

CENTRO DE TECNOLOGIA DA INDÚSTRIA QUÍMICA E TÊXTIL

**FACULDADE SENAI CETIQT**

**CURSO DE BACHARELADO EM DESIGN DE MODA**

LUIZA SILVEIRA DE MELO GAMA

**MODA E MEMÓRIA AFETIVA: O RESGATE DOS ANOS 2000 COMO  
LINGUAGEM VISUAL**

**RIO DE JANEIRO**

**2025**

**LUIZA SILVEIRA DE MELO GAMA**

**MODA E MEMÓRIA AFETIVA: O RESGATE DOS ANOS 2000 COMO  
LINGUAGEM VISUAL**

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design de Moda, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharelado em Design de moda.

Orientador: Rosanna Naccarato

**RIO DE JANEIRO**

**2025**

Dados de catalogação-na-publicação (CIP), conforme Código de Catalogação Anglo-Americano (AACR)

---

Silveira Gama, Luiza.

Moda e Memória Afetiva: o resgate dos anos 2000 como linguagem visual / Luiza Silveira de Melo Gama. – Rio de Janeiro – RJ, 2025.

IX), 84f.: il; 29 cm.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em 2025) Faculdade SENAI CETIQT, Rio de Janeiro – RJ, 2025.

Orientadora: Rosanna Naccarato

Inclui referências.

1. Design de Moda. 2. Moda. 3. Styling. I. Moda e Memória Afetiva: o resgate dos anos 2000 como linguagem visual. II. Naccarato, Rosanna. III. Faculdade SENAI CETIQT.

CDU: 391:159.953.2"200"

---

Ficha catalográfica preenchida pelo aluno, e revisado pela Biblioteca SENAI CETIQT. Bibliotecário: Robson Soares Cruz / CRB 7ª nº 6475


Luiza Silveira de Melo Gama

### Moda e Memória afetiva: O resgate dos anos 2000 como linguagem visual.

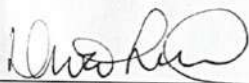
Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design de Moda, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.

Data de Aprovação: 03/07/2025.

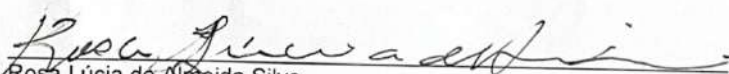
Banca Examinadora:



Rosanna Naccarato  
Especialista em educação estética, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro - UNIRIO  
Docente, SENAI CETIQT



Diva Lúcia Vieira Costa  
Mestre em Design - UFRJ,  
Docente, SENAI CETIQT



Rosa Lúcia de Almeida Silva  
Especialização em Computação Gráfica e Multimídia pela UERJ  
Docente, SENAI CETIQT



Ana Claudia Lourenço Ferreira Lopes  
Coordenadora de Graduação e Ensino Técnico

Dedico este trabalho aos meus pais, que me deram toda a bagagem cultural que carrego e me apoiam diariamente nas minhas escolhas; à minha avó, que me ensinou a fazer tudo com afeto; à minha tia, que me incentiva criativamente desde que nasci; e às minhas amigas, parceiras incansáveis que estiveram ao meu lado em todos os momentos dessa trajetória.

## AGRADECIMENTO

Agradeço aos meus pais, à minha tia, à minha avó e à minha cachorra Luna, que sempre acreditaram em mim, me cercaram de amor e me mostraram, desde que nasci, que a arte transforma vidas

Às minhas companheiras e grandes amigas de faculdade — Luana Varga, Barbara Amaral, Isabella Ruas, Maria Carolina Brocchi e Carolina Gabrich — que, durante os últimos três anos e meio, me esperaram com um sorriso no rosto e muito bom humor, desde o primeiro dia. Nada disso seria possível sem a companhia, o afeto, a leveza e o amor de vocês.

Às minhas melhores amigas, que estiveram comigo incansavelmente durante todo esse processo, me apoiando, trocando ideias, incentivando e ajudando a transformar este projeto em realidade. Vocês me ensinam diariamente sobre a importância de mulheres criativas, que sonham juntas e se apoiam com generosidade.

A Dora Calábria, Lourenço Cavanellas, Valentina Namur, Valentina Daniel, Bruno Barros, Ethel Diniz e Arthur Staneck, que uniram forças para realizar um trabalho incrível e criativo. E, principalmente, à Rapha Fernandes e à Luana Varga, que seguraram minhas mãos e fizeram este projeto acontecer tanto quanto eu. Nada disso seria possível sem vocês.

Por fim, agradeço à minha orientadora, Rosanna Nacarato, por todo o apoio, compreensão e por somar com sua mente criativa aos caminhos deste trabalho.

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo explicitar e valorizar o funcionamento cíclico da moda, destacando o papel da memória e da nostalgia no resgate de estéticas já consolidadas historicamente. A pesquisa, de caráter qualitativo e bibliográfico, analisa a moda como linguagem não verbal e ferramenta de construção de identidade, ressaltando sua capacidade de gerar experiências e memórias. Tendo como principal recorte temporal os anos 2000. O estudo investiga como esse período influenciou comportamentos, estéticas e formas de consumo, destacando o impacto da globalização e da internet na propagação de tendências e na democratização da moda. O trabalho também observa o fenômeno do retorno da estética Y2K (Year 2000), impulsionado pela nostalgia e pelas redes sociais, e como referências desse período foram ressignificadas e incorporadas ao cenário atual da moda. Como resultado, o trabalho apresenta uma curadoria visual de quatro estilos representativos dos anos 2000 — o streetwear, as patricinhas do imaginário americano, o indie sleaze e os surfistas — que servirão como base estética e conceitual para a construção de um editorial desenvolvido ao final do trabalho. A materialização deste processo criativo, permite traduzir visualmente as referências culturais e emocionais que marcaram os anos 2000, evidenciando um trabalho de direção criativa, styling e curadoria.

Palavras-chave: design de moda; anos 2000, tendência; direção criativa, *styling* e curadoria.

## ABSTRACT

This study aims to highlight and value the cyclical functioning of fashion, emphasizing the role of memory and nostalgia in the revival of historically consolidated aesthetics. This is a qualitative and bibliographical research that analyzes fashion as a non-verbal language and a tool for identity construction, highlighting its ability to carry experiences, memories, and affections. Having the 2000s as its main temporal focus, the research investigates how this specific period influenced behaviors, aesthetics, and consumption habits, emphasizing the impact of globalization, the internet, and social media on the dissemination of trends and the democratization of fashion. The study also analyzes the phenomenon of the return of the Y2K (Year 2000) aesthetic, driven by nostalgia and digital media, observing how references from this period have been reinterpreted and incorporated into the contemporary scene by brands and consumers. As a result, the research presents a visual curation of four representative styles from the 2000s — streetwear, American-inspired “patricinhas” (preppy girls), emos and rockers, and surfers — which will serve as the aesthetic and conceptual foundation for the development of the editorial produced at the end of this project. It is concluded that fashion goes beyond its aesthetic and functional character, assuming a fundamental role in the formation of affective and identity bonds, with the audiovisual language and the editorial materializing this creative process, visually translating the cultural and emotional references that marked the 2000s.

Keywords: fashion; affective memory; identity; 2000s; editorial.

