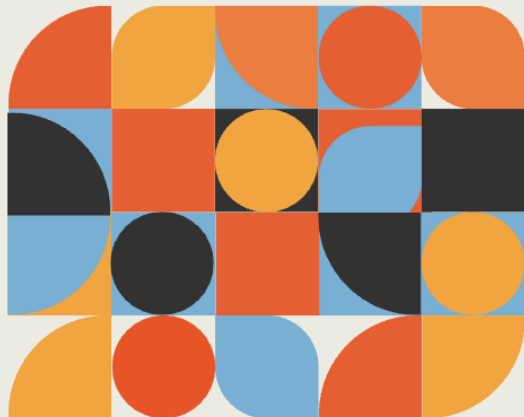




KRIA - COLEÇÃO DE MODA ESPECULATIVA SOBRE O FUNK CARIOCA COMO PRODUTO CULTURAL

Mello, Débora de Souza de; Bacharel; Centro Universitário Ritter dos Reis, debora.souzamello@outlook.com

Perini, Anerose; Prof. Mestre; Centro Universitário Ritter dos Reis, aneperini@gmail.com

Kria - Speculative Fashion Collection About Funk Carioca as a Cultural Product

Resumo: O estudo propõe uma coleção de moda streetwear que especula os rumos que a moda brasileira poderia ter seguido caso fosse tratada como um Produto Cultural, conforme a perspectiva de Adorno e Horkheimer (1971). Inspirada na cultura popular do funk carioca, a coleção estabelece um contraponto ao estilo K-pop, buscando demonstrar o potencial criativo de uma abordagem projetual híbrida, fundamentada em Bonsiepe (1984), Treptow (2013), Munari (2008) e Choklat (2012). O resultado inclui 15 looks, com dois deles materializados que incorporam elementos estéticos do funk e do K-pop.

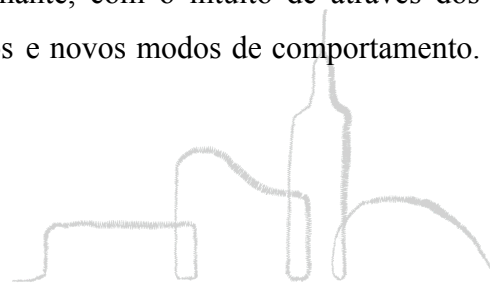
Palavras-chave: Funk carioca, K-pop, moda especulativa, moda brasileira.

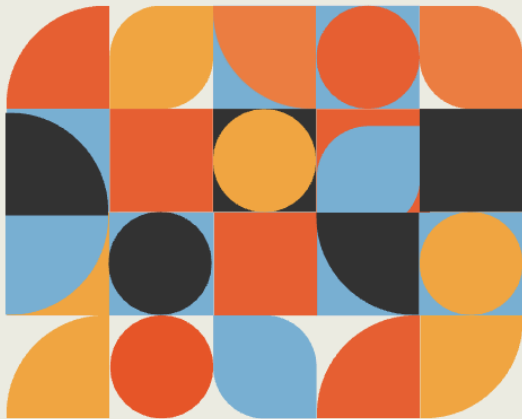
Abstract: The study proposes a streetwear fashion collection that speculates on the directions that Brazilian fashion could have taken if it were treated as a Cultural Product, according to the perspective of Adorno and Horkheimer (1971). Inspired by the popular culture of funk from Rio de Janeiro, the collection establishes a counterpoint to the K-pop style, seeking to demonstrate the creative potential of a hybrid design approach, based on Bonsiepe (1984), Treptow (2013), Munari (2008) and Choklat (2012). The result includes 15 looks, with two of them materialized that incorporate aesthetic elements of funk and K-pop.

Keywords: Carioca Funk, K-pop, Speculative Fashion, Brazilian fashion.

Introdução

A moda é um campo de pesquisa vasto, e pode ser entendida como um reflexo das transformações sociais, manifestando-se por meio de mudanças constantes nos costumes e na aparência, funcionando como um espelho da cultura e da sociedade. A partir dessa perspectiva, surge a Moda Conceitual, influenciada pela Arte Conceitual, que prioriza o processo criativo em detrimento da funcionalidade, abrindo espaço para debates e reflexões além do aspecto utilitário, tornando-se um veículo de expressão e discussão de ideias. (Silva e Mori, 2010). Nesse sentido, o design por especulação cria um espaço semelhante, com o intuito de através dos produtos promover debates que conduzam a sociedade a novos caminhos e novos modos de comportamento.





