhor.'
 Aí passado alguns anos eu pensei:
 Como fazer duas vezes melhor, se você tá pelo menos cem vezes
 atrasado pela escravidão, pela história, pelo preconceito, pelos
 traumas, pelas psicoses... por tudo que aconteceu? duas vezes melhor
 como ?
 Ou melhora ou ser o melhor ou o pior de uma vez.
 E sempre foi assim.
 Você vai escolher o que tiver mais perto de você,
 O que tiver dentro da sua realidade.
 Você vai ser duas vezes melhor como?
 Quem inventou isso aí?
 Quem foi o pilantra que inventou isso aí ?
 Acorda pra vida rapaz"
 (Afro-X & Racionais MC'S, 2002)

A moda na periferia é caracterizada por ser única, acessível e por valorizar a diversidade e a individualidade de quem a usa. Cada estado, cidade e bairro no nosso país possui um estilo

diferente, seja por influência cultural ou tradicional. A moda nesse sentido é um meio de identificação que acompanha e registra a trajetória de um povo, e é por meio das roupas que realçamos significados que dizem quem nós somos, de onde viemos, e para onde queremos ir. Na periferia as roupas têm um propósito diferente e o consumo acabou se tornando um meio de transição para que isso aconteça, trazendo uma melhora da autoestima e da realização pessoal.

O nosso país tem um grande índice de pobreza e violência, sem contar que tivemos um aumento grande no índice de desemprego após a pandemia, incluindo nosso país de volta ao mapa da fome segundo a *FAO* (*Food and Agriculture Organization of the United Nations* - Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura). Nesse contexto, a vida na periferia é uma corrida constante.

Figura 1 - Mapa da fome segundo a *FAO*.



Fonte: fao.org

Em São Paulo no ano de 2014 houve a criação de um projeto chamado “Periferia Inventando Moda”, que buscou ajudar e inserir jovens ao mercado de trabalho através da moda, fotografia e estética, entre outros campos do mercado de trabalho. Esses projetos sociais fazem a diferença, pois proporcionam experiências muitas vezes inacessíveis e despertam interesse nos jovens, que passam a enxergar novas possibilidades para si. O projeto teve a iniciativa de

produzir máscaras de proteção facial, unindo ainda mais a comunidade e sugerindo um novo caminho, ressignificando e criando códigos e signos para a comunidade. Como apontam Campos e Moura:

A produção cultural de moda e o consumo passaram a ser guiados não apenas por renda, mas por gostos, estilos e aspirações de vida, moldados a partir das mais variadas referências às quais uma pessoa tem acesso e isso acontece nas mais variadas camadas da estratificação social. No encontro com as culturas periféricas, a moda ganha um sentido político-estético novo, organizando grupos e criando redes para tempos comuns e de exceção, como o da pandemia da Covid-19. (2021, p. 208).

Um grande exemplo de inspiração e influência na arte são as canções e histórias do cantor belo-horizontino Djonga, que traz as causas relacionadas ao público periférico e preto tanto em suas músicas, quanto em entrevistas e redes sociais, fazendo com que pessoas de diferentes classes que consomem sua arte enxerguem a realidade sobre a qual ele fala. Vemos nas suas músicas a luta pela sobrevivência, a esperança, o sacrifício e o esforço dobrado para conseguir realizar seus sonhos e “ver o jogo virar”. Assim como vemos no trecho da música “Deus Dará” do artista:

“Pra minha vó tanto faz o que é *punchline*
 Desde que seja verdade e comunique a todos nós
 O que eu conquistar vai voltar pra minha base
 Sem base não tem começo, sem começo nem tem topo, *nigga*
 Antes de escolher comprar Nike ou Adidas
 Certifica que tem banquete pra gente encher a barriga
 Não se deslumbra com o caminho ou vai ficar sozinha
 Querem que a corrente seja nossa maior conquista.”
 Djonga & Coyote Beatz, 2020

Assim como disse no decorrer do texto, podemos ver que a moda na periferia é muito mais do que apenas se vestir: é uma forma de expressão, inclusão, de mostrar que você pode conquistar seus sonhos tanto grandes quanto pequenos e resistir às imposições sociais. É permitir ressignificar o que já foi e criar algo novo de novo. Apesar de ter que se esforçar em dobro, você pode fazer o jogo virar. Com isso a moda e esse tema de pesquisa são os meus meios de fazer meu jogo virar e levar todos que puder comigo, fazendo tudo ser melhor que ontem.

2.1 TASHA E TRACIE: UM ESTUDO DE CASO SOBRE AS MODAS PERIFÉRICAS

As gêmeas Tasha e Tracie Okereke cresceram em Jardim Perí, na zona norte de São Paulo. Frequentavam batalhas de rima e ambas tiveram que se sustentar desde novas - aos 17 já moravam sozinhas. Em 2014 criaram o blog intitulado “*Expensive Shit*”, onde falavam sobre arte e moda, e além dos textos elas produziam seus editoriais. Em 2019 finalmente estrearam como cantoras lançando o primeiro projeto musical intitulado Cachorra *Kamikaze*, logo em seguida o aclamado EP *Rouff*.

As músicas das artistas falam sobre temas ligados a cultura, o estilo de vida que viviam e que vivem hoje, moda, autoestima, tendo como propósito inspirar e empoderar o público que se identifica com suas letras. Como elas mesmas dizem: “to lançando mais uma pras brabas, mas as *paty* escuta outra que elas não encaixa” (Tasha & Tracie, 2020), deixando claro seu compromisso com a representatividade periférica.

A música intitulada “Arrume-se comigo”, que dá título a esse trabalho de conclusão de curso, se refere a uma *trend* criada na internet por blogueiras que postam o seu dia a dia. A música usa do título popular para mostrar para o seu público o seu estilo de vida, com representatividade através da moda e da música. Na letra da música elas citam várias marcas, que são mescladas no seu dia a dia ao montar seus *looks*:

Quarta date com meu preto, hoje acordei *afropaty*
Vou de vestido da Chanel, no pulso o meu *FoxHound*
Cartier da lente transparente, e um *Kenner* também
Pra balancear o *look*, uma bolsinha da *Shein*
Tasha & Tracie, 2023

O estilo das irmãs mescla itens de luxo a peças mais baratas (de brechós, réplicas e marcas de *fast fashion*) e até mesmo customizadas, mostrando que mesmo após a mudança do estilo de vida, as artistas não abandonam suas raízes e continuam com o mesmo estilo, assim como relata na música:

Mãozinha de midas, terça calçando Adidas
Reunião de negócios, Gucci com a minha *Dart*
Por aqui sua conta mudou, entendeu, vidas?
Nós vai ser sempre *drake*, diferente dessas fraude
Tasha & Tracie, 2023

O estilo *Drake* nomeado por elas na letra acima é uma abreviação da palavra *Mandrake*, que surgiu nas comunidades paulistas e é especialmente associado ao funk, ao *rap*, *trap* e *hip-hop*. É um estilo diferente comparado aos de outros estados, combinando ousadia e ostentação com referências da vida na periferia. Esse estilo faz combinações inusitadas, com peças esportivas, coloridas, com calças, *shorts* e saias de moletom da Cyclone. Também são usadas camisas de time, bonés e tênis de modelos populares como o Nike *Shox*. Entre os acessórios também estão óculos de sol como o modelo *Juliet* da marca Oakley, além de correntes e relógios seja de ouro, prata, cobre, alumínio, bijuterias em geral. E muitas das peças são estampadas com logos de marcas como Nike, Adidas, Lacoste, Louis Vuitton, Gucci entre outras.

Figura 2, 3 e 4 - Produção independente da artista Fernanda Souza, que assina suas produções como Corre Rua, fotografada por Isabelle Índia



Fonte: *Instagram*

Figuras 5 e 6 - Fotografias do estilo *Mandrake*, com um *mix* de peças da Cyclone, Oakley, Eckō, Quiksilver, Lacoste e Nike.



Fonte: Everskies

O estilo *Mandrake* é uma mistura de peças de *fast fashion*, versões piratas de marcas ou até mesmo peças originais mescladas trazendo novos significados e criando tendências. A periferia adapta e transforma estilos que já existem e criam novas combinações, dando outros significados ao *streetwear* ao unir elementos usados em periferias do Brasil e mesclando peças novas e antigas garimpadas em brechós.

