

## PERIFERIA: A MODA STREETWEAR POR MEIO DO *UPCYCLING*

Murilo Retamiro da Silva<sup>1</sup>

Betânia Vargas Oliveira<sup>2</sup>

Bruno Sousa Furtado<sup>3</sup>

Emerson Ferreira da Silva<sup>4</sup>

**Resumo:** O presente projeto tem a finalidade de enaltecer a moda streetwear dentro das periferias brasileiras através do *upcycling*, que é um método sustentável de economia de gastos e produtos dentro da produção de roupas. Foram realizadas pesquisas de moda e foi desenvolvida uma coleção de moda masculina inspirada no grupo de rap Racionais MC's. Espera-se com este trabalho uma maior valorização da cultura streetwear e das técnicas do *upcycling* nas periferias brasileiras.

**Palavras-chave:** moda. *upcycling*. streetwear. periferia. Racionais MC's.

**Abstract:** This project aims to enhance streetwear fashion within the Brazilian peripheries through *upcycling*, which is a sustainable method of saving costs and products within the production of clothing. Fashion research was carried out and a menswear collection inspired by the rap group Racionais MC's was developed. It is expected with this work a greater appreciation of streetwear culture and *upcycling* techniques in the Brazilian peripheries

**Keywords:** fashion. *upcycling*. streetwear. periphery. Racionais MC's.

## 1 INTRODUÇÃO

A definição de periferia é “superfície ou linha que delimita externamente um corpo ou uma região do espaço”. Numa cidade, a região mais afastada do centro urbano” (FERREIRA, 2010, p. 579). Dessa forma, na periferia

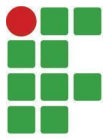
---

<sup>1</sup> Discente do Curso Técnico em Produção de Moda Integrado ao Ensino Médio pelo Instituto Federal do Paraná - IFPR Campus Avançado Goioerê, muriloretamiro96@gmail.com

<sup>2</sup> Professora Mestra e orientadora na pesquisa no curso Técnico em Produção de Moda do IFPR-Campus Avançado de Goioerê, betania.oliveira@ifpr.edu.br

<sup>3</sup> Professor Mestre e co-orientador da pesquisa no curso Técnico em Produção de Moda do IFPR-Campus Avançado de Goioerê, brufurtado88@gmail.com

<sup>4</sup> Professor e co-orientador da pesquisa no curso Técnico em Produção de Moda do IFPR-Campus Avançado de Goioerê, emerson.ferreira@ifpr.edu.br



geralmente se localizam moradores que possuem uma renda mais baixa, refere-se aos países subdesenvolvidos comparados às grandes potências mundiais ou a lugares afastados dos centros. Essas definições de periferia foram interpretadas nas comunidades brasileiras de 1950 a final dos anos 1970 (D'ANDREA, 2020).

A partir da década de 1980 até os dias atuais, a palavra periferia é ressignificada por meio de expressões culturais, políticas e pela indústria de entretenimento. Dessa forma, o objetivo desse estudo foi desenvolver uma coleção de moda *streetwear* inspirada no conceito periferia, utilizando o *upcycling* de tecidos e malhas em geral doadas por pessoas próximas do pesquisador.

Percebe-se que o conceito de periferia está relacionado com o estudo sobre identidade de Stuart Hall, em que (2006, p.7) “[...] as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado”. De tal modo, esse estudo é relevante pois registrou as expressões visuais por meio da moda que rompem com o estereótipo criado sobre a periferia, questionam sobre a desigualdade social e valorizam seu habitat.

Refletindo sobre o consumo e a indústria de moda, sabe-se que a cada ano no Brasil são produzidas 100 toneladas de lixo têxtil e 20% são reciclados. A partir disso, imagina-se a quantidade de roupas que poderiam ser feitas com esses resíduos têxteis (CEARÁ; BUONO, 2021). Como uma das alternativas para diminuir o impacto da moda no meio ambiente, tem-se na restauração a prática do *upcycling*. O *upcycling* consiste em ser a restauração de materiais têxteis que seriam descartados ou a ressignificação de uma peça, como exemplo uma calça jeans que pode virar um boné, jaqueta, pochete, dentre outros (FLETCHER; GROSE, 2011). A customização é a transformação de uma peça de roupa por meio do gosto pessoal, por exemplo em uma *t-shirt* pode ser aplicada bordados, outros tecidos ou malhas, ser cortada, retirar a manga, dentre outras opções (SIGNIFICADOS, 2022).

