

Moda e Periferia: a representatividade das artistas Tasha e Tracie¹

Renan Soares Silva²

Maria Nazareth Bis Pirola³

Universidade Federal do Espírito Santo - UFES

Resumo

Este artigo tem como objetivo analisar a representação da estética periférica, sobretudo no âmbito da moda, por meio da fotografia dos videocliques das artistas Tasha e Tracie, compreendendo-a como forma de resistência, afirmação identitária e expressão cultural. A periferia, historicamente marginalizada, consolidou-se como um espaço de criação e inovação estética a partir da atuação de seus próprios sujeitos, evidenciando sua relevância na construção de novas narrativas visuais, em especial, por meio da comunicação e da moda.

Palavras-chave: comunicação; moda; periferia; fotografia; Tasha e Tracie.

Introdução

Crescer diante do contexto periférico e marginalizado não apenas proporciona experiências sociais, mas também visuais. Desde a arquitetura popular, paisagens urbanas até as intervenções artísticas moldam a percepção e influenciam diretamente nas escolhas individuais e coletivas dessas comunidades. Nesse sentido, este artigo tem como objetivo analisar a representação de tal influência através dos videocliques produzidos pela dupla de rappers Tasha e Tracie. Além de promover as singularidades presentes na periferia diante da moda, intimamente ligadas à identidade e ao pertencimento, as artistas destacam-se como símbolos de resistência e de luta. Como observa Renata Pitombo Cidreira “[...] a vestimenta, enquanto linguagem do corpo e dos desejos, assume um papel importante na constituição de uma identidade” (Cidreira, 2005, p. 26).

Ao reproduzir tais estéticas, Tasha e Tracie não apenas ressignificam objetos e símbolos, mas também constroem uma narrativa própria, desafiando preconceito e

¹ Trabalho apresentado na IJ06 - Comunicação e Interfaces, da Intercom Júnior - 19ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação, 8º Semestre, do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Espírito Santo – UFES, e-mail: renan.silva.58@edu.ufes.br.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Pós-Doutora em Cultura e Sociedade (UFBA). Mestre e Doutora em Educação (UFES). Email: n.pirola@uol.com.br

promovendo a diversidade. Elas por si só são um exemplo de como a cultura e a arte, entendidas como comunicação, se tornam um poderoso instrumento de transformação social:

[...] bell hooks nos mostra que por meio da arte podemos reelaborar as conexões com o nosso passado, apagadas pelo poder colonial, para assim produzirmos outra memória sobre a nossa origem e redesenharmos a história (Barreto, 2024, p. 44).

Sendo assim, a análise aqui proposta busca manifestar como a comunicação, por meio da fotografia presente nos videocliques, especialmente como moda, se consolida como ferramenta para transmitir resistência, poder e individualidade, transcendendo a periferia e tornando-a uma máquina de produções estéticas únicas.

A análise de imagem, enquanto ferramenta metodológica, possibilita investigar os sentidos construídos visualmente em produções culturais, como videocliques, campanhas de moda e produções audiovisuais. Para além de descrever o que se vê, a análise de imagem busca compreender como os elementos visuais – como roupas, acessórios, cores, gestos e cenários – comunicam ideias, identidades e narrativas.

Para Iluska Coutinho (2006), a fotografia não é apenas uma reprodução da realidade, mas uma interpretação simbólica da imagem original. Ela reflete o olhar singular de quem a produziu, moldado por suas intenções, vivências e escolhas estéticas. Essa visão é influenciada tanto pela mensagem que se deseja comunicar quanto pelo contexto sociocultural e comunicativo em que a imagem está inserida. Assim, cada fotografia carrega não só o que é visível, mas também sentidos subjetivos que ultrapassam o enquadramento da câmera.

Ana Mae Barbosa também reflete que (2003, p. 37): “nenhuma forma de arte existe no vácuo: parte do significado de qualquer obra depende do entendimento de seu contexto”.