As irmãs Tasha e Tracie foram indicadas ao prêmio *BET Awards* na categoria de “Melhor *Flow* Internacional” em 2023, e receberam o prêmio de serem umas das 100 pessoas com descendência africana mais influentes no mundo¹. As fotos das cantoras na premiação repercutiram na Internet pelo fato delas usarem peças que condiziam com o seu estilo: uma saia da *Cyclone* (marca muito famosa usada no estilo *Drake*), com tênis *Adidas Microbounce* e *Oakley Penny*. Também mesclaram com peças de cetim para trazer mais força e luxo ao *look* da premiação. Ao invés de irem vestidas com um *dresscode* norte americano ou europeu para a premiação, como fazem muitos artistas brasileiros ao ir em premiações internacionais, as artistas não perderam sua essência e representaram seu país, o lugar que elas vivem, sua cultura, sem precisar deixar de lado seu estilo marcante.

¹ O MIPAD (*Most Influential People African Descent*) é um evento que ocorre nos Estados Unidos.

Figuras 7 e 8: Nas imagens, Tasha e Tracie passaram pelo tapete vermelho do *BET Awards* em 2023, com um *look* marcante no estilo *Drake*.



Fonte: Marcus Ingram / *Getty Images*

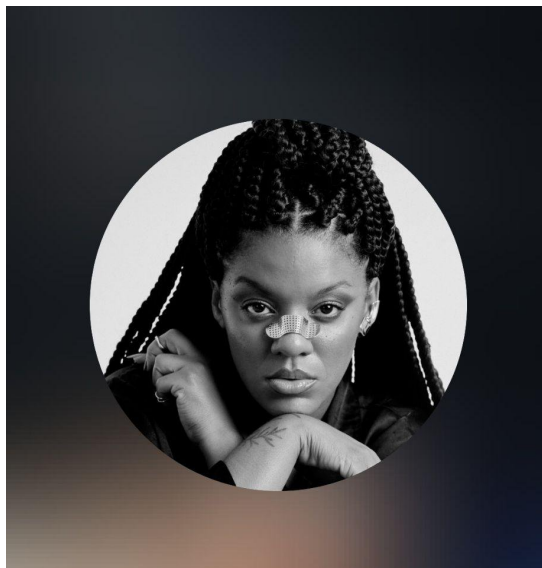
Elas já sabiam a mensagem que queriam passar ao pisar no tapete da premiação: a “brasilidade”, o estilo da periferia em que cresceram e faz parte da sua história, representando suas trajetórias no momento da conquista. Desse modo, mostraram que não precisavam mudar ou ser o que elas não são para chegar no topo.

3 MULHERES PERIFÉRICAS PRODUTORAS DE MODA

A produção de moda deste trabalho é voltada para a periferia, que apesar de não ser vista com bons olhos, é um lugar com muitos talentos que precisam ser mais valorizados. Então, busquei trazer como referência produtoras que em suas áreas fazem trabalhos incríveis, até mesmo com poucos recursos, enaltecendo a cultura periférica. Os nomes escolhidos foram de Suyane Ynaya, Fernanda Souza e Camila Oliveira, que trazem força e inspiram novos talentos, mostrando que na periferia tem muito mais do que violência, pobreza e crime, mas também tem arte e moda. A periferia não só consome como também cria, recria e dita tendências.

3.1 SUYANE YNAYA

Figura 9: Foto de perfil de Suyane Ynaya



Fonte:Instagram/@suyane_ynaya

Suyane Ynaya é da Zona Leste de São Paulo. É *stylist*, diretora de arte, *Co* fundadora da MOOC, editora de moda da *Elle* Brasil, conhecida pelos seus vídeos nas redes sociais onde compartilha sua vida pessoal e suas produções de moda. Se diz adepta da “serviologia” que define como “se virar com o que tem”, onde transforma produções simples feitas com seu celular em produções incríveis, assim como as que faz também com equipamentos profissionais. Nessas produções já trabalhou com vários artistas como Seu Jorge, Erykah Badu, Daniel Caesar, Duquesa, Marcelo D2, Ludmilla, Tasha e Tracie, Mano Brown, entre muitos outros.

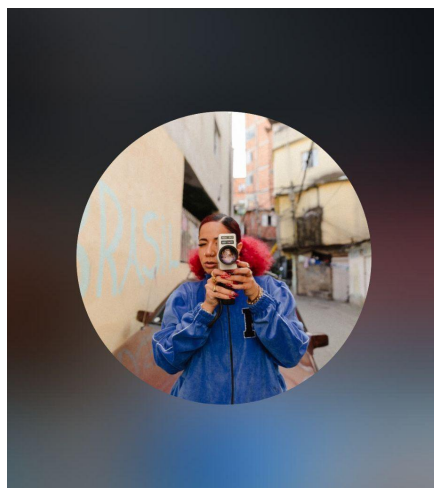
Figuras 10 e 11: Trabalhos produzidos por Suyane Ynaya para a *Elle* Brasil.



Fonte: Instagram/@suyane_ynaya

3.2 FERNANDA SOUZA

Figura 12: Foto de perfil de Fernanda Souza



Fonte: Instagram/@correrua_

Fernanda Souza ou Corre Rua como é conhecida no meio artístico, é diretora, diretora criativa, roteirista, diretora de cena na DLKTSN filmes, fotógrafa, consultora e curadora. Do extremo Grajaú em São Paulo, é especialista em cultura de rua, começou fotografando bailes funks com sua câmera analógica e a partir daí passou a trabalhar com muitos artistas com foco na direção criativa, e direção. Realizou parcerias com grandes marcas como a Lacoste, *Onbongo*, Oakley, e artistas como MC Hariel e Julia Costa.

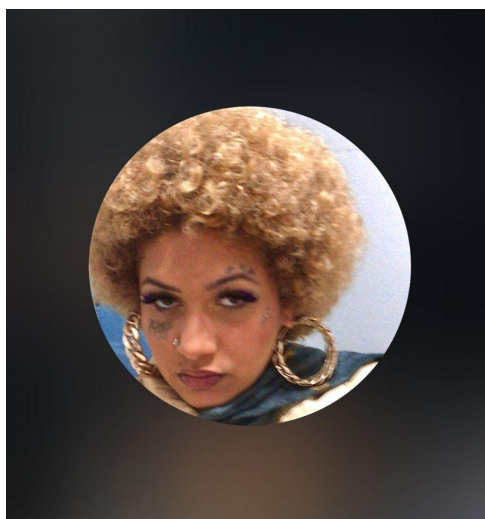
Figuras 13 e 14: Trabalhos feitos por Corre Rua para o projeto Camping das Minas e feliz ano velho, ambos para MC Hariel



Fonte: Instagram/[@correrua_](https://www.instagram.com/correrua_)

3.3 CAMILA OLIVEIRA

Figura 15: Foto de perfil de Camila Oliveira



Fonte:Instagram/[@cadelachic](#)

Camila Oliveira, mais conhecida como Canela *Chic* é *hair stylist*, figurinista, *stylist* e modelo. Ela já trabalhou com vários artistas, como Negra Li, MC Luanna, Luana Maia, Duquesa, e também para marcas como a Eckō Red. Seu estilo marcante e maximalista reflete a sua vivência de periferia no Capão Redondo em São Paulo em suas criações únicas. Além de suas criações em suas produções, Camila também se aventura em customizações de *upcycling* para seu brechó no Instagram e para suas produções.

Figuras 16 e 17: Trabalhos produzidos por Cadela *Chic* para MC Luanna e Negra Li.



Fonte: Instagram/@cadelachic

4 TENDÊNCIA OU APROPRIAÇÃO?

O que nasce nas periferias frequentemente é apropriado pela indústria da moda de luxo e pelo mercado global, mas a maioria das marcas de luxo não gostam ou aceitam serem representadas por membros da periferia. Apesar disso, é a periferia que muitas vezes dita o que vai estar na moda ou não, como o uso de roupas esportivas como peças-chave de um *look* casual ou até mesmo elegante, ou o corte de cabelo "disfarçado" (degradê).

Dessa forma, vamos citar elementos que estão atualmente sendo considerados tendências, mas já existem a anos na periferia, muitas vezes sempre foi visto como algo ultrapassado ou fora de moda, mas ao passar pela apropriação cultural, se torna “belo” e inovador para a sociedade. Ou seja, a periferia lança tendências o tempo todo, e esses estilos não apenas desafiam padrões pré-estabelecidos, mas também mostram como a moda é um poderoso meio de mostrar sua identidade e resistência, e ser quem você realmente é.