Portanto, por meio da definição da periferia e dos modos mais sustentáveis de confecção das peças, a coleção desenvolvida contempla a modelagem larga,

*patchwork* de retalhos, estamparia corrida e localizada com gírias das periferias nacionais e da cidade de Goioerê - Paraná.

## 2 METODOLOGIA

Por intermédio do estudo de Godoy (1995), a pesquisa é de abordagem qualitativa, que é fundamentada em dados tanto verbais como visuais para a compreensão de um comportamento de um grupo social por exemplo. Visto que, a estética visual da periferia é um fenômeno construído pelos moradores e por artistas vindos desse espaço, criando cenários de shows, *fashion films* e editoriais de moda nas mídias. Igualmente, houve uma revisão bibliográfica, levantando autores de caráter acadêmico e secundário, que abordam sobre local/global, periferia e referências de moda nacionais, que se amparam nessa perspectiva para desenvolvimento da imagem e identidade da marca. Portanto, a compressão sobre periferia no trabalho partiu de um conceito baseado no *streetwear* e considerou-se algumas especificidades locais da cidade de Goioerê- PR, como o gosto pelo sertanejo e funk, observados pela vivência dos pesquisadores.

Ao pensar na confecção de um produto de moda, buscou-se uma literatura que ampare no desenvolvimento da coleção, que aprofunde sobre práticas mais sustentáveis, como customização e *upcycling*.

Para o desenvolvimento da coleção de moda, partiu-se pela pesquisa de tendências e a criação do *moodboard*, com imagens que tratam do conceito das roupas, modelagem e atmosfera da marca. O foco foi no público masculino, de 17 a 27 anos.

Depois, realizou-se para a defesa final o total de 10 croquis, sendo 1 conceitual e 9 comerciais.

## 3 IDENTIDADE NA PÓS-MODERNIDADE

Para adentrar na pós-modernidade, parte-se pela perspectiva de Hall (2006), que um indivíduo nasce e sua identidade é alterada ao longo da vida, por meio de familiares, sociedade e fenômenos culturais. Diante disso, Hall (2006) analisa que há três tipos de sujeitos, os quais são o sujeito iluminista, sujeito

sociológico e o sujeito pós-moderno.

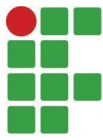
O Sujeito Iluminista expressa uma visão individualista, que se caracteriza pela unificação, no qual predomina a razão e a consciência. Na maioria das vezes, tem uma opinião formada sobre tudo, não está apto a mudanças, mantém tradições culturais e se enquadra dentro de um perfil conservador, que preserva as instituições, a igreja, hierarquia social e estabilidade (HALL, 2006). Seguindo ao sujeito sociológico, este tem consciência das culturas e tradições de outros grupos sociais, está aberto para novas experiências e sua identidade interna se comunica constantemente com o exterior. Nessa concepção, este indivíduo é formado pela interação com a sociedade e por veículos de comunicação, assim sendo um sujeito tanto pessoal e social, mantendo seus fundamentos. (HALL, 2006)

O Último sujeito, sendo ele o pós-moderno não tem uma identidade definida, essa é renovada incessantemente e influenciada pelas formas de aceitação dos diferentes sistemas culturais que ele pertence. Este sujeito tem uma diversidade em seus aspectos culturais e sociais, pois ele está transitando no que lhe é exposto. Assim, o sujeito pós-moderno é caracterizado pela variação, inconstância, fragilidade e nenhuma identidade realmente se concretiza. Diante dos diversos significados e conceitos do homem na pós-modernidade, este sujeito se depara com possibilidades de identidades em constante mudança e que são provisórias (HALL, 2006).

Por meio das três concepções de identidade, observa-se que a periferia das cidades é um espaço que concentra fragmentos de diferentes origens sociais e culturais, criando símbolos próprios. Portanto, as misturas de elementos advindos de várias origens culturais são detectadas visualmente, por meio do *streetwear* e das marcas de moda que exaltam os hábitos, gírias e comportamentos dos habitantes da periferia.

### **3.1 Streetwear**

Segundo Longman (2008), a palavra *Streetwear* significa roupas de rua, que trazem símbolos da cultura, do comportamento, mentalidade e estilo de vida das pessoas que têm afinidade com a estética urbana.



Por intermédio da marca Kacewear (2021), sabe-se que o *streetwear* se originou por meio de mudanças sociais que ocorriam nos Estados Unidos, Japão e em alguns países da Europa, fazendo com que as pessoas mudem seu jeito de se vestir. Bem como, por movimentos como o *skate* e *surf* que exigiam roupas mais flexíveis e largas.