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO .....	10
2	A MODA COMO FORMAÇÃO DE IDENTIDADE E MEMÓRIA AFETIVA, UMA VERTENTE NÃO VERBAL.....	12
3	A MODA NOS ANOS 2000 .....	21
3.1	ANTECEDENTES: OS ANOS 80 E 90 .....	21
3.2	OS ANOS 2000 .....	24
3.3	TENDÊNCIAS DE MODA .....	26
4	CURADORIA VISUAL: OS ESTILOS DOS ANOS 2000 .....	33
4.1	O STREETWEAR.....	34
4.2	AS PATRICINHAS DO IMAGINÁRIO AMERICANO.....	36
4.3	O INDIE SLEAZE .....	39
4.4	OS SURFISTAS .....	42
4.5	MISTURANDO TUDO .....	45
5	O EDITORIAL - "TURMA DE 2025" .....	47
5.1	STYLING, BELEZA E CASTING .....	51
5.2	TURMA DE 2025.....	60
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	82
7	REFERÊNCIAS.....	83

## 1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como meta explicitar o funcionamento cíclico da moda, destacando o papel da memória e da nostalgia ao revisitar movimentos estéticos já consolidados historicamente. As lembranças enquanto elemento afetivo, influenciam diretamente na moda e no seu consumo, como é destacado nos ideais da primeira década do século ao serem revisitados na atualidade. Os anos 2000 serão o principal marco temporal abordado ao longo da pesquisa, visando destacar a capacidade de formação de vínculos e identidades, incluindo o seu apelo visual e poder de influência.

O segundo capítulo, aborda a moda como um importante elemento de construção da identidade, destacando seu papel para além da estética. Fundamentado em autores como Roland Barthes, Gilles Lipovetsky e Emile Durkheim, o capítulo a apresenta como uma linguagem não verbal, capaz de expressar valores, memórias e experiências pessoais. Destacando a relação entre vestuário e memória afetiva, as roupas e acessórios se tornam portadores de significados emocionais e sociais. Como evidencia, são colocados exemplos práticos, como a transformação do vestuário feminino durante as guerras, e referências mais contemporâneas, como a marca Melissa e o fenômeno cultural do filme da Barbie, que ilustram a capacidade da moda de resgatar memórias e reforçar o sentimento de pertencimento e nostalgia.

O capítulo três, trata do desenvolvimento da moda nos anos 2000, destacando o contexto histórico, cultural e social que influenciou o comportamento e as estéticas desse período. Dividido em três subtópicos, início com uma análise dos antecedentes, resgatando os principais movimentos de moda das décadas de 1980 e 1990. Em seguida, uma investigação mais aprofundada dos anos 2000, ressaltando o impacto da globalização, da internet e das redes sociais na propagação de tendências e na democratização do consumo.

Conectando com o que foi pesquisado anteriormente, trazendo referências contemporâneas da estética Y2K (*Year 2000*), que foi impulsionada pela nostalgia nas redes sociais e revisitado por grandes marcas. Dessa forma, compreende-se que a moda dos anos 2000 já se consolidou como um importante movimento cultural e afetivo, ressignificado nas últimas décadas e reafirmado na atualidade.

O quarto capítulo, propõe a realização de uma curadoria visual que reúne quatro estilos representativos da moda nos anos 2000, destacando suas particularidades estéticas, comportamentais e formas de expressão que refletiam os modos de vida daquela geração. Serão explorados os seguintes grupos: o streetwear, as patricinhas do imaginário americano, o *indie sleaze*, e os surfistas.

A escolha por essa pesquisa visual se justifica por ser um passo essencial para a construção estética do ensaio de fotos que será desenvolvido ao final deste trabalho. A observação e o mapeamento dessas subculturas e seus signos visuais facilitarão as escolhas de figurino, *styling* e direção criativa, garantindo que o editorial de moda dialogue de maneira fiel com os elementos culturais, afetivos e simbólicos que caracterizaram a década dos anos 2000.

Seguindo em direção ao resultado deste trabalho — o editorial — o capítulo cinco apresenta o processo criativo para a criação do ensaio. Serão elaborados moodboards inspiracionais que reúnem referências visuais das produções, beleza e casting de cada um dos 6 looks. Os estilos e grupo analisados anteriormente, tem o objetivo de orientar a curadoria das peças que irão compor o editorial. Essa etapa se faz essencial para garantir coerência estética e autenticidade na representação das memórias e referências dos anos 2000, configurando assim, uma direção criativa, curadoria e *styling* de uma produção de moda.

A metodologia de *Design Thinking* proposta por Ambrose e Harris (2010) foi escolhida como base para o desenvolvimento deste trabalho por oferecer uma abordagem prática e centrada no usuário, que valoriza a empatia, a experimentação e a resolução criativa de problemas. Diferente de processos lineares e rígidos, o *Design Thinking* propõe um fluxo de trabalho iterativo, em que entender o contexto, levantar possibilidades e testar soluções fazem parte de um mesmo ciclo. Ao longo do desenvolvimento deste TCC, a metodologia foi aplicada permitindo que as decisões fossem construídas a partir da escuta ativa do contexto, da análise de referências e da experimentação visual. Isso garantiu que o projeto final refletisse em uma proposta visual bem definida e autêntica.

## **2 A MODA COMO FORMAÇÃO DE IDENTIDADE E MEMÓRIA AFETIVA, UMA VERTENTE NÃO VERBAL.**

A moda é muitas vezes colocada como um movimento puramente estético, sendo vista apenas como responsável por tendências e padrões de determinadas épocas. No entanto, já é de entendimento geral que seu significado vai muito além das aparências. A moda exerce um papel fundamental na formação da identidade pessoal de cada indivíduo, funcionando como uma forma de autoexpressão que vai além da linguagem verbal.

Em *O Sistema da Moda*, Roland Barthes (2006) apresenta a ideia de que a moda funciona como um meio de comunicação que transcende palavras e cria significados por meio de cores, texturas, cortes e estilos. Sendo assim, através das escolhas individuais que fazemos ao vestir uma roupa, como as peças e acessórios que escolhemos, cada pessoa constrói um visual que revela elementos de sua personalidade, preferências e vivências. Nas palavras de Barthes,

[...] tem por objeto, então, qualquer sistema de signos, seja qual for sua substância, sejam quais forem seus limites: imagens, os gestos, os sons melódicos, os objetos e os complexos dessas substâncias que se encontram nos ritos, protocolos ou espetáculos que, se não constituem “linguagens”, são, pelo menos, sistemas de significação. (BARTHES, 2006, p. 11)

Dessa forma, ultrapassamos os limites apenas do que é material e entramos no universo da autoexpressão e da identidade. Assim como o indivíduo evolui, suas escolhas visuais também mudam ao longo do tempo, refletindo diferentes fases de vida e estados emocionais. Essa construção por meio da moda não é apenas um processo estético, mas extremamente subjetivo e único.

Todas as escolhas de vestuário são permeadas por questões sociais, culturais e psicológicas, embora possam se repetir de maneiras semelhantes, elas nunca se manifestam da mesma forma. De acordo com Gilles Lipovetsky (1989), em *O império do efêmero*, a moda moderna é marcada pelo individualismo, permitindo que os indivíduos não apenas sigam tendências, mas também se adaptem ao seu próprio gosto e estilo. Esse processo de adaptação é fundamental para a formação de uma identidade autêntica, onde a moda serve como um meio pelo qual a pessoa se revela.

Assim como Lipovetsky, o filósofo italiano Massimo Baldini (1981) também afirma que a moda é fruto do desenvolvimento da busca pela autoafirmação da individualidade e que através dela podemos entender cada pessoa em um contexto social diferente. Segundo Lipovetsky (1989, p. 43), a moda é considerada a "rainha do aspecto exterior" e funciona como um instrumento para a expressão. Já para Baldini (2006, p. 34), "a moda é fruto do amadurecimento da afirmação do eu, da valorização social do indivíduo, da sua personalidade". Ou seja, ela reflete tanto a identidade pessoal, como o desejo de se conectar com grupos e tendências, colocando em evidência seu papel intermediário entre o indivíduo e a sociedade.

Na sociologia, existe o conceito de "Fato Social", desenvolvido por Emile Durkheim (1895/2006) a fim de compreender melhor o funcionamento de uma sociedade. A moda se enquadra como Fato Social, pois se encaixa e se manifesta em diferentes vertentes. São elas: artística, política e econômica.