Com o reaproveitamento de peças vem o *mix* de estilos, onde misturamos o esportivo com *streetwear*, juntamente com peças *vintages* e atuais, além das customizações com *spray*, bordados, entre outros. Esse *mix* característico da periferia muitas vezes acaba sendo “roubado” com a apropriação cultural feita por parte de grandes marcas e influenciadores de

classe elevada que gostam de lucrar com a periferia, mas não gostam de atrelar sua imagem a ela, como por exemplo a Lacoste, uma das marcas mais mencionadas em letras de funk, *rap* e *trap*. A marca foi questionada pelo público por não colocar os artistas que consomem e divulgam seus produtos em suas campanhas publicitárias, e após essa polêmica convidou alguns artistas para se “redimir” com o público. Um dos artistas convidados, o Kyan não quis aceitar o convite e afirmou em suas redes sociais que nunca mais mencionar a marca em suas letras e em entrevistas:

Vou deixar o papo aqui pra vcs, não citarei mas Lacoste em minhas próximas músicas como forma de conquista. As próximas músicas que vão sair já estavam gravadas, então, serão as últimas que cito a marca. Tudo o que eu compor de hoje pra frente, não terá mais a marca envolvida.

Kyan [@kyancia], 2021

Apesar dessa polêmica, vários artistas continuaram consumindo e fazendo campanhas para a Lacoste, e alguns deles são Kayblack, Lennon, MC Livinho, TZ da Coronel e MC Hariel, que tem uma longa parceria com a marca e estampa várias de suas campanhas, como a criada para o *Rock in Rio* com um *look* exclusivo de *upcycling* para a apresentação do cantor no festival. Essa produção contou com direção criativa feita pela Corre Rua (Fernanda Souza), e executada pelo *designer* Ton Cley, conhecido por suas peças únicas de *upcycling* de grandes marcas de luxo.

Figura 18: *Look* de *upcycling* com peças da Lacoste para Mc Hariel, no *Rock in Rio* 2024



Fonte: Instagram/@toncley_

A escritora e antropóloga **Carol Delgado** e a diretora criativa Milena Nascimento, também comentaram sobre o assunto no mesmo artigo para *Elle* que traz a postagem de Kyan, citada acima. Delgado (2021) afirma que “a moda continua se apropriando de discursos e afastando isso de quem realmente cria, só que as margens vão cansando e criando seus próprios códigos”. Já Nascimento aponta: “Quanto mais tentamos chegar perto disso, mais esse mercado tenta se afastar de nós. Eles não querem ter vínculo com quem é preto e pobre. Para eles, a gente não é gente.”

Com isso, o público começou a ver as marcas de *grife* com outros olhos. De fato, os itens de luxo continuam a ser desejados por muitos, representando pertencimento e fazendo com que se sintam em uma fase diferente da vida, mais próximos dos seus objetivos de já que conseguiram comprar algo tão caro que é admirado e desejado por muitos. No entanto, hoje existe o entendimento de que essas marcas querem usar e lucrar às custas das produções periféricas sem admitir que copiavam seu estilo e sua estética, pois não querem se vincular com um público que é majoritariamente preto e pobre. Então, considerando tudo isso, vamos tratar de alguns elementos das modas periféricas que inspiraram a produção.

5 ELEMENTOS DA CULTURA PERIFÉRICA ENQUANTO TENDÊNCIA

Nas modas periféricas a macrotendência se expressa através da valorização cultural, com o uso de referências do cotidiano através das músicas, gírias, grafite, dança, movimentos

artísticos urbanos. Os ritmos musicais como *rap*, *hip-hop*, funk, pagode e samba são os que mais estão presentes na vida do público da periferia.

Também é possível observar o reaproveitamento de peças: as roupas, sapatos e acessórios que podem ter sido vendidos, descartados, doados, seja de pessoa para pessoa ou em brechós e bazares, são muitas vezes customizados para que as pessoas se sintam bem com seus corpos, mostrando seu estilo e identidade.

O uso de réplicas são mais do que apenas consumo e ostentação, são uma forma de inclusão, pertencimento e representatividade. Todos os dias surgem novas ou antigas tendências, lançados por grandes marcas ou por influenciadores digitais, personalidades do esporte, da música ou da moda. Com os preços elevados dos produtos, torna-se muitas vezes inviável para um morador da periferia comprar algum desses produtos originais, já que a maioria das vezes eles trabalham para sobreviver, tornando esses produtos inacessíveis. Com isso as réplicas se tornaram um meio para que esse público se sinta pertencente, adaptando e ressignificando a moda à sua realidade e fazendo com que a moda seja para todos e não apenas para quem pode pagar.

A seguir, serão apresentados alguns elementos das modas periféricas que inspiraram a produção de moda realizada neste trabalho.

5.1 MAXIMALISMO

Como elemento das modas periféricas podemos destacar o uso de acessórios maximalistas como o uso de correntes, argolas grandes, bonés e óculos. Também é comum abusar de estampas que remetem a realidade e vivência da periferia como por exemplo o uso de imagens como a São Jorge protetor dos guerreiros e do jogador conhecido como Adriano imperador, que apesar de mudar de vida financeiramente e profissionalmente nunca abandonou suas raízes. A utilização de figuras como São Jorge e o Adriano Imperador, especialmente em contextos relacionados com a moda periférica, tem um rico significado. Ambos são profundamente simbólicos e podem ser reinterpretados para falar às experiências do público-alvo, conectando referências históricas e culturais com realidades contemporâneas.

Figuras 19 e 20: Imagem do Adriano Imperador na Vila Cruzeiro localizada no Rio de Janeiro, onde cresceu, e mesmo após a fama continua frequentando. Imagem do Mc Poze do Rodo com seu estilo maximalista com suas joias e camisa de time que teve grande influência pelo Adriano.



Fonte: Instagram /@adrianoimperador @pozevidalouca

O maximalismo também está presente no estilo *Mandrake*, com suas estampas marcantes de cores vibrantes, de grande influência do funk, *rap*, *trap* e *sportswear* criando um visual único com *mix* desses estilos.

Os elementos do estilo *Drake* são peças de cores vibrantes, fluorescentes, com logos de marcas de luxo grandes, estampas com padrões gráficos ou com camuflagens. Os tecidos sintéticos como os de *tactel*, *nylon* e reflexivos são os mais usados, combinados com sobreposição de peças com casacos *oversized*, coletes e camisas abertas sobre camisetas, correntes, óculos espelhados, bonés, e tênis de sola alta. O maximalismo no estilo *mandrake* reflete a personalidade quem o veste, expressando seus ideais, identidade e pertencimento, com um estilo único e chamativo.

5.2 BRASIL CORE

Um bom exemplo a ser citado é o “Brasil *core*”, que tem o foco na moda brasileira e viralizou com o uso de camisas do Brasil, tanto da seleção brasileira de futebol quanto a mais básica com o nome do nosso país. Essa moda viral fez com que a população do Brasil voltasse a olhar com outros olhos para esse símbolo que para nós havia perdido todo o significado após problemas políticos. Nas periferias cariocas o conforto é um item essencial para um “*look*” e assim, conforto e ostentação andam lado a lado. O estilo é composto por peças esportivas, acessórios, cores e estampas que refletem suas identidades.

Com a influência do *Y2K*², uma estética do final dos anos 1990 e início dos anos 2000 que voltou a ser tendência na moda nos últimos anos, marcada pela nostalgia e com peças marcantes como as de cintura baixa, óculos de lentes coloridas, conjunto de moletom esportivo e muitos outros, o *Brasil Core* se tornou uma tendência de moda internacional e teve origem nas periferias cariocas, fazendo um *mix* de elementos com influências do funk, *rap*, pagode e futebol. Os principais elementos presentes são as cores da bandeira do Brasil (verde, amarelo, azul, branco), bermudas de *tactel* (coloridas e estampadas), chinelos (*Kenner* e Havaianas), tênis esportivos (Mizuno e Nike *Air max*), acessórios em geral (bonés, anéis, correntes, pochetes, *shoulder bag*) e as camisas de time, principalmente as da Seleção Brasileira e de clubes nacionais, são peças-chave para um *look Brasil Core*.

Figura 21: Prancha de *Brasil Core*, tendência criada com base no estilo carioca que viralizou no mundo todo, e foi usada até mesmo pela Anitta no Coachella.



Fonte: *Steal the Look*

² *Y2K* significa *Year 2000*, em português, anos 2000.

