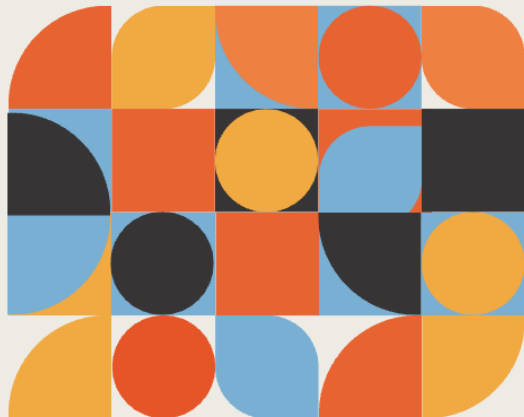




A MODA DAS MULHERES PRETAS PERIFÉRICAS

THE FASHION OF BLACK WOMEN FROM THE OUTSKIRTS

Souza, Micaella; Graduanda; UFJF, micaella_souza@outlook.com¹

Amorim, Erick; Graduando; UFJF, erickamorimn@gmail.com²

Orientador: Casali Aguiar de, Marina, Anirã; Mestre em Artes, Cultura e Linguagens; UFJF, aniram.marina@estudante.ufjf.br³

Resumo: A relação de mulheres pretas periféricas com a moda é uma herança direta da ligação entre identidade e resistência. Ocasionalmente pela formação das periferias enquanto um espaço de subversão aos padrões coloniais, a maneira como tais mulheres manifestam suas vivências está na produção de estilos, estéticas e empreendimentos que caracterizam suas existências.

Palavras chave: Mulheres pretas. Moda. Periferia. Raça. Classe. Moda Periférica. Racismo.

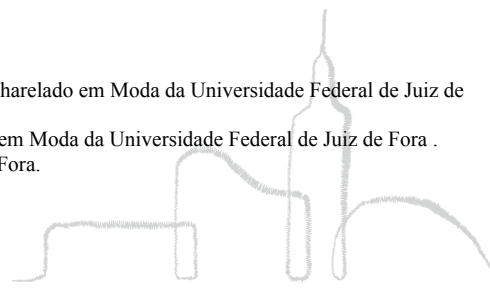
Abstract: The relationship between black women from the outskirts and fashion is a direct legacy of the connection between identity and resistance. Caused by the formation of the outskirts as a space for subversion of colonial standards, the way in which these women express their experiences is in the production of styles, aesthetics and businesses that characterize their existence.

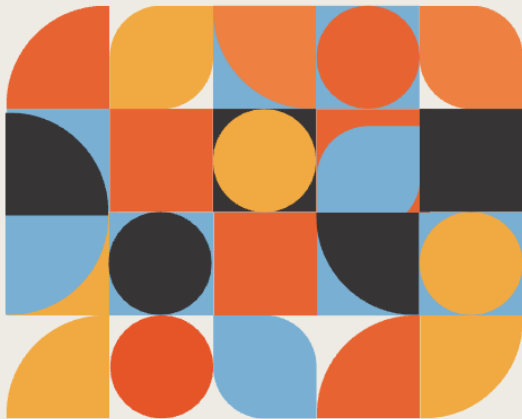
Keywords: Black women. Fashion. Outskirts. Race. Class. Outskirts Fashion. Racism.

¹ Micaella Aparecida de Souza Faustino, natural de Leopoldina, é graduanda do penúltimo período no curso Bacharelado em Moda da Universidade Federal de Juiz de Fora.

² Erick Amorim do Nascimento, natural de Petrópolis, é graduando do penúltimo período no curso Bacharelado em Moda da Universidade Federal de Juiz de Fora.

³ Anirã Marina de Aguiar Casali é mestre em Artes, Cultura e Linguagens pela Universidade Federal de Juiz de Fora.