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

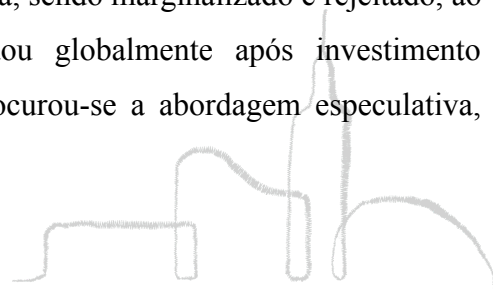
Dunne e Raby (2013, p. 13) destacam que “essa forma de design serve para criar espaços de discussões e debates sobre formas alternativas de ser, para inspirar e encorajar a imaginação das pessoas a fluir livremente”.

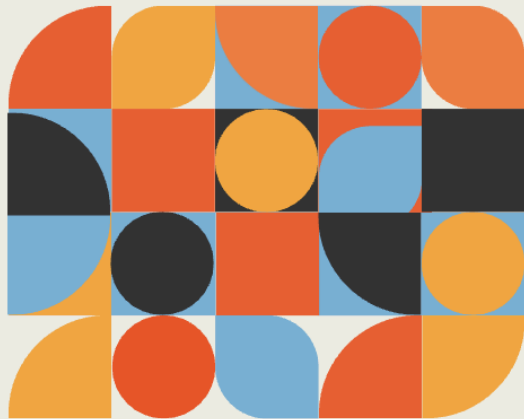
Portanto, este trabalho define a moda como uma forma de comunicação social e propõe sua análise por meio da moda especulativa para compreender futuros alternativos. Marx (1867, ses. 4) critica sobre o fetichismo da mercadoria, onde objetos são adorados para além de sua função prática, Lipovetsky (2009) re-contextualiza esse conceito na moda como “sedução das coisas”: “A sociedade centrada na expansão das necessidades é, antes de tudo, aquela que reordena a produção e o consumo de massa sob a lei da obsolescência, da sedução e da diversificação, aquela que faz passar o econômico para a órbita da forma moda [...]” (Lipovetsky, 2009, p. 184).

A padronização é elemento-chave da indústria do produto cultural, reduzindo o consumidor em objeto do sistema, como enfatiza: “o consumidor não é rei, como a indústria cultural gostaria de fazer crer, ele não é o sujeito dessa indústria, mas seu objeto” (Adorno, 2022, p. 15). O termo “Produto Industrial de Exportação Cultural”, cunhado pelo governo coreano, remete diretamente à Teoria Crítica e ao conceito de “indústria cultural” de Adorno e Horkheimer “empregado pela primeira vez no livro ‘Dialektik der Aufklärung’ [...] em nossos esboços tratava-se do problema da cultura de massa.” (Adorno, 1971, p. 287).

No contexto brasileiro, a indústria do funk carioca tem suas raízes na introdução através de uma variação do estilo eletrônico *Miami bass* nas mixagens dos DJs cariocas entre 1975 e 1990 (Funk.doc, 2022, ep. 1). Esse fenômeno cultural, marcado pelo expoente crescimento na realização de bailes nas periferias cariocas na década de 1980, expressa um movimento marginalizado que dialoga com a definição de indústria cultural como problema da cultura de massa de Adorno e Horkheimer.

A presente pesquisa, fruto do projeto de pesquisa de curso em Design de Moda, tem como objetivo apresentar uma coleção de moda especulativa no estilo *streetwear* inspirado no funk carioca em contraponto ao estilo k-pop. Tem como proposta questionar o que ocorreu para que o gênero musical, originário das periferias do Rio de Janeiro, não fosse reconhecido como cultura pela elite brasileira, sendo marginalizado e rejeitado, ao contrário do estilo de música coreano, o k-pop, que se consolidou globalmente após investimento governamental. Portanto, para o bom desenvolvimento do trabalho, procurou-se a abordagem especulativa,





realizada através da metodologia projetual híbrida, executada através de cinco macroetapas: Definição do Problema, Pesquisa, Inspiração, Criatividade e Desenvolvimento. O resultado foi uma coleção de moda que dialoga com os códigos estéticos do funk carioca e do k-pop, buscando representar esse universo cultural e suas potências simbólicas.