5.3 O FUTEBOL NA MODA

O futebol tem uma grande influência na moda periférica. Como foi comentado na contextualização teórica, é um dos meios que mais vemos os jovens periféricos conseguindo mudar de vida. Assim, na periferia o futebol não é apenas um esporte, mas também um símbolo cultural, que traz representatividade e pertencimento a quem ali vive. As camisas de time são usadas em *looks* casuais combinados com outros itens como: bermudas mais largas ou de *tactel*, bonés, acessórios como correntes, e anéis, tênis ou chinelos *Kenner*.

As marcas como Nike, Adidas, Puma e Umbro fornecem vários itens esportivos como os uniformes, chuteiras, calças, jaquetas, meias, e mochilas, para os times de futebol do Brasil e do mundo. Os astros do futebol brasileiro que vieram de periferia têm uma grande influência sobre o público, como Ronaldo Fenômeno, Neymar, Adriano Imperador, Vinicius Jr., e muitos outros. Com isso, as peças produzidas pelas marcas e usadas pelos jogadores se tornaram populares entre o público periférico, por proporcionar conforto, beleza e praticidade, porém os preços dos produtos são elevados, o que leva ao público consumir réplicas que as tornaram mais acessíveis.

Apesar do público periférico já usar esse estilo há bastante tempo, percebemos que esse estilo característico vem sendo “roubado” com a apropriação cultural feita por parte de pessoas de classe mais elevada, lançando “novas” tendências que para a periferia já existem a décadas, como o Brasil *Core* citado acima. O estilo *Bloke Core* ou *Blokette* se resume em fazer o uso de camisas esportivas, principalmente a de times de futebol com outras texturas e tendências, como por exemplo: esportivo e jeans, esportivo e alfaiataria, esportivo e crochê, e muitos outros.

Assim, passamos a ver celebridades de outros países usando itens que são da cultura periférica após a criação de novas *trends* que incluem peças esportivas como item essencial para seus *looks*. Como vimos no artigo publicado pela revista *L'officiel*, você pode criar um visual perfeito ao colocar camisas de time como peça-chave do seu *look* e vários artistas aderiram, como Drake, Rihanna, ASAP Rocky, Winnie Harlow, Hailey Bieber, Bella Hadid, e muitos outros. Mas ainda assim é importante pontuar que até então as camisas de time não eram vistas como elementos *fashion*, sendo até mesmo proibidas em espaços como baladas e eventos particulares.

Figura 22: *Mix* criado para tendência *Bloke Core* aderida em editorial e por celebridades.



Fonte: Instagram/[@offthepitch_archive](#), [@winnieharlow](#) e [@ririgalbadd](#)

6 PÚBLICO-ALVO

O lazer do público periférico tem como ponto de partida a música, que está sempre presente em todos os lugares, inclusive em eventos gratuitos ou não gratuitos. Os ritmos mais presentes no cotidiano são o funk, o *rap* e o pagode, que além de entretenimento, refletem a identidade e a vivência do público, reforçando também os seus ideais.

Essa produção se dá no bairro Sagrado Coração de Jesus, em Juiz de Fora, Minas Gerais, onde cresci. É um bairro relativamente tranquilo, apesar de ser visto com maus olhos por quem vê de fora devido a noticiários que focam em relatar sobre crime e violência. Neste trabalho abordamos a moda carioca e paulista, que influenciam a moda na realidade em que vivo.

Os caminhos percorridos ali são os mesmos que a maioria dos jovens fazem para ter seu autocuidado, estudo ou lazer, que é uma parte essencial para o bem-estar do público. Na cidade de Juiz de Fora temos alguns exemplos de lazer usados pelo público da cidade, e alguns deles são: O transporte público é gratuito aos domingos e feriados, auxiliando o público na socialização e lazer acessível, o baile funk de rua do bairro Dom Bosco, mais conhecido como Chapadão, batalhas de *rap* nas praças de Benfica e Bandeirantes. Eventos de *rap*, funk e dança embaixo do viaduto Arq. Hélio Fádel, feiras nas praças da cidade, principalmente aos Sábados e Domingos, projeto praça Cervejeira feito pela prefeitura e projeto Batuque Delas com pagode nas praças tocadas por mulheres. Os espaços comunitários são essenciais para a socialização, e o acesso ao lazer é essencial para o público-alvo deste trabalho.

O consumo na periferia é guiado por necessidade, ao passar disso é visto como luxo pelas outras classes sociais, enquanto para o público periférico é visto como uma melhora de vida, em termos de acessibilidade, e praticidade, o veículo mais usado além do transporte público são os mototáxis pela praticidade, rapidez, resultando em economia de tempo, muitos almejam a compra de uma moto por ser mais econômica em questão de combustível e em comparação com um automóvel, pelos mesmos objetivos do uso do mototáxi e resultar numa melhora na qualidade e estilo de vida, e em algumas outras cidades também ocorrem vários encontros de motos e carros, com finalidade de lazer e socialização entre o público que se identificam com o estilo.

Figura 23: Prancha de público-alvo



Fonte: da autora.

7 DESENVOLVIMENTO DO EDITORIAL

7.1 TEMA ou CONCEITO DO EDITORIAL

O tema do trabalho se baseia no público periférico, no seu jeito de vestir, o que há por trás das peças que mais usam, e a importância delas para o público. Nosso editorial irá se utilizar de réplicas, reproduzindo a estética dos *looks* utilizados desde o dia a dia do público periférico, a bailes de funk, bares, e festas de rua. Nas imagens abaixo está o tema e as cores escolhidas para o editorial.

Figura 24: Prancha de tema



Fonte: da autora.

Figura 25: Prancha de cores



Fonte: da autora.

7.2 LOCAÇÃO

De acordo com o tema deste trabalho, a escolha para a locação foi a periferia em que resido, no bairro Sagrado Coração de Jesus em Juiz de Fora, com o foco em lugares que mais são usados pelos moradores, como o salão onde grande parte do público frequenta, o escadão do bairro que os moradores usam todos os dias para transitar, a mercearia onde muitos fazem suas compras do dia a dia e acaba se tornando um ponto de encontro dos moradores.

Figura 26: Locação 1 - Barbearia CL



Fonte: da autora

Figura 27: Locação 2 - Escadão do bairro Sagrado Coração de Jesus



Fonte: da autora.

Figura 28: Locação 3 – Merceria Santa Rosa Mística



Fonte: da autora.

7.3 VESTUÁRIO

O vestuário para a produção deste trabalho foi de curadoria pessoal dos modelos. Além dos acessórios comprados para a produção, alguns itens foram customizados, como algumas correntes, colares e bolsas.

Figura 29: Looks 1, 2 e 3



Fonte: da autora.

Figura 30: Looks 4 e 5



Fonte: da autora.