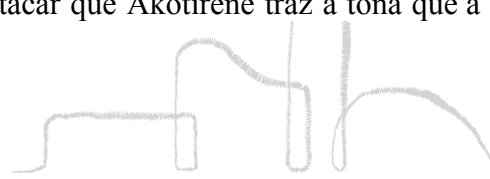


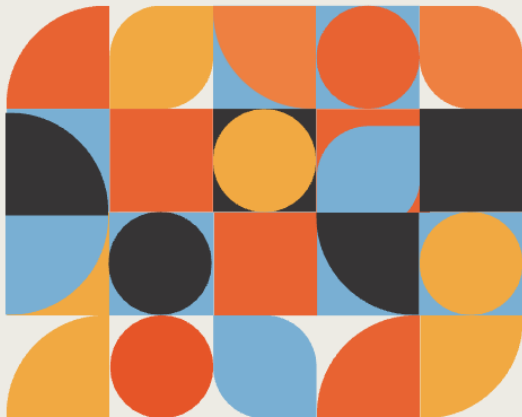
Introdução

O artigo tem como objetivo analisar os caminhos percorridos por mulheres pretas periféricas na busca por sua sobrevivência, onde a subversão de seus empecilhos acarreta na construção de uma ponte socioeconômica, aqui abordada pela indústria da moda. Por meio desta análise, será possível o reconhecimento da contribuição sócio-cultural e política delas para este mercado, pois cada estilo e estética por elas inventados, assim como seus empreendimentos, têm conexões ancestrais. Para tal, ocorrerá a abordagem do impacto ocasionado quando estas conseguem furar a própria bolha e referenciar as mulheres pretas de outros espaços. Em contraponto, o trabalho apresentará a reação negativa da indústria à existência e ascensão deste grupo que, por meio de estratégias machistas e racistas, visam menosprezar suas habilidades criativas. Assim, o artigo conseguirá amparar-se nesta revolução que mulheres pretas oriundas de periferias provocam na sociedade, reverberando em retratações na mídia e dramaturgia, que inspiram movimentações no mercado de trabalho e a popularização de personalidades pretas, voltadas a ideia de romper as limitações da indústria da moda para a existência dessas mulheres. Ao fim, será pontuado que mesmo com tais bloqueios, a negritude feminina periférica persiste ao resistir e criar novas possibilidades a outros sujeitos periféricos.

1. MULHERES PRETAS PERIFÉRICAS: AS SUBALTERNAS

Para falar sobre a posição que ocupa uma mulher preta na sociedade ocidental, é necessário recortar gênero, raça e classe. A pesquisadora em teorias raciais Kimberlé Crenshaw cria o termo *interseccionalidade* (1998), através do qual descreve a união dos preconceitos vividos por mulheres racializadas, em específico, racismo e machismo. 30 anos depois, a escritora brasileira Carla Akotirene revisita esse conceito em seu livro *O que é a interseccionalidade?* (2018), no qual expõe como o feminismo branco abandona as particularidades de vítimas pretas e ainda, o movimento negro prioriza a resolução de demandas voltadas para homens pretos. É válido destacar que Akotirene traz à tona que a



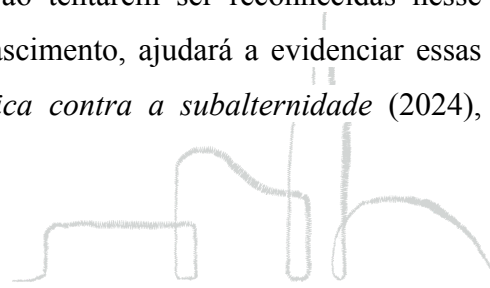


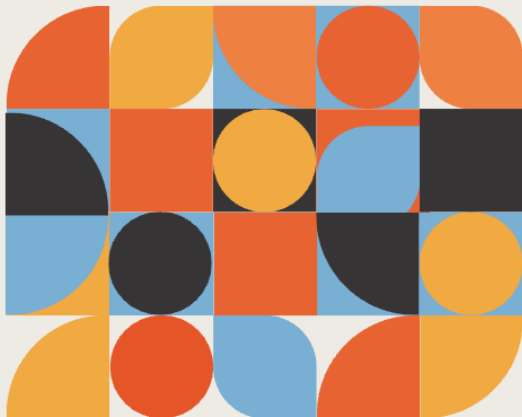
vivência de mulheres pretas não cisgêneras inclui a transfobia (2018), e não por acaso mulheres pretas trans e travestis, em maioria periféricas, são as maiores vítimas de violência no país, com 78% de mortes registradas sendo elas 45% pardas e 28% pretas segundo dados da Associação Nacional de Travestis e Trans (ANTRA).