É fato social toda maneira de agir, fixa ou não, suscetível de exercer sobre o indivíduo uma coerção exterior; ou então ainda, que é geral na extensão de uma sociedade dada, apresentando existência própria, independente das manifestações individuais que possa ter. (DURKHEIM, 1999, p. 13..)

A moda se revela um fator identitário determinante ao refletir e até influenciar mudanças sociais e culturais. Fazendo um recorte temporal, especialmente no que diz respeito ao papel das mulheres na história, durante as Guerras Mundiais, por exemplo, a transformação no vestuário feminino não foi apenas uma questão de estética, mas também de afirmação de novos papéis na sociedade. Na Primeira Guerra, as silhuetas femininas, com ênfase em espartilhos e formas curvilíneas, refletiam uma imagem de submissão e dependência.

Contudo, com a chegada da Segunda Guerra e a mudança nas funções sociais das mulheres, a moda também evoluiu para acompanhar esse novo cenário. O uso de calças e macacões, além de silhuetas mais fortes e imponentes, tornou-se símbolo de autonomia feminina e se afirmava em um sistema mais igualitário. Assim, a moda, ao se adaptar às novas realidades sociais, torna-se uma poderosa ferramenta de expressão identitária, traduzindo visualmente os valores e as transformações ao longo da história.

**Figura 1 – Mulher Primeira e Segunda Guerra Mundial**



Fonte: Hazel Pitogo, Via War History Online.

Neste contexto pós-guerra, no qual a ideia dos papéis sociais de gênero passou a ser mais próxima da atualidade, Prost (2008) diz;

“o desaparecimento dos papéis sexuais pode ser lido com clareza na diminuição do uso de saias: em 1965, é a primeira vez que a produção de calças de mulher supera a de saias, e em 1971, são fabricados 14 milhões de calças, num total de 15 milhões de roupas” (PROST, 2008, p.184).

De acordo com Lurie (1997, p. 31), quanto mais significativo for um papel social para o indivíduo, maior será a atenção que ele dedicará ao modo de se vestir para cumpri-lo. Dessa forma, é possível observar como o vestuário acompanha as construções sociais de identidade, sendo capaz de diferenciar grupos e movimentos. Na década de 40 mulheres influentes como a atriz Vivien Leigh começaram a usar calças e aparecer publicamente com uma imagem mais independente.

Figura 2: Atriz vivien leigh de calças em meados da década de 40.



Fonte: Foto/ reprodução.

"Afinal, mais que adquirir a forma ou cheiro do corpo, as roupas podem vir a ser parte da imagem, ou mesmo, uma parte de quem as veste no imaginário dos que a cercam" (Santos, 2017) .

Dessa forma, as roupas que vestimos não irão apenas nos conectar com a nossa sociedade de forma visual, mas também com as memórias. Portanto, seu simbolismo se torna mais profundo, carregando significados e histórias vividas que de alguma forma moldaram a identidade de quem as veste.

Em "*O casaco de Marx*", Peter Stallybrass (1998, p. 10) traz a seguinte reflexão: "A mágica da roupa está no fato de que ela nos recebe: recebe nosso cheiro, nosso suor; recebe até mesmo nossa forma". Portanto, podemos entender que a reflexão acerca do vestuário está diretamente relacionada ao campo da memória, na medida em que o autor coloca às peças como portadoras materiais de experiências individuais.

As roupas que vestimos e os objetos que utilizamos, além de refletir sobre nossas identidades individuais, também guardam histórias e experiências. A memória afetiva é a parte das lembranças que carrega fortes cargas emocionais, e podem ser engatilhadas através de todos os sentidos, sons, cores, cheiros e sabores.

“Ao pensar nas roupas como modas passageiras, nós expressamos apenas uma meia-verdade. Os corpos vêm e vão: as roupas que receberam esses corpos sobrevivem” (Stallybrass, p. 10).

No livro, Stallybrass explica como as roupas estão atreladas às memórias através de Marx e seu casaco, que se tornou um símbolo da sua história e de suas lutas. Ao fazer ajustes repetidamente em uma parte do casaco, Marx não apenas prolongou sua vida, mas também criou uma conexão emocional com a peça, onde não queria se desfazer dela de maneira alguma.

Para o autor, isso reflete uma tendência humana de manter por perto objetos que carregam significados afetivos que nos conectam ao passado. A moda, nesse contexto, é uma forma de manter viva as histórias de momentos marcantes. Ao usar uma peça de roupa associada à uma pessoa querida, um evento ou fase, criamos uma conexão emocional referente ao que vivemos com ela.

Partindo da premissa de que a moda revela nuances de nossa essência, temos na roupa a sua materialização. Preferências, ideologias, lembranças que com o passar do tempo, acabamos por imprimir nas roupas por nós adquiridas de tal forma que é como se estas se tornassem parte de um patrimônio (material e imaterial). Recortes da nossa trajetória e da nossa memória pendurados em cabides dentro de um armário (Santos, 2017 p. 2).

Pierre Nora afirma que o passado já é algo que não nos pertence, algo rompido, inacessível. Para ele, esse sentimento é despertado através da moda principalmente através dos sentidos, sendo eles: o tato, o cheiro, a cor, a textura, o ato de vestir e todos os pequenos rituais que estiveram relacionados à cerca daquela peça. A memória afetiva é mais sentimental e intensa, não necessariamente é fiel aos fatos ocorridos, mas traz à tona todas as sensações que aqueles momentos significaram emocionalmente na vida de cada um.

A memória é vida, sempre carregada por grupos vivos e, nesse sentido, ela está em permanente evolução, aberta à dialética da lembrança e do esquecimento, inconsciente de suas deformações sucessivas, vulnerável a todos os usos e manipulações, susceptível de longas latências e de repentinas revitalizações (Nora, 1993, p. 9).

A marca Melissa é um excelente exemplo de como a moda pode funcionar como uma forma de memória afetiva, especialmente por meio das sensações que seus produtos despertam. Em 1979, a Melissa surgiu no Brasil com um propósito, ser a marca de sapatos mais adequada para o clima tropical. Ela trouxe diversas novidades, com materiais e designs inovadores. O seu primeiro modelo a ser vendido, a Melissa Aranha (figura 3) e sua campanha publicitária, foi um sucesso estrondoso em todo o país.

Figura 3: Melissa Aranha



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

O “cheirinho Melissa” surgiu ainda na década de 80, quando a Grendene, empresa responsável pela marca, decidiu que o diferencial dos seus produtos não seria apenas estético, mas também através do olfato. A ideia foi inovadora dentro do mercado nacional, o aroma foi desenvolvido a partir de uma engenharia com o material da própria sandália. Dessa forma não é apenas um perfume, ele continua fixado ao produto mesmo com o uso. Desde a sua criação, o aroma nasceu com o objetivo de

gerar uma conexão emocional com o cliente, ele remete aos doces e a infância, gerando uma grande nostalgia no consumidor. A estratégia que lá atrás parecia arriscada hoje se tornou a identidade da marca no Brasil e no mundo.

Figura 4: Compilado Melissa anos 2000.



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

A cada lançamento, a marca consegue renovar esse vínculo emocional com gerações que associam as sandálias e sapatilhas aos momentos específicos de suas infâncias e adolescências, criando um elo com os consumidores. Dessa forma, a Melissa não apenas veste, mas utiliza das memórias e dos sentimentos como uma ferramenta de conexão entre a moda e a nostalgia.

Figura 5: Livreto Melissa



Foto: Living Gazette.

O mecanismo da memória afetiva, através da moda, muitas vezes atua como um ponto de conforto e sensação de pertencimento. Em julho de 2021, o relatório de *Cultura Jovem* da WGSN destacou um aumento de quase 20% nas pesquisas relacionadas à nostalgia dos anos 2000. Em um contexto de pandemia, o consumidor buscava cada vez mais algo que lhe soasse “familiar”, o mundo atravessava um momento muito delicado, e a nostalgia, funcionava como um resgate do tempo perdido.