Por volta dos anos 70, o *hip-hop* estava se expandindo rapidamente em Nova Iorque, os acessórios juntamente com as roupas *streetwear* chamavam a atenção dos MC's, utilizando essas roupas nos shows e o público começava a aderir esse tipo de produto no seu dia a dia. Como exemplo, tem-se as camisas largas, correntes, relógios, anéis, bonés, toucas, moletons, e tênis (KACEWEAR, 2021).

Nos anos 80 até os anos 2000, essa estética de rua sofria preconceito por conta do grafite, *skate*, *surf* e música, pois a maioria desse público vivia em regiões periféricas de sua cidade, fazendo com que a sociedade tivesse uma visão de vandalismo, caos, criminalidade e delinquência. Com isso os comércios se limitaram em comercializar produtos desse nicho aos consumidores do *streetwear* (KACEWEAR, 2021).

Contemporaneamente, o *streetwear* continua com essa essência de expressar seu estilo de vida. Entretanto, o *streetwear* deixa de ocupar o espaço de rebeldia e tornar-se mais glamuroso, pois ele está nas coleções *ready-to-wear*<sup>5</sup> de marcas do público A e também presente em passarelas internacionais e nacionais. Um dos principais fatores que transformou as agências de moda relacionados a movimentos de rua, foi a influência de músicas e cantores.

O documentário que se passa pela capital de São de Paulo foi feito por Pêrsio Tagawa, CEO da Maze Shop, Marco TwoThousand, que é fundador da Guadalupe Store, que são *influencers* do estilo *streetwear*, o documentário apresenta as diversas mudanças que o *streetwear* teve na cena underground, podemos ver a unificação do *streetwear* brasileiro, sendo o estilo de roupas que os jovens utilizam na comunidade, óculos espelhados, shorts largos, cabelo degradê, correntes e tênis como o Nike Shox, popularmente conhecido como '12 mola', ou seja, a periferia representa um estilo único para o mundo através do *streetwear*.

<sup>5</sup> *ready-to-wear* são coleções prontas para vestir (LONGMAN, 2008)

A cultura do streetwear é na maioria das vezes uma cultura movida pelo consumismo, onde é buscado ter peças únicas no mercado, por exemplo, o primeiro tênis Air Jordan do mundo foi vendido em 2020 por 560 mil dólares, a busca por ter peças exclusivas no mercado é muito grande, porém essa cultura colecionadora e consumista não é tão forte no Brasil, um país onde o salário mínimo atual é de R\$ 1.212,00 torna-se inviável adquirir uma peça como essa.

A marca Louis Vuitton é conhecida mundialmente por seus produtos de alto preço, suas peças são caras não só pelo fato de seu reconhecimento, mas também pela sua mão de obra, a qualidade do material de suas bolsas é de altíssimo nível, sua vida é muito longa, são impermeáveis e a prova de fogo, uma grande massa compreende estes valores mas acaba recorrendo a lojas de departamento e não uma loja original do produto. O consumismo desenfreado das marcas que trazem novos lançamentos constantemente está desincentivando o mercado, os consumidores conscientes vem se preocupando com isso e tem medo de onde isso pode chegar.

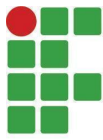
Hoje marcas famosas apostam nesse estilo, esse movimento cresce a cada dia, por meio das roupas, músicas, esportes, ideias e pensamentos. A Gucci, Nike, Prada, Versace e Adidas são as cinco marcas mais citadas na pesquisa do site Eblack, que dialoga com o estilo *rapper* (Figura 1) (EBLACK, 2022).

**Figura 1:** Marca Gucci com o *look* no estilo *streetwear*.



**Fonte:** Eblack, 2022

No *look* analisa-se que são peças de roupas com a modelagem mais solta,



que permite uma mobilidade do corpo e trás uma tipografia na estampa localizada que lembra grafites e pichações existentes nos centros urbanos. Os acessórios destacados são a meia de cano médio e a bolsa transversal. Portanto, percebe-se que as tendências podem vir de vários locais, tanto das elites como de grupos urbanos.