A grande maioria das mulheres pretas atravessa as cidades em empregos de domésticas, babás, cozinheiras e outras profissões ligadas a serventia de famílias mais abastadas e quase sempre brancas. O artigo “Empreendedoras de beleza dominam as favelas” (2023) pontua, por meio dos dados da pesquisa Persona Favela do Outdoor Social, que mulheres pretas periféricas movimentam 436 milhões de reais anuais em produtos de beleza e higiene pessoal, sendo 50% das vendas feitas por mulheres das próprias comunidades, o que ajuda desenhar a relevância do mercado ligado a estética, e moda nesses ambientes. Salões de cabeleireiro, pequenas lojas de roupas e costureiras autônomas abarcam grande parte dessas vendedoras, onde um notável número consegue retirar deste trabalho o sustento de suas famílias sem que precisem cruzar a cidade diariamente para garantir seu salário. Não por acaso, o Brasil vive hoje um boom de negócios chefiados por mulheres nestes ramos com o crescimento de outras profissionais como trancistas e designers de sobrancelhas e cílios. De acordo com uma pesquisa do SEBRAE de 2021, 47% das mulheres empreendedoras eram pretas e outras pesquisas apontam o crescimento futuro deste dado. Há de se lembrar que antes de cativar o restante do país, esses serviços são características antigas da identidade preta e periférica.

2. MULHERES PRETAS PERIFÉRICAS E A MODA

A presença de mulheres pretas periféricas na indústria da moda sempre existiu, mas a maneira como essa relação é construída revela constantes barreiras para sua permanência e valorização. Essas mulheres não apenas consomem, mas produzem, reinventam e ditam tendências, mas, ainda assim, encontram uma série de desafios perpetuados por estratégias excludentes ao tentarem ser reconhecidas nesse espaço. A experiência da marca Mile Lab, criada por Milena Nascimento, ajudará a evidenciar essas barreiras. No artigo de Mariana Lima intitulado *Moda Periférica contra a subalternidade* (2024),





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

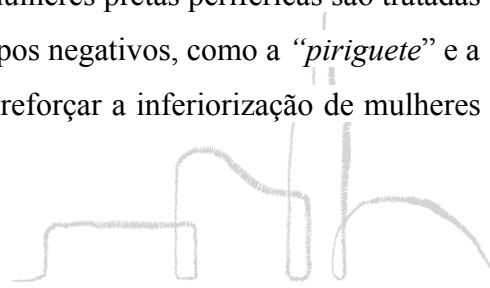
Milena relata que mesmo após ter conquistado visibilidade ao participar da SPFW N56, conceder uma entrevista à revista ELLE Brasil e ser convidada para o baile da Vogue, sua marca continuou a enfrentar exclusão no interior da indústria da moda. Sem apoio financeiro, editoriais e coleções seguintes continuaram sendo realizados de forma independente, com apoio de colaboradores, voluntários e moradores da periferia, sem qualquer suporte de grandes instituições. Milena denuncia que o mercado da moda valoriza a estética periférica apenas enquanto tendência, mas não garante os meios acessíveis para que esses criadores possam se manter no setor.

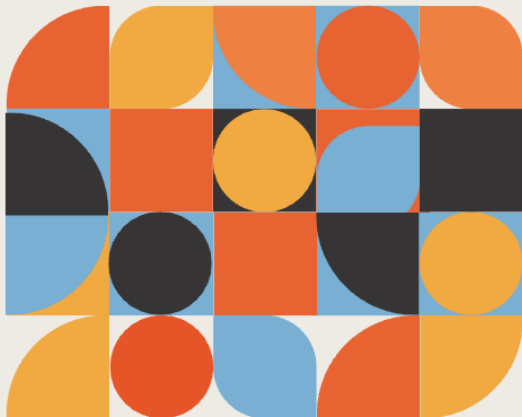
A presença em passarelas e campanhas publicitárias, em muitos casos, tem uma serventia muito maior de vitrine para as marcas tradicionais, mas não uma oportunidade verdadeira para marcas independentes. Assim, ao mesmo tempo em que exalta a imagem da criadora periférica, a indústria se isenta do compromisso de contribuir para a permanência da mesma.