O filme *live action* da Barbie, lançado em 2023, é um grande exemplo de como os temas se encontram. Foi um momento em que o cinema conseguiu traduzir essa união de forma imagética. O filme, que retrata a boneca que marcou gerações e criou memórias na vida de milhares de pessoas ao redor do mundo, foi capaz de vestir o mundo todo de rosa, como pode ser observado na figura 6, com a atriz Margot Robbie, vivendo o universo Barbie.

Figura 6: Alguns dos melhores look inspirados na Barbie de Margot Robbie.



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

Da esquerda para a direita, looks de Vivienne Westwood, Schiaparelli, Versace, Hervé Léger e Pucci.

Ao referenciar elementos do seu universo da Barbie, o longa não apenas resgatou o sentimento nostálgico, mas também criou uma tendência que dominou as semanas de moda globais. Pessoas de todas as idades aderiram ao chamado *Barbiecore* e vestiram seus looks cor de rosa para ir ao cinema. Para muitas delas

esse momento representou um retorno à infância de maneira lúdica, confortável e coletiva, dando liberdade de criação e espaço para sonhos antigos, como por exemplo recriar roupas de bonecas para a vida real, como foi feito no filme, como mostra a figura 7.

Figura 7: Barbie patinadora 2021 X 1994.



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

Em suma, a moda se estabelece como uma linguagem não verbal complexa, funcionando como um sistema de signos que comunica e traduz de maneira expressiva aspectos individuais e coletivos. Roupas e acessórios assumem o papel de símbolos que refletem identidades, vivências e trajetórias. Para além de sua funcionalidade prática, o vestuário carrega um valor imaterial e afetivo, capaz de resgatar memórias e emoções. Nesse sentido, o poder da nostalgia se coloca como um elemento determinante, capaz de reativar estéticas do passado e reposicioná-las no presente, resignificando referências culturais e inserindo-as novamente no imaginário coletivo das novas gerações.

### 3 A MODA NOS ANOS 2000

#### 3.1 ANTECEDENTES: OS ANOS 80 E 90

Os anos 80 foram uma década chamativa. Anos marcados por um desejo de expressão pouco visto anteriormente, um período que moda não apenas se encontrou, mas se chocou completamente com a cultura pop. O mundo vivia um momento próspero e o Brasil comemorava o fim da ditadura militar, inaugurando um novo momento político e social no país. Foi quando a moda explodiu em liberdade de expressão e identidade: as cores se tornaram mais brilhantes e chamativas, a música pop tomou conta da cultura jovem emergente. A década trouxe produções maximalistas que por muitas vezes foram consideradas bregas. Os visuais traziam informação de moda desde o momento de ir a ginástica até as pistas de dança, sempre com atenção aos detalhes, dos cabelos aos anéis.

Figura 8: Compilado moda anos 80



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

A chegada da MTV na década de 80, uniu a moda com a música como nunca antes. Os videoclipes se tornaram quase tão importantes quanto as músicas e passaram a ser essenciais para a construção da imagem dos artistas. Enquanto no exterior os ícones da cultura pop Madonna, Princesa Diana e Michael Jackson eram vistos como referências, aqui no Brasil nomes como Xuxa e Rita Lee se destacaram

como figuras pop influentes. Xuxa, com seu estilo colorido, infantil e cheio de alusões internacionais, conquistou as crianças e virou um ícone de moda, enquanto Rita Lee, com seu visual excêntrico e irreverente, foi símbolo de liberdade, representando a conexão entre o rock e a cultura pop brasileira. Abaixo, na figura 9 ícones que marcaram a década no Brasil e no mundo.

Figura 9: Michael Jackson, Xuxa e Madonna



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

Por muitos considerada a década mais brega da moda, os anos 80 deixaram um legado estético que ressurgiu com força nos anos 2000. As calças de cintura alta, os tecidos metálicos, as ombreiras e os tons neon voltaram a ocupar as vitrines e passarelas, agora reinterpretados com um toque futurista e minimalista. No início dos anos 2000, a cultura pop voltou a ditar tendências, com artistas como Britney Spears, Christina Aguilera e as Spice Girls atualizando os exageros dos anos 80 com uma pegada mais sensual e urbana. Assim como Xuxa e Rita Lee marcaram o imaginário coletivo dos anos 80 no Brasil, nomes como Sandy, Kelly Key e a própria Gisele Bündchen moldaram a estética do novo milênio. A reciclagem de tendências provou que a moda é cíclica, e os exageros visuais dos anos 80 encontraram eco na busca por identidade e expressão dos anos 2000.

A década de 90 veio para marcar um novo capítulo, com os cenários mudando, crises econômicas, políticas e questionamentos sociais, impactaram diretamente no

comportamento e na moda. O espírito da rebeldia e o minimalismo tomaram conta das tendências da época. A rebeldia vinha inspirada pelas subculturas de rua, grunge e hip hop, e o minimalismo chegava nas cores sóbrias e silhuetas mais simples respondendo e se adaptando à crise econômica que se instaurava no Brasil e no mundo, focando em funcionalidade e simplicidade.

Ao mesmo tempo, o mundo passa por um momento marcante, a globalização e a expansão da internet. Nesse cenário, as mudanças sociais passam a acontecer cada vez mais rápido, visto que o acesso à cultura de outros países passou a ser muito mais fácil, ao mesmo tempo foi um fator determinante para fortalecer e compartilhar a própria cultura brasileira. Dessa forma, a moda nacional passou a ser cada vez mais valorizada, pois a pesquisa no mercado interno do Brasil começou a ser mais vista e facilitada, criando cada vez mais identidade através de nossas marcas e *designers*.

Figura 10: Compilado moda anos 90.



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

Com o fortalecimento da identidade nacional nos anos 90 e o avanço da internet, o Brasil começou a ocupar um espaço mais expressivo na cena da moda. O acesso facilitado à informação e a troca cultural constante estimularam um novo olhar para o que era produzido aqui. Essa valorização da moda brasileira nos anos 90 abriu caminho para que, nos anos 2000, marcas e estilistas nacionais ganhassem

visibilidade internacional. Enquanto nos anos 90 o foco era a construção de uma identidade própria frente à avalanche de referências estrangeiras, nos anos 2000 essa identidade passou a dialogar com o mundo, promovendo colaborações, exportações e até mesmo desfiles em semanas de moda internacionais. A internet, que nos anos 90 ainda engatinhava, tornou-se nos anos 2000 uma ferramenta crucial para divulgação de tendências, democratização da moda e fortalecimento de novas vozes criativas.

### 3.2 OS ANOS 2000

O início dos anos 2000 foi um período de transição e crescimento. O País passava por um processo de recuperação econômica e reestabilização política. Foi um momento marcado por grandes movimentos de inclusão social, em que o crescimento da classe média impulsionou e fortaleceu o consumo da moda, que passou a ser mais acessível e democrático, impactando diretamente no mercado interno do país.

Foi um começo de década marcado pelo excesso, o choque de tendências, elementos, comportamentos, subculturas e visões foi tão grande e tão rápido que, por vezes, era até difícil de acompanhar. As mudanças chegaram por diversos fatores, sendo um dos principais, a globalização atrelada à internet. Nesse contexto as barreiras da comunicação foram totalmente derrubadas. Agora as informações circulavam mundo a fora em uma velocidade até então desconhecida, tudo estava ao alcance de quem tinha acesso de forma rápida e fácil.

Segundo o Dicionário Aurélio (FERREIRA, 2010, p. 964), globalização é o “processo de integração econômica, social, cultural e política entre os diferentes países, provocado pela difusão de informação, tecnologia e pela intensificação das relações comerciais e financeiras em escala mundial.” Dessa forma, quando esse processo se deu no país o sistema político e social foi alterado. Por conta disso, o fluxo de informações corria de forma tão acelerada que como resultado a sociedade passa a ficar cada vez mais ansiosa por novas informações, tornando a moda uma ferramenta elástica e versátil de expressão pessoal. Esta, por sua vez, passa a se estabelecer cada vez mais como um canal de comunicação e identidade.