### 3.2 Periferia

No início da década de 1970 em Nova York, o *hip-hop* crescia cada vez mais no subúrbio entre as pessoas negras e latinas. Esse movimento chegou no Brasil na década de 1980 com músicas, roupas, danças, ideologias e foi acolhido por todo o país, principalmente na cidade de São Paulo, ganhando rádios, jornais, palcos e ruas. A partir de 1990, *hip-hop* se consolidou no Brasil e se tornou uma maneira de se expressar por intermédio de artistas como o Racionais MC 's (D'ANDREA, 2020).

O grupo Racionais MC's foi criado em 1988 por Mano Brown, Ice Blue, Edi Rock e KL Jay, habitantes das periferias da Zona Norte e Sul da cidade de São Paulo, que são bairros consequentemente formados por causa do êxodo rural ocorrido do século XX, com a ida de migrantes do interior do estado de São Paulo e do nordeste brasileiro, atraídos pelo impulso econômico das indústrias (CLUBEDOPORTUGUES, 2022).

Os Racionais MC'S colocaram a periferia como protagonista, por meio de suas canções eles falam sobre comportamento, denunciam violências, crimes, preconceitos tidos contra jovens e a população pobre. Desde 2019, letras do grupo fizeram parte de questões do vestibular da Unicamp, vindas do álbum 'Sobrevivendo no inferno' de 1997 e uma das músicas que se destaca se chama "Periferia é periferia (Em qualquer lugar)" (CLUBEDOPORTUGUES, 2022).

Este lugar é um pesadelo periférico  
Fica no pico numérico de população  
De dia a pivetada a caminho da escola  
À noite vão dormir enquanto os manos "decola"  
Na farinha... hã! Na pedra... hã!  
[...]

O trecho da música acima exemplifica as dificuldades enfrentadas pela

população residente nos bairros periféricos, como a utilização de drogas e os perigos que os moradores passam. O grupo incentiva a pacificação nas favelas, repudia as drogas, violência, abuso, qualquer tipo de crime e visa mostrar a realidade precária que passam.

Com o aumento da visibilidade destas regiões, no ano de 2002 é lançado o filme “Cidade de Deus” que retrata a história do garoto ‘Buscapé’, um jovem negro brasileiro, que mora em um dos lugares mais violentos do Rio de Janeiro. Além disso, ele era apaixonado por fotografia, por meio dela retratou sua comunidade violenta e foi para um caminho oposto à criminalidade.

Assim como Buscapé tinha um grande sonho de se tornar fotógrafo, a periferia brasileira tem uma diversidade de culturas, gostos, aparências e tendências. A partir das observações empíricas sobre os ritmos da periferia brasileira, pode-se encontrar a exaltação do *funk*, rap, tecnobrega, arrocha, forró, *trap*, samba, pagode, etc.

Ao relacionar moda e periferia, encontrou-se a coleção “Muleke doido” do estilista Petrvs, de Belém do Pará. Por meio das estampas localizadas, estampas corridas, modelagens, materiais têxteis e aviamentos, Petrvs trouxe um recorte da vivência em um bairro periférico, por exemplo resgatando apelido do bairro que é apontado como um dos mais violentos da cidade (Figura 2) (AZEVEDO, 2022).

**Figura 2:** Camiseta SACRABALA



**Fonte:** Azevedo, 2022

A figura 2 faz parte de uma série de fotografias feitas para o editorial de moda para divulgação da coleção. Igualmente para divulgação, a marca conta com



um *fashion film*, com duração de 7' 20", que traz memórias afetivas e a trilha sonora feita com tecnobrega, que é uma das músicas mais tocadas nas periferias belenenses. Como materiais têxteis, Petrus pensou em utilizar o que entram na narrativa da cidade, como o nylon reflexivo, que remete aos fios metálicos dos postes de energias, o algodão, tãctel e malha que se adequam ao clima amazônico. Além disso, analisa-se que houve um cuidado com a beleza dos modelos, que foi um *casting* feito com modelos afros, traços de descendência dos povos indígenas, diversidade de corpos e cabelos, dentre outros (AZEVEDO, 2022).

Na periferia da zona norte de São Paulo, tem-se o projeto Da Silva do estilista Gabriel Alves, que apareceu no *Design Vision*, um *reality show* de moda sustentável, transmitido pela pelo canal *Fashion TV* em parceria com o Instituto Focus Têxtil em 2021. O projeto Da Silva é inspirado no irmão de Alves, que teve a experiência de ser parado no mesmo dia três vezes consecutivas pela polícia por causa da cor de pele e vestuário que estava (ASSUNÇÃO, 2022).

