

# **Estética e Identidade Funk : a moda como linguagem de jovens periféricos da Zona Norte de SP diante do consumo e da representatividade**

<sup>1</sup>CRUZ, Rafael Abayomi

<sup>2</sup>SANTOS, Lino Gabriel

## **RESUMO**

Este trabalho parte da vivência e da observação da juventude da Zona Norte de São Paulo para entender como a moda vira ferramenta de construção de identidade entre jovens funkeiros. A pesquisa analisa como o estilo, as marcas e a ostentação são usados não só pra se vestir, mas pra se afirmar, ganhar respeito e marcar presença nos espaços. Através de entrevistas, imagens e estudos teóricos, a investigação mostra que a moda na periferia não é só consumo, mas uma forma de comunicação e resistência, muitas vezes usada sem a intenção de ser política, mas que acaba sendo por estar ligada à sobrevivência e à forma como esses jovens se colocam no mundo. Também se discute o discurso de representatividade e os limites entre expressão real e consumo forçado. No fim, a moda que vem da quebrada mostra sua potência como linguagem e construção de ser.

## **PALAVRAS-CHAVE**

Moda; Periferia; Juventude; Funk; Identidade.

## **1. INTRODUÇÃO**

Nas periferias, se vestir nunca foi só questão de estilo, também é sobre se afirmar, se destacar, ganhar respeito e ser reconhecido. Esse trabalho nasce da vontade de entender como os jovens da Zona Norte de São Paulo, dentro da cena funkeira, constroem suas identidades por meio da Moda. Em um contexto que mostra de onde você vem, o que você sonha, quem você é socialmente. E tudo isso acontece num cenário de poucas oportunidades e muita desigualdade, onde o visual vira uma das poucas armas que esses jovens têm para ocupar espaços com força.

A Moda aqui não é futilidade, é código. É ferramenta de sobrevivência, pertencimento e comunicação. Como traz Stuart Hall (2006), identidade é algo que vai se formando, sendo moldado pelas relações sociais, políticas, econômicas e pela cultura em que a pessoa está inserida. Dentro do movimento funk, essa construção se dá de forma coletiva, mas com espaço pra cada um colocar seu toque e isso aparece ao usar as marcas, nos cortes, nas correntes, nos tênis. Sodré (2007) reforça que o corpo do jovem periférico é um território político, que comunica desejos, dores

---

<sup>1</sup> Graduando de Tecnologia em Design de Moda, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina, Campus Jaraguá do Sul - Centro, Santa Catarina, Brasil. E-mail: ravaelbrito07@gmail.com.

<sup>2</sup> Mestre em Antropologia, UFSC, Técnico Têxtil do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina, Campus Jaraguá do Sul - Centro, Santa Catarina, Brasil. E-mail: lino.gabriel@ifsc.edu.br

e vontades por meio da estética que carrega.

O funk, enquanto movimento cultural, influencia diretamente na formação desses códigos. Ele não apenas dita ritmos, mas carrega valores, comportamentos e estéticas. Como pontua Herschmann (2005), o funk é uma forma de comunicação que expressa os desejos, dores e conquistas das classes populares urbanas. Dentro disso, a Moda “ostentação” ganha destaque como uma das vertentes mais visíveis, funcionando como forma de reapropriação simbólica do que historicamente foi negado à juventude periférica, o direito de desejar, de ter e de parecer ter.

Este trabalho parte da valorização das escolhas de vestuário como expressões legítimas de identidade e subjetividade. Ao invés de diminuir apenas o consumo e a vaidade, busca-se entender a complexidade por trás dessas escolhas e como elas revelam estratégias de existência dentro de um sistema desigual. A pesquisa propõe, assim, um olhar mais sensível e aprofundado sobre os jovens periféricos da Zona Norte de São Paulo como produtores de cultura, estilo e discurso, contribuindo para a ampliação do debate sobre representação, pertencimento e identidade nas metrópoles brasileiras.

Assim, o objetivo deste trabalho é investigar de que maneira os jovens periféricos da Zona Norte de São Paulo constroem e performam suas identidades por meio da Moda, examinando como vestimentas, marcas e estilos de ostentação se articulam a valores de pertencimento, status e resistência dentro da cultura funk. Para isso, descrevem-se os principais elementos visuais presentes nos looks (roupas, acessórios e cuidados estéticos), relaciona-se cada escolha à vivência social e ao imaginário coletivo da quebrada.

Para alcançar os objetivos propostos, a metodologia deste trabalho foi baseada na análise de imagens de jovens aspirantes a MCs da Zona Norte de São Paulo, assim como de artistas já consolidados na cena. A partir dessas imagens, buscou-se identificar padrões estéticos, escolhas de vestuário e símbolos presentes na forma como esses sujeitos se apresentam. Além disso, foram realizadas entrevistas com alguns desses jovens para entender, a partir de suas falas, qual o papel do funk em suas vidas e como a Moda se insere nesse contexto como ferramenta de expressão, identidade e projeção social.

## **2. DESENVOLVIMENTO**

O desenvolvimento deste trabalho começa com uma base teórica que traz os conceitos importantes sobre Moda, identidade e cultura da periferia, especialmente focando na cena do funk na Zona Norte de São Paulo. Primeiro, a gente aborda o que é identidade cultural e como a Moda ajuda a construir quem a gente é, trazendo autores que discutem essas ideias. Depois, o foco vai para o funk, mostrando como esse movimento não é só música, mas uma forma de expressão que molda o estilo e a atitude dos jovens da quebrada. Por fim, o estudo aprofunda a discussão sobre como a Moda, especialmente a estética da ostentação, funciona como uma maneira desses jovens se afirmarem, resistirem e criarem um lugar de pertencimento.

### **3. O que a Moda diz: A expressão social antes do funk.**

A Moda é um intrincado mosaico construído a partir do imaginário pessoal, uma manifestação única moldada pela interação complexa com influências externas. Ela vai muito além de simples escolhas de vestuário e acessórios, transformando-se em uma expressão visual profunda dos comportamentos e valores individuais.

Para Freitas (2005) podemos conceber a Moda como uma “ciência” social, na qual as pessoas utilizam as tendências e estilos para comunicar não apenas uma estética, mas também uma narrativa sobre quem são e o que valorizam. A Moda também pode ser identificada como uma

'licença de autorização', conceito desenvolvido por Guerreira (2013), que coloca em pauta o que deve ser ou não usado, o que deve ser destinado a determinado público ou contexto social, e que reforça regras de comportamento.