O fácil acesso às informações e estímulos visuais vindo de todas as partes do mundo, potencializou a comunicação e a finalidade na hora de se vestir. O estilo pessoal, passou a ser um movimento de pertencimento, seja ele de grupos, tribos, subculturas e até nas redes sociais emergentes da época.

[...] o processo de globalização tende a prover um cenário para a expressão de diferenças: não só revelando um arquivo mundial de culturas, em que os exemplos do exótico remoto são trazidos diretamente para a esfera do familiar, mas oferecendo um espaço para o confronto mais drástico entre culturas. Se, de um lado, estão em curso processos de integração cultural no plano global, de outro a situação vem tendendo ao pluralismo, ou ao politeísmo, um mundo de muitos deuses em competição. (FEATHERSTONE apud FIGUEIREDO, 2011, p. 10 e 11)

A partir da expansão da internet, a cultura e o entretenimento no Brasil também passaram a refletir os efeitos da globalização. A chegada das primeiras redes sociais foi um divisor de águas na forma de se comunicar e consumir informação, visto que o novo cenário digital permitia um intercâmbio de culturas muito mais fácil e rápido. Em 2004 por exemplo, surge o Orkut, rede que ficou superfamosa no Brasil e trazia uma abordagem inovadora.

Através da ferramenta “comunidades” os usuários se conectavam de acordo com os seus interesses. Existiam comunidades para todos os gostos, e dentro das que envolviam moda era possível encontrar marcas e estilistas emergentes. Dessa forma, a plataforma permitia a criação de territórios digitais que faziam parte da construção de grupos e identidades coletivas, e então, a partir deles surgiam tendências e comportamentos.

Dos grandes grupos que saíram do Orkut estavam as comunidades sobre novelas, a Televisão estava no auge, as novelas tinham uma audiência enorme e suas personagens, principalmente femininas, ditavam o que seria tendência dali em diante no Brasil.

### 3.3 TENDÊNCIAS DE MODA

Em 2001, a personagem de Giovanna Antonelli em “O clone” conquistou o público brasileiro (figura 11). A caracterização inspirada pela cultura oriental foi marcante e logo sua maquiagem com delineado preto marcado e a pulseira-anel viraram febre. O acessório foi vendido em todos os lugares possíveis e quem usava se sentia a própria protagonista.

Figura 11: Jade – Personagem de “O Clone” e seu visual emblemático



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

A Bebel, interpretada por Camila Pitanga em “Paraíso Tropical” de 2007, também não passou despercebida. A personagem que passa por uma grande mudança de vida na trama teve figurinos memoráveis (Figura 12) do início ao fim, repleto de cores, neons, brilhos e recortes. Seu armário era repleto de peças icônicas como as do estilista Alexandre Herchcovitch.

Figura 12: Figurino da Bebel personagem de “Paraíso Tropical



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

A personagem de Camila Pitanga era exuberante e cheia de atitude, o público ia a loucura com suas aparições. O sucesso foi tanto que referências ao figurino foram vistas em várias passarelas do São Paulo *Fashion Week* e *Fashion Rio* em marcas como Zoomp e Colcci (figura 13), que por sua vez, colocou Gisele Bündchen de calça skinny de listras e top animal print na passarela.

Figura 13: Painel de desfiles 2008 - Giselle Bündchen para Colcci e desfiles Colcci e Zoomp referencia do figuro de Bebel da novela Paraíso Tropical



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

A primeira década dos anos 2000 teve elementos de moda extremamente marcantes, mesmo diante de uma diversidade de estilos, referências e subculturas muitos deles coexistiam dentre as várias estéticas. Como mostra a figura 14, os destaques ficavam para: a cintura baixa; minissaia/ comprimento mini; jeans (em

tudo); calças cargo; sobreposições; mistura de estampas; lenços e acessórios maximalistas, como cintos, óculos e boinas. Os looks da época mostravam misturas de referências de estilo, silhuetas e texturas, eles eram carregados de informação e não tinham compromisso com regras. Foi um momento de muitas experimentações, as informações não paravam de chegar e acabavam se cruzando, resultando em uma grande mistura que por muitos anos foi vista como “brega”.

Figura 14: Visual anos 2000



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

A moda é cíclica e de tempos em tempos as antigas tendências retornam, é um fenômeno que acontece desde o início do século 20. Nos anos seguintes, a partir de 2010, a estética da década anterior foi considerada “brega” e ultrapassada. Hoje ela retorna ressignificada, a moda Y2K, *Year 2000*, e seus signos servem como inspiração para grandes casas de moda e seguem fazendo sucesso 25 anos depois.

O resgate a esse período tão marcante se consolidou em 2020/2021. O mundo enfrentava um cenário de pandemia que provocou mudanças repentinas e profundas, sendo elas: emocionais, sociais e econômicas. O período de isolamento, evocou sentimentos nostálgicos com bastante intensidade, principalmente entre os jovens adultos que, ao pensarem sobre os anos 2000, os sentimentos de conforto, felicidade e saudade se colocaram como um refúgio, um espaço simbólico de memórias.

Com auxílio das redes sociais, principalmente do Instagram e do TikTok, ícones das décadas anteriores foram revistados, como o meio musical, cinematográfico, as celebridades e principalmente a moda. Neste período de reclusão, a produção de

conteúdos nostálgicos foi intensa, vídeos e tutoriais recriando looks, maquiagens e penteados dos anos 2000 ganhavam cada vez mais visualizações e apresentavam para novas gerações elementos icônicos.

A matéria “Tendência de estilo de vida: o retorno dos anos 2000” (Tan Elizabeth, 2022) publicada pelo portal de tendências WGSN em 2022, conta que estilo Y2K se tornou viral nas redes sociais desde 2020, e rastreado pelo portal a #y2k tem 4,8 bilhões de visualizações no TikTok e 2,8 milhões de postagens no Instagram, enquanto as pesquisas por 'roupas Y2K' aumentaram 47% no Pinterest. Esse resgate fez com que a geração Millenium, pessoas nascidas de 1982 a 1997, pudesse revisitar seus anos nostálgicos e a Geração Z, nascidos de 1997 a 2010, romantizasse o período. A década se tornou até tema de festa à fantasia e a #y2kparty conta com vídeos de mais de 6 milhões de visualizações. Marcas como Blumarine, Diesel e Boldstrap trouxeram para as passarelas suas releituras do Y2K evidenciando que o retorno da estética não era um movimento apenas das redes sociais.

Figura 15: Festas anos 2000



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

O desfile SS22 da Blumarine (Figura 16) foi notícia em todo o planeta, marcou um ponto de virada no mundo *fashion* trazendo a estética dos anos 2000 de maneira contemporânea e nostálgica ao mesmo tempo. Considerado um dos desfiles mais emblemáticos da temporada, o trabalho da marca italiana não passou de um simples

resgate, mas transformou elementos antes vistos como exagerados ou datados em símbolos de desejo para a nova geração. Cintos de borboleta, calças de cintura baixa, minissaias, brilhos, estampas tie-dye e uma silhueta marcada pela sensualidade e pela exposição do corpo, a cada um look que entrava na passarela ficava claro que os anos 2000 voltaram com tudo nos anos 2020.

Figura 16: Blumarine SS 22



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

Enquanto a marca italiana entrava no mundo Y2K em uma ótica extremamente feminina e cor de rosa, a Diesel e a marca brasileira Boldstrap, seguiam pelo lado oposto, referenciando o streetwear e o grunge. Sob nova direção criativa, a Diesel, conhecida historicamente pelos seu jeans chegou trazendo todo o sexy appeal dos anos 2000 para a passarela. Com lavagens, recortes e engenharias sustentáveis, a marca explorou silhuetas, sobreposições e misturas características dos anos anteriores.

