

MODA E PERIFERIA - OS EFEITOS SOCIOCULTURAIS REFLETIDOS A PARTIR DO COMPORTAMENTO E CONSUMO DE MODA POR JOVENS DAS PERIFERIAS DE SALVADOR.

JULIANA NASCIMENTO SOUSA¹
ANAMÉLIA FONTANA VALENTIM²

Resumo: O presente estudo tem como propósito explorar os conceitos e a possível correlação entre moda, habitus e decolonialidade. Por meio da análise de seus efeitos e influências direta ou indiretamente à jovens de comunidades periféricas da região metropolitana de Salvador. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica e caráter qualitativo, onde são explorados conceitos e percepções históricas, assim como, informações captadas a partir de entrevistas com jovens participantes do projeto *Periferia do Futuro*. A pesquisa buscou responder se a moda é um fator relevante na vida desses jovens, se causa algum impacto, ou influência nas suas decisões e qual concepção jovens periféricos têm sobre moda.

Palavras-chave: Moda; Cultura; Habitus; Decolonialidade; Consumo.

FASHION AND PERIPHERIES - SOCIOCULTURAL EFFECTS REFLECTED FROM THE BEHAVIOR AND CONSUMPTION OF FASHION BY YOUNG PEOPLE FROM THE PERIPHERIES OF SALVADOR.

Abstract: The present study aims to explore the concepts and possible correlation between fashion, habitus, and decoloniality, through the analysis of their direct or indirect effects and influences on young people from peripheral communities in the metropolitan region of Salvador. This is a bibliographical and qualitative research, which explores historical concepts and perceptions, as well as data collected from interviews with young participants in the *Periferia do Futuro* project. The research sought to answer whether fashion is a relevant factor in the lives of these young people, whether it has any impact or influence on their decisions, and what conception young people from peripheral areas have of fashion.

Keywords: Fashion; Culture; Habitus; Decoloniality; Consumption.

1. Introdução

O objetivo geral deste artigo originou-se a partir do interesse da autora em estudar e compreender como a moda participa da mediação entre o sujeito e a sociedade, como a moda exerce influência sobre jovens, especialmente da periferia.

¹ Autora e aluna concluinte do curso de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal de Santa Catarina, campus Araranguá.

² Orientadora e professora da área de moda no Instituto Federal de Santa Catarina, campus Araranguá.

Qual concepção os jovens periféricos de Salvador e região Metropolitana têm sobre a relevância da moda? Ela causa algum impacto ou influência nas suas decisões?

Para tanto, elencou-se alguns objetivos específicos buscando: Investigar a relação que a moda estabelece com aspectos culturais externos ou da região, os padrões, os ídolos, autopercepção dos jovens, entre outras associações possíveis a partir do conceito de habitus; Detectar por meio de entrevista com jovens periféricos residentes em Salvador e região metropolitana os comportamentos e as possíveis influências que a Moda desempenha sob estes jovens. Analisar se as referências de moda e tendências afetam suas decisões e escolhas, e qual a origem da informação de moda que consomem, seja ela, por meio de mídias sociais, celebridades ou marcas populares.

Com base nos fatores acima destacados da pesquisa, foram realizadas pesquisas bibliográficas em diversas fontes de conhecimento, incluindo livros, artigos científicos, canais de comunicação especializados em moda e redes sociais. Esta investigação caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa, ou seja, são explorados conceitos e percepções históricas, mas também são levadas em consideração informações captadas na escuta dos jovens que são objeto de estudo deste trabalho. Ademais, a abordagem qualitativa busca proporcionar uma compreensão mais profunda das práticas culturais e estéticas, alinhando-se à proposta teórica de Bourdieu (1983) sobre o conceito de habitus, ideia central neste estudo, e que nos ajuda a entender como as disposições individuais e coletivas moldam comportamentos e escolhas estéticas. "Habitus é um instrumento conceitual que auxilia a apreender uma certa homogeneidade nas disposições, nos gostos e preferências de grupos e/ou indivíduos produtos de uma mesma trajetória social." (SETTON, 2002, p.64)

Por meio de entrevista com jovens residentes em Salvador e região metropolitana, buscou-se explorar o tema, compreender a perspectiva deles e perceber de que forma essa influência pode reverberar nas escolhas acadêmicas e profissionais, no consumo, na autoestima e no comportamento estético destes jovens. Seguindo a perspectiva de Oliveira (2020), a escuta qualitativa permite captar experiências e narrativas que revelam a vivência dos jovens quanto às influências da moda em suas vidas.

No entendimento de *Oliveira et al.* (2020),

“Os pesquisadores, por meio da utilização da entrevista, buscam obter os dados objetivos e subjetivos necessários ao estudo. Os dados objetivos podem ser obtidos também, por meio do uso de fontes secundárias (censos, estatísticas e outros). Entretanto, os dados subjetivos, de maneira geral, só podem ser obtidos por meio do uso da entrevista, uma vez que tais dados se relacionam com os valores, às atitudes e às opiniões das pessoas entrevistadas.” (OLIVEIRA et al., 2020, p. 04).

Esta etapa da pesquisa é fundamental, pois confere maior relevância às discussões sobre os entrelaçamentos entre o conceito de habitus, moda e cultura, ampliando a compreensão das dinâmicas sociais presentes nas periferias.

A moda, enquanto instrumento de comunicação e pertencimento social, se manifesta nas diversas esferas da sociedade, desempenhando um papel crucial na construção da percepção que temos de nós mesmos e dos outros. A sua presença se estende por diferentes camadas sociais, funcionando como um fenômeno que, ao mesmo tempo, provoca desafios significativos. Entre esses, destaca-se a divisão de classes sociais, que limita o acesso a produtos de marcas consideradas “prestigiadas” para grupos específicos, evidenciando uma ausência de diversidade que se reflete em padrões de beleza estreitos. Esse fenômeno pode, por sua vez, marginalizar determinadas comunidades e suscitar problemas de autoestima entre indivíduos que não se alinham a tais padrões. Ademais, a moda impõe uma pressão social ininterrupta, decorrente da necessidade de conformidade com tendências cíclicas e efêmeras.