Ao adotar determinados estilos, estamos, de certa forma, autorizando o mundo a interpretar nossa identidade, estabelecendo limites e direcionando percepções. É crucial compreender que a Moda, longe de ser superficial, é uma expressão que harmoniza a arte e a indústria (Bastos 2021). Essa interação revela não apenas uma manifestação estética, mas também um diálogo intrínseco entre a criatividade artística e as demandas práticas da indústria.

A Moda, assim, transcende a aparência para se tornar uma linguagem rica e significativa, em que a expressão artística e as necessidades industriais coexistem de maneira única. No entanto, quando a ênfase no lado industrial supera a expressão artística na Moda, surgem conotações de equívocos, especialmente para aqueles à margem de um estrato social elitizado.

O excesso de preocupações industriais sobre a expressão criativa pode resultar em uma Moda desconectada das nuances artísticas e desejos individuais e mais voltada para uma burguesia, que promove um distanciamento significativo das experiências daqueles em camadas sociais menos privilegiadas. Para compreender a dificuldade inicial da Moda em atender exclusivamente a um único pilar é necessário retroceder e explorar as origens desse fenômeno.

A Moda começa a ganhar destaque como forma de expressão cultural a partir de mudanças profundas na sociedade ocidental. A Queda da Bastilha, em 1789, marcou o início da Revolução Francesa e também simbolizou o fim de uma era em que Deus ocupava o centro da vida social, política e cultural. Com o avanço do pensamento iluminista e a valorização da razão, o foco passou a ser o ser humano, suas escolhas e sua liberdade, o que ficou conhecido como pensamento antropocêntrico.

Nesse novo contexto, a Moda deixou de ser controlada pela Igreja ou pela realeza, e passou a refletir desejos individuais, valores sociais e transformações culturais. Gilles Lipovetsky (1989) explica que "(...) a Moda exprime a emergência de uma cultura da individualidade, na qual o sujeito se afirma através de suas escolhas estéticas".

Ou seja, a Moda passou a ser uma forma de mostrar quem se é, muito além da função de se vestir. A autora Caroline Weber (2007), por exemplo, mostra em seu livro *Rainha da Moda* como Maria Antonieta usou a roupa como um tipo de linguagem, uma maneira de se posicionar politicamente em meio às tensões da época. Assim, a Moda se tornou parte importante das mudanças sociais, acompanhando a busca por identidade, liberdade e expressão pessoal.

É crucial examinar o contexto social, onde o crescimento da burguesia coincide com a insatisfação política e a ausência de um papel político consolidado. Essa interconexão complexa destaca a multidimensionalidade da Moda, revelando suas raízes na transformação cultural e social.

Esse cenário social e econômico, marcado pelo crescimento da burguesia e pelas tensões políticas, proporciona o terreno fértil para que a Moda se consolide como um elemento simbólico de diferenciação, exclusão e poder. Com o aumento da produção e da circulação das roupas devido às inovações industriais, a Moda passa a se expandir para além da burguesia, mas ainda assim mantém um caráter de distinção social. A introdução de novas tecnologias no setor têxtil, como o uso de máquinas para a produção em massa de tecidos, resulta na popularização de estilos e na democratização do consumo, ao mesmo tempo em que reforça a separação entre as classes sociais. Nesse contexto, a moda se torna um reflexo direto das mudanças econômicas e sociais, funcionando como uma linguagem visual que comunica identidades, aspirações e posições dentro da estrutura social. (GUIMARÃES, 2021; POLLINI, 2007).

No entanto, apesar da popularização dos estilos, a Moda nunca se torna totalmente acessível a todos, permanecendo, em muitos aspectos, uma ferramenta de distinção social. Como

observa Lipovetsky (1989), a Moda ainda “funciona como um marcador de status”, mesmo com sua expansão para diferentes classes. Bourdieu (1984) complementa, afirmando que a Moda carrega um “código simbólico” que mantém a hierarquia social, refletindo as desigualdades racial, de classe, gênero e poder.

Assim, a Moda, embora transpareça estar democratizada em sua forma, ainda reflete as fronteiras entre os grupos sociais, com a burguesia continuando a ser as principais influenciadoras das tendências. De acordo com Franco (2005), enquanto o consumo se populariza, o mercado de luxo e as marcas de prestígio ainda mantêm a separação entre as classes, usando o vestuário como um meio de afirmar poder e exclusividade. A Moda, portanto, segue sendo uma linguagem de pertencimento e, ao mesmo tempo, de separação, marcando as identidades individuais e coletivas de forma simbólica e estratégica.

Então há uma interconectividade que começa a atuar. Para isso vamos olhar e compreender a Moda a partir de um referencial mais próximo, como faz Mylene Mizrahi em seu trabalho *A Estética Funk Carioca: Criação e Conectividade em Mr. Catra*.

Embora o foco desta pesquisa esteja no funk paulista, considero relevante trazer os estudos de Mylene Mizrahi, que analisa o funk carioca, pois sua abordagem sobre Moda e estética como formas de expressão e construção identitária dialoga diretamente com o que também se observa em São Paulo. Apesar das diferenças regionais, os caminhos metodológicos e as reflexões propostas por Mizrahi ajudam a compreender como a Moda atua dentro do universo do funk como uma linguagem potente de pertencimento, disputa e afirmação social.

A autora realiza sua pesquisa a partir do contexto do funk carioca e suas articulações com a estética, destacando a importância de se pensar a Moda como um fenômeno que transita entre o coletivo e o individual. Essa abordagem evidencia como a estética se manifesta de maneira ativa na formação de vínculos sociais, impactando questões econômicas, raciais e identitárias.

A estética funk se torna inteligível a partir do movimento e da criatividade desses agentes, suscitando vínculos que ampliam a conectividade e nos quais se reelaboram os marcadores de raça, gênero, religião e classe social. (Mizrahi, 2015, p. 185)

A autora reconhece que o agente estético do funk é construído a partir de múltiplos pilares. Sua pesquisa explora até que ponto esse conceito se sustenta na realidade concreta dos sujeitos envolvidos, revelando um caráter expansivo, muitas vezes ilimitado, da estética no cotidiano dos jovens funkeiros.

Essa perspectiva é aprofundada no artigo *O Funk, a Roupas e o Corpo: Caminhos para uma Abordagem Antropológica da Moda*, no qual Mizrahi (2014) debate o confronto estético entre os espaços da favela e do asfalto, a autora afirma:

O gosto funk é apreendido no trânsito entre as esferas da festa e cotidiana, que envolve o ir e vir entre a favela e outras áreas da cidade, como o próprio baile, a escola e o trabalho. Dessa perspectiva, as marcas das roupas e calçados, cujos símbolos vemos reproduzidos nas vestimentas e nos adornos corporais, são tomadas como indicadores de uma relação tensa com a modernidade, onde o conflito surge como traço constitutivo da socialidade dos jovens e elemento estruturante de sua cosmologia (MIZRAHI, 2014).