Figura 17: Diesel FW 23



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

No Brasil, A Boldstrap no SPFW N56, em novembro de 2023, o visual college (colegial) que fez parte do imaginário de qualquer jovem que cresceu naquela época, chegou e o desfile tinha como objetivo reinterpretar como seria encarar os anos universitários hoje. Misturando padronagens de xadrez, tweed, couro e todo um universo da moda fetichista, Peu Andrade, diretor criativo da marca, realiza com excelência o resgate ao passado de forma contemporânea.

Figura 18: Boldstrap



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

Dessa forma, compreende-se que a moda dos anos 2000 não é um evento puramente estético, mas também se consolidou como um importante movimento

cultural. O retorno desse visual, não aconteceu de maneira aleatória ou isolada, reflete o funcionamento cíclico da moda, aliado a sentimentos e necessidades do passado, um desejo coletivo de revisitar anos recentes.

Esse movimento é impulsionado por processos de memória afetiva e nostalgia, onde a estética se transforma em um mecanismo de reconexão com experiências já vividas ou idealizadas. Ao revisitar os anos 2000, há também uma tentativa de ressignificar seus símbolos, adaptando-os aos tempos de agora. Assim, a retomada desse estilo não se limita a um simples resgate, mas se coloca como um movimento que recupera e reinterpreta visuais e comportamentos, fortalecendo a moda como uma linguagem cultural.

#### 4 CURADORIA VISUAL: OS ESTILOS DOS ANOS 2000

Um editorial de moda é uma produção visual que combina moda, arte e narrativa por meio de imagens. Diferente de campanhas publicitárias convencionais, o editorial prioriza a construção estética e conceitual, criando sequências de fotos que comunicam mais do que apenas os produtos presentes ali. É um formato que permite explorar ideias mais conceituais que com menos compromisso ao convencional, conectando o público com a história contada ali.

A curadoria visual em um *editorial* é o ponto de partida para criar uma narrativa coerente entre moda, estética e conceito. Uma produção bem curada não apenas mostra roupas, mas transmite narrativas mais profundas sobre o que está sendo apresentado. No contexto deste projeto, a curadoria se alinha à intenção de representar estilos que marcaram os anos 2000, com base em comportamentos, referências culturais e afetivas daquele período.

O *styling*, por sua vez, vai além da simples composição de looks. É uma ferramenta narrativa que carrega significados culturais e históricos. Nos anos 2000, o *styling* passou a incorporar referências do streetwear, da cultura pop e do Y2K, resultando em produções ousadas que refletiam um mundo cada vez mais globalizado. Em produções fotográficas, o *styling* atua como conector entre as peças e a linguagem visual, auxiliando a criação de uma história bem amarrada.

Por fim, a direção de arte é o elemento que amarra todos os aspectos visuais de uma produção visual. Ela garante que cenário, iluminação, cores e enquadramentos estejam em sintonia com a mensagem a ser passada. Ainda em um contexto nos anos 2000, as revistas de moda foram um forte fator de influência em editoriais, tirando proveito das novas tecnologias digitais que estavam à todo vapor. As produções em estúdios passaram a utilizar as luzes de LED e câmeras digitais, marcando a transição do analógico para o digital.

Este capítulo tem como objetivo apresentar uma curadoria visual de quatro estilos que marcaram a estética dos anos 2000, com foco em comportamentos e formas de expressão daquela década. Os grupos serão: *streetwear*, influenciado pela cultura de rua, pelo funk e pelo hip hop; as patricinhas do imaginário americano, inspiradas nas referências mais internacionais e personagens de filmes e séries; o *indie sleaze*, que traduzia uma estética alternativa e bagunçada; e os surfistas, que

incorporavam um visual mais tropical, ligado à praia e à cultura esportiva. A escolha desses grupos é estratégica para embasar as decisões de curadoria, *styling* e direção de arte que farão parte do ensaio fotográfico.

A partir da investigação e análise dessas subculturas, será possível orientar as curadorias das produções e *styling*, assegurando que o produto final dialogue diretamente com os elementos culturais, afetivos e visuais que marcaram a década. Assim, curadoria visual, *styling* e direção de arte não são apenas etapas técnicas, mas ferramentas essenciais para transformar referências em uma narrativa visual impactante, fiel e culturalmente relevante.

Grande parte da análise dos estilos e tendências apresentada neste capítulo foi construída a partir de uma metodologia que combinou pesquisas em sites especializados de moda e cultura, relatórios de tendências disponíveis na internet e percepções pessoais observadas em redes sociais. Essa abordagem possibilitou mapear de forma atual e conectada os comportamentos, estéticas e referências que marcaram os anos 2000, trazendo um olhar sensível e alinhado ao contexto digital que influencia a moda até hoje.

#### 4.1 O STREETWEAR

O streetwear brasileiro na década de 2000 foi muito influenciado pela cultura norte-americana, principalmente o hip-hop, o rap, o skate e a cultura de rua, mas não se configurou apenas com base no exterior. Pelo contrário, o estilo se desenvolvia a partir das especificidades de cada região e grupo. No Rio de Janeiro por exemplo, para além do skate e do rap, o funk também foi um elemento indispensável na construção dessa estética.

O estilo das ruas, vivenciado principalmente por jovens das periferias, expressava uma forma de vestir marcada pela ostentação, pelo desejo de ascensão social e pela afirmação identitária. A Furacão 2000, selo musical de grande destaque na época, exercia forte influência ao projetar artistas que incorporavam e reforçavam essa estética popular. Assim, os bailes funks eram verdadeiros desfiles de moda, nos quais os códigos do streetwear internacional eram ressignificados e adaptados às referências culturais brasileiras.

À medida que o streetwear se consolidava internacionalmente, ele também ganhava força no Brasil, ampliando seu alcance e impacto. O estilo que nasceu

associado às periferias e era frequentemente marginalizado, tanto no Brasil quanto em outros países, quando impulsionado pela música e suas figuras emblemáticas, passou a conquistar espaço entre os jovens das classes mais altas, que passaram a enxergar na estética de rua uma forma de expressão. Essa expansão de públicos não apenas reafirmou a potência simbólica do streetwear, como também evidenciou sua capacidade de dialogar com diferentes contextos culturais, trazendo mais visibilidade e respeito aos movimentos de rua.

Os visuais, eram repletos de: Camisas de time largas, calças jeans de cintura baixa, bermudas *oversized*, tênis de marcas como Nike e Adidas, calças cargo, bonés aba reta, boinas, cintos, correntes douradas, argolas de brilho, lenços e bandanas, logomania, *cropped*s e óculos escuros faziam parte da identidade visual desse grupo como no *moodboard* abaixo figura 19)

Figura 19: Streetwear Y2K



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

Atualmente, o streetwear dos anos 2000 é constantemente revisitado e reinterpretado, assim, reafirmando sua influência sobre a moda contemporânea. Suas peças icônicas, como as calças baggy, os modelos cargo, a cintura baixa, os conjuntos

esportivos, as camisetas oversized e a logomania, voltaram a ocupar espaços no dia a dia das pessoas, sendo facilmente encontradas em lojas de departamento.

O funk, o rap e até o pop, ainda se apropriam de seus signos e ícones, nos palcos de grandes festivais, em filmes e series a essência do estilo de rua que se consolidou há duas décadas ainda se faz presente. Essa constância evidencia não apenas uma nostalgia que permanece, mas a também uma linguagem visual dos poderosa.