Contextualização sobre o funk brasileiro na moda

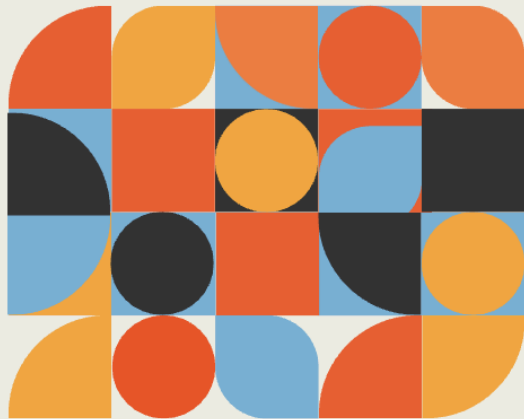
O DJ funkeiro Sany Pitbull relata que os jovens funkeiros “eram moradores de comunidades, negros que não podiam circular pela cidade livremente sem ser apontados como criminosos” (Funk.doc, 2022, ep. 4, min. 2:35/2:57). O movimento da população favelada para os grandes centros nos anos noventa provocou a associação do funk carioca a qualquer tipo de ato criminoso que ocorresse nas regiões elitistas do sul do Rio de Janeiro. Estabelecer o peso social a partir desse histórico do funk carioca, como manifestação musical brasileira, valoriza e define o estilo musical como fonte de representatividade na moda nacional, sendo a indumentária capaz de estabelecer a ligação intelectual entre pessoa-objeto, tornando a roupa um fato social (Barthes, 2004).

Assim como o pop coreano provoca essa identificação entre os jovens sul-coreanos, investido como Produto Cultural para reprimir o domínio midiático de produtos ocidentais e estimular o orgulho nacional (Park, 2010, p. 70). A vestimenta utilizada pelo movimento do funk carioca é seu modo de comunicação para o mundo e aos que o reprimem. Diante disso, questiona-se como um estilo musical com identidade tão brasileira sofre repressão e preconceito cultural por parte do poder público e da elite, como exemplificam projetos de lei que tentaram proibir bailes funks, como o ocorrido em 2017 (Funk.doc, 2022). Especular é vital para revisar os fatores que “retardaram” o reconhecimento mundial do funk como expressão cultural brasileira. Mesmo com artistas como Anitta, que atingiu o topo do “*Hot 100 da Billboard*”¹ em 2022 com o hit *Envolver*, ainda há resistência nacional ao reconhecimento do estilo como legítimo movimento cultural. Em contraponto, o k-pop possui uma indústria consolidada: o grupo BTS, por exemplo, representou 0,3% do PIB sul-coreano em 2021². O presente estudo especulativo visa questionar qual poderia ter sido o retorno cultural e econômico do funk

¹ NUNES, Caian. “Anitta volta a subir na Billboard Hot 100 com “Envolver””, São Paulo 2022

² MATOS, Thiago. “O que há por trás da usina pop coreana, do sucesso do BTS a ‘Round 6’”, Seul, 2022.





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

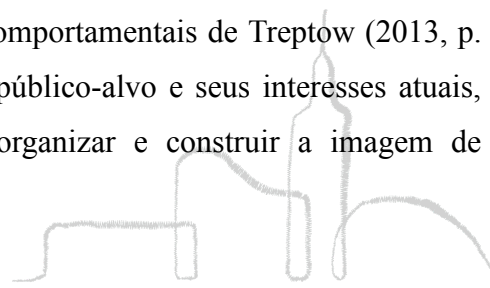
caso tivesse recebido investimentos semelhantes aos aplicados no k-pop desde sua origem, quando batizado como parte da “*Hallyu*”.