A estética no funk, portanto, vai além da lógica tradicional do “modista” – termo comum no campo da Moda para designar aqueles que seguem tendências de forma passageira. No caso do funk, trata-se de uma forma de sobrevivência, um mecanismo de afirmação identitária e resistência.

Mizrahi (2014) reforça essa leitura ao declarar: “Muito mais do que estar se adaptando a uma ‘modinha’, é falar com a roupa, os cabelos e os adereços ‘quem se é’ e ‘o que se quer’ do mundo.” (MIZRAHI, 2014)

Dessa forma, percebe-se que a Moda, no universo do funk, torna-se uma linguagem potente de posicionamento e pertencimento, operando como ferramenta de construção e reconfiguração de identidades sociais e culturais.

### **3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.**

Inicialmente, conduzimos uma revisão abrangente da literatura e estudos relacionados para contextualizar nosso entendimento sobre o tema. Em seguida, um levantamento de dados com o objetivo de coletar materiais relevantes que serviram como base para a pesquisa. Utilizando esses recursos, elaboramos tópicos específicos e fichamentos, que desempenharam um papel fundamental como ferramentas de apoio durante a condução da pesquisa.

Após a revisão bibliográfica inicial e o levantamento de dados, o próximo estágio da pesquisa envolveu a realização de entrevistas aprofundadas com jovens funkeiros da zona norte. Essas interações foram documentadas por meio de gravações de áudio e com o consentimento dos participantes, também por meio de registros visuais foram registradas suas vivências para poder contextualizar os comportamentos diários dos estudados. A inclusão desses recursos visuais buscou capturar não apenas as palavras, mas também expressões faciais, gestos e contextos diversos que puderam enriquecer a compreensão da identidade dos jovens funkeiros.

A abordagem ética garantiu a confidencialidade e fluidez nas conversas com os participantes e ao combinar métodos qualitativos e recursos visuais, buscou-se uma compreensão mais completa e autêntica da identidade desses jovens contribuindo uma visão mais clara e significativa da cultura funkeira na zona norte de São Paulo em relação a sua vinculação a Moda.

### **4. O papel da Moda para a formação dessas identidades.**

Para iniciarmos este debate é preciso entender o que é identidade. A identidade é uma relação externa e interna, em que o sujeito tenta se caracterizar de acordo com seu ambiente, sua história e seu objetivo social, como argumenta Stuart Hall (2003), em seu livro “Identidade em questão”. O autor retrata a Identidade como uma junção entre o sujeito e a estrutura social que o arremontou. Esta ideia é reforçada por analisarmos que o significado da palavra segue através de “conjunto de características que distinguem uma pessoa ou uma coisa e por meio das quais é possível individualizá-la.” (Oxford Languages)

Dentro desse contexto Tomaz Tadeu (2000) reforça para nós aquilo que nós entendemos, o que somos. Para ele: “A identidade é simplesmente aquilo que se é: ‘Sou brasileiro’, ‘Sou negro’, ‘Sou heterossexual’, ‘Sou jovem’, ‘Sou homem’ (p. 73-102). A identidade assim concebida parece ser uma positividade (aquilo que sou), uma característica independente, um “fato” autônomo. Nessa perspectiva a identidade só tem como referência a si própria: ela é autocontida e autossuficiente.

Nesse cenário é possível analisar como identidade trabalha na diferenciação em meio ao social, não sendo possível ser desenvolvida em isolamento, então devemos pensar que se deve ter um diálogo aberto tanto consigo próprio quanto com outras pessoas que estão presentes na formação do nosso processo identitário como foi analisado por Nilma Lino Gomes no seu livro *O Vista do Educação e identidade Negra*.

(...) entendo a identidade negra como uma construção social, histórica e cultural repleta de densidade, de conflitos e de diálogos. Ela implica a vivência de um processo de identificação que se dá na relação com o outro, com o mundo e consigo mesmo. (GOMES, 2002, P.11 - 23)

O interessante de se entender como uma identidade é relacionar ela como uma formação de comunicação: “quem sou eu?”. Logo, este “eu” pode ser respondido pela cultura, pelo território, e pelos comportamentos apreendidos nesta e em outras relações. Endossando esse conceito é possível compreender como o ser muda a estrutura e a estrutura muda o ser, como decorre dentro da conversa em o “Poder da identidade” (2018), livro por Manuells, que desenvolveu acerca da identidade territorial

(...) é uma âncora fundamental de pertencimento que não é perdida nem mesmo no rápido processo de urbanização generalizada que estamos vivenciando. Uma aldeia não é deixada para trás; ela é transportada com seus laços comunais. Então, novas aldeias são construídas, reduzindo o tamanho da experiência humana para uma dimensão que pode ser gerida e defendida pelas pessoas que se sentem perdidas no turbilhão de um mundo desconstruído. (MANUELLS, 2018, P. 1890)

Se faz importante também analisarmos como a identidade parece algo subjetivo, mas é uma questão onde até você se identificar passa por uma escolha. No livro “Comunicação e identidade: Quem você pensa que é?” É possível perceber como Sá Martino (2010) trabalha bem o conceito de comunicação através dessa identidade, o mesmo deixa claro até a relação do nome da obra, ‘quem você pensa que é?’, e não “quem você é”, uma vez que achamos e passamos a “saber” quem somos, através de nossos gostos, anseios dentro da vida, reconhecimento de nossos passados e é através disso que interpretamos o presente e nós evoluímos até o futuro. Porém o ponto principal de se identificar através dessa diferenciação passa pelo o que desejamos comunicar e o que não desejamos comunicar.

A Moda por si só faz um importante papel na comunicação de nossas identidades, como por exemplo retrata Stefani (2005). A autora ressalta que, durante toda a história da indumentária, desde os tempos antigos, como os romanos utilizavam-se da toga como uma referência a sua hierarquia social. Quanto mais tecido e volume possuía essa roupa, maior era o poder de demonstração da sua importância. Por isso é muito interessante a relação da comunicação realizada pela Moda, já que a roupa com mais tecido além da sua dificuldade de aquisição também torna mais dificultoso seu movimento, ou seja, faz com que a pessoa que a utiliza possa ser impedida propositadamente de se mover e assim possa ter menos trabalho para ser realizado, demonstrando sua possibilidade de ócio propositado.