Ao analisarmos a fotografia produzida pelos cliques das irmãs Tasha e Tracie, é fundamental considerar não apenas os elementos visuais, como roupas e acessórios, mas também os contextos sociais e culturais que moldam essas escolhas estéticas — como o pertencimento à periferia, a vivência negra e a relação com a moda urbana.

Moda e Comunicação

Consideramos a moda como uma forma de comunicação não verbal, podendo servir como uma forma de linguagem análoga à falada ou escrita: “[...] moda e indumentária são formas de comunicação não verbal uma vez que não usam palavras faladas ou escritas” (Barnard, 2003, p. 49-50). Entendemos que a moda e a indumentária, como meios de comunicação, também são cultura, pois a mesma pode ser entendida por um sistema de significados. Sendo assim, na visão de Malcolm Barnard, para entender a comunicação através da moda e da indumentária, não basta entendê-la como um simples envio de mensagem. Neste caso, através da análise de Fiske, ele ressalta que existem duas principais abordagens da comunicação, que seriam “escolas”, e embora ambas concordem com uma definição geral de comunicação como “interação social por meio de mensagens”, cada uma interpreta essa definição de forma distinta:

Como ressalta Fiske, há duas escolas principais no estudo da comunicação e, embora cada uma delas poderia subscrever uma definição geral de comunicação como “interação social através de mensagens”, cada qual entende essa definição de maneira ligeiramente diferente (Fiske, 2003 apud Barnard, 1992, p. 2).

A primeira, ele vai definir como escola do “processo”, quando a comunicação age como processo em que um indivíduo quer dizer algo a outro alguém através de um meio. Sendo assim, uma roupa ou um acessório seria o meio pelo qual o ser humano comunica algo a fim de provocar alguma mudança no outro e, neste caso, pode-se pensar que, um grupo, uma sociedade, uma cultura são pessoas em comunicação umas com as outras. A segunda escola mencionada pelo autor é a que adota o modelo semiótico. Pensando com a semiótica, a interação social é o que o constitui como parte integrante de uma sociedade específica, isto é, por meio da comunicação que o indivíduo se torna parte de uma comunidade, bem como, de uma cultura. Sendo assim, ao escolhermos o que vestir, estamos participando ativamente de um processo de troca de informações e construção de identidades, e neste caso, é a interação social por meio da indumentária que vai constituir alguém como membro de um grupo, e não ao contrário. Portanto, a moda não significa apenas uma expressividade estética, mas também é um mecanismo social que empodera e influencia nos modos que nos relacionamos socialmente e como nos percebemos.

Com a moda, os seres não vão mais deixar de observar-se, de apreciar suas aparências recíprocas, de avaliar as nuances de corte, de cores, de motivos do vestuário. Aparelho de gerar juízo estético e social, a moda favoreceu o olhar crítico dos mundanos, estimulou as observações, mais ou menos amenas, sobre a elegância dos outros, foi um agente de autonomização do gosto, qualquer que seja, aliás, a amplitude das correntes miméticas que a sustentaram (Lipovetsky, 1989, p. 39).

Lipovetsky reforça a ideia de que, ao nos vestirmos, constantemente, estamos nos expondo ao julgamento de terceiros e, ao mesmo tempo, julgando-os. A moda auxilia o desenvolvimento do olhar crítico, incentivando-nos a analisar as nuances do vestuário e a formar opiniões sobre o que é considerado estético ou não, ela, portanto, é um campo de tensão entre a conformidade e a individualidade. Neste caso, é importante destacar o papel do indivíduo na criação de tendências de moda.

Iniciativa individual nos enfeites, criação de novos signos de vestuário, triunfo dos árbitros da moda — longe de ser antinômica à afirmação da personalidade, como se gosta muito de repetir, a moda está fundada historicamente no valor e na reivindicação da individualidade, na legitimidade da singularidade pessoal (Lipovetsky, 1989, p. 48).

Ou seja, baseadas nas escolhas de roupas e acessórios, cada um, de certa forma, além de expressarem individualidade, estão dando novos significados para elas.