**Figura 3:** Peças da coleção do projeto Da Silva.



**Fonte:** Assunção, 2022

Em um dos *looks* da coleção presente na figura 3, observa-se um *styling* diferenciada, com a camisa de listras em cima da cabeça, com boné branco, mostrando partes do rosto do modelo. Bem como, uma combinação de listras

com estampa corrida feita com a tipografia “mano”, presente no vocabulário da periferia paulistana (ASSUNÇÃO, 2022).

Percebe-se que a periferia é ressaltada na vestimenta e nas imagens dos editoriais das marcas. Portanto, por meio delas, observa-se que ambos resgatam as memórias afetivas, exaltam os comportamentos dos moradores pelas posições dos modelos e os espaços marginalizados tornam-se protagonistas das narrativas.

### **3.3 Moda Sustentável**

Em um mundo movido pela constante mudança na indústria da moda e por meio do fluxo de informações visuais e textuais gerados virtualmente, acredita-se que mais pessoas têm a oportunidade de ter um acesso maior no conhecimento da economia, meio ambiente, social, dentre outros. A questão da conscientização ambiental é destacada nos meios de comunicação, para proporcionar a população um conhecimento maior sobre sustentabilidade, despertar o cuidado com a natureza e o meio ambiente.

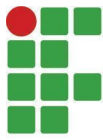
A moda sustentável é uma vertente que tenta utilizar métodos que não produz ou que pelo menos diminuam o impacto ambiental. Com a fragilidade que os produtos de moda tem e com o descarte acelerado, esses produtos tornam-se um problema ambiental de grandes proporções. Por esse fato, o conceito de sustentabilidade deve ser incorporado no meio produtivo da moda, uma vez que o consumo desenfreado é crítico.

De acordo com o site G1-Fantástico (13/02/2022), a poluição do meio ambiente está cada vez maior. um dos principais vilões é a indústria têxtil, que está no top 3 das maiores indústrias que poluem o meio ambiente.

Fibras sintéticas, como calças e camisas de poliéster, demoram mais para se decompor. Especialistas dizem que a fibra feita de viscose precisa de cerca de 70 milhões de barris de petróleo por ano. Além disso, eles levam mais de 200 anos para se decompor totalmente.

A viscose é uma fibra artificial feita de celulose que requer a derrubada de 70 milhões de árvores por ano.

O algodão é uma fibra natural; no entanto, seu cultivo requer o uso de produtos



químicos tóxicos nocivos. Cerca de 24% de todos os inseticidas e 11% de todos os pesticidas são usados para cultivar algodão. Isso resulta em efeitos significativos sobre a terra e a água.

Uma camiseta requer mais de 2700 litros de água para ser criada. (BBC, 2017)

A poluição e o grande desgaste das indústrias que mais poluem o meio ambiente, estão quantidade de água que é utilizada no processo de confecção, essa água ela se mistura com vários tipos de substâncias prejudiciais à saúde e ao meio ambiente, quando essa água é descartada sem nenhum tipo de tratamento ela pode causar bastante dano no solo, meio ambiente e na saúde das pessoas.

A sustentabilidade está sendo usada por vários tipos de setores e um deles é o setor da moda. A moda sustentável é uma vertente que tenta utilizar métodos que não produzem ou que pelo menos diminuam o impacto ambiental que acontece na produção de produtos, uma das suas vertentes é o *upcycling*.

O termo *upcycling* foi utilizado pela primeira vez por um ambientalista chamado Reine Pilz na Alemanha no ano de 1994, mas não foi muito popularizado, entretanto após 8 anos em 2002 o vocábulo *upcycling* foi utilizado novamente num livro-manifesto escrito pelo arquiteto Americano William McDonough e pelo engenheiro químico alemão Michael Braungart. Apesar dele ser utilizado em outras áreas como na arte, arquitetura, decoração entre outras, na indústria da moda ele teve um impacto maior e mais forte. Não tendo uma data específica do surgimento do *upcycling* no Brasil, podemos perceber o quanto ele cresceu na última década. (RockFella 2009)

O *upcycling* tem como objetivo na moda de recriar alguma coisa a partir de outra que já existe e as unificando, e tendo que pegar uma peça já usada ou até mesmo estragada e transformá-la em um produto que possa ser desejado por alguém para seu próprio consumo, é isso que o *upcycling* faz, ele pega uma roupa jeans por exemplo e transforma ela em uma bolsa, jaqueta, ou até mesmo num sapato, usando a criatividade na ação de recriar.