Figura 31: Looks 6 e 7



LOOK 06



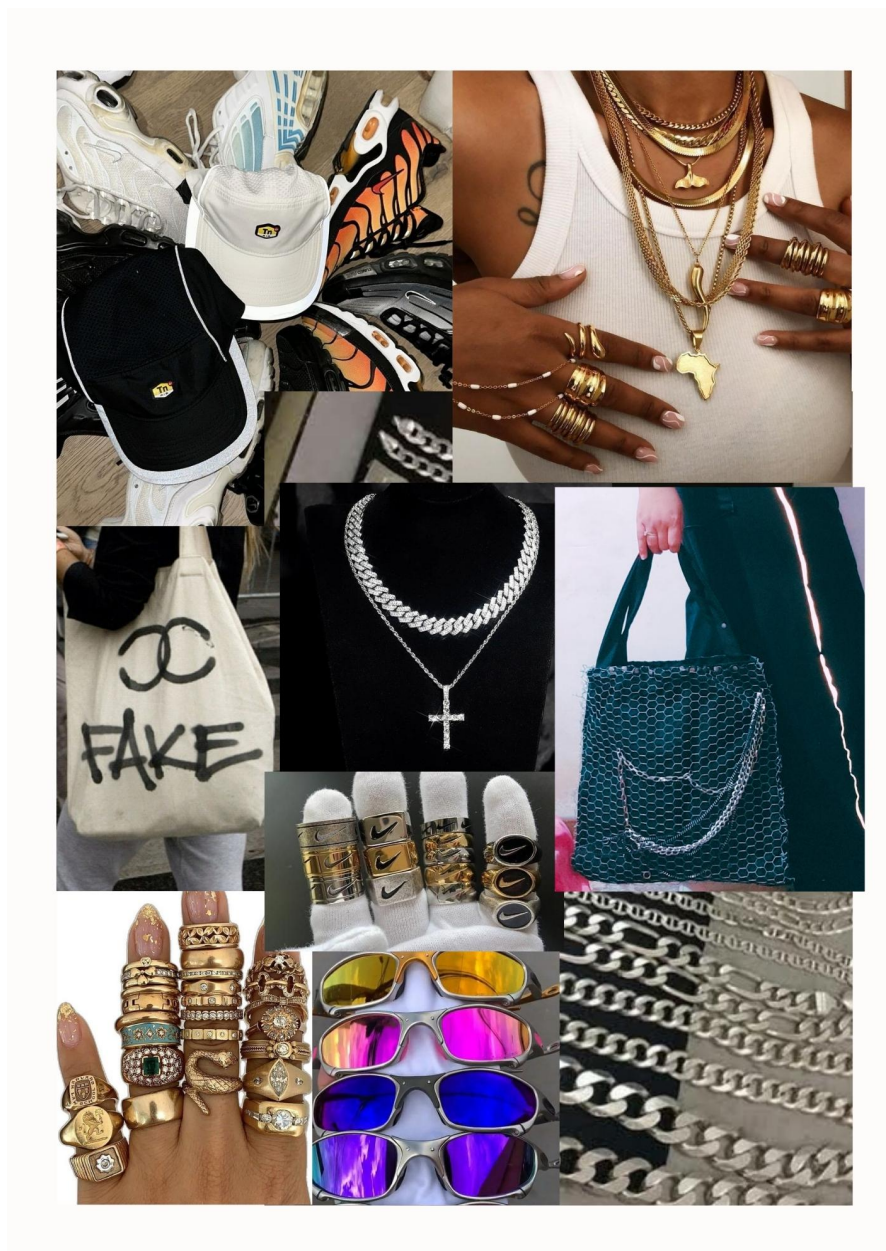
LOOK 07

Fonte: da autora.

7.4 ACESSÓRIOS

Com um *mix* de acessórios que vão dos mais delicados ao mais chamativos, com marcas estampadas em joias, bonés, sapatos e customizações em *upcycling*. Imagem abaixo com a inspiração de acessórios e a segunda imagem com os acessórios usados na produção.

Figura 32 - Prancha de acessórios



Fonte: da autora.

Figura 33 - Prancha de acessórios do editorial



Fonte: da autora

7.5 BELEZA

A beleza escolhida para este trabalho seria uma maquiagem glam com pouquíssimos produtos, praticamente nenhuma, mantendo a beleza natural de cada um.

7.6 MODELOS

Os modelos escolhidos para essa produção de moda são pessoas que residem no bairro Sagrado Coração e se identificam com o tema, e com o que esse trabalho representa. Os modelos são: Eduardo Quintiliano, Gustavo Quintiliano, Rodrigo Nascimento, Ricardo Gomes, Thales Wendel e Yasmim Vital.

Figura 34 - Modelos

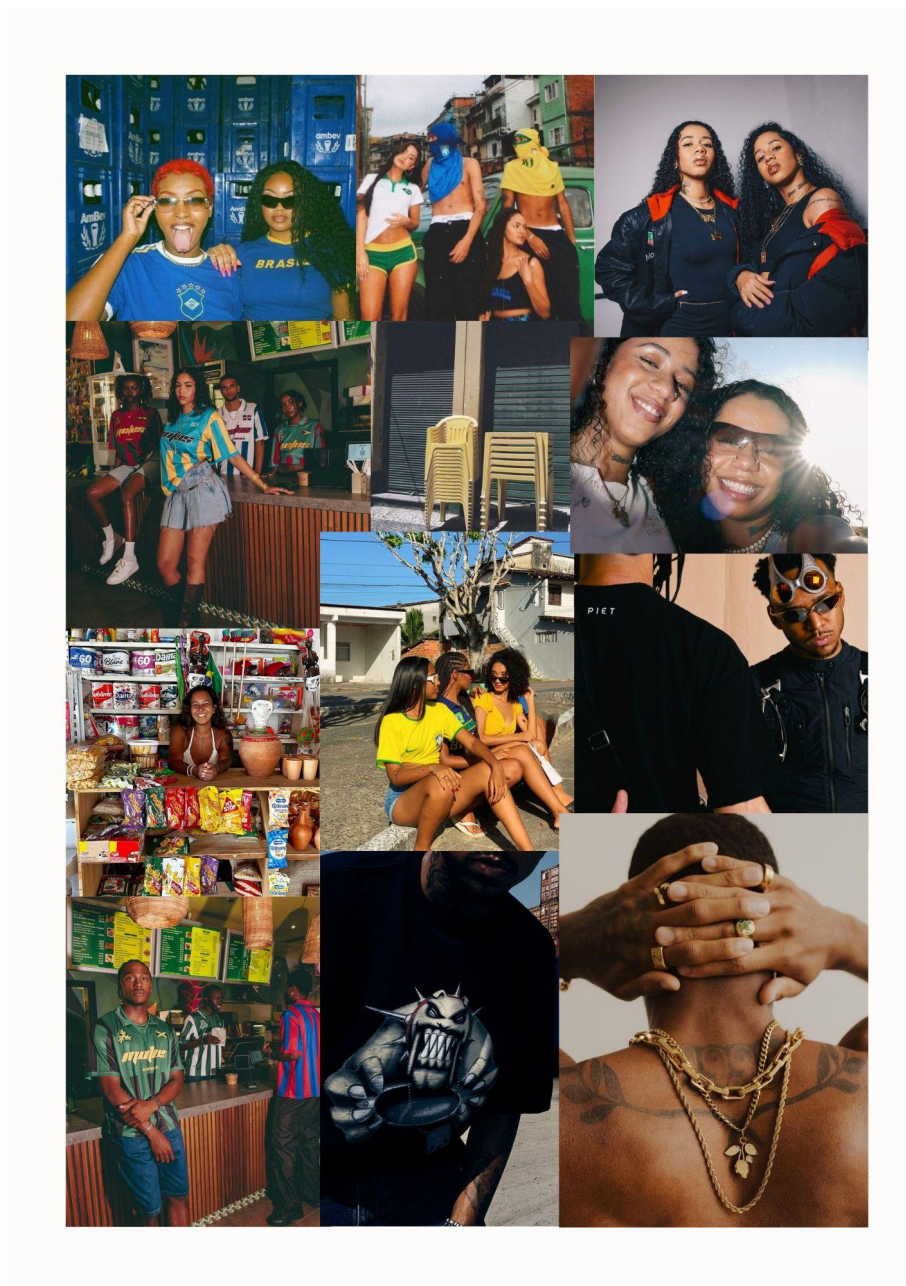


Fonte: da autora.