#### **4.1 Linguagem da Moda e da Música: Estímulo.**

Também é muito interessante como a linguagem utilizada na moda pode variar de acordo com a interpretação pessoal, como afirma Schulz e Cunha (2021). Para trabalhar com um tipo de linguagem que se passaria pela tríade “emissor - mensagem - receptor” utilizada na teoria de uma comunicação na base da semiótica. Agora o contexto é produção e trocas de significados, algo que gera uma interação social.

Relembrando como identidade é uma relação entre diferenças, - e que nós, como seres humanos possuímos no nosso tipo de comunicação não verbal de uma forma acentuada -, é possível demonstrar como passamos determinadas mensagens em formas de variados tipos de “imagens”.

Essas imagens podem ser visuais, sonoras, gustativas e olfativas.

Sob a perspectiva da Antropologia Urbana e através da etnografia sonora realizada na cidade podemos identificar paisagens e ambiências que configuram territórios sonoros, espaços que se delimitam a partir de suas expressões sonoras. Estas últimas vistas aqui em sua dimensão cultural, derivadas dos gestos e simbolismos veiculados pelos sujeitos. (VEDANA, 2010, p. 1-14)

A citação da Viviane Vedana traz uma ideia importante sobre como os sons que ouvimos no nosso cotidiano não são apenas ruídos aleatórios, mas também carregam significados e ajudam a criar uma espécie de “território sonoro”. Esses sons, que podem ser músicas, conversas, buzinas ou até mesmo o silêncio de um determinado espaço, acabam funcionando como marcas culturais. Eles contam histórias, revelam identidades e fazem parte da forma como as pessoas percebem e constroem o espaço em que vivem. Por exemplo, numa quebrada de São Paulo, o funk que ecoa dos carros, das casas e dos bailes cria um território sonoro que vai além do ritmo, uma expressão cultural que comunica pertencimento e identidade.

Assim, um cheiro, um som e/ou uma imagem se tratam de estímulos que remetem à uma resposta e que levará à uma interpretação de sua identidade (WOLF, 1985) “E uma resposta tem necessidade de ter sido estimulada. Uma resposta não estimulada é como um efeito sem causa.” (WOLF, 1985, P. 9) E o mais interessante de se pensar é a relação não só a comunicação de identidade ao externo, mas essa relação de se afirmar ao interno através desse estímulo, qual é a sua identidade e o que você mesmo interpretará ser, conforme debateu Martino (2010) e Hall (2003) em seus respectivos livros.

O estímulo não se reduz apenas à imagem visual, mas se reproduz em variados tipos de imagem e, se incorpora por diversos meios. Uma delas é através do som. A música é um tipo estímulo que é utilizado há muito tempo, inclusive como uso terapêutico. Os sons também têm sido analisadas pelo mesmo tempo e em diferentes lugares como pelos Antigos Egípcios, por Aristóteles, e Platão seguindo pelo período até a Segunda Guerra Mundial e até os dias de hoje.

Desde o Antigo Egito, a música já era reconhecida como um potente instrumento de cura e transformação. Os egípcios, por exemplo, utilizavam sons e instrumentos musicais em templos para criar um ambiente que ajudasse na recuperação física e espiritual das pessoas, como destacam as práticas de Imhotep, o médico e deus da medicina (Damaru Terapia Sonora). Platão, por sua vez, também via a música como algo essencial para a formação moral e educacional da sociedade, acreditando que ela tinha o poder de purificar a alma e influenciar o comportamento das pessoas (Piauí, 2023).

Seu discípulo, Aristóteles, compartilhava dessa visão, mas aprofundava a ideia de que os diferentes tipos de música podem mexer diretamente com as emoções e, conseqüentemente, com as ações e reações do ser humano (Redalyc, 2012). Essa relação entre música e emoção continuou a se expandir, chegando até os tempos mais recentes. Durante a Segunda Guerra Mundial, por exemplo, a musicoterapia começou a ser aplicada de forma mais sistemática para ajudar soldados a lidar com o estresse pós-traumático, mostrando como os sons podem promover o bem-estar e a cura (Escuela ELBS, 2024).

Esses exemplos ao longo da história mostram como a música sempre foi mais do que um simples entretenimento; ela tem um papel profundo na formação da identidade, na cura e na

transformação das pessoas. Essas análises foram sequências de estudos voltados para entender como um estímulo pode ajudar as pessoas em determinados aspectos da sua identidade como autoafirmação, cuidado e até desenvolvimento de dopamina, como foi debatido em “Uso da música em diversos cenários do cuidado: revisão integrativa” (Araújo, et al, 2014).

Esse debate do estímulo do som junto ao visual é o mais importante para nossa análise do Funk e sua reafirmação de identidades. As periferias, ao longo do tempo, têm utilizado diversos recursos para sobreviver e expressar sua identidade.

#### **4.2 Ressignificação da cultura funk através da Moda**

Um exemplo dessa resignificação cultural pode ser observado no impacto do "boné de crochê" na edição N52 do São Paulo Fashion Week (SPFW), que gerou grande repercussão. A história desse acessório remonta à década de 1990, conforme reflete Elizabeth Letilelas (2024) no seu blog “Feito por preto”, quando começou a ser associado diretamente a presídios e à marginalidade.

Originalmente, pessoas privadas de liberdade passaram a produzir itens como bonés e tapetes de crochê durante o cumprimento de suas penas, utilizando essa prática tanto como uma forma de passatempo quanto como uma atividade para reduzir a pena. Esse simbolismo, que nasce no contexto da prisão, foi resignificado nas periferias e rapidamente se transformou em um símbolo de expressão, atingindo as passarelas da Moda no seu lugar mais elitizado.

Como Emicida diz, sobre sua própria atitude com sua marca - a ‘Laboratório Fantasma’ - e como ele precifica seus produtos e paga e reconhece quem os produz, durante o programa Roda Viva (2020). Ele afirma que a ideia é utilizar a estrutura tanto social quanto da Moda para ser a favor “dos nossos”.