Neste contexto, é pertinente refletir sobre como a moda, enquanto prática social, se entrelaça com as dinâmicas de identidade e pertença, ao mesmo tempo que necessitamos reconhecer as realidades contraditórias que ela encena. A forma como os indivíduos se apropriam de tendências e as maneiras que essas tendências moldam as suas identidades podem ser vistas como parte de uma construção coletiva que continua a se desenvolver em uma sociedade em constante transformação. Assim, a análise da moda nos leva a questionar as estruturas subjacentes de poder, as narrativas de exclusão e as possibilidades de resignificação das identidades em um mundo que é, cada vez mais, marcado por uma pluralidade de referências culturais e sociais.

2. AMPLIAÇÃO DO OLHAR SOBRE A MODA: INCLUSÃO DA PERSPECTIVA DECOLONIAL EM ESTUDOS SOBRE A MODA NO BRASIL

Pensar a relação entre indivíduo e sociedade por meio da moda e do conceito de habitus (BOURDIEU, 1984) implica reconhecer que o individual e o subjetivo são, ao mesmo tempo, sociais e coletivamente estruturados. A moda como fenômeno de expressão, surgiu no final da Idade Média na sociedade ocidental, como um dispositivo social determinado por uma temporalidade breve e mudanças rápidas, ela por sua vez, apoderou-se de diversas esferas da vida social, influenciando e sendo influenciada pela arte, comportamentos, arquitetura e linguagem. A palavra moda origina-se do termo latim “modus” (modo e maneira). Na França “mode”, associado não exclusivamente à forma de fazer mas como se comportar, *modo*, e a como se vestir, *moda*. A utilização da palavra Moda na Itália do século XVII, é ampla e geral, e refere-se exclusivamente à mutabilidade e “busca da elegância por uma classe privilegiada” da sociedade. (CALANCA, 2008, p. 13).

Segundo Lipovetsky (1989, p. 25), a moda não está ligada a um objeto determinado, mas é um fenômeno de distinção social que contribui na formação da relação entre indivíduos situados no mesmo contexto comunitário, ao qual o posicionamento estético faz parte de um dispositivo social temporal, ou seja, podendo haver mudanças frequentes, o que em um dado momento é relevante pode passar a ser irrelevante rapidamente, desta forma, sendo capaz de afetar inúmeras áreas da vida coletiva. Essas disposições são influenciadas pelas condições de cada campo social, destacando-se como um sistema não fixo, mas em constante reformulação. Desta forma, assim como no conceito de habitus, a moda não é um destino, mas um palco de construção identitária, refletindo a interconexão entre experiências pessoais e estruturas sociais.

Esse caráter estratificador, também fluido, e social da moda, por sua vez, pode ser apreendido sob uma perspectiva decolonial que propõe uma análise crítica das influências históricas do colonialismo e das relações de poder que, ao longo do tempo impactam, não apenas as culturas colonizadas, mas também as formas de consumo e expressão de forma globalizada. Sendo assim, estudos que tenham como parte de seu escopo a moda no Brasil precisam levar em consideração este ponto de vista não eurocêntrico. Considerando as reflexões, na análise teórico-política decolonial sobre o conceito de moda e seus usos, elaboradas por

Santos (2020, p.180) “devemos compreender que a moda é um conceito inserido no projeto de colonialidade que ignora a história e a mudança entre povos não ocidentais, ou melhor, que entende que estes povos estão presos em suas tradições culturais.”

Sendo assim, o conceito de moda pensado através de uma perspectiva decolonial, cada vez mais discutido na academia e em eventos de moda (MAIA, 2022), está ligado diretamente às formas de expressividade. Ela sempre esteve presente em todas as civilizações e atinge todas as esferas da sociedade, é um fenômeno manifestado a partir de expressões culturais e também como forma de diferenciação social. Porém, antes de aprofundarmos a aproximação da moda com perspectivas decoloniais, consideramos importante traçar um breve histórico dos conceitos que permeiam este olhar necessário.

Conforme Santos (2020) a situação colonial é analisada por historiadores e sociólogos, durante muito tempo, a metrópole monopolizou a reflexão sobre as colônias. A partir da descolonização na África, na metade do século XX, começou-se a questionar esse domínio. Reconhece-se que as colônias produziam conhecimento de qualidade, ao mesmo tempo em que os povos colonizados passaram a se apropriar de sua própria história e questionar a forma como o ex-colonizador abordava suas realidades. Destaque para autores como Edward Said, Homi Bhabha, Gayatri Spivak, Albert Memmi e Franz Fanon. Estes autores, são considerados fundadores do pensamento pós-colonial, cabe salientar que o conceito não denota o sentido de algo que foi superado ou suspenso, mas, elabora “a capacidade de fazer uma releitura da colonização, bem como o tempo presente a partir de uma escrita descentrada da diáspora.” (COSTA; GROSGOUEL, 2016, p. 15, apud SANTOS, 2020).

Seguindo a análise de (SANTOS, 2020) embora tenha um potencial crítico e seja um marco nas teorias sobre sociedades colonizadas, a reflexão pós-colonial também enfrentou questionamentos. Criticou-se a falta de diálogo com a realidade das colônias latino-americanas e o uso de conceitos coloniais nas análises. Em resposta, surgiu a crítica decolonial, que busca descolonizar a produção intelectual e inverter as análises, provincializando a Europa e reconhecendo a "descoberta" das Américas como fundamental para a modernidade europeia. Aníbal Quijano (1991) é o nome mais conhecido por esse pensamento,

desenvolvendo o conceito de “colonialidade do poder” e “colonialidade do saber”, ambos nos falam de controle advindo de um padrão de poder que se amplia dominando para além do trabalho, abarcando o Estado, suas instituições e a produção de conhecimento. Aqui ressaltamos as limitações que estudos sobre a moda trazem, por serem, majoritariamente advindos dessa lógica colonizadora. Neste sentido, buscaremos compreender esta pesquisa, tentando construir uma perspectiva crítica de olhar para o que nos é apresentado, seja com autores e seus conceitos ou trazendo exemplos de usos da moda que ultrapassam a noção do que é considerado moda ou tendência, destacando-a como espaço de expressão individual e que se insere como nova fonte de referência e repertório para a cultura de moda.