7.7 POSES

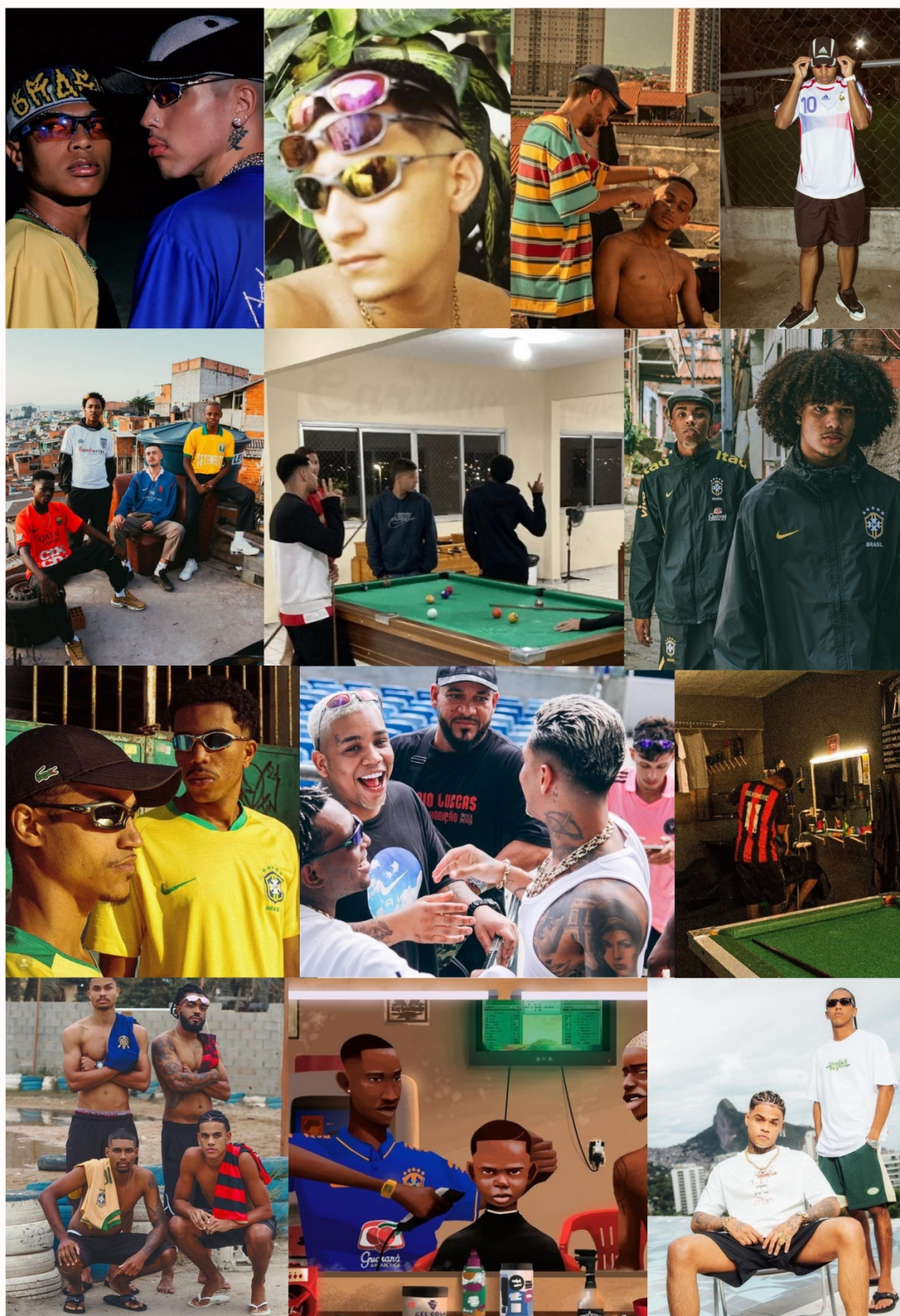
As poses selecionadas são de ensaios fotográficos e fotos independentes onde os modelos são de origem periférica, realizadas em locais simples, do cotidiano dessas pessoas, e em estúdios fotográficos, para inspirar essa produção.

Figura 35 - Prancha de poses



Fonte: Da autora.

Figura 36 - Prancha de poses



Fonte: da autora.

7.8 ELEMENTOS CÊNICOS

Os cenários escolhidos para o editorial estão localizados no bairro Sagrado Coração de Jesus, onde cresci, trazendo elementos do cotidiano de quem ali vive, a mercearia com balas, legumes, biscoitos, mantimentos, caixas de cerveja e refrigerantes, os locais que transitamos para acessar os lugares, e por fim a barbearia.

Figura 37 e 38 – Mercearia

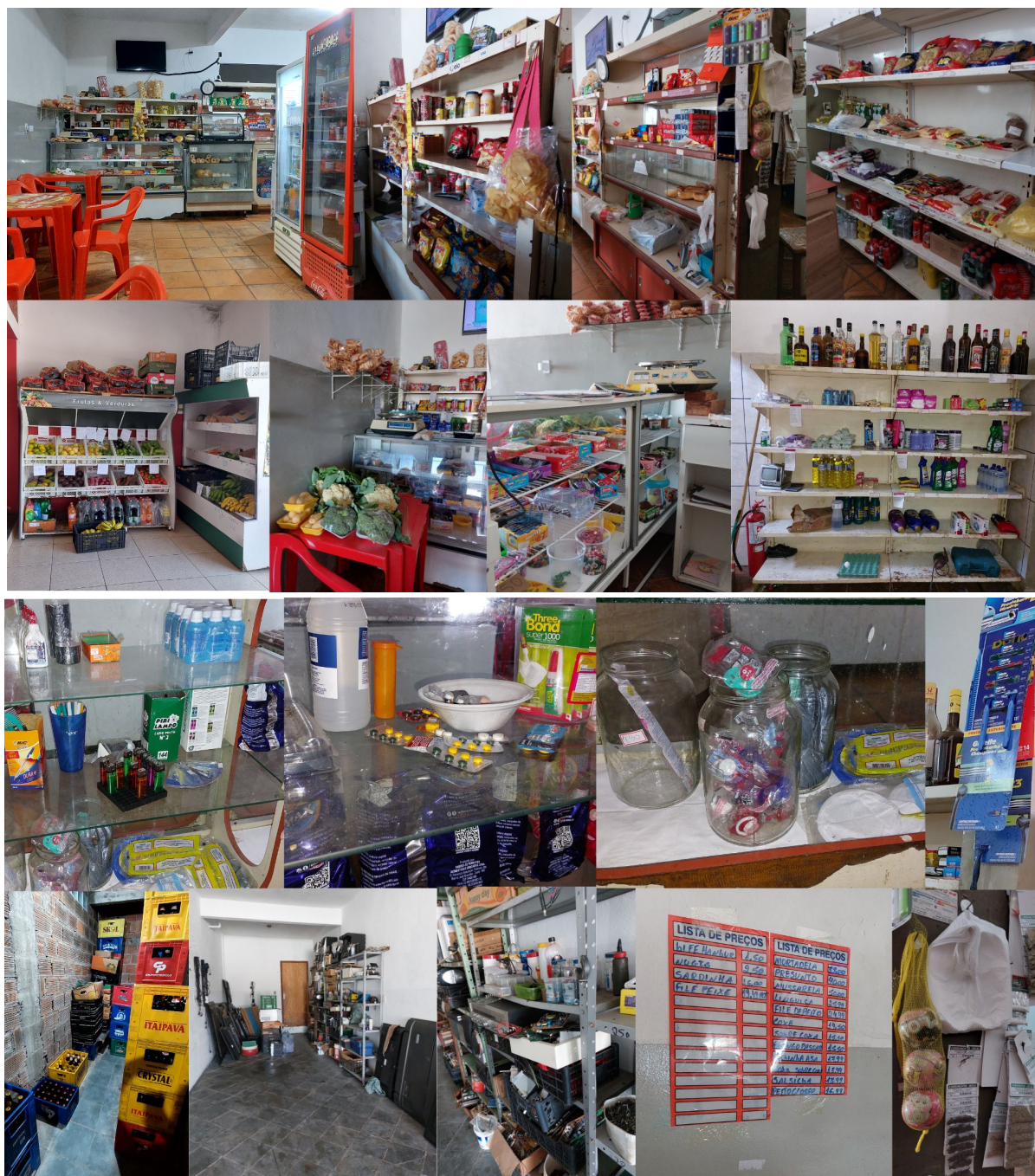
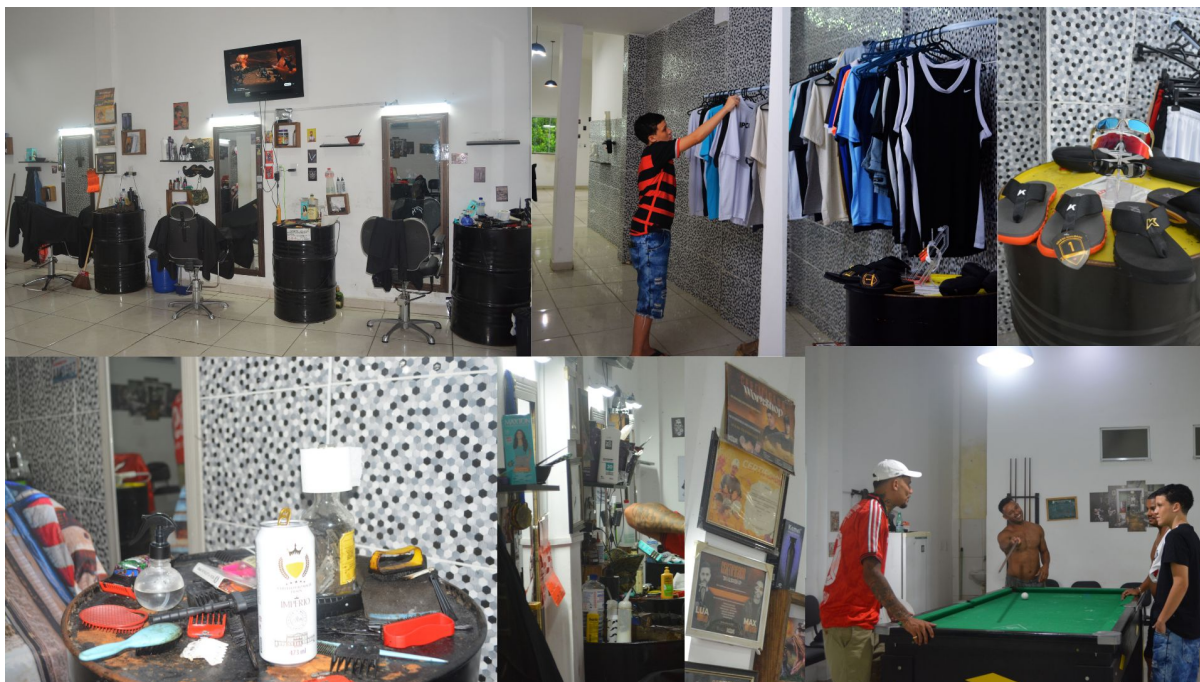


Figura 39 – Barbearia CL



7.9 FICHA TÉCNICA DO EDITORIAL

Conceito, direção e produção geral: Thaynnara Oliveira de Almeida.