Atualmente, apesar de existir quem dita as principais tendências, podemos pensar, conforme Lipovetsky (1989), que as vestimentas não são mais apenas uma forma de se posicionar, elas abrem espaços para as expressões do eu, contribuindo mais uma vez para a construção de identidades e o estímulo nos direcionamentos da moda.

Moda e Periferia

A princípio, é importante dizer que a periferia se tornou um fenômeno cultural de simbologias, criando estéticas capazes de ultrapassar as barreiras brasileiras. Já foi discutido anteriormente que a indumentária exerce um papel fundamental na construção da nossa identidade e na forma como somos percebidos pelos outros. As roupas que escolhemos influenciam nossa personalidade, hábitos de consumo, atitudes, senso estético e na maneira como interagimos um com o outro. Neste caso, é necessário analisar de forma mais específica a influência do contexto social por meio de indivíduos enquanto grupo. Observa-se então, a ideia de *habitus*, de Pierre Bourdieu, que pode ser

interpretada como um conceito que facilita a compreensão de certa semelhança nas reproduções de grupos e indivíduos, sendo eles gerados de uma mesma trajetória social.

Na relação entre as duas capacidades que definem o *habitus*, ou seja, capacidade de produzir práticas e obras classificáveis, além da capacidade de diferenciar e de apreciar essas políticas e esses produtos (gosto), e que se constitui o mundo social representado, ou seja, o *espaço dos estilos de vida* (Bourdieu, 1979, p.162).

Diante disso, pode-se compreender que comportamentos repercutidos partem de nossas vivências enquanto produtos dentro de um espaço, ademais, a construção da nossa identidade e a capacidade de enxergar-se diferente de outros grupos sociais: “[...] a identidade social define-se e afirma-se na diferença” (Bourdieu, 1979, p. 164). Diferença essa que surgiu de um racismo enraizado diante da construção das favelas e se faz presente até hoje, e no contexto do vestuário, não foi diferente. Pessoas marginalizadas, principalmente as negras, que compõem a maior parte da população periférica, diante de um racismo sistêmico, utilizam suas escolhas visuais como uma forma de estratégia de sobrevivência e imposição de si mesmo.

A ativista e produtora de moda Carol Barreto afirma que: “[...] as escolhas visuais para nós foram um meio de construção de identidade, uma forma de concretizar a passabilidade branca e de se moldar estrategicamente ao padrão imposto pela violência racista” (Barreto, 2024, p. 41). Ela enfatiza que a aparência, especialmente para uma comunidade marcada pelos padrões de beleza eurocêntricos impostos, é uma forma de expressar sua identidade desafiando estereótipos.

Então, ao olharmos para o cenário musical periférico, foi por meio dele que essa estética se intensificou e começou a adquirir sua própria voz, crescendo e sendo vista pelo resto do mundo. Os artistas brasileiros de funk, rap e trap configuram-se como agentes culturais de grande relevância e importantes formadores de opinião, desenvolvendo um papel central na dinâmica culturalmente efervescente das periferias e comunidades. Por meio de sua atuação na música e na moda, esses indivíduos se tornam protagonistas na produção e difusão de estéticas e discursos que dialogam com as realidades sociais e identitárias desses territórios. A influência cultural da periferia brasileira transcende as classes sociais.

Trasha e Tracie, artistas importantes para a cena do rap brasileiro, bem como, para a ascensão da moda periférica, desde o início da sua carreira, reforçam sobre como a moda foi importante para elas dentro deste cenário marginalizado. Elas avaliam que a cultura periférica, frequentemente, é reduzida a uma "superfície" para aqueles que a consomem, é bastante pertinente e revela uma complexidade que merece ser explorada. Não tem como ignorar a cultura periférica. Para a revista *Steal The Look*⁴, elas disseram: (2023): “Às vezes, o rosto disso é a superfície do que as pessoas podem ver, porque quem recebe as informações normalmente são as pessoas mais elitizadas e não de quem de fato carrega essa estética”. Além disso, acreditam que o crescimento do uso de peças esportivas se deu, principalmente, por conta das favelas. “Batemos muito na tecla da cultura da periferia, que antes não era muito valorizada. Até que veio a estética do *brasilcore*. O curioso é que todo mundo pensava na periferia global como algo legal, mas com a daqui as pessoas ainda têm preconceito”. Diante disto, observa-se que o ápice da moda periférica, contemporaneamente, é quando se passou a perceber essas identidades se popularizando por lugares que, anteriormente, não alcançavam.