Os estudos sobre a moda no Brasil são recentes e marcados diretamente por uma perspectiva eurocêntrica e colonial, tendo em vista que, grande parte das publicações que fundamentam os estudos sobre a história da moda são de autoria de pesquisadores provenientes do Norte Global, os quais, em muitos casos, não possuem uma familiaridade aprofundada com fontes e contextos culturais externos aos seus próprios, conforme dito pela historiadora Tortora (2010). Desta forma, tendo a concepção inicial de moda no Brasil sido influenciada pelos conceitos externos, a perspectiva de moda brasileira ou moda no Brasil está geralmente atrelada a definições eurocêntricas. Entende-se que esse processo influenciou profundamente as percepções locais, criando uma relação entre os estilos e tendências importados e as tradições e referências estéticas locais que coexistem no país.

A imposição dessas referências externas, muitas vezes tidas como modelos de sofisticação e modernidade, moldou a maneira como a moda era vista e consumida, gerando uma hierarquização de estilos que favorece o que vem de fora, em detrimento do que é local. Mesmo com a presença crescente de artistas e criadores nacionais que buscam resgatar e valorizar a cultura brasileira, a influência eurocêntrica continua sendo um fator determinante nas escolhas de produção e consumo, destacamos os sistemas de método curto, como o *fast fashion*, neste modelo capitalista “trata-se de privilegiar as tendências em detrimento da criatividade”. (ERNER, 2015, p. 104). Assim como as definições de moda, as

semanas de moda e as informações que chegam até nós é carregada de referências internacionais, especialmente da Europa e Estados Unidos.

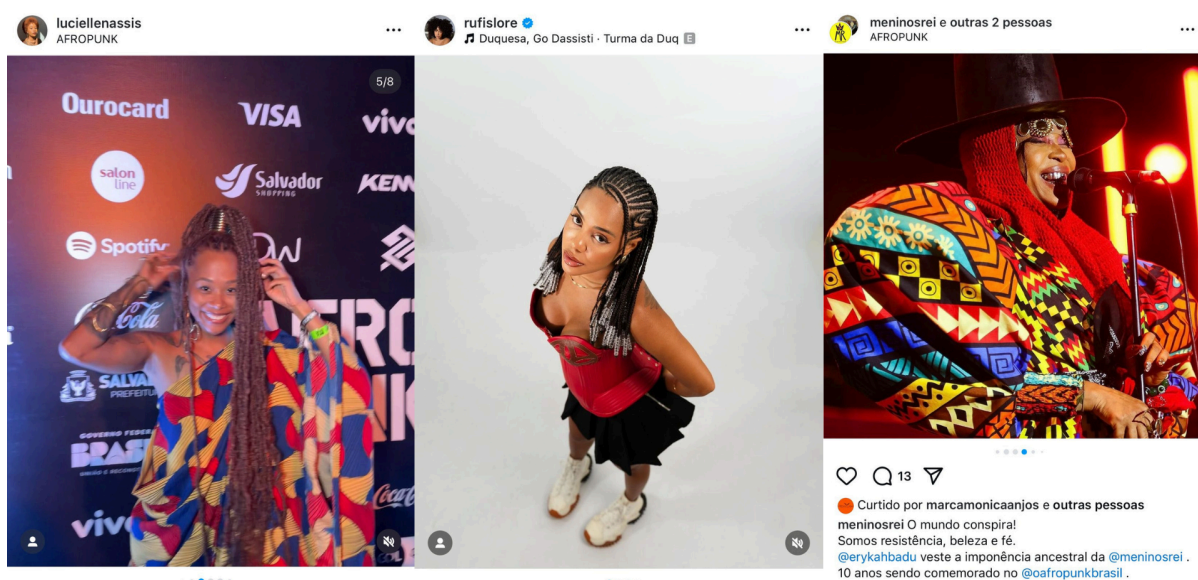
O Brasil, portanto, segue sendo constantemente bombardeado por referências de moda exteriores, muitas vezes filtradas e adaptadas para nomenclaturas locais. Portanto, mesmo nas produções nacionais, a estética globalizada persiste como um ponto de referência, competindo e coexistindo com a tentativa de afirmação plena de identidades próprias na moda do Brasil.

A moda desempenha um papel significativo na cultura, influenciando comportamentos e posicionamentos, fazendo parte também das esferas culturais e religiosas de uma sociedade como forma de expressão. Essa correlação entre moda e cultura pode ser explicada por Georg Simmel (2008), que afirma que o princípio motor da moda pode ser caracterizado no dualismo entre a necessidade de imitação e a busca pela expressão da excentricidade do indivíduo. 'A moda é uma forma particular entre muitas formas de vida, graças à qual a tendência para a igualização social se une à tendência para a diferença e a diversidade individuais num agir unitário' (SIMMEL, 2008, p. 24).