Styling e produção de moda: Thaynnara Oliveira de Almeida.

Orientação: Anirã Marina de Aguiar.

Assistente de Produção: Gustavo Quintiliano, e Rodrigo Nascimento.

Fotografia: Thaynnara Oliveira de Almeida.

Tratamento de imagem: Thaynnara Oliveira de Almeida.

Modelos: Eduardo Quintiliano, Gustavo Quintiliano, Rodrigo Nascimento, Ricardo Gomes, Thales Wendel, Yasmim Vital, e Thaynnara Oliveira de Almeida.

Agradecimentos: Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design, Bacharelado em Moda, e aos participantes.

7.9.1 Custos do editorial

Figura 40 - Prancha de Gastos



Fonte: da autora.

8 EDITORIAL “Arrume-se Comigo”.









O CORTE DOS AMIGO
CABELO DISFARÇADO
COM UM CORDÃO DE OURO
NOIS ANDA BEM TRAJADO.

CORTE DOS AMIGO
JUNINHO DA 18



EU PREZO POR SER VERDADEIRO
PREZO PELO APRENDIZADO E A LEALDADE
COM MEUS MANO, É O QUE MANTÉM AQUI GELADO
EU ME PEGUEI PENSANDO: DEZ ANOS ATRÁS, EU TOMEI A
MELHOR DECISÃO
COM 15 ANOS DE IDADE, EU DECIDI MEU FUTURO
A MELHOR DECISÃO FOI NÃO SER SÓ MAIS UM
MENOR QUE SE DESTACA PELA MULTIDÃO
MELHOR DECISÃO (PART. MC HARIEL) - KYAN





E EU VOY SACAR DA MINHA PENNY QUE HOJE É DIA DE BAILE
VOCÊ SABE, EU SOU DO GUETO E A PICADILHA É DE MANDRAKE
SEM-SEMPRE TRAJADA DE ADIDAS, VIROU O MEU UNIFORME
MEU GATO TÁ DE MIZUNO E EU VOY CHAVEAR DE BOUNCE

DIA DE BAILE
TASHA & TRACIE







UM DOS MAIORES PARCEIROS QUE EU TIVE COMIGO, COM TODA CERTEZA
DIVIDINDO ESSE PROTAGONISMO, SEM EGOÍSMO COM A CANETA
QUERO VER O SORRISO DOS FAMILIARES, MAIS LEVE E MAIS LIVRE
PRA CITAR O TEMA, LIBERDADE PRA TODOS OS AMIGOS FELIZES, PORRA
APRENDIZ E SUAS CICATRIZES
MC HARIEL





NAS ORAÇÕES DA MINHA SENHORA
UMA FORÇA DIVINA
PRA ABASTECER, FORTALECER
A MENTE DE UM BATALHADOR
QUE ÀS VEZES ATÉ SE CANSOU
MAS SEU SONHO NÃO ABANDONOU

MENTE DO BATALHADOR
MC HARIEL (PART. CARRETO MUITO LOKO)





FÉ, UM DIA NOSSA HISTÓRIA VAI SER UM SUCESSO LÁ DO NETFLIX
QUE NOSSA A VITÓRIA VAI GERAR VITÓRIA, PRA QUEM SE ESPELHAR
NESSE BEAT
SE A VIDA SÃO FASES, EM TODAS AS FASES APRENDE QUEM VIVE
UM BELO VIDEO CLIPE, DE UM APRENDIZ E SUAS CICATRIZES

APRENDIZ E SUAS CICATRIZES
MC HARIEL





E Ó NÓS DE KENNER CORRENDO NA RUA
PRA TER O QUE ELES TÊM
IMAGINA O CORRE PRA COMPRAR OS KENNER
E COMEÇAR A CORRER

O CARA DE ÓCULOS
DJONGA

8.1 CONSIDERAÇÕES SOBRE O EDITORIAL

Para a realização do editorial de moda, logo após a decisão do tema e toda pesquisa, demos início às preparações para o editorial, onde escolhi os modelos e fiz o convite para que fizessem parte do projeto junto comigo, os participantes ficaram muito animados de participarem de algo que só viam na internet e na televisão. Com os modelos já definidos fui em busca das locações que seriam usadas para a realização das fotos, e também com a ajuda do orientador procurar fotógrafos para a realização do projeto, além disso também fui em busca de itens que pudessem enriquecer os *looks* dos modelos, como pingentes, pedrarias, alfinetes, correntes, bijuterias (colar, anéis) e meias.

Com todos os detalhes definidos vieram os contratempos, onde alguns dos participantes desistiram na véspera da realização do editorial, o fotógrafo não poderia realizar as fotos, e então comecei a repensar se realmente deveria seguir em frente ou desistir do editorial, mas lembrei que era o meu sonho poder um dia realizar um trabalho como esse, e mostrar pras pessoas que viam a periferia como algo ruim que lá tem muito mais do que isso, e segui em frente, convidando novas pessoas, pedindo uma câmera fotográfica emprestada para que eu mesma fizesse as fotos com apenas uma bateria que não teria como recarregar e um sonho.

No dia da realização do editorial teve uma grande pancada de chuva que alagou algumas ruas do bairro, e pensei que a chuva seria mais um contratempo que não permitiria a realização do projeto, seguimos mesmo com a chuva, fomos para as locações assim que a chuva diminuiu e comecei a orientar todos sobre cada peça de roupa e adicionando os acessórios que combinariam com cada um.

Apesar de todos os contratempos todo o ensaio ocorreu muito bem, todos conseguiram se divertir fazendo as fotos, a cada pose os modelos conseguiam se sentir mais relaxados trazendo a proposta inicial para as fotos, trazendo realidade, naturalidade e leveza para um ambiente que muitos veem como um peso na sociedade.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para a produção do editorial de moda intitulado "Arrume-se comigo: Estilos, inspirações e tendências das favelas", com foco na moda das periferias, inicialmente analisamos seus significados, influências e sua importância para os moradores desses territórios. Foi necessária uma pesquisa sobre a moda na periferia, e a partir desta pesquisa foram feitas pranchas de referência para os *looks*, acessórios, paleta de cor e poses, trazendo os elementos mais usados entre os jovens periféricos, de acordo com o público-alvo escolhido.

O desenvolvimento do trabalho durou cerca de 3 meses, com a fase de pesquisas, pranchas, referências, e também a procura de locação, câmera, a escolha dos *looks* a partir do acervo pessoal dos modelos e da autora incluindo a customização de suas bolsas e meias com pedrarias, pingentes, alfinetes e fechos (comprados juntamente com alguns acessórios) especialmente para o editorial.

No dia reservado para as fotos, confirmamos a presença dos modelos e membros da equipe. A direção conduziu a sessão de fotos em todas as locações, tentando ao máximo deixar o ambiente tranquilo e confortável para todos que estavam participando do editorial, e analisar cuidadosamente os *looks*, a iluminação, e poses.

A fase final consiste em, após a sessão de fotos, todas as imagens passarem por uma seleção e tratamento das imagens que iriam definitivamente para este trabalho e após, demos início a escolha de músicas que irão acompanhar as imagens selecionadas.

10 REFERÊNCIAS

AUDACES. “**Microtendência: O Que é E Como Impacta O Mundo Da Moda?**” *Audaces*, 24 nov. 2014, audaces.com/pt-br/blog/microtendencia. Accessed 9 Mar. 2025.