Ele trouxe uma reflexão sobre as costureiras receberem não só o valor merecido pelo seu trabalho, mas também o prestígio pelo mesmo, ao poder ocupar as mesmas cadeiras e se sentar nas primeiras filas de um desfile ao lado e assim como os demais agentes “principais” do meio da Moda. Emicida fala:

Eu conheço a cadeia produtiva da qual eu trabalho, eu sei o quanto ganha uma costureira, eu não vou vender uma camisa a 9,90 reais pra colocar um salário de miséria a uma mulher que poderia ser a minha mãe! Quem tem que se questionar sobre o preço das coisas que se vendem são as pessoas que conduzem essa cadeia de uma forma irresponsável. Todas as pessoas que se vinculam com a ‘Laboratório Fantasma’, seja em qualquer função, essas pessoas usufruem desta conquista. Por isso, nos desfiles de moda as costureiras estão na primeira fila chorando, emocionada. Porque elas nunca tinham experimentado costurar uma roupa e assistir aquilo ser lançado junto com os jornalistas chique, junto com os críticos de moda fudido, junto com os empresários junto com os artistas (...)  
(EMICIDA, 2020, 1:14:00)

Ao localizar a importância da cultura funk para a juventude periférica, sua música, estética e no modo como ambas - a cultura funk e a juventude periférica - se constituem e a partir das suas interações passam a exprimir ideias e conceitos locais e a construir identidades comunitárias, deixando evidente que o gênero vai muito além do som. O Funk se torna um verdadeiro motor de transformação cultural. MC Negão Original, em sua entrevista no *Podpah* (2025), fala com propriedade sobre como o Funk foi essencial na formação de sua identidade, dando a ele a oportunidade de quebrar estereótipos e criar uma nova narrativa para sua vida.

Segundo o MC, no começo de sua carreira ele enfrentava a pressão de se encaixar em padrões que não tinham nada a ver com o que ele chama de 'sua verdadeira essência', mas foi através do Funk que ele conseguiu se expressar de uma maneira que ele considera mais autêntica, reafirmando sua identidade e, ao mesmo tempo, dando visibilidade a uma grande parte da população periférica.

Essa história de MC Negão Original mostra como o Funk tem um papel central na resistência cultural. A música é uma ferramenta poderosa de autoafirmação e de conexão com as raízes, permitindo que aqueles que vêm da periferia se reconectar com suas origens e, ao mesmo tempo, desafiem os estigmas sociais. Ou seja, o Funk não é só um estilo musical, ele é um movimento que oferece às periferias o espaço para contar suas próprias histórias, e a música, nesse contexto, se torna uma forma legítima de resistência contra os rótulos e preconceitos impostos pela sociedade.

### **4.3 A construção das estéticas do movimento Funk Paulistano.**

Uma das vertentes do Funk, é conhecido como Funk Ostentação. A estética do Funk Ostentação se construiu a partir da valorização de elementos de consumo como forma de expressão identitária e social. Roupas de marca, joias e carros de luxo entram como símbolos de status e pertencimento, especialmente entre jovens de periferia (DUARTE, 2017). Em São Paulo, essa estética ganha força como uma linguagem visual própria, que ressignifica o consumo dentro de uma lógica periférica (OLIVEIRA, 2020).

Mais do que imitar padrões elitistas, os jovens utilizam a ostentação como uma forma de afirmação frente à exclusão estrutural (LUIZ, 2018; DINIZ, 2014). Além de um estilo visual, o Funk Paulista também influencia o comportamento e o discurso dos jovens, reforçando ideias de ascensão social por meio do consumo (NASCIMENTO, 2019).

A presença de marcas internacionais e símbolos de riqueza nas letras e videoclipes reflete não só o desejo de visibilidade, mas também uma crítica implícita às desigualdades sociais (COSTA, 2015). Essa prática transforma o consumo em linguagem, onde cada peça usada carrega um significado de vitória e reconhecimento dentro do território periférico (DUARTE, 2017; OLIVEIRA, 2020). O funk paulista desenvolveu uma estética sonora própria, perceptível inclusive por meio de onomatopeias.

Ao ouvir músicas como *Ostentação Fora do Normal* (MC Léo da Baixada & MC Daleste, 2013), considerada um marco no subgênero do Funk Ostentação, é possível identificar uma batida eletrônica limpa, mais espaçada, que pode ser representada como: "Boom... tá! tch-tch... Boom!". As letras enfatizam conquistas materiais e ascensão social, com produção que evidencia a influência do rap e do eletrônico.

Em contrapartida, o funk carioca, em sua forma clássica, como no exemplo de *Rap da Felicidade* (Cidinho & Doca, 1995), carrega uma sonoridade mais seca e manual, muitas vezes associada ao "tamborzão", que pode ser reproduzida onomatopeicamente como: "Tum-tá-tá, tum-tá-tá". Essa batida é repetitiva, constante e pensada para conduzir o corpo à dança nos bailes.

Essa distinção também é abordada por Tecyo Queiroz e Carlos Nunez, DJs e produtores que atuam em São Paulo e promovem festas voltadas para o funk contemporâneo. Em entrevista à Vice (2015), eles afirmam:

Na capital paulistana reinam o beat do romano, o passinho do romano e a putaria. Enquanto na capital carioca o que pega é o passinho, o tamborzão e músicas mais dançantes (VICE, 2015, s.p.).

A transformação estética e cultural do funk paulista é ainda evidenciada na fala de DJ Bassan, produtor musical atuante na zona norte de São Paulo e responsável por sonoridades que misturam o eletrônico com o funk de rua. Em matéria do FFW, Bassan observa:

No Rio de Janeiro o ritmo é mais acelerado [...]. Já em São Paulo você se depara com muita informação visual e sonora, na mistura dos paredões de som coloridos e iluminados [...] e roupas que vão da várzea à ostentação de marcas consideradas artigos de relíquia no baile, como Ed Hardy, Christian Audigier, Oakley, Planet Girls (BASSAN apud FFW, 2024, on-line).

Complementando essa análise, DJ Caio Prince, criador da festa "Black do Bom" e um dos principais nomes da cena alternativa paulistana, reforça como o funk paulista ainda enfrenta resistência em outras regiões do Brasil, sendo mais facilmente aceito em festas de música eletrônica:

Há um grande bairrismo em relação a isso, mas vejo que também é uma questão de tempo, até porque a galera precisa de tempo para conhecer novas paradas (PRINCE apud FFW, 2024, on-line).

Essas falas ajudam a entender que, mais do que um estilo musical, o funk paulista é um campo de disputa estética e territorial que articula som, Moda e identidade.

#### **4.4 Análise estética do gueto: A sede de conquistar através do Funk.**

Este capítulo analisa de que forma o consumo de Moda contribui para a construção da identidade de jovens funkeiros da Zona Norte de São Paulo. A escolha por realizar essa análise se baseia na ideia de que a estética, o corpo e o vestuário são elementos centrais na performance social desses sujeitos, como propõe Mizrahi (2011), ao discutir o corpo funk como espaço de invenção, desejo e poder. Inspirado por essa perspectiva, o estudo busca compreender como a forma de se vestir se transforma em linguagem visual de autoafirmação, pertencimento e projeção dentro do movimento. A investigação foi conduzida por mim, Rafael Abayomi, com apoio do fotógrafo Pedro Henrique, por meio de registros visuais e entrevistas com jovens aspirantes e MCs em atividade, realizadas na porta da produtora GR6, uma das principais gravadoras de funk do Brasil. A partir desses encontros, foi possível observar como os códigos de vestimenta carregam sentidos simbólicos profundos, expressando status, trajetória e resistência por meio da Moda.