Nesta pesquisa o Afropunk Brasil, um festival cultural, é usado como exemplo de manifestações que nos permitem analisar a mediação entre os condicionamentos sociais, exteriores e especialmente locais e a subjetividade dos indivíduos, contribuindo na reflexão sobre a constituição das identidades sociais na contemporaneidade. Desse modo, visando identificar como a cultura nacional e periférica é influenciada e representada na moda, assim como a capacidade de mesclar elementos de diversas culturas, não se limitando exclusivamente às influências europeias ou norte-americanas, analisamos looks de influenciadores e artistas locais presentes no evento Afropunk 2024 que aconteceu na capital Baiana nos dias 09 e 10 de novembro de 2024 em sua quarta edição. O objetivo é observar os padrões de beleza expostos e buscando reconhecer quais influências resultam em tais comportamentos estéticos. O evento é um festival cultural e musical que destaca a importância da representatividade negra em diferentes cenários artísticos, com foco no empoderamento da comunidade negra e no combate ao racismo, além de promover um ambiente inclusivo e diverso para pessoas de todas as origens. A estética do evento também é marcada pela presença de muitas expressões de estilo e moda, sendo reflexo da riqueza e da pluralidade da cultura negra.

Por meio de publicações no Instagram, destacamos alguns *looks* usados por artistas e influenciadores durante os dias do festival, foi possível perceber uma fusão entre o tradicional e o contemporâneo. Influenciados por uma manifestação cultural afrodiaspórica, artistas e influenciadores utilizam elementos que vão desde o uso de estampas que remetem a padrões africanos, como kente e adinkra, tranças e penteados, até o resgate de tecidos e modelagens típicas das culturas africanas e afro-brasileiras. Esses elementos carregam uma significação de resistência às imposições da moda ocidental, estabelecendo uma relação com a ancestralidade que é ao mesmo tempo criativa e revolucionária. Podemos ver abaixo exemplos;

Figura 1: Montagem feita pela autora a partir de imagens dos perfis @rufislore, @lucielleassis e @meninosrei obtidas no Instagram.



Fonte: Instagram, 2024

Através dos seus looks, os participantes do evento rompem com estereótipos ocidentais e coloniais, a conexão entre a ancestralidade e representatividade no qual a diversidade de estilos e corpos negros é celebrada e normalizada, se tornam uma extensão da missão de romper as normas de beleza, vestindo-se de maneira que afirmam a autenticidade das suas identidades, questionando e desafiando as narrativas hegemônicas sobre o que é considerado "belo" ou "adequado" na sociedade globalizada. Mais do que simplesmente vestir-se, os participantes do Afropunk Brasil 2024 usaram a moda como uma forma de devolver poder à sua identidade, reforçando a importância da representatividade e da celebração das culturas de forma autêntica e livre de estereótipos, tendo suas influências

provenientes de diversas origens e manifestadas de acordo com a individualidade de cada um.

Não é de hoje que as pessoas utilizam objetos como forma de interação social, sendo a roupa um dos itens mais simbólicos na sociedade (MIRANDA, 2008). Todavia, uma reflexão pertinente surge: será que, fora desse contexto específico, essas referências se mantêm vivas no cotidiano dos participantes? Ou ainda, como referências de moda para além do festival? O festival é um grande proporcionador da imersão cultural afro-brasileira, tornando o ambiente confortável para que os participantes se sintam livres para se expressarem. É possível que, após o festival muitos retornem ao seu habitual estilo tradicional, contudo, isso não diminui a potência que as imagens a partir dali compartilhadas terão. O próprio festival permite a possibilidade de que o evento seja um ponto de resistência à homogeneização cultural, promovendo o pensamento de que as referências afro-brasileiras possam ocupar um espaço contínuo na construção identitária dos indivíduos.

Na tentativa de romper interpretações que considerem o comportamento humano como rigidamente pré determinado por fatores externos, como estruturas sociais ou condições históricas, sem levar em conta a agência dos indivíduos e a complexidade das interações sociais, Bourdieu (1983) nos fala sobre o *habitus* e a relação com o indivíduo.

Os *habitus* individuais, produtos da socialização, são constituídos em condições sociais específicas, por diferentes sistemas de disposições produzidos em condicionamentos e trajetórias diferentes, em espaços distintos como a família, a escola, o trabalho, os grupos de amigos e/ ou a cultura de massa. (BOURDIEU, apud SETTON, 2002, p.65)

Nesta análise, considera-se que fatores externos ao indivíduo fazem parte da sua subjetividade e identidade, considera-se também que dentro da análise decolonial algumas percepções e comportamentos refletem a colonialidade de nossos pensamentos, reproduzidos até hoje pela forma como nos relacionamos com a moda. Porém, também é necessário não simplificar as ações dos sujeitos, tratando-as como meras reações a estímulos sociais, ignorando assim a capacidade dos indivíduos de refletirem sobre suas escolhas e ações. É importante que as práticas individuais e coletivas sejam entendidas como resultado de um processo dinâmico e reflexivo, e não apenas como uma reprodução passiva de estruturas

sociais. As formas de expressões que a moda permite, ao criar espaços de compartilhamento, seja como no evento citado acima ou no cotidiano de nossas vidas, também contam sobre experiências acumuladas no curso de uma trajetória individual. Esse entendimento nos possibilitará aprofundar, por meio das entrevistas, a análise das dinâmicas que influenciam as escolhas, os comportamentos e o consumo de moda dentro de diferentes contextos, destacando a relação entre os aspectos estruturais e individualidade de cada um.

3. ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DA MODA NO COMPORTAMENTO E CONSUMO DE JOVENS PERIFÉRICOS DE SALVADOR E REGIÃO

O conceito de *Habitus*, importante nesta pesquisa sobre moda e sua influência sobre jovens periféricos, destaca-se por fornecer um campo de mediação entre estímulos externos e sua manifestação nas esferas diversas da individualidade. Mesmo já citado anteriormente, consideramos essencial explicar sua origem como conceito. *Habitus*, originada do latim, foi uma palavra utilizada pela tradição escolástica, traduz a expressão grega 'hexis' utilizada por Aristóteles para designar características do corpo e da alma obtidas por um processo de aprendizagem, seja ele consciente ou inconsciente. Conforme desenvolvido por Pierre Bourdieu, o conceito de *habitus* busca reconhecer a relação entre o indivíduo e a sociedade em que ele está inserido. A construção da teoria do *habitus* seguiu a um amadurecimento teórico que se expressou na conciliação de duas leituras do social, até o momento vistas como antagônicas e contraditórias (Ortiz, 1983).