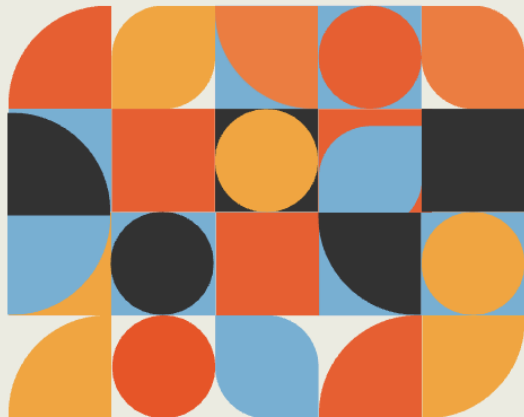
O funk carioca, como manifestação cultural nascente das favelas e periferias, começa a consolidar sua influência estética na moda a partir dos anos 2000, marcado pelo grupo Bonde do Tigrão que em viralizou nos bailes locais com seu estilo visual próprio, ao utilizarem roupas no estilo *streetwear* (Funk.doc, 2022, ep. 2). As peças eram variadas, com silhuetas largas, de marcas esportivas, carregados de acessórios como bonés, correntes e tênis, valorizando a estética da ostentação e conforto. A escolha de vestuário representa a auto afirmação cultural territorial, quando a roupa se torna ferramenta de expressão juvenil periférica, emergindo de baixo para cima, sendo construída pelo próprio público consumidor - diferente do modelo coreano. O contraste com o k-pop se estrutura com a indústria planejada, organizada e programada desde o surgimento. A fundação da SM Entertainment por Lee Soo Man em 1995 sintetiza isso. A empresa marca o início da consolidação visual do estilo pensando seus grupos musicais com o vestuário visualmente impactante, padronizado, inspirado em tendências globais, mas valorizando a originalidade coreana, ligada à performance cênica e à estética de videocliques. O exemplo da efetivação disso foi a criação de microtendências, como ocorrido com as luvas de esqui coloridas e divertidas usadas pelo grupo H.O.T. na música “Candy”. O elemento virou produto de desejo dos fãs, gerando consumo em larga escala (Explicando, 2022, ep. 1).

No funk carioca a moda surge como reflexo da vivência dos ouvintes, sendo apropriado organicamente pelo público. Ela nasce nos bailes e se espalha pelas ruas. No k-pop, a moda é estrategicamente programada como parte do projeto econômico nacional, o produto cultural. O vestuário não só complementa a música como se torna produto de exportação. Ambos, mesmo sendo distintos, mostram uma estética associada à música que influencia o comportamento de consumo e a identidade de grupos.

Pesquisa e Inspiração de coleção

Após análise histórica do surgimento dos estilos e suas influências na moda e vestuário de seus usuários, o projeto partiu para a pesquisa de macro e micro tendências comportamentais de Treptow (2013, p. 78) afirmando que a pesquisa “acompanha os hábitos de consumo do público-alvo e seus interesses atuais, como lugares que está frequentando, ídolos da música [...]”. Para organizar e construir a imagem de





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

público-alvo comportamental, se guia pela macrotendência Manifesto Criativo da WGSN (2019). Em um mundo onde a descrença da população no cenário político, social e econômico, a manifestação criativa surge para comunicar de forma ativista através da arte, do consumir e do vestir, o desconforto estimula a ação e para a pesquisa esse fator contribui para o caráter especulativo, guiando para a etapa de inspiração da coleção.

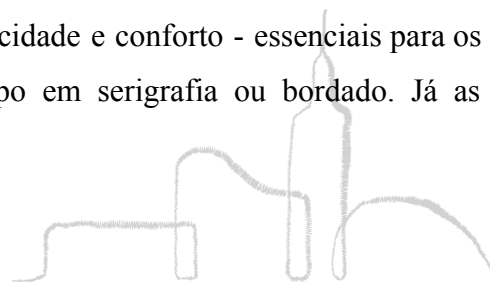
Para a inspiração utilizou-se a ferramenta de mapa mental para definir os aspectos de identidade visual consistente. Ao elaborar o mapa mental, utilizou-se palavras que se adequam com os dois públicos ouvintes dos estilos. O termo “Di cria” se destacou, ao aparecer como movimento que retrata a estética usada pelos crias da favela. A importância do logotipo é recorrente no vestuário dos ouvintes de funk e de k-pop, indicado ao analisar marcas como Lacoste, Celine e Gucci. Nessas marcas, é frequente encontrar peças de vestuário a repetição de logotipo, com uso em posicionamentos estratégicos - centro de camisetas, ao longo de mangas, alças e faixas - reforçando a estética urbana e esportiva. Por isso, foi desenvolvido um logotipo tipográfico para aplicação na coleção do projeto, composto pela palavra “kria”. A substituição do “c” por “k” remete ao “K” de K-pop (de “korea”), ao mesmo tempo que referencia ao “criar” da macrotendência e também ao simbolismo dos “di cria” das periferias. Confira as gerações na figura a seguir:

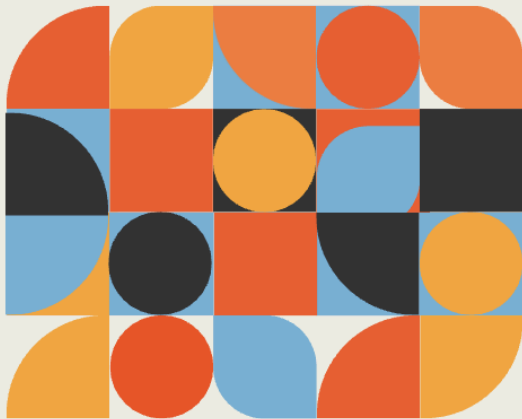
Figura 1: gerações de logotipos e suas aplicações.



Fonte: desenvolvido pela autora, 2022.

A análise das marcas também contribuiu para a definição dos materiais: tecidos comuns no *streetwear* como malhas de algodão, moletom, sarja e poliéster, que remetem à praticidade e conforto - essenciais para os públicos. Também há o uso de acabamento com aplicação de logotipo em serigrafia ou bordado. Já as





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

modelagens são amplas, calças, bermudas e jaquetas *oversized*. Detalhes em recortes assimétricos e utilitários, unindo a moda de rua com o elaborado visual performático do k-pop.

Coleção Especulativa

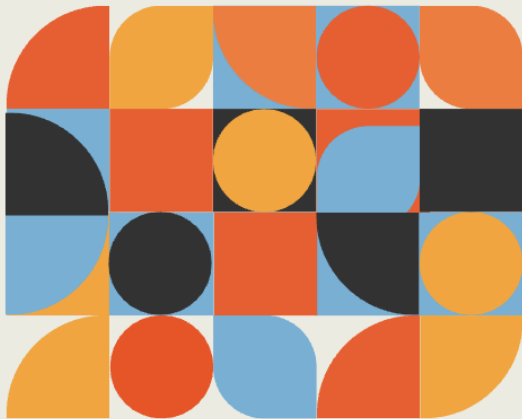
A etapa de desenho é o começo da aplicação dos estudos feitos na fase de inspiração, através do desenho, fazendo a operação de livre espaço de criação, apresentando a vantagem de visualizar as combinações das peças da coleção (Treptow, 2013). Na figura abaixo é possível visualizar os desenhos de moda desenvolvidos para a coleção:

Figura 2: croquis desenvolvidos para a coleção.



Fonte: desenvolvido pela autora, 2022.

A aplicação do logotipo, em suas várias versões, é um signo híbrido cultural que traduz visualmente o conceito central do projeto, ligado à criatividade periférica do funk, sendo sinônimo de resistência. A coleção “Kria” especula o encontro entre essas duas potências culturais, se transformando em peças que carregam uma dupla camada, imaginando um cenário em que o funk também é legitimado como produto cultural. Nesse sentido, o logotipo deixa de ser apenas um elemento gráfico e passa a funcionar como marco simbólico da fusão



20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

entre periferia e indústria, entre originalidade e planejamento e entre resistência e performance. Na figura a seguir é possível contemplar as peças confeccionadas em suas respectivas modelos no editorial de fotos:

Figura 3: fotos editorial.

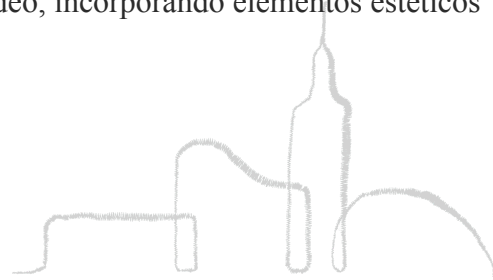


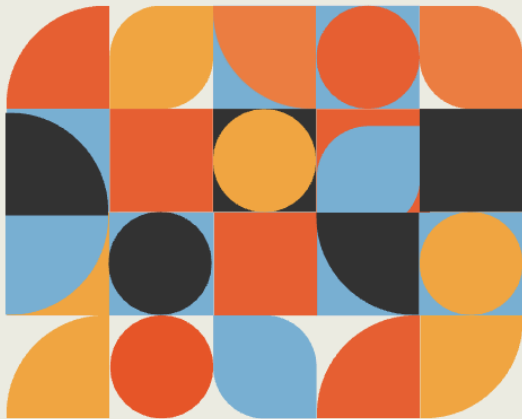
Fonte: desenvolvido pela autora, 2022. Fotografias de Bruno Vasconcelos.