Figura 20: Streetstyle 2025



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

#### 4.2 AS PATRICINHAS DO IMAGINÁRIO AMERICANO

A extravagância das chamadas "patricinhas" foi um dos grandes destaques da década de 2000 entre as jovens, embora o termo carregue certa conotação pejorativa, essas garotas se tornaram ícones para muitas adolescentes. Com seus visuais marcantes elas não apenas ditavam tendências, mas também ocupavam um lugar de protagonismo no cenário da moda. Presentes em filmes, séries, comerciais, desfiles e no dia a dia, o imaginário construído em torno dessas meninas foi um fenômeno.

*Patricinhas de Beverly Hills* (1995), *Legalmente Loira* (2001) e *Meninas*

*Malvadas* (2004), foram filmes que ajudaram a construir uma estética baseada na combinação de luxo, feminilidade e cultura pop.

Figura 21: Filmes de Patricinhas

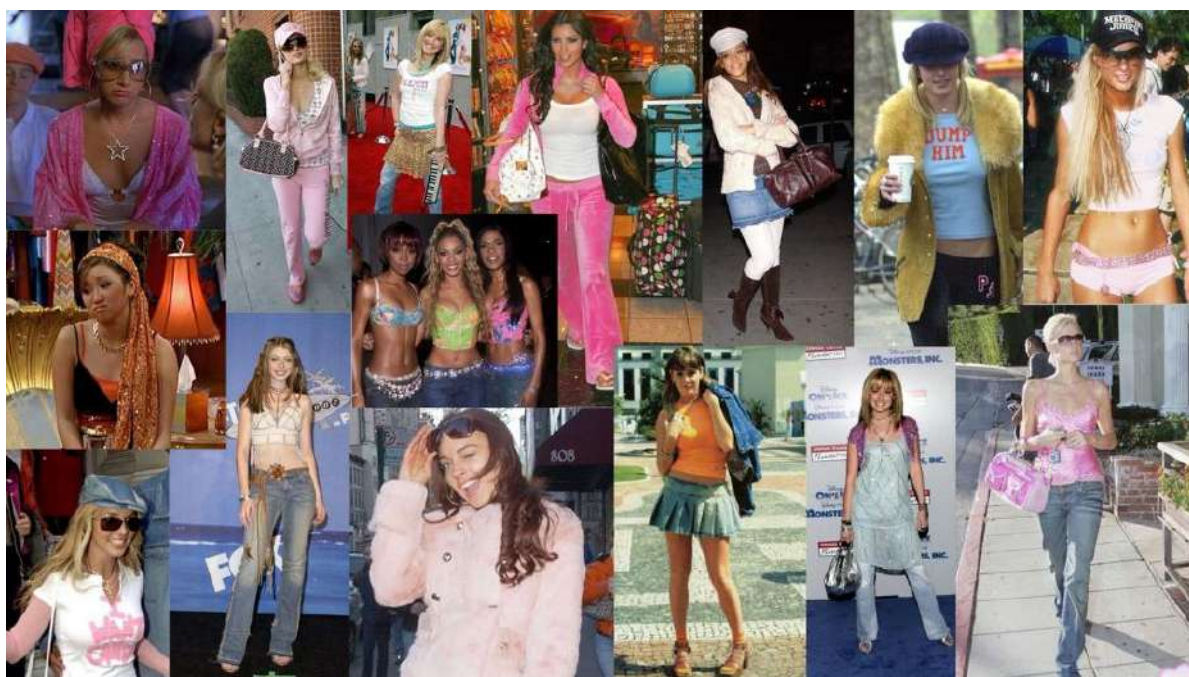


Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

Embora fossem constantemente apontadas como consumistas e fúteis, essas garotas também ocupavam um espaço de autoconfiança e protagonismo feminino jovem. Elas tinham enredos envolventes que mostravam que as aparências nem sempre eram atreladas a estereótipos dados pela sociedade. Neste ponto, essa estética dialogava diretamente com o momento da virada do milênio, quando o consumo, a aparência e o status estavam fortemente ligados à construção de um lugar no mundo. Além da clássica cartela de cores dominada pelo rosa, a estética era construída com peças como saias plissadas, blusas justas, calças de cintura baixa, camisetas *babylook* com frases divertidas, bolsas de ombro, saltos plataforma, mistura de texturas, óculos escuros divertidos, presilhas, bijuterias e muito brilho, em tudo, do celular à maquiagem, dos pés a cabeça.

Os looks das “Patricinhas nos anos 2000”, na figura 21, tinham um raciocínio e cuidado aos detalhes, eram quase performáticos. Tudo coordenado, o cabelo, a maquiagem, os acessórios, a roupa, até o esmalte das unhas. As jovens usavam a moda de forma experimental e criativa, sem muito medo de errar. Em um momento marcado pelo avanço da cultura pop, pela ascensão das celebridades e pela chegada da internet, as patricinhas simbolizavam uma geração de garotas que gostavam de ser vistas.

Figura 22: Patricinhas anos 2000



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

Enquanto nos anos 2000 as patricinhas eram quase sempre associadas a meninas brancas, magras e ricas, hoje é cada vez mais comum ver meninas pretas, gordas, periféricas e LGBTQIA+ se apropriando e ressignificando essa estética com liberdade. Mesmo sendo símbolo de protagonismo feminino para muitas jovens, ainda era pouco inclusivo, e agora, o que antes era exclusivo, se tornou mais plural. Hoje o termo se refere menos a status e mais a uma mulher vaidosa, ousada e autoconfiante, como no fundo sempre foi.

Apesar do sucesso do Barbiecore em 2023, onde o mundo se vestiu de cor de rosa, hoje, visualmente o estilo não é mais tão performático e chamativo. As peças icônicas se firmaram na história seguem sendo tendência por aí, são elas as bolsas de ombro, saltos de plataforma, blusinhas babylook, calças de cintura baixa e mini

saias, todos sendo revisitadas por marcas como, blumarine, miumiu e no brasil a makai e boldstrap. Abaixo na figura 23, podemos observar as referências estéticas aplicadas hoje.

Figura 23: Patricinha de hoje



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

#### 4.3 O INDIE SLEAZE

O termo *Indie Sleaze* é a junção do “indie”, subgênero do rock alternativo, com a palavra *sleaze*, que pode ser traduzida como “desleixado”. Esse estilo teve seu auge entre 2006 e 2012 e resgata elementos visuais e culturais do grunge dos anos 90, que dominava a música e a moda da época.

O *Indie Sleaze* é uma grande mistura, é o rock, o emo, o grunge, o hipster, o vintage e tem até toques um pouco western. Em uma matéria publicada pela *Vogue UK* em 2022, coloca o estilo como “uma mistura de rock’n’roll com deboche”, era uma subcultura que se opunha à imagem controlada e polida promovida pela mídia tradicional da época, vindo em contraponto com as patricinhas, por exemplo.

Visualmente o pessoal parecia sempre recém saído de uma noite louca com os amigos, estavam regularmente um pouco “suados”, com maquiagem borrada, roupas propositalmente rasgadas e faziam misturas inusitadas de peças, texturas e estampas, sempre trazendo uma informação de moda com despreensão.

O Indie não era um movimento puramente estético, e sim de vida, eram pessoas que vestiam e transmitiam suas vivencias. Era uma subcultura noturna, caótica e desleixada, seus ícones eram rebeldes e irreverentes. Figuras como Kate Moss, Ke\$ha, Alexa Chung, Lady Gaga e Mary Kate Olsen (figura 24), levantavam a bandeira do estilo e eram consideradas as “It Girls”, aquelas meninas que todas querem ser, elas tinham um estilo de vida atraente, agitado e usavam as marcas do momento, como Chloé, Alexander Mcqueen, Balenciaga e Saint Laurent.

Figura 24: *Indie Sleaze* anos 2000 / *It Girls*



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

Foi um movimento que encontrou bastante espaço no mundo digital, e tinha uma presença forte dentro dos blogs de moda e de redes como *My Space* e *Tumblr*. Elas serviam como bancos de imagem e reuniam comunidades que contemplavam principalmente os jovens que não se identificavam com os visuais coloridos do Y2K. Fotos com flash estourado, cores menos saturadas, romantização da vida noturna e

festas, letras de músicas de bandas alternativas como, The strokes, The killers e Artic Monkeys, definiam as redes sociais desse grupo na época.