A invisibilização destas profissionais no mercado formal da moda não significa ausência de atuação, dentro das favelas e comunidades encontram-se inúmeras empreendedoras que constroem seus próprios negócios partindo da informalidade, devido à falta de instruções e acesso correto às redes de apoio institucionais. O trabalho de costureiras, trancistas, designers e vendedoras ambulantes sustenta uma cadeia própria de moda, que resiste à exclusão e se reinventa como alternativa viável à negligência da indústria tradicional.

2.1 A RIDICULARIZAÇÃO E CRIMINALIZAÇÃO DAS ESTÉTICAS PERIFÉRICAS

A forma como as estéticas periféricas são tratadas pela sociedade mostra um duplo sentido: dentro das periferias, esses estilos são símbolos de pertencimento e autoestima; fora delas, são frequentemente ridicularizados e associados a estereótipos preconceituosos. Esse processo de desvalorização não é apenas simbólico, ele tem consequências diretas na forma como mulheres pretas periféricas são tratadas pela mídia, mercado e pelo sistema de justiça. A criação de arquétipos negativos, como a “*piriguite*” e a “*fubanga*”, não ocorre por acaso, esses estereótipos servem para reforçar a inferiorização de mulheres





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

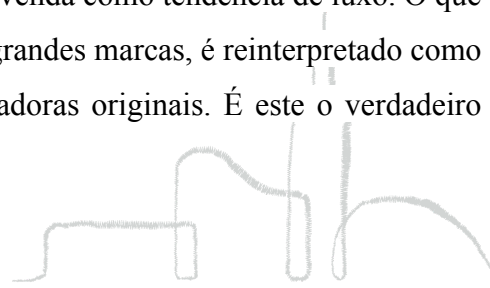
pretas e associá-las a atributos como vulgaridade, falta de inteligência e desonestidade. A piriguete é hiper sexualizada e vista como mal intencionada, enquanto a *fubanga* é ridicularizada por não se encaixar nos padrões estéticos eurocêtricos. Esses rótulos fazem parte de uma lógica racista que nega a essas mulheres a possibilidade de serem complexas, diversas e respeitadas.

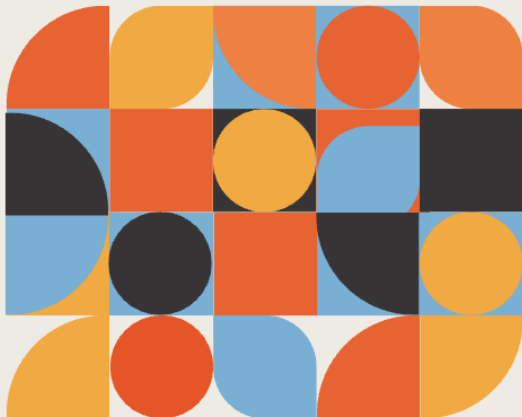
É necessário questionar: essas mulheres são realmente “*fubangas*” ou a negritude exposta delas incomoda? Embora o conceito tenha sido criticado por ser abertamente depreciativo, a rejeição à estética periférica continua existindo. Talvez, o incômodo real não esteja na estética em si, mas no que ela representa: uma mulher preta, periférica e autoconfiante. Afinal, poucas coisas incomodam mais uma sociedade racista do que uma mulher preta que tenha consciência de sua beleza e seu espaço. A estética das piriguetes, por exemplo, foi embranquecida pela mídia ao longo dos anos, mas sua origem está nas mulheres pretas e pobres que, apesar da marginalização, tiveram coragem de se reconhecerem bonitas. Então, para contê-las, a estratégia usada foi associá-las à falta de caráter, à sexualização excessiva e ao estereótipo da agressividade.