Por fim, entende-se que, no contexto atual, as identidades criadas dentro da periferia, moldadas pela pobreza e violência, são o que dá voz a essas comunidades, desde a música até a moda, elas se reinventaram e vieram construindo uma nova perspectiva sobre a favela. Já não dependem mais de centros urbanos e aprenderam a criar suas estéticas através de sua própria linguagem:

[...] a possibilidade de “vestimentar-se”, como aponta Mestra Janja: Vestimentar-se como ato de trajar-se para a luta, revestindo-se de significações complexas que acionam, desde a proteção espiritual, como outro modo de equipar-se para a batalha, como ato diferente do vestir-se. Pois, cotidianamente, preparando-nos para os assentamentos diários, antes de sair de casa, nos revestimos também de coragem, ousadia, como que vestidas como as armas de Jorge. Por isso a importância de vestimentar, vestimenta-se, vestimentação produzindo uma vestimenta-ação (Barreto, 2024, pp. 44-45).

⁴ Disponível em: <<https://stealthelook.com.br/tasha-e-tracie-em-um-bate-papo-sobre-moda-periferica-e-muita-musica/>>. Acesso em: 20 de set. 2024.

Comunicação, moda e periferia em Tasha e Tracie

No videoclipe *Diretoria*⁵, Figura 1, lançado em 2021, Tasha e Tracie celebram a autonomia e empoderamento de pessoas pretas e de periferia, especialmente mulheres, e usam da letra e da produção visual para expressarem vivências e desafiar estereótipos. O uso de roupas, acessórios, elementos e até mesmo de uma banda de samba, também presente no instrumental, na fotografia da obra, potencializa uma afirmação estética e política que comunica o que, em sua maioria, escapa ao olhar cotidiano. Nesse sentido, a fotografia não apenas registra uma cena, mas reforça significados.

Figura 1: Clipe *Diretoria* - Tasha e Tracie



Fonte: Compilação do autor⁶.

Como destaca Coutinho (2006), além do que reproduzir uma parte da realidade, uma parcela do mundo visível, na fotografia seria possível manifestar, através da construção de uma cena, o que nosso exercício diário de observação não é capaz de fazer. Essa afirmação reforça a ideia de que a fotografia, ao compor cuidadosamente seus elementos, revela dimensões simbólicas e afetivas que escapam à observação comum — tornando-se, assim, uma ferramenta poderosa de representação e resistência.

Com o videoclipe da canção *Arrume-se Comigo*⁷, Figura 2, lançado em 2023, as irmãs fazem referência a uma *trend*⁸, de mesmo nome, muito popular nas redes sociais,

⁵ Disponível em: <<https://youtu.be/nZfVmuVzJ3I?si=gNwBVRqp0lnDIsOq>>. Acesso em: 09 de Jun. de 2025.

⁶ Montagem feita a partir de capturas de tela realizadas do videoclipe *Diretoria* de Tasha e Tracie.

⁷ Disponível em: <https://youtu.be/KI147oAZqVY?si=Ydfw_JY_ou12KHGf>. Acesso em: 09 de Jun. de 2025.

⁸ Trend onde influenciadores mostram o processo de se arrumar para uma ocasião específica.

trazendo uma narrativa que acompanha a rotina da vida das artistas, com destaque em como cada dia é marcado por escolhas de vestuário, além de que, elas não apenas refletem seu estado de espírito, mas também seus gostos, trajetórias e conquistas pessoais.

Figura 2: Clipe Arrume-se Comigo - Tasha e Tracie



Fonte: Compilação do autor⁹.