##### **4.4.1 Análise a aspirantes de mcs e entrevista.**

**Imagem 1:** Imagem da porta da produtora de funk na Zona Norte de São Paulo durante entrevistas com jovens MCs.



Fonte: HENRIQUE, Pedro. 19/01/2024. Fotografia digital. São Paulo, Zona Norte.

Os interlocutores são: Maloka (17 anos), morador do bairro Lauzane Paulista; Veinho (16 anos), também do Lauzane, com passagens anteriores pela cena musical; e Truta (20 anos), oriundo da cidade de Serrana, interior de São Paulo, que havia chegado recentemente à capital.

A história de Maloka está muito ligada à família e às dificuldades que ele viveu, incluindo situações complicadas como envolvimento com crimes e problemas financeiros. Quando perguntei por que ele tava ali na porta da GR6, ele respondeu:

(...) ah mano, que querendo ou não, muitas vezes eu me envolvi com o crime, e querendo ou não a minha *véinha* passa *mó* veneno em casa, tá ligado? Teve certas provações, que ela teve umas doenças, tá ligado? E eu sempre tive uma relação assim com o funk. E eu quero viver disso!" (Maloka, 2024)

A fala mostra que o funk aparece como uma alternativa às dificuldades relacionadas ao crime, indicando uma mudança de direção na vida do Maloka. Ele também destaca que seu começo na música veio por influência do irmão que já faleceu: "Então foi nessa que eu vim puxando o bonde e tamo aí, até uma hora dar certo. É Deus honrar 'nós', abençoar." (Maloka, 2024). A religiosidade aparece como uma camada discursiva que atribui sentido à persistência no campo artístico, o que também é observado em outros relatos<sup>3</sup>.

Veinho, por sua vez, trás uma trajetória marcada por um retorno ao funk. Aos 16 anos, ele já tem experiência como MC e músicas que fizeram muito sucesso nas plataformas digitais, que chegou a vinte e uma milhões de visualizações. No discurso dele, a família aparece como um grande incentivo para voltar ao cenário musical:

(...) ah o *bagui* é ver o sofrimento da minha coroa, tá ligado? Em busca da melhora da família nós vem aqui né, tentar tirar uma oportunidade. Mas tudo no tempo de Deus, cê sabe. Quando for pra ser vai ser, é isso. (VEINHO, 2024)

O apoio da família está condicionado à forma como ele busca suas conquistas, como ele mesmo explica "Eles dão apoio desde que seja em busca da melhora de vida, caso eu estivesse *ramelando* eles não estariam a favor." (VEINHO, 2024)

---

<sup>3</sup> Para segurança dos entrevistados seus nomes foram alterados por gírias de identificação.

Nesse ponto, nota-se a presença de um código moral que regula a atuação dos jovens na cena, mesmo quando se trata de práticas consideradas informais ou não institucionalizadas. Para Veinho, o funk é uma forma possível de alterar as condições de vida “O funk pode mudar muitas coisas, tá ligado? mudar a realidade que nós tem, querendo ou não é uma realidade diferente que muitos não sabem.” (VEINHO, 2024)

Truta, por último, tem uma trajetória diferente por conta da região de onde vem. Ele é do interior de São Paulo e veio para a capital atrás de uma chance na música. Conta que chegou em condições bem difíceis:

Na verdade eu vim só com a roupa do corpo e com a passagem de ir, estou me virando do jeito que posso, abandonei a minha família pra vir atrás do meu sonho e vencer meus objetivos. (...) na real, cara, não quero chamar atenção, eu quero ser visto, independente por artista ou não, entendeu? (...) quero que o pessoal me perceba, perceba que eu existo. (TRUTA, 2024)

Truta não menciona ter experiência profissional anterior no funk, mas destaca bastante a persistência e o desejo de ser reconhecido. Assim como Renan e Felipe, ele cita artistas da Zona Norte de São Paulo MC Kevin, MC Ryan SP e MC Hariel como exemplos e modelos a seguir. Esses três MCs são referências importantes na cena do funk e têm grande presença na mídia e nas plataformas digitais. MC Kevin, conhecido pela parceria com MC Hariel em “Hit do Ano”, que ultrapassou a marca de 70 milhões de visualizações no YouTube, traz em suas letras uma forte mensagem de superação e luta contra as dificuldades da vida na periferia.

Já o MC Ryan SP, com o hit “Favela” (feat. MC Hariel), que conta com mais de 15 milhões de visualizações, reforça nas suas músicas a ideia de vencer obstáculos e orgulhar-se da origem, mostrando que é possível transformar a realidade. MC Hariel, além de ser um dos nomes de peso do funk da Zona Norte, coleciona parcerias com artistas consagrados como Gilberto Gil, ISA e Péricles, o que reforça seu destaque e versatilidade na música. Suas músicas têm milhões de *streams*<sup>4</sup> nas plataformas digitais, consolidando sua influência e alcance. É justamente essa ligação com as histórias de luta, superação e sucesso desses artistas que motiva Maloka, Veinho e Truta a seguirem no caminho do funk, vendo neles um espelho possível para suas próprias vidas. “A história deles que motivam a gente, entendeu? Que faz a gente sair da nossa casa, abandonar nossos familiares para vir atrás dos nossos sonhos”. (TRUTA, 2024)

As três entrevistas apresentam algumas semelhanças importantes. O funk é visto não apenas como uma preferência musical, mas como um meio para construir possibilidades futuras e modificar a situação social e simbólica desses jovens. Além disso, as narrativas compartilham um vocabulário comum, com termos como “superação”, “sofrimento” e “melhora de vida”, que funcionam como elementos culturais que organizam suas histórias e refletem valores presentes nos contextos em que eles vivem. A ideia de sucesso, nos três casos, não está necessariamente atrelada ao estrelato, mas à possibilidade de obter reconhecimento, visibilidade e transformação das condições materiais.

O espaço físico da porta da GR6, se cria como um território de sociabilidade, onde estar presente implica participar de uma dinâmica de autoafirmação e espera ativa. As referências aos artistas reforçam o papel de modelos simbólicos na formação dos projetos pessoais dos jovens. Essas figuras, que vieram de contextos parecidos, acabam validando os esforços dos entrevistados, mostrando que é possível transformar a vivência na periferia em algo público e reconhecido.