Além de afetar a maneira como são enxergadas, essa desumanização tem um impacto direto na violência que as atinge. Segundo o Atlas da Violência (2023), as mulheres pretas representam 68% das vítimas de feminicídio no Brasil, onde muitas dessas mortes não recebem a mesma atenção midiática e judicial como casos envolvendo mulheres brancas. A criminalização da estética periférica faz com que elas sejam constantemente associadas à marginalidade e desvio de caráter, influenciando na forma como suas vidas e mortes são tratadas pelo Estado e pela sociedade.

2.2 DA RIDICULARIZAÇÃO A APROPRIAÇÃO: O LIXO VIRA LUCRO

A apropriação das estéticas periféricas segue um padrão datado, primeiro, a ridicularização, depois, o furto por grupos que estão no topo da pirâmide social e por fim, a venda como tendência de luxo. O que antes era taxado como cafona e vulgar, quando é apropriado por grandes marcas, é reinterpretado como “ousado” e “autêntico”, mas sem qualquer estorno para suas criadoras originais. É este o verdadeiro





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

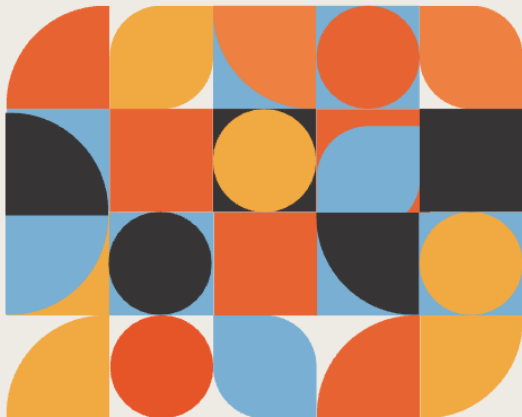
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

problema da apropriação em massa, a indústria se alimenta destes estilos sem reconhecer seus criadores. Semelhante a outras expressões da cultura preta, a moda favelada é esvaziada e torna-se um produto quando passa a ser consumida por esses integrantes do topo da pirâmide, pessoas brancas, de classes médias e altas com ideais elitistas. O streetwear e o upcycling são exemplos claros, o que começou como um movimento dentro das comunidades marginalizadas, impulsionado por afro-americanos e latinos, foi rapidamente absorvido por marcas de luxo como Balenciaga e Off-White, que os transformaram em um mercado bilionário. No Brasil, o fenômeno se repete com o chamado “*Brazilian Core*”, onde elementos da moda periférica são usurpados por grifes, como Corteiz, Supreme, Palace e Jacquemus, e neste processo, os criadores periféricos não estão incluídos. Enquanto isso, as marcas independentes de pessoas pretas permanecem na informalidade, sem recursos para competir com grandes empresas que comercializam suas criações sem lhes dar quaisquer valores.

3. A INFLUÊNCIA PRETA E PERIFÉRICA NO MAINSTREAM

Durante décadas, o entretenimento popular foi um forte aliado aos estereótipos e reduziu personagens periféricas à hipersexualidade e à criminalidade. A figura da “piriguete” foi um dos principais signos associados às pretas periféricas, estas personagens eram quase sempre retratadas por meio de esvaziamento, com rótulos de interesseiras, rivais das mocinhas brancas ou figuras cômicas. Entre 2000 e 2010, as novelas consolidaram essa imagem com personagens que, apesar de cativantes, reforçaram a ideia de que periféricas pretas só podiam coexistir dentro desse estereótipo, exemplos incluem Suelen (Avenida Brasil, 2012), de Ísis Valverde, e Lurdinha de Bruna Marquezine (Salve Jorge, 2012). Embora interpretadas por atrizes brancas, sua inspiração veio diretamente das personalidades pretas encontradas nas periferias, cujas estéticas e modos de falar eram usados para sua composição. A banalização era evidente: enquanto mulheres brancas tinham a permissão de interpretar e até “glamourizar” o estilo piriguete, as verdadeiras criadoras continuavam a ser marginalizadas.