## **4. DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO**

Com base em pesquisas bibliográficas e pesquisas de moda, a partir de agora será apresentado o desenvolvimento da coleção, pesquisas de comportamento do consumidor, pesquisas de tendências e pesquisas comparativas de mercado, que contribuem para a criação da coleção que tem 10 croquis comerciais e 1 croqui conceitual.

### **4.1 Pesquisas de Moda**

#### **4.1.1 Pesquisa do comportamento do consumidor**

Ao analisar o mercado da moda streetwear, é notável uma diversidade de marcas que produzem várias opções de preço, tamanhos e gostos, porém nem sempre as melhores lojas tem os melhores preços, e os melhores preços não são dos melhores produtos, a partir disso este projeto tem o objetivo de entregar peças de alta qualidade com preços justos e acessíveis a qualquer pessoa, sendo assim criou-se a persona da coleção, Matheus Rocha Santana 18 anos Mora em goioerê, Paraná Trabalha em uma mercearia local Matheus gosta de ir em festa com amigos, andar de skate, escrever, ouvir música e dançar. Ele acompanha as tendências pelo Instagram, WhatsApp e tiktok.

#### 4.1.2 Pesquisa de tendências de moda

Para o desenvolvimento da coleção analisou-se as tendências de moda 2022/2023. A Pantone pronunciou quais são as cores Outono/Inverno 2022/2023 da semana de moda de Nova York, entre elas o *Lava Falls*, *Caramel Café* e *Midnight* tem sido referência no mundo da moda e no desenvolvimento da coleção.

**Figura 4** : Cores da semana de moda da Pantone, 2022



**Fonte:** Pantone, 2022

As tendências de roupas escolhidas para a coleção seguinte foram as calças cargo e modelagem wide. As calças cargo sempre se mantiveram em alta dentro do estilo *streetwear*, agora ela traz um novo conceito com mais bolsos e mais visibilidade, a figura 4 representa a calça cargo como uma tendência para 2022

**Figura 5:** Calça cargo, 2022



**Fonte:** KOLONI, 2022

Já a modelagem wide é um tipo de corte na roupa que foi baseado nas roupas de marinheiros, ela apresenta a boca larga e solta no corpo. As wide

leg (figura 5) são, normalmente, calças de cintura alta. No entanto, você pode encontrar modelos com um cós regular ou até mesmo cintura baixa.

**Figura 6** : Calça wide, 2022



**Fonte:** Zona Sul Boutique, 2022

## 4.2 Marca

A marca recebe o nome de Da Ponte Pra cá, a palavra ponte tem como significado uma obra que é construída para estabelecer uma comunicação entre dois pontos separados, com isso, a ponte da nossa marca mostra a divisão que tem entre a favela e o centro urbano. Colocamos esse nome na nossa marca pois queremos ligar essas duas partes, trazendo uma igualdade entre esses dois estilos de vida. Da Ponte pra cá tem um grande respeito pelos consumidores e com o nosso planeta, pois somos uma marca que traz conforto, durabilidade e estilo e além disso somos uma marca que preza pela sustentabilidade em nossa produção. Com isso trabalhamos com a moda inclusiva destinado ao público da periferia, levando qualidade e ao mesmo tempo aumentando a autoestima do nosso público.

### 4.2.1 Logomarca

A logo é constituída por uma ponte que se refere a separação dos centros para os subúrbios e também representar uma divisão de classes sociais, a escrita 'Da ponte pra cá' representa o nome da nossa marca e também a música do grupo Racionais MC'S, a fonte com qual é escrita simboliza a arte do grafite, que é muito praticado dentro das comunidades, onde caracterizam e expressam seus sentimentos e talentos por meio do mesmo. A logomarca pode ser vista nas figuras 7 e 8.

Figura 7: Logo, 2022



Fonte: Autoria própria, 2022

Figura 8: Logo, 2022



Fonte: Autoria própria, 2022

### 4.3. Tema da coleção

O tema escolhido para a criação e desenvolvimento da coleção 'Dias de luta dias de glória' é o grupo brasileiro de rap, Racionais MC'S, este grupo visa retratar o cotidiano dos moradores nas favelas brasileiras, são contra o sistema político e social, contra o uso de drogas e todo tipo de preconceito.

O mesmo foi escolhido para representar as periferias brasileiras com seu estilo de roupa, que influenciou e influencia muitas pessoas que fazem parte da esfera do rap, que querem expressar suas opiniões livremente, através das roupas, músicas, poemas e danças.