O conceito de *habitus* surge então como uma ferramenta capaz de unir a oposição entre realidades externas e realidades individuais. Possibilitando a compreensão da interação entre o mundo externo, socialmente estruturado e o universo subjetivo de cada pessoa, refletindo um processo de trocas. Desta forma podemos entender que *habitus* se configura como um conceito fundamental para o entendimento de práticas sociais, pois evidencia as estruturas objetivas da sociedade e as experiências subjetivas de cada indivíduo e como elas estão interligadas. Mesmo que o poder exercido pela colonialidade indique controle há ainda trocas que subvertem este controle e os padrões por ele estabelecidos.

Para melhor compreendermos a maneira como a moda influencia no comportamento e consumo de jovens periféricos da região central e metropolitana de Salvador, foi aplicada uma entrevista com um grupo de 19 jovens de idade entre 17 e 23 anos, participantes do projeto *Periferia do Futuro* (perfil no instagram @periferiadofuturo), que é uma iniciativa que busca promover a inclusão e o empoderamento de jovens das periferias de Salvador e região. Com sede em Lauro de Freitas e Salvador, o projeto visa levar informação e capacitação, assim como apresentar novas oportunidades profissionais a jovens que por muitas vezes são marginalizados e tem poucas perspectivas de acesso a ferramentas que possam alavancar suas carreiras. No projeto há diversos nichos de qualificação, porém, no dia da aplicação desta entrevista estava ocorrendo uma aula de passarela para jovens que desejam ingressar na carreira de modelo, dessa forma, resultou em um maior interesse por parte do assunto da pesquisa assim como uma sensibilidade aguçada para as questões levantadas, pois os jovens já estabeleciam uma relação com a moda, a busca por qualificação indica este interesse prévio.

O resultado das entrevistas pode ser acessado através do link abaixo.

Figura 2: Imagem QR code para acesso às perguntas e respostas dos jovens participantes da pesquisa.



Fonte: QR code desenvolvido pela autora.

 ENTREVISTA - TCC JULIANA SOUSA.pdf

A aplicação da entrevista foi feita no dia 21 de dezembro de 2024, em um destes encontros do projeto Periferia do Futuro, foi aplicado um formulário online através da plataforma *Google Formulário*, à todos foram feitas as mesmas perguntas, não havendo distinção ou nuance de informações quanto ao objetivo deste trabalho, mas foi exposto com clareza a finalidade da entrevista e das informações solicitadas no mesmo. As perguntas, realizadas em uma ordem intencional, possibilitaram uma abordagem qualitativa e detalhada, buscando uma

visão mais aprofundada sobre como esses jovens se relacionam com a moda e qual relevância a mesma tem no cotidiano deles.

A entrevista foi conduzida de forma semiestruturada buscando um equilíbrio entre direcionamento e liberdade para que os entrevistados pudessem compartilhar suas vivências e percepções de maneira espontânea. Inicialmente buscamos criar um ambiente confortável e acolhedor, contando sobre o objetivo da autora com o estudo, sua origem e suas vivências também como jovem periférica da região metropolitana de Salvador, para que os jovens se sentissem mais à vontade para compartilhar suas experiências e opiniões. As perguntas abordaram temas como a relação entre suas vidas com a moda, as influências externas (como celebridades e redes sociais), a importância da moda no cotidiano, bem como os desafios identitários e culturais que impactam suas decisões de consumo e comportamento. Durante a análise das respostas, compreendemos a importância do estilo pessoal de cada indivíduo como um modo de afirmação e resistência, assim também, suas certezas e convicções pessoais, formadas a partir de desafios vividos e de opiniões desenvolvidas por meio de influências externas.

Na etapa inicial da entrevista, que visa conhecer um pouco mais cada indivíduo, foi possível notar que os gostos musicais se diferem e indicam variedade nas preferências, observamos uma frequente menção de nomes nacionais, englobando desde artistas renomados do MPB até ícones do RAP nacional atual, sobre seus ídolos apareceram nomes muito relevantes para lutas sociais, que se destacam por suas mensagens de resistência, combate às desigualdades e expressões de identidades marginalizadas, isso sugere que para esses indivíduos a música não é apenas um meio de entretenimento, mas também uma ferramenta de expressão e manifestação. Foi notável também a presença de nomes internacionais nas classificações musicais e de ídolos, corroborando uma relação significativa com a influência global dos países ocidentais sob os gostos e consumo dos brasileiros. No entanto, é importante destacar que, embora os artistas internacionais mencionados possuam um impacto considerável para os grupos aos quais se comunicam, essa influência frequentemente está ligada ao fenômeno da adesão coletiva, onde nomes que se evidenciam de alguma forma são cada vez mais consumidos pela força de sua popularidade, embora, muitas vezes não haja uma conexão entre os valores e mensagens que o artista reproduz com o indivíduo.

Todavia, cumpre ressaltar que ao mesmo tempo que essa força popular pode influenciar as preferências ela também reflete uma tendência de construção de ídolos globais que podem, em certos casos, romper barreiras culturais e se tornar símbolos de representatividade para movimentos sociais. Portanto, observa-se que a análise a partir de gostos musicais e ídolos, assim como de outros pontos da pesquisa, não pode ser vista de forma isolada, mas como um ponto de partida para uma compreensão maior das dinâmicas sociais, culturais e políticas que moldam cada indivíduo.