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

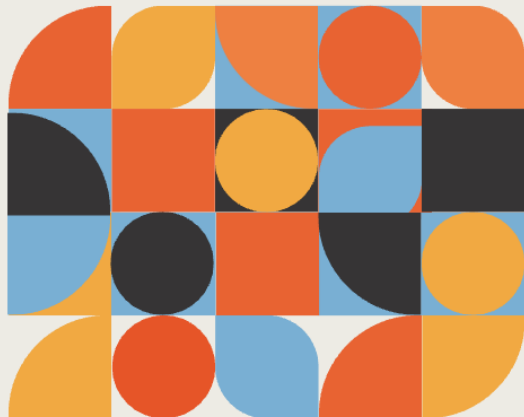
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Com a evolução dos debates raciais nas últimas duas décadas, impulsionada pela crescente demanda por representatividade e ascensão de artistas pretas que recusaram estes papéis caricatos, a mídia começa a incorporar outras narrativas. Na dramaturgia, novas personagens passaram a representar mulheres pretas com mais profundidade, sem reduzir sua identidade à ridicularização. A personagem Kate, da novela *Vai na Fé* (2022), é um exemplo de como esta representação na mídia está passando por mudanças. Diferente do passado, Kate é uma personagem complexa, com sonhos, desejos e personalidade própria. Seu estilo, inspirado na moda periférica, não é tratado como algo cômico ou marginal, mas como uma expressão legítima de identidade e pertencimento. Sua aceitação pelo público mostra uma evolução gradativa na forma como essas estéticas são percebidas, porém ainda há um longo caminho para garantir que essa valorização não se limite apenas a ficção e se traduza em reconhecimento real para as criadoras periféricas. E nestas mudanças, cada vez mais mulheres pretas periféricas conquistam espaços no mainstream e utilizam a moda como ferramenta de afirmação e transformação social. Artistas como Ludmilla, Duquesa, Tasha & Tracie e Linn da Quebrada não apenas ajudam a popularizar estéticas periféricas, mas reivindicam sua origem e ressignificam seu lugar dentro da cultura de massa.

Considerações Finais

O artigo buscou reivindicar a relevância que mulheres pretas periféricas possuem na moda e, creditá-las por suas adições fundamentais para as populares tendências *fashion*. Além do profissional, este grupo age criando zonas de conforto por meio de suporte voltados para futuras gerações periféricas, perpetuando a mentalidade de que elas possuem o direito de produzir. Desse modo, elas conseguem romper as barreiras impostas às periferias, usando sua construção imagética enquanto instrumento que alimentará outras criatividade do meio. Finalmente, potencializa sua habilidade de subversão e resistência, fazendo de sua moda uma ferramenta para prosseguir existindo através dos espaços.





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

Referências

AMPOS, E. **Moda afro-brasileira é design de resistência da luta negra no Brasil**. São Paulo. USP, 2007

SILVA, J. **O ato de vestir: o negro entre a moda e a sobrevivência**. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/index.php/CARTEMA/article/download/251251/39725/199630>.

LIMA, M. **Moda periférica contra a subalternidade: uma análise da marca Mile Lab**. Disponível em: https://celacc.eca.usp.br/sites/default/files/media/tcc/2024/07/moda_periferica_contra_a_subalternidade_mariana_lima.pdf.

ALMEIDA, M. **Cotidiano e resistência de mulheres negras nas periferias das grandes cidades**. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/abepss/article/view/22793/15253>.

A saúde emocional da mulher preta – Revista Revolution. Disponível em: <https://revistarevolution.com.br/a-saude-emocional-da-mulher-preta/>

CASTRO, D. **Brasil é o país que mais mata pessoas trans e travestis; maioria pretas, pobres e em vulnerabilidade social - Voz das Comunidades**. Disponível em: <https://vozdascomunidades.com.br/geral/brasil-e-o-pais-que-mais-mata-pessoas-trans-e-travestis-maioria-pretas-pobres-e-em-vulnerabilidade-social>

Viver na dor e na luta: uma realidade da mulher negra periférica. Disponível em: <http://grupocasa.iesp.uerj.br/blog/viver-na-dor-e-na-luta-uma-realidade-da-mulher-negra-periferica>

DA, I. **O que é Interseccionalidade?** Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/o-que-e-interseccionalidade/>>

FLAVIA, A. **Empreendedorismo negro e feminino**. Disponível em: <<https://www.synergiaconsultoria.com.br/fique-por-dentro/empreendedorismo-negro-e-feminino/>>.