BARRETO, Ivna. “**Bloke Core: Moda E Esporte Em Uma Só Tendência.**” *L’Officiel Brasil*, *L’Officiel*, 24 July 2023, www.revistalofficiel.com.br/moda/bloke-core-conheca-a-tendencia-que-une-moda-ao-esporte. Accessed 9 Mar. 2025.

INDIA, Isabelle. “Isabelle India † on Instagram: “**Editorial “ESSAS SÃO as MENINAS QUE OS MENINO GOSTA 011”** Você vê Na Rua, Antes de Bater Ponto No Seu Trampo, Nas Suas *Trends*, Nos Memes, Nas Lojas, No Noticiário Sobre Os Rolezinho E Até Mesmo Na Sua Quebrada, Mas Sabe Apontar a Pluralidade Existente Dentro Do Universo Das Mulheres Dessa Cultura Paulista? Quem Foi Que Disse Que é Tudo Igual? Também Somos Cultura de Quebrada, Já Nos Incluiu Para Além de Tá Em Alta? Mandraka? O Que é Ser Madraka? Será Que Todo Mundo Quer Ser Chamada de Drake? Não é Só Colocar Um Óculos, Que Talvez Não Seja Uma Juju, E Falar Que Tá Chave! Você Nos vê Como Moda? Ou Só Nos Estereotipa Para Lançar Tendências E Virarem Referência de Busca, Onde Só Aparecem Mulheres Que Não São Reais. Estamos Nas Revistas, Estamos Nas Equipes de Trabalho, Nos Espaços Culturais E Nas Pautas? Esse....” *Instagram*, 14 Dec. 2021, www.instagram.com/share/p/BBsjKqRgNA. Accessed 9 Mar. 2025.

leticia. “**Brazilcore - Saiba Como Aderir a Essa Tendência | Blog Oscar.**” *Blog Oscar*, 14 Dec. 2022, blog.oscarcalcados.com.br/brazilcore/. Accessed 9 Mar. 2025.

OKEREKE, Tasha, and Tracie OKEREKE. “**Tasha Okereke and Tracie Okereke of Tasha & Tracie Attend the BET Hip...**” *Getty Images*, 3 Oct. 2023, www.gettyimages.com.br/detail/foto-jornal%C3%ADstica/tasha-okereke-and-tracie-okereke-of-tasha-tracie-foto-jornal%C3%ADstica/1715684524. Accessed 9 Mar. 2025.

POERNER, Bárbara. “**Por Que a Relação de Grandes Marcas Com a Periferia Ainda é Difícil?**” *ELLE*, 21 Aug. 19AD, elle.com.br/moda/a-relacao-de-grandes-marcas-com-a-periferia?srsltid=AfmBOorPmjKQGGGA7PakGv18RgNzL7_DQWNk9KD-v12S2Ah6qNh8Ib2WC. Accessed 25 Mar. 8AD.

R/BRAZIL. “**Reddit - Dive into Anything.**” *Reddit.com*, July 2024, www.reddit.com/r/Brazil/comments/1e6syw3/this_is_the_true_alternative_style_of_brazil/. Accessed 9 Mar. 2025.

SOUZA, Fernanda. “Fernanda Souza on Instagram: “Direção Criativa Que Tive O Afeto & Sabedoria Para Entregar **Para MC HARIEL Para Rock in Rio 2024**. Do Conceito - a Da Sobreposição de Polo Quis Explorar O Valor Do Que é Para Cada Quebrada Ter Muitas Roupas, O Consumo Periférico. O Volume Também Faz Referência Aos Colecionadores. Enquanto, O *Tracksuit* de Polo Vem Do Fato de Que a “Polo” Foi a Primeira Vez Feita Por Rene Lacoste, Por Isso a Ideia é Criarmos O

Primeiro *Tracksuit* a Partir de Polos Da Marca Aqui No Brasil, de Modo Que as Pessoas Perceberam O Tecido de Uma Clássica Polo. Além Da Volumetria Que Vem Das Referências de *Bombojacos* Que Usamos Na Quebrada E Ao Elástico Na Perna(Permitindo Mostrar a Meia). Mas Para Execução Tão Engenhosa, Chamar Um *Designer* Que Seja Da Cultura de Rua, Uma Pessoa Que Tenha O Conceito de Upcycling E Claro, Alto N...” *Instagram*, 9 nov. 2024, www.instagram.com/share/p/BBKlOn3X1s. Accessed 8 Mar. 2025.

SOUZA, Mayra. “**Brazilcore: A Tendência de Moda Que Sempre Esteve Nas Ruas Da Minha Casa**» *STEAL the LOOK*.” *STEAL the LOOK*, 23 Sept. 2023, stealthelook.com.br/brazilcore-a-tendencia-de-moda-que-sempre-esteve-nas-ruas-da-minha-casa/. Accessed 8 Mar. 2025.

THE FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION, FAO. “**FAO Hunger Map**.” *FAO Hunger Map*, 2023, www.fao.org/interactive/state-of-food-security-nutrition/2-1-1/en/. Accessed 2025.

DJONGA (part. Tasha & Tracie; Coyote Beatz). *Até sua alma*. In: —. *O dono do lugar*. [S.l.]: Letras.mus.br, 2022. Disponível em: <https://www.letras.mus.br/djonga/ate-sua-alma/>. Acesso em: 14 abr. 2025.

DJONGA (part. Cristal; prod. Coyote Beatz). *Deus dará*. In: —. *Histórias da minha área*. [S.l.]: Musixmatch, 2020. Disponível em: <https://www.musixmatch.com/pt/letras/Djonga-Cristal/Deus-Dar%C3%A11-prod-Coyote-Beatz>. Acesso em: 14 abr. 2025.

DJONGA. *O cara de óculos*. In: —. *Histórias da minha área*. [S.l.]: Vagalume, 2020. Disponível em: <https://www.vagalume.com.br/djonga/o-cara-de-oculos.html>. Acesso em: 14 abr. 2025.

JUNINHO DA 10. *Corte dos amigos*. In: —. *Furacão 2000: Infinity Power*. [S.l.]: 2013. Disponível em: Spotify: <https://open.spotify.com/intl-pt/track/26rqxFGOpIR9W1Ky65TSHc?si=1899d38b394e46a8> YouTube: https://youtu.be/H8N7o0L0kJA?si=Phau19OsyZ23v_xf. Acesso em: 14 abr. 2025.

KYAN (part. MC Hariel). *Melhor decisão*. In: —. *Só vilão, aqui não tem herói*. [S.l.]: Musixmatch, 2024. Disponível em: <https://www.musixmatch.com/pt/letras/Kyan-MC-Hariel/MELHOR-DECIS%C3%83O>. Acesso em: 14 abr. 2025.

MC HARIEL. *1Aprendiz e suas cicatrizes*. In: —. *Alma imortal*. [S.l.]: Musixmatch, 2023. Disponível em: <https://www.musixmatch.com/pt/letras/Mc-Hariel-2/1APRENDIZ-E-SUAS-CICATRIZES>. Acesso em: 14 abr. 2025.

MC HARIEL. *Mente do batalhador – ao vivo*. In: —. *Funk superação – ao vivo*. [S.l.]: Musixmatch, 2024. Disponível em: <https://www.musixmatch.com/pt/letras/Mc-Hariel-2/Mente-do-Batalhador-Ao-Vivo>. Acesso em: 14 abr. 2025.

RACIONAIS MC’S. *1000 trutas 1000 tretas (ao vivo)*. In: —. *A vida é desafio (ao vivo)*. [S.l.]: Musixmatch, 2005. Disponível em: <https://www.musixmatch.com/pt/letras/Racionais-MC-s-3/A-Vida-É-Desafio-Ao-vivo>

Vivo. Acesso em: 14 abr. 2025.

TASHA & TRACIE. *Arrume-se comigo*. [S.l.]: Musixmatch, 2023. Single. Disponível em: <https://www.musixmatch.com/pt/letras/Tasha-Tracie/ARRUME-SE-COMIGO>. Acesso em: 14 abr. 2025.

TASHA & TRACIE. *Dia de baile*. In: —. *Ying Yang*. [S.l.]: Musixmatch, 2023. Disponível em: <https://www.musixmatch.com/pt/letras/Tasha-Tracie/DIA-DE-BAILE>. Acesso em: 14 abr. 2025.