A partir da fala de uma das entrevistadas podemos analisar o comportamento de moda e sentimento associado a mesma. Segundo o entrevistado nº 12, residente no bairro Marechal Rondon: *“A moda, para mim, também é uma maneira de mostrar pertencimento. Eu percebi que, ao escolher um estilo que é comum na minha comunidade, estou me conectando com outros que compõem a mesma vivência e contexto. Isso gera uma sensação de união, como se estivéssemos falando identidade juntos: “Estamos aqui, nossa é importante, e temos orgulho do que somos”. Além disso, a moda é uma maneira de resistir aos estereótipos”*. Através dessa perspectiva, vemos que a moda supera seu papel estético e se coloca como uma ferramenta da expressão social, da identidade coletiva de um povo e da resistência cultural e que há conhecimento sobre estas possibilidades. O ato de optar por um estilo comum da sua comunidade possibilita ao entrevistado reafirmar seu pertencimento e estreitar vínculos com os demais indivíduos que possam estar no mesmo contexto social e com vivências semelhantes, o que estimula o fortalecimento da identidade característica de uma comunidade. Ao mesmo tempo, a moda surge como uma ferramenta de contestação dos estereótipos impostos pela globalização, tornando-se um mecanismo de resistência por meio da afirmação da identidade no comportamento de moda.

Seguindo na análise das respostas dos participantes, podemos afirmar que frequentemente mencionam a moda como ferramenta de expressão, onde as escolhas do que vestir ultrapassam uma questão de consumo, mas como um instrumento para externalizar suas convicções identitárias, como por exemplo descrito pelo entrevistado nº 11, morador do bairro Engenho Velho de Brotas: *“É onde eu encontro a minha liberdade minha paz”*. Ao observar os relatos, é possível então identificar um padrão de comportamento na valorização da individualidade de

cada um, juntamente com o enaltecimento das suas raízes e heranças culturais, assim como a adaptação das tendências, trazendo-as para o próprio cenário cultural, econômico e regional. O consumo de moda, de certa forma, ocorre de maneira estratégica, com uma visão mais voltada à marcas que trabalham uma identidade específica, como por exemplo muito citada pelos entrevistados, a Dendezeiros, uma marca baiana que carrega uma personalidade periférica/urbana tendo um forte vínculo com a cultura afro-brasileira, além disso, atualmente estando em local de grande estima pela mídia nacional. Vemos então, que há uma vontade de inserimento em espaços de visibilidade através da moda, utilizando-a como ferramenta de expressão. A presença de marcas regionais e nacionais que resgatam e apresentam uma moda com repertório amplo e não limitada às tendências nas respostas reflete a capacidade dos jovens periféricos de ressignificar as normas do consumo de moda criando um espaço de empoderamento reinventando os conceitos estéticos.

4. A INFLUÊNCIA DAS TENDÊNCIAS DE MODA NAS DECISÕES DE CONSUMO: UMA ANÁLISE CRÍTICA ENTRE PERSPECTIVAS DECOLONIAIS E EUROCÊNTRICAS.

As tendências de moda desempenham um forte papel nas escolhas de consumo e na construção da identidade de cada indivíduo. As informações do que “está na moda” são muito perpetuadas através de meios de comunicação como, mídias sociais, influenciadores digitais e marcas populares. No entanto, é fundamental questionar o poder dessas influências, sua origem, como moldam e interferem em expressões individuais. Neste capítulo buscamos explorar algumas questões observadas na entrevista e analisar como as tendências de moda podem reforçar narrativas globais dominantes tanto quanto podem gerar possibilidades para a construção de perspectivas mais inclusivas, plurais e autorais na moda.

Coloquialmente, a palavra tendência está associada aos conceitos de moda, novidade, antecipação e incerteza. Evidentemente, as tendências não estão estritamente ligadas ao conceito de moda (MOCHO, 2012 apud CAMPOS, A. Q., 2018), no sentido defendido por Mocho, a moda como um sistema abrange os processos de produção, desenvolvimento e comunicação de moda. Segundo Lipovetsky, as tendências de moda são fenômenos que se relacionam ao gosto e

estilo (LIPOVETSKY 1989), as tendências resultam a partir de uma combinação de desejos e comportamentos, sendo marcadas por ciclos de variadas durações e rápidas mudanças, também possuem relação com a aceitação de um público e sua disseminação. Embora as frequentes renovações das tendências atendam aos interesses da indústria da moda, refletindo-se em lucro, cada tendência abrange duas esferas; ¹*esfera cultural arbitrária* que é a aceitação e legitimidade social das classificações definidas por grupos dominantes (BOURDIEU, PASSERON, 2013), e ²*esfera econômica*, voltada para o comércio. Foi possível observar a partir das respostas dos entrevistados, uma busca por referências nas redes sociais, como citadas o Pinterest, Instagram e Tik Tok, mesmo, esses canais de comunicação sendo constantemente disseminadores de tendências vindas de países ocidentais, percebe-se através dos relatos um costume de adaptação dessas imagens. Isso demonstra uma preocupação com o pertencimento a uma visão de moda global, porém, também uma necessidade de trazer para sua realidade e estilo próprio as informações de moda externas. Portanto, pode-se afirmar que o debate sobre o conceito de tendência salienta principalmente o seu significado, ao invés de razões que possam impulsionar essas transformações. Além disso, relacionando esta parte da análise ao olhar decolonial (SANTOS, 2020), percebe-se que a noção de modernidade é reconstruída, ao olhar para estas referências não como motor, mas, como parte de uma dinâmica maior que mescla o global e o local sem hierarquias, excluindo também o olhar colonizador que enxerga povos não ocidentais como estagnados em tradições.