---

<sup>4</sup> *Streams*: Representa cada vez que a música ou o vídeo foi reproduzido.

De uma perspectiva antropológica, isso indica a existência de valores onde a experiência da periferia, quando expressada nas músicas, funciona como um exemplo para outros. Nas letras, esse contexto aparece claramente, como em MC Kevin feat. MC IG e MC PH, na música “O sonho dos *menor*”: “Humildade peço a chave pra caminhada, pro rei eu peço a bença pra seguir nessa estrada...”. (2020, 0:04)

Já no caso do MC Ryan SP, em “Vou virar uma lenda”, ele canta: “Pouco pra entender blindando as mágoas, a semente regada recompensou a jornada...” (2021, 0:10). Essas passagens mostram como a superação e a persistência são valores centrais nas histórias que motivam os jovens.

#### 4.4.1 Análise das referências dos padrões estéticos dos Mc’s de São Paulo.

Imagem 2: Imagem dos MCs referências.



Fonte Pinterest.

A análise das imagens dos artistas paulistas MC Hariel, MC Kevin e MC Ryan SP, mostra alguns padrões estéticos que se repetem e chamam atenção. De cara, dá pra ver o uso pesado de marcas de luxo como Gucci, Louis Vuitton e Tommy Hilfiger, sempre com os logos bem evidentes em bonés, cintos, correntes e nas estampas das roupas.

Esses artistas montam seus visuais com várias camadas de informação: correntes douradas, relógios brilhando, roupas em cores fortes como vermelho, roxo, dourado, que aumentam a presença deles na imagem. Tudo isso junto cria um visual carregado, propositalmente chamativo, quase como se fosse uma estética do exagero mas com intenção.

O corpo também faz parte desse visual com as tatuagens que aparecem bem visíveis, sempre em lugares estratégicos como o pescoço, as mãos e os braços. Até cabelo descolorido e as poses contam, mãos no rosto, braços abertos, peito estufado. Tudo pensado para reforçar a imagem.

Mesmo sendo artistas diferentes, dá pra ver que rola uma certa unidade estética entre eles. É como se existisse um tipo de “visual oficial” do funkeiro paulistano de hoje. Uma mistura de luxo, ostentação e referência de rua, que já virou uma assinatura forte dentro do movimento.

Essa “confusão” estética que muita gente enxerga no funk de hoje nada mais é do que reflexo do seu estado de construção constante, como o próprio Hariel (2023) falou, é um “movimento em construção”. Essa Moda que surge nas quebradas é feita no improviso, na tentativa de sobreviver e ao mesmo tempo se destacar, equilibrando a vontade de ser visto com a necessidade de se adaptar à realidade.

Ela não faz parte de um projeto estético fechado e consciente, mas nasce dessa mistura entre o que se tem acesso e o que se deseja alcançar (MIZHARI, 2021). Marcas como Lacoste e Havaianas, quando aparecem juntas, não representam contradição, mas sim um jeito de montar visual a partir do que está no seu próprio alcance. Mesmo assim, é importante não cair na armadilha de achar que toda escolha estética tem uma intenção profunda ou simbólica. Às vezes o chinelo com a peça de grife é só o que foi possível colocar.

Como o Mano Brown reforça no Podpah (2021), muita coisa que a quebrada vestia, como as famosas “calças pizza” não era sobre estilo, mas sobre aguentar a rua. A roupa, naquele contexto, foi uma ferramenta de sobrevivência, e não um projeto de afirmação estética, isso mostra que muitas vezes o vestir nasce da necessidade antes de qualquer intenção simbólica. Nem toda roupa que a gente usa vem de uma escolha consciente ou pensada. O boné, o relógio digital, a shoulder bag podem simplesmente compor um visual que responde às condições reais da vida, e não a um “plano de identidade” articulado.

Adendo que isso não diminui o valor estético dessas escolhas, pelo contrário. Mostra que estilo também se constrói no improviso, na repetição e nas soluções que cada um encontra pra sair de casa minimamente do seu jeito, com o que tem e no caso dos artistas, por outro lado, o visual cheio de grifes como Gucci ou Louis Vuitton pode acabar virando um padrão, um tipo de “farda do sucesso”.

A intenção até pode ser em mostrar poder ou conquista, mas às vezes o uso dessas marcas já vem pronto, num formato que todo mundo repete. Como já discutia Bourdieu (1979), o gosto dominante se impõe até mesmo sobre quem tenta romper com ele. E aí a reflexão aparece, será que isso é uma resignificação periférica ou só mais uma forma de reproduzir o desejo que já foi empurrado pela lógica do consumo global.

Porém, essa dualidade não diminui a força da estética do funk enquanto estratégia de visibilidade e ocupação dos espaços, mas pede que a gente observe com mais cuidado o que é intencionalidade e o que é adaptação, o que é repetição e o que é invenção. Se a Moda periférica é um corpo em movimento, como foi proposto, ela carrega tanto as marcas da criação quanto as cicatrizes da sobrevivência. E é nesse entremeio que mora sua potência real.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Esse trabalho teve como foco entender como a Moda ajuda a construir a identidade de jovens funkeiros da Zona Norte de São Paulo. Ao longo das análises visuais e das conversas com os participantes, ficou claro que a forma de se vestir vai além do visual, são muitas maneiras de se afirmar, de marcar presença e de criar pertencimento dentro de um espaço onde muitas vezes esses jovens são silenciados ou subestimados.

Dentro do funk, a estética não é aleatória, cada peça, cada marca e cada combinação carrega uma mensagem, uma história. Mesmo que consciente ou não, a ostentação, nesse contexto, se apresenta como uma resposta ao apagamento histórico que a periferia sofre, é uma forma de mostrar potência, valor e ambição. Porém bom ressaltar, como foi discutido ao longo do trabalho, que essa mesma estética também pode reforçar expectativas inalcançáveis e padrões de

consumo que nem sempre condizem com a realidade desses jovens, criando tensões entre expressão legítima e a pressão por parecer algo que não se tem.

Trazer essa reflexão pra dentro da pesquisa foi também uma forma de valorizar a potência criativa da periferia, mas sem romantizar tudo. A intenção foi olhar com respeito, mas também com criticidade, entendendo que a Moda nas periferias é complexa vai muito além da superficialidade do que quem está de fora narra, ao mesmo tempo em que comunica resistência, também pode reproduzir exclusões.

Que esse trabalho sirva como ponto de partida pra mais escutas, mais trocas e mais reconhecimento da força simbólica que existe na forma como nós dessa juventude nos vestimos e nos colocamos nesse mundo.