#### 4.3.1 Painel semântico

O painel semântico do tema (Figura 9) apresenta a diversidade e estética brasileira, a sua direita é exposto álbuns de funk e rap mais escutados dentro da faixa etária do público alvo da coleção, jovens de 17 a 27 anos, mais ao centro podemos ver uma praia com a bandeira do brasil, imagens que se relacionam aos racionais, e a esquerda vemos a seleção brasileira, cantores como o Tim Maia e Zeca Pagodinho, e personagens da novela 'A grande família'.





## 4.5 Cartela de cores

Figura 10: Cartela de cores da coleção, 2022



Fonte: Compilação do autor, 2022

## 4.6 Painel de combinação de cores

Figura 11: Cartela de cores da coleção, 2022



Fonte: Compilação do autor, 2022

#### 4.7 Cartela de tecidos

Figura 12: Cartela de tecidos, 2022



Fonte: Compilação do autor, 2022

#### 4.8 Cartela de aviamentos

Figura 13: Cartela de aviamentos, 2022



Fonte: Compilação do autor, 2022

#### 4.9. Visão geral da coleção

Figura 14: Visão geral da coleção, 2022



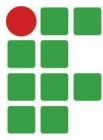
Fonte: Compilação do autor, 2022

### 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Espera-se que por meio dessa pesquisa, possa-se desenvolver produtos com preços acessíveis e democráticos que atendam o gosto do público alvo observado. Bem como, tenha referências que resgatam as memórias afetivas e coloque o cliente no lugar de protagonista da própria história.

Além disso, acredita-se que por intermédio da coleção, o trabalho contribuirá com mais possibilidades de restaurar peças que poderiam ser descartadas, criando hábitos e pensamentos mais sustentáveis nos consumidores, em síntese, espera-se que os produtos conscientizem as pessoas sobre a sustentabilidade e vejam que por meio desta possam manter seu estilo e liberdade.

O desenvolvimento deste trabalho tem a finalidade de enaltecer as diversas culturas que caracterizam a periferia brasileira, principalmente a cultura do hip-hop que está ligada com o streetwear, culturas estas que valorizam pessoas negras e de favelas, onde buscam utilizar roupas de marca e boa qualidade, independente de sua classe social, ao analisar isto é visivelmente



claro em nossa sociedade pensamentos preconceituosos, que apontam que um negro que reside em uma periferia não tem condições de usar roupas de grife e se usa é porque roubou, que pessoas que ouvem hip-hop, artistas de rua (grafiteiros, rimadores de vagão, MC's, dançarinos e etc.) são vandalos e vagabundos.

É esperado que este preconceito seja anulado da sociedade, e sejam criados novos conceitos sobre as periferias, valorizando essa cultura tão rica que caracteriza uma grande parte deste País.

## REFERÊNCIAS

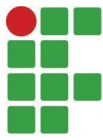
ASSUNÇÃO, Luxas. Aposta FFW: Gabriel “Da Silva” é uma das novas vozes da quebrada da moda. FFW Mag. 26 abr. 2022. Disponível em <<https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/conheca-gabriel-da-silva-uma-das-novas-vozes-da-quebrada-na-moda/>> Acesso em: 22 jun. 2022.

AZEVEDO, Roanna. Muleke doido: estilista lança coleção inspirada nas culturas das aparelhagens de Belém do Pará. Hypheness. Disponível em: <<https://www.hypheness.com.br/2022/03/muleke-doido-estilista-lanca-colecao-inspirada-na-cultura-das-aparelhagens-de-belem-do-para/>>. Acesso em: 06 de mai, 2022.

BBC, Qual é a indústria que mais polui o meio ambiente depois do setor do petróleo?, Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-39253994>>. Acesso em: 22 jun. 2022

CLUBE DO PORTUGUES, Sobrevivendo no Inferno – análise para o vestibular da Unicamp. disponível em: <<https://www.clubedoportugues.com.br/sobrevivendo-no-inferno/>>. Acesso em: 08 de set, 2022.