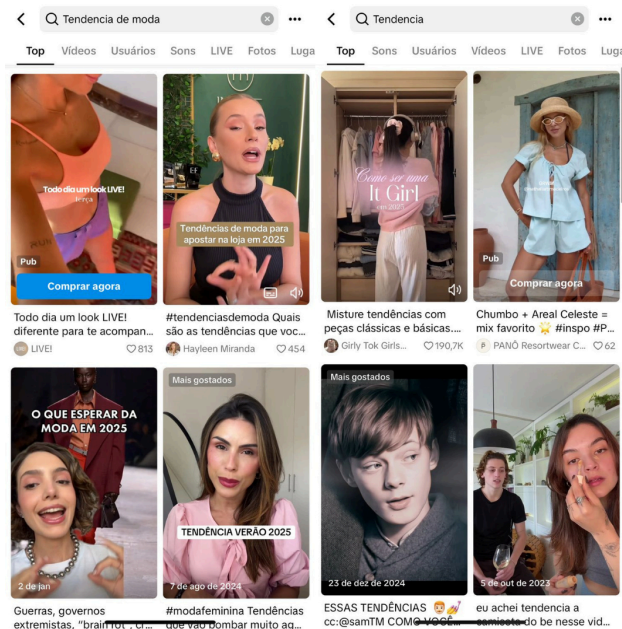
As tendências, normalmente determinadas a partir de um padrão estético imposto pelos sistemas dominantes, desempenham um grande papel na formação do comportamento do consumo globalizado. Nota-se que a visão eurocêntrica tende a evidenciar padrões que privilegiam a estética ocidental e seus conceitos pre-estabelecidos, vemos por outro lado, uma perspectiva decolonial que questiona essa imposição e busca ressaltar a importância de outras representações culturais, questionando suas origens e trajetórias, rompendo com as narrativas estabelecidas pelo ocidente colonial.

Ao analisar algumas plataformas de influência global, como a 4ª rede social mais utilizada no Brasil em 2024 segundo o *DataReport*, o Tik Tok, podemos

perceber como a informação em massa é um fator de influência para o comportamento de consumo.

Ao pesquisar pela palavra ‘Fashion’ e ‘Tendência de Moda’ na rede social citada, foi notória a ênfase a vídeos de informação de tendência que tem o intuito de massificar conteúdos que em sua maioria são muito semelhantes, e que ao citar suas fontes vemos uma grande procedência eurocêntrica, como símbolo de credibilidade e como uma premeditação de apostas bem sucedidas para a atualidade.

Figura 3: Prints feitos da aba de ‘pesquisa’ da rede social Tik Tok a partir do usuário de uma das autoras, utilizando as palavras; “tendência” e “tendência de moda”.



Fonte: Tik Tok, 2025

A partir dos prints acima, percebe-se que as características em comum dos vídeos vão além de um simples compartilhamento de informação, mas de uma disseminação de conteúdo que reflete um processo de formação das preferências de consumo em massa. Levando em consideração a forma que o algoritmo do Tik Tok age, multiplicando o alcance de uma publicação inicialmente engajada, podemos ver uma fácil polarização de um mesmo conteúdo, que por exemplo, ao ser alimentado por ações que nutram o perfil, a rede social polariza aquele nicho e cria uma “bolha” de temas que se repetem e se ampliam rapidamente, esse ciclo impulsiona um modelo de consumo, que muitas vezes, anula a diversidade cultural e local. A proliferação dessas tendências de moda em massa tende a diluir a força

simbólica dos estilos originários das periferias, tornando-se por alguns, apenas uma 'estética' a ser consumida.

Observando o relato do entrevistado quando questionado se percebia apropriação dos estilos usados na periferia por pessoas de fora deste espaço, o participante nº 6, diz que “*Sim, muitas pessoas se apropriam da nossa cultura, não acho errado usar, mas têm que entender e saber o que vem por trás de toda essa cultura.*”, entende-se que, enquanto os indivíduos utilizam os estilos periféricos como forma de resistência e afirmação de uma identidade local, quando apropriados por um público mais amplo e de fora dessa realidade, eles podem ser esvaziados dos seus significados originais, tornando-se objeto de consumo sem o mesmo peso simbólico. Esta dinâmica, refletida na lógica das tendências, é o que Erner (2015, p. 41) denomina de despolitização dos movimentos de moda. “Depois da onda punk, as modas deixaram de ser movimentos sociais para se tornar simples fenômenos recreativos, muitas vezes indissociáveis de sua dimensão comercial.”

Cabe estarmos atentos e fazermos ressalvas ao analisar comportamentos de disseminação de tendências nas plataformas digitais, uma vez que seus agentes reforçam a ideia de que o que é produzido no ocidente, merece maior visibilidade frente ao que é local ou distinto dos padrões, sendo considerado mais inovador e relevante. Não só impactando no comportamento de consumo, mas na criação de desejos e opinião sobre que é belo e merece mais atenção. Todos se alimentam destes padrões estéticos compartilhados, não apenas o indivíduo, mas a indústria que passa a produzir produtos a partir de dados de consumo destas plataformas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise realizada ao longo desse estudo, podemos destacar a moda como um fenômeno material e simbólico que transcende a superficialidade de tendências que são seguidas ou não, percebemos que a moda é uma poderosa ferramenta de expressão social, identitária e cultural. Ao examinar o contexto específico dos jovens periféricos de Salvador e região metropolitana, foi possível identificar como a moda exerce um papel fundamental na construção de identidade dos mesmos, atuando de forma simultânea com o reflexo das influências globais e

também como um espaço individual de resistência cultural e promoção da autoestima.

Primordialmente, essa pesquisa evidenciou que a moda, além do conceito estético, é uma ferramenta fundamental para a afirmação de identidades culturais, como citado sobre o Afro Punk Brasil 2024, onde jovens e artistas locais utilizam a moda para resgatar e reafirmar suas raízes afro-brasileiras, enquanto rompem com estereótipos globais impostos como sinônimo do que é belo. Desta forma, as escolhas de estilos individuais se tornam uma afirmação da sua própria identidade e resgate da ancestralidade, refletindo a busca por uma estética que esteja cada vez mais conectada com as vivências e valores do indivíduo. Vemos também que a importância destes espaços onde as pessoas se sentem confortáveis para expressar suas identidades, são essenciais, pois se tornam instrumentos para a disseminação da informação de moda local, através de imagens produzidas e influenciadores, e também para uma pesquisa aprofundada sobre o funcionamento dos algoritmos e compreensão dos fatores que tornam um conteúdo viralizado ou não.