Assim, a importância do desenrolar das cenas permite compreender que essa narrativa visual não está presa a imagens fixas, mas sim à forma como as escolhas, olhares e gestos se encadeiam ao longo do videoclipe: “A análise da imagem cinética, para além da aparente naturalidade propiciada pelo movimento, deve levar em conta especialmente os aspectos temporais desse registro visual, o desenrolar da cena, e a forma pela qual se mostram esses momentos” (Coutinho, 2006, p. 341). Assim, a estética do vídeo não é naturalizada ou apenas documental; ela é performática e intencional, uma encenação do dia a dia que expressa gostos, conquistas e subjetividades para elas enquanto artistas de periferia.

Em Agouro¹⁰, Figura 3, lançado em 2020, as gêmeas constroem uma narrativa visual que celebra a vivência periférica com orgulho e autenticidade. A fotografia traz cenas como um churrasco com bebidas e jogos, danças, roupas de marca, gestos e aborda uma visão que resume toda a relação da moda com a periferia, não servindo apenas como plano de fundo para a música, mas como um elemento central dessa

⁹ Montagem feita a partir de capturas de tela realizadas do videoclipe Arrume-se Comigo de Tasha e Tracie.

¹⁰ Disponível em: <<https://youtu.be/pv5czzDKjs?si=trAAatrjTATlwLCh>>. Acesso em: 09 de Jun. de 2025.

mensagem, além de, reafirmar tal mensagem através da letra: “Ditando tendência, como sempre, a favela. E as mais mais? Vem de favela-vela”. Uma afirmação que é poderosa sobre o protagonismo da favela na criação de tendências estéticas e culturais, especialmente na moda e na música.

Figura 3: Clipe Agouro - Tasha e Tracie



Fonte: Compilação do autor¹¹.

Nesse contexto, pode-se pensar que “[...] a imagem seria de fato linguagem, e não apenas cenário” (Coutinho, 2006, p. 341), pois a fotografia, presente no clipe, fala por si — comunica, representa, e reivindica que a favela juntamente com a moda periférica seja reconhecida. Assim, torna-se uma forma de discurso visual que articula tais características. A moda, portanto, através das cenas não aparece no papel secundário, mas como linguagem ativa na construção simbólica do que é ser da favela e ditar tendências a partir dela.

Considerações finais

Diante das análises de imagem propostas, evidencia-se que os videoclipes de Tasha e Tracie atuam como dispositivos estéticos e narrativos que ressignificam a moda como linguagem de identidade periférica. Através dos videoclipes citados, recheados de simbolismo, gestos, significados e escolhas visuais intencionais, a dupla projeta uma estética que rompe a representação visual e transcende um campo político e cultural.

¹¹ Montagem feita a partir de capturas de tela realizadas do videoclipe Agouro de Tasha e Tracie.

A moda, nesse contexto, ocupa o lugar de instrumento de enunciação, pertencimento e resistência. Reconhecer a força de narrativas diversas como as protagonizadas por Tasha e Tracie é essencial para desconstruir paradigmas hegemônicos e promover a inclusão de corpos marginalizados, onde novas estéticas possam emergir e ser legitimadas. É diante do reconhecimento do trabalho promovido pelas artistas que reside a chave para um futuro com novas perspectivas dentro do segmento da moda.

Referências

- BARBOSA, Ana Mae. **A imagem no ensino da arte: anos oitenta e novos tempos**. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação**. Tradução de Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2023.
- BARRETO, Carol. **Modativismo: quando a moda encontra a luta**. 1.ed. São Paulo: Paralela, 2024.
- BOURDIEU, Pierre. **A distinção crítica social do julgamento**. Tradução de Daniela Kern e Guilherme J. F. Teixeira. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.
- CIDREIRA, Renata P. **Os sentidos da moda**. São Paulo: Editora Annablume, 2005.
- COUTINHO, Iluska. Leitura e análise de imagem. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio; NOVELLI, Ana Lucia Romero (Org.) et al. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 330-344.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas**. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.