D'ANDREA, Tiaraju. Contribuições para a definição dos Conceitos periferia e sujeitas e sujeitos periféricos 1. Novos estudos CEBRAP, v. 39, p. 19-36, 2020. Disponível em <<https://www.scielo.br/j/nec/a/whJqBpqmD6Zx6BY54mMjqXQ/abstract/?lang=p>>



t> Acesso em: 06 mai. 2022

DOCUMENTÁRIO sobre streetwear reforça senso de comunidade e caráter político da moda: De Rua. GQ,24 out. 2021. Disponível em: <<https://gq.globo.com/amp/Estilo/Moda-masculina/noticia/2021/10/documentario-sobre-streetwear-reforca-sens-o-de-comunidade-e-carater-politico-da-moda.html>> Acesso em: 17 mai, 2022

DORNELAS, Luana. Como foi o surgimento da cultura hip-hop no Brasil. REDBULL, 2022. Disponível em: <<https://www.redbull.com/br-pt/O-surgimento-da-cultura-hip-hop-no-Brasil>>. Acesso em 03 de maio, 2022.

ECYCLE. Descubra o que é moda sustentável. Disponível em: <<https://www.ecycle.com.br/moda-sustentavel/amp/>> acesso em: 16 de Junho, 2022.

ESBLACK. Conheça as marcas mais citadas no hip hop. Disponível em : <<https://www.estiloblack.com.br/2015/10/conheca-as-marcas-mais-citadas-no-hip.html>> Acesso em: 22 de jun. 2022

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. mini aurélio: o dicionário da língua portuguesa; coordenação Marina Baird Ferreira. - 8. ed. rev. atual. - Curitiba : Positivo, 2010.

FLETCHER, Kate. Moda e sustentabilidade. São Paulo: editora, 2011

GUITARRARA, Paloma. "Favela"; Brasil Escola. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/brasil/favela.htm>> Acesso em 16 de junho de 2022.

GODOY, Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades, Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rae/a/wf9CgwXVjpLFVgpwNkCgnnC/?format=pdf&lang>>

=pt> Acesso em: 22 de jun. 2022.

HALL, STUART. A identidade cultural na pós-modernidade. 11. ed. DP&A EDITORA, 2006.

História. Prefeitura Municipal de Goioerê. Disponível em:<[https://goioere.pr.gov.br/pagina/78\\_Historia.html](https://goioere.pr.gov.br/pagina/78_Historia.html)>. Acesso em: 03 de mai, 2022

KACE WEAR. O que é Streetwear? Entenda o Significado e a Origem da Moda Street, 2021. Disponível em:<<https://www.kacewear.com.br/blogs/conteudo/o-que-e-streetwear-entenda-o-significado-e-a-origem-da-moda-street>>. Acesso em: 15 jun. 2022.

KOLONI, calça cargo fire reta preta disponível em:<<https://www.koloniskateshop.com/roupas/calcas/fire/calca-cargo-fire-reta-preta-2111>>. Acesso em: 22 jun, 2022

LONGMAN. Dicionário escolar inglês-português português-inglês, 2.ed. Pearson, 2008.

PASSARINHO, Nathalia. COP26: Na contramão do mundo, Brasil teve aumento de emissões de CO2 em ano de pandemia. Disponível em:<<https://g1.globo.com/google/amp/meio-ambiente/cop-26/noticia/2021/10/28/cop26-na-contramao-do-mundo-brasil-teve-aumento-de-emissoes-de-co2-em-ano-de-pandemia.ghtml>>. Acesso em: 22 jun. 2022.

População no último censo. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em:<<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/goioere/panorama>>. Acesso em: 04 de mai, 2022

RIBEIRO, Debora. Periferia. Dicio - Dicionário Online de Português. Disponível

em: <<https://www.dicio.com.br/periferia/>>. Acesso em: 06 de maio, 2022.

ROCKFELLA, Moda vintage: O que é upcycling ? resignificando.... 12 nov. 2019. Disponível em: <<https://blog.userockfella.com.br/o-que-e-upcycling/>> Acesso em: 22 jun. 2022

SIGNIFICADOS, significado de customização, Disponível em: <<https://www.significados.com.br/customizacao/amp/>>. Acesso em 22 de jun. 2022

HUNTER, Cidade de Deus | Crítica, Disponível em: <https://www.omelete.com.br/filmes/criticas/cidade-de-deus>, Acesso em: 09 de set, 2022

VIDAL, Lara. O impacto climático da indústria da moda é devastador. Disponível em: <<https://revistaforum.com.br/cultura/2022/4/12/impacto-climatico-da-industria-da-moda-devastador-112916.html>> acesso em: 16 de Junho, 2022

ZONA, Calça Jeans Masculina Wide Leg - Damyller. Disponível em: <<https://www.zonasulboutique.com.br/produtos/calca-jeans-masculina-wide-leg-damyller/>>. Acesso em: 22 jun, 2022