Trazer o conceito de *habitus* definido por Pierre Bourdieu à pesquisa, foi necessário para aprofundar a compreensão das dinâmicas de consumo e comportamento de moda dos jovens da periferia. A pesquisa constatou que o consumo de moda dos jovens periféricos não é mediada exclusivamente por influência das tendências, mas, também por uma tentativa de afirmação da sua identidade cultural, fruto de suas vivências e espaço. Desta forma, a moda pode ser vista cada vez mais como lugar onde as influências externas se integram com as experiências vividas, resignificando as normas estéticas e os padrões de beleza. A moda é território de todos, mas, expressa-se de formas individuais e isso é potência para a exploração de novas formas de enxergá-la em nosso cotidiano.

Referindo-se à análise das tendências de moda e sua correlação com o consumo e comportamento dos jovens, este estudo questionou a centralidade da influência estética ocidental na formação de opiniões e decisões de compra. A influência das redes sociais, como citado o *Tik Tok*, foi apontado como uma ferramenta de disseminação de tendências, que muitas vezes, é limitada ao que a indústria determina como moda naquele momento. Entretanto, a pesquisa também evidenciou o papel da moda como instrumento de resistência e pertencimento. Os jovens periféricos analisados por meio de entrevista, demonstraram uma capacidade

e vontade de reapropriar as tendências e os conceitos adaptando ao seu contexto social, local e cultural, desta forma, desenvolvendo um espaço de empoderamento e valorização identitária.

Portanto, concluímos com este estudo que a moda, enquanto fenômeno cultural e social desempenha um fundamental papel na construção da identidade dos jovens periféricos de Salvador e região metropolitana. Ao examinar as influências globais e locais, observa-se que a moda não se encaixa apenas com um campo de circulação de tendências passageiras e estrangeiras, mas como um cenário de representatividade e resgate de culturas. Ultrapassando o consumo apenas marcas e nomes, a moda é meio de informação, pode ser um campo de luta onde estereótipos globais são rompidos, e jovens que outrora, historicamente marginalizados podem reinventar conceitos ganhando visibilidade e protagonismo em um cenário de moda que extrapola a visão colonial. Em um contexto global, é fundamental, portanto, repensar as dinâmicas de comportamento de moda e promover uma abordagem multicultural, de respeito, valorizando as diversas expressões culturais e identitárias presentes nas diferentes realidades sociais.

Com base nas considerações expostas neste trabalho, compreendemos que a presente pesquisa é de suma importância para o campo de estudo da moda no Brasil. Ela se soma de forma relevante a outras pesquisas, algumas das quais foram utilizadas como fundamentação teórica, e que abordam temas essenciais, como a relação entre moda e decolonialidade, além da importância de escutar vozes que por muito tempo não foram ouvidas no campo da moda brasileira. Como acadêmica de moda no IFSC desde 2021 e pesquisadora dentro deste artigo, pude ampliar o olhar acadêmico e social podendo discernir o quão a moda pode ser uma ferramenta de resistência e empoderamento para indivíduos invisibilizados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOURDIEU, Pierre. *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983. p. 138-139.

BOURDIEU, Pierre; PASSERON, Jean-Claude. *A reprodução: elementos para uma teoria do sistema de ensino*. Tradução de Reynaldo Bairão. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2013.

CALANCA, Daniela. *História Social da Moda*. 2008. p. 13.

ERNER, Guillaume. *Sociologia das tendências*. São Paulo: Gustavo Gilli, 2015.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Ed. Companhia das Letras, 1989. p. 25.

MAIA, A. Notas sobre História da Moda e da Indumentária no Brasil e possíveis aproximações com perspectivas decoloniais. *dobra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda*, [S. l.], n. 34, p. 200–224, 2022. DOI: 10.26563/dobras.i34.1483. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1483>. Acesso em: 1 set. 2024.

MIRANDA, Ana Paula de. *Consumo de moda: a relação pessoa-objeto*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008. p. 127.

MOCHO, Jean Pierre. Editó. p. 3. In: BACRIE, Lydia (ed.). *Qu'est-ce Qu'une Tendence de Mode?* Paris: Fédération Française du Prêt à Porter Féminin, 2012. Apud: CAMPOS, Amanda Queiroz; WOLF, Brigitte. O conceito de tendência na moda: significado, histórico, conotação. *v. 11, n. 22*, 2018. p. 11-30.

OLIVEIRA, G. S.; CUNHA, A. M. O.; CORDEIRO, E. M.; SAAD, N. S. Grupo focal: uma técnica de coleta de dados numa investigação qualitativa. *Cadernos da Fucamp*, v. 19, n. 41, 2020, p. 1-13.

ORTIZ, Renato. A procura de uma sociologia da prática. Apud: BOURDIEU, Pierre. *Sociologia*. São Paulo: Ática, 1983.

QUIJANO, Aníbal. A colonialidade do poder. In: *Los arpes del hombre y la historia*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 1991.

SANTOS, Heloisa Helena De Oliveira. Uma análise teórico-política decolonial sobre o conceito de moda e seus usos. *Modapalavra e-periódico*, Florianópolis, v. 13, n. 28, p. 164–190, 2020. DOI: 10.5965/1982615x13272020164. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/15948>. Acesso em: 1 set. 2024.

SETTON, Maria da Graça Jacintho. A teoria do habitus em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea. *Educação e Pesquisa*, Revista da Faculdade de Educação da USP, São Paulo, v. 20, maio-ago. 2002, p. 60-154.

SIMMEL, Georg. *Filosofia da Moda e Outros Escritos*. Tradução de Artur Morao. Lisboa, PT: Ed. Edições Texto & Grafia, 2008. p. 29.

TORTORA, Phyllis G. (Ed.). *Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion: Global Perspectives*. New York: Oxford University Press, 2010. p. 159-170.