A escolha das modelos foi pautada na representatividade do público-alvo e na valorização das narrativas que as figuras corporificam. O editorial atendeu plenamente às expectativas para um possível lançamento de coleção, revelando também a interação entre roupa e usuário.

Considerações finais

A pesquisa nasceu da fusão de dois estilos musicais, funk carioca e k-pop, sob o olhar especulativo: e se o funk tivesse sido reconhecido como produto cultural? A resposta se materializou em peças que dialogam com a estética da favela, permitindo a realização de uma coleção de moda com 15 looks, surtindo na confecção de dois destes, apresentados por meio de editorial fotográfico e *fashion* vídeo, incorporando elementos estéticos do funk e do k-pop.





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

O projeto instiga a reflexão sobre caminhos não explorados na valorização cultural nacional, mostrando que o Brasil pode se apropriar de sua própria riqueza criativa. Socialmente, o projeto contribui para o debate sobre o apagamento de expressões culturais periféricas e raciais no Brasil, promovendo a valorização, senso de pertencimento e orgulho para os consumidores dessa estética, tal qual foi para o k-pop. As limitações encontradas no percurso da pesquisa incluem a ausência de dados sobre o real impacto econômico sobre o funk na economia brasileira e a dificuldade de mensurar os efeitos se realizado o investimento cultural institucional.

A metodologia adotada mostrou o comparativo entre os dois estilos musicais, com aspectos sobre seus impactos na moda, as influências de consumo, além dos impactos da forma como cada estilo foi reconhecido (ou não) como ferramenta estratégica de produto cultural. As discrepâncias evidenciaram o subaproveitamento do funk carioca como ferramenta de transformação social e motor de desenvolvimento econômico para o Brasil. Em projetos futuros, seria possível testar a coleção e coletar informações junto ao público-alvo, a fim de compreender como a coleção traduz os signos e símbolos do funk carioca e como eles são interpretados pela cultura.

Referências:

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

BONSIEPE, Gui. **Metodologia Experimental: Desenho Industrial**. Brasília: CNPq, 1984.

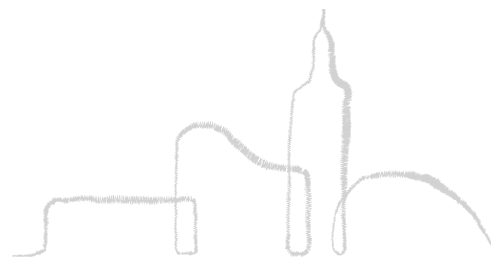
DUNNE, Anthony; RABY, Fiona. **Speculative Everything: Design, Fiction, and Social Dreaming**. MIT Press, 2013.

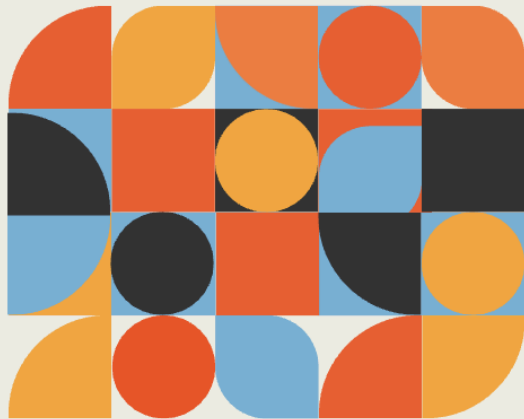
EXPLICANDO: K-Pop. Direção: Ezra Klein, Joe Posner. Produção da Netflix. 2018. Streaming Netflix Brasil.

FUNK.DOC. Direção: **Luiz Bolognesi**. Produção da HBO, Rio de Janeiro. 2022. Streaming HBO Max.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MARX, Karl. **O Capital**, 1867.





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

MORI, Fabiana Miano; SILVA, Keytielle Mendonça da. **O registro de uma ideia: Asserções sobre moda conceitual**, 2010.

MUNARI, Bruno. **Das Coisas Nascem Coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

TREPTOW, R. O. **Design de Moda: Fundamentos**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2013.