## **AGRADECIMENTOS**

Antes de tudo, agradeço a minha base. Ao meu pai, meus irmãos, tios e tias, por estarem próximos de mim mesmo nos momentos mais difíceis, segurando minha mão com afeto e força. Agradeço imensamente aos meus amigos, que nunca duvidaram do meu caminho, que botaram fé no que eu tinha pra dizer e me lembraram o tempo todo da importância de refletir sobre a nossa própria realidade, com coragem e verdade. Sou muito grato ao meu orientador, que esteve ao meu lado durante todo esse processo, me incentivando a perder o medo de ocupar esse lugar acadêmico, um espaço que por muitas vezes parece distante de onde viemos, mas que também pode ser nosso. Quero também me agradecer. Por ter me colocado nesse desafio, por ter acreditado que eu era capaz de fazer isso aqui acontecer, mesmo quando as forças faltavam. Esse trabalho foi feito com muito mais do que estudo: ele foi feito com vivência, dor, memória, identidade e luta.

E por fim, minha homenagem mais profunda e mais sentida vai para a minha mãe. Uma mulher guerreira de 73 anos que cuidou de mim durante toda a vida e me fez ser quem eu sou. Durante a escrita deste projeto, infelizmente, ela partiu. Fiquei sem rumo, sem perspectiva por um tempo. Mas eu sei no fundo, com toda certeza o quanto ela queria me ver aqui, finalizando esse primeiro passo de uma caminhada que também é sobre ela, sobre nós, sobre tudo que ela me ensinou. Te amo, mãe. Essa conquista é tua também. Essa vai pra você!

## **REFERÊNCIAS**

GUERRA, Cris. Moda intuitiva: um "não manual" de moda para ajudar você a descobrir seu próprios estilo. São Paulo: Lafonte, 2013.

FREITAS, R. F. (2008). Comunicação, consumo e moda: entre os roteiros das aparências. *Comunicação Mídia E Consumo*, 2(4), 125–136. <https://doi.org/10.18568/cmc.v2i4.39>

BASTOS, Angela Oliveira. (2021) - Periféricas maneiras de vestir: a juventude negra de periferia na

construção de uma moda engajada. <https://repositorio.unifesp.br/handle/11600/61475>

POLLINI, Denise. 2007 - Breve história da moda/ Editora Claridade, São Paulo./ Coleção saber de tudo, p. 96.

Poupart, Jean, et al. "A pesquisa qualitativa." Enfoques epistemológicos e metodológicos 2 (2008).

Lima, Márcia. "O uso da entrevista na pesquisa empírica." Métodos de pesquisa em ciências sociais: bloco qualitativo (2016): 24-41.

MIZRAHI, Mylene. *A estética funk carioca: criação e conectividade em Mr. Catra*. Mana, Rio de Janeiro, v. 21, n. 1, p. 179-208, abr. 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/mana/a/R64Zx5dCqLzr5mqxfDMqTmB/>

MIZRAHI, Mylene. *O funk, a roupa e o corpo: caminhos para uma abordagem antropológica da moda*. Cadernos de Campo (USP), São Paulo, n. 23, p. 223-245, 2014. Disponível em: <https://journals.openedition.org/cadernosaa/2079>

CIDINHO; DOCA. *Rap da Felicidade*. Rio de Janeiro: [s.n.], 1995. Música.

LEO DA BAIXADA; DALESTE, MC. *Ostentação Fora do Normal*. São Paulo: [s.n.], 2013. Música.

VICE. Você acha que sabe, mas não faz ideia: A diferença entre o funk carioca e o paulista. 2015. Disponível em: <https://www.vice.com/pt/article/kbz49e/a-diferenca-entre-o-funk-carioca-e-o-paulista>.

FFW. Da periferia para a periferia: o fenômeno do funk paulista. 2024. Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/materias/da-periferia-para-a-periferia-o-fenomeno-do-funk-paulista/>.

GUIMARÃES, Carol. *Revolução Industrial e o nascimento da moda moderna*. História da Moda, 2021. Disponível em: <https://historiadamoda.com.br/revolucao-industrial-e-o-nascimento-da-moda-moderna>

POLLINI, Cíntia. *Moda, identidade e consumo cultural*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. Tradução de Mario Luiz Frungillo. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

WEBER, Caroline. *Rainha da moda: como Maria Antonieta se vestiu para a Revolução*. Tradução

de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BOURDIEU, Pierre. *A Distinção: Crítica Social do Julgamento*. São Paulo: Ed. Zahar, 2007.

FRANCO, Alessandra. *Moda e Sociedade: A Cultura do Consumo no Século XXI*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2005.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). *Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.

VEDANA, Viviane. Territórios sonoros e ambiências: etnografia sonora e antropologia urbana. *Iluminuras*, Porto Alegre, v. 11, n. 25, p. 1-14, 2010. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/iluminuras/article/view/15537>.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 7. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

MARTINO, Luís Mauro Sá. *Comunicação & identidade: quem você pensa que é?* São Paulo, 2010.

ESCUELA ELBS. História da musicoterapia. Disponível em: <https://escuelaelbs.lat/historia-de-la-musicoterapia/>.

REDALYC. Aristóteles e a influência da música. 2012. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/4216/421659484012.html>.

PIAUI. Platão e o poder da música. 2023. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/platao-e-o-poder-da-musica/>.

DAMARU TERAPIA SONORA. O poder do som e a terapia sonora no Antigo Egito. Disponível em: <https://www.damaruterapiasonora.com.br/poderdosom>.

FEITO POR PRETO. Título do artigo. Disponível em: <<https://feitoporpreto.com/?p=641>>.

PODPAH. *Entrevista com MC Negão Original*. Apresentado por [Igã e Mítico]. 2025. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=lr2hllS9Fgg&t=7496s>

BAUDRILLARD, Jean. *O sistema dos objetos*. São Paulo: Perspectiva, 1981.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre: Zouk, 1979.

LÉVI-STRAUSS, Claude. *O pensamento selvagem*. São Paulo: Nacional, 1962.

MIZHARI, Mylene. *Moda, consumo e subjetividade na periferia: uma etnografia em Parelheiros*. São Paulo, 2021. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Faculdade de Filosofia, Letras e

Ciências Humanas, Universidade de São Paulo.

PALOMINO, Erika. *Babado forte*. São Paulo: Editora Senac, 2018.

SILVA, Edson. *Estética periférica: corpos, imagens e resistências*. São Paulo: Cortez, 2020.

WOODWARD, Sophie. *Why Women Wear What They Wear*. Oxford: Berg, 2007.