Na moda, o *Indie Sleaze* se consolidou por meio de visuais improvisados e provocativos. Peças como meia-calça rasgada, camisetas de bandas, modelagens oversized, regatas cavadas, sobreposições, lingerie amostra, transparência, botas de cano alto, cintos, texturas artesanais como crochê e renda, estampa xadrez, couro e acessórios de vintage. O look era sempre complementado com os cabelos bagunçados, a maquiagem carregada nos olhos, geralmente um pouco borrada, e uma atitude despreocupada que beirava o autodestrutivo, sempre com um cigarro entre os dedos. Era um reflexo de uma juventude rebelde que transitava no universo digital recém chegado e vivia a vida sem tanto compromisso com as regras.

No Brasil, o movimento associado ao *Indie Sleaze* se manifestou de forma espontânea, principalmente entre jovens das grandes cidades que frequentavam festas alternativas, shows independentes e circulavam em comunidades online das redes sociais. Embora o termo ainda não fosse utilizado na época, a estética era semelhante à juventude emo e rockeira.

Atualmente, o Indie Sleaze ressurgiu entre a geração Z com um novo nome: "*messy girls*", ou meninas bagunçadas. Embora o significado seja semelhante, hoje o termo abrange até mesmo garotas mais arrumadas ou patricinhas que se aventuram no mundo fashion. A estética fala menos sobre um estilo de vida e mais sobre aparência, diferente dos anos 2000 que era como um estilo de vida, hoje se coloca como visual. Há quem defenda, que as verdadeiras *messy girls* são as que vivem intensamente essa vida noturna, por isso, além das *It Girls* anteriores, novos ícones foram eleitos para representar o estilo, como Charli XCX, e as modelo Alex Consani e Gabriette (figura 25).

Figura 25: Indie Sleaze hoje / It Girl



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

De tempos em tempos, décadas passadas e estéticas ficam em alta, é do funcionamento natural da moda, porém, sempre voltam repaginadas, os looks Indie de hoje seguem com os mesmos estímulos, sendo eles - mistura de tecidos, estampas, cortes desconstruídos, transparência e muitos acessórios. As peças voltam um pouco mais refinadas, com o grande volume de marcas se aventurando no estilo as produções passaram a ser menos despreziosas e mais intencionais.

#### 4.4 OS SURFISTAS

O estilo surfista dos anos 2000 refletia muito mais do que um conjunto visual, ele representava um estilo de vida vinculado a praia, à liberdade e ao movimento. Inspirado principalmente nas culturas do surf californiano, australiano e havaiano, esse visual se adaptou instantaneamente no Brasil, principalmente nas regiões litorâneas. O surf, era visto como objeto de desejo, era o estilo de vida que muitos sonhavam em ter, todo esse imaginário era reforçado pelas grandes marcas e figuras do meio.

Surfistas como Kelly Slater, Andy Irons e Mick Fanning dominaram os campeonatos internacionais, se tornaram ídolos mundiais. No Brasil, nomes como Carlos Burle e Fábio Gouveia e das surfistas Maya Gabera e Silvana Lima que

representaram o país no cenário global. Paralelamente, a grande explosão das mídias, revistas de surf como *Fluir*, *Hardcore* e *Surfer Magazine* se tornaram referências visuais, com capas marcantes que retratavam corpos bronzeados, ondas gigantes e o visual despojado da comunidade surfista.

Mais do que roupas, o estilo surfista nos anos 2000 era atrelado a um ideal de juventude, liberdade e bem-estar. Mesmo entre jovens que não praticavam o surf, se vestir dessa forma significava adotar um visual com posicionamento. Na moda, o estilo tinha bermudas largas e estampadas, camisetas soltas, regatas, maiôs, saias jeans, minishorts, bermudinhas, biquínis coloridos à mostra, blusinhas de alça, vestidos soltos, sandálias, as estampas iam desde florais tropicais e tie-dye (técnica de tingimento artesanal) até grafismos psicodélicos e logotipos chamativos de marcas do universo surfwear. Peças em jeans claro, jaquetas corta-vento e moletons com capuz também faziam parte do guarda-roupa. Os acessórios reforçavam a forma despojada e despreziosa com chinelos de dedo, óculos espelhados da Oakley, bonés, pulseiras de corda, colares artesanais de conchas e miçangas, mochilas nylon e tênis volumosos. O "queimado de sol", completava o visual, reforçando a imagem solar desse pessoal. Marcas como Hang Loose, ROXY, Mormaia, Quiksilver, Redley, Company e Rip Curl, geravam todo o cenário entorno dessas figuras.

Figura 26: Surf anos 2000.



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

No Brasil, o estilo teve um impacto expressivo na juventude da época, se colocando realmente como estilo de vida. Era comum que marcas patrocinassem campeonatos de surf, shows e festivais, consolidando o *lifestyle* do surf para além do estético, e formando uma juventude praiana e aspiracional. Hoje o surf brasileiro é mais que referência no mundo todo, atletas como Tatiana Weston-Webb, Italo Silva, Chloé Calmon e Gabriel Medina, são reconhecidos no mundo todo e o esporte já virou até categoria olímpica.

Na moda, atualmente, a grande diferença é que o visual surfista é resgatado não só pelos atletas, mas na maior parte das vezes também por jovens urbanos que adotam as peças como ícones de estilo e na maior parte das vezes são vintage garimpadas em brechós. As grandes marcas de surf seguem no mercado, elas patrocinam atletas e fazem parcerias, como a ROXY x Chloé Calmon, que une performance e estilo de vida. E para o segundo semestre de 2025, uma grande parceria entre Rip Curl e FARM Rio, promete resgatar a estética anos 2000 do surf com florais tropicais e cores vibrantes, fazendo uma grande referência nostálgica e afetiva para quem viveu o *surf core* dos anos 2000. O segmento de *beachwear* do Brasil com Cosmo rio e Galpão 51 também referenciam regularmente a estética y2k do surf e o Brasil.

Figura 27: Surf na moda atual.



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

#### 4.5 MISTURANDO TUDO

De maneira geral, as análises contribuem para uma compreensão mais ampla da moda enquanto linguagem visual, cultural e afetiva, se conectando à proposta do projeto ao propor a reinterpretação de estilos que marcaram os anos 2000. A escolha por analisar quatro estilos distintos, permitiu mapear a diversidade estética da época e desenvolver um estudo focado em ícones do período.

Este capítulo se configurou como uma etapa fundamental para a estruturação conceitual e estética do projeto, ao analisar os quatro estilos escolhidos, *streetwear*, patricinhas do imaginário americano, *indie sleaze* e surfistas. Os estudos dessas estéticas não apenas ampliaram o repertório visual necessário para a realização do editorial, mas também permitiu compreender como a moda opera como um sistema de significados, no qual referências históricas, valores culturais e memórias afetivas são frequentemente reinterpretados.

Além disso, o capítulo reafirma a importância da curadoria, do *styling* e da direção de arte como ferramentas indispensáveis na elaboração de editoriais de moda, que sejam capazes de comunicar mais do que tendências: que expressem

identidades, memórias e posicionamentos. Dessa forma, a pesquisa realizada, ao mapear os principais elementos visuais, simbólicos e afetivos de cada estilo, traz uma base para as decisões que orientarão a produção do ensaio.

## 5 O EDITORIAL - "TURMA DE 2025"

Para o editorial, produto deste trabalho, a proposta definida foi a produção de seis looks inspirados nos estilos abordados no capítulo anterior, com o objetivo de reinterpretar a estética dos anos 2000 a partir de um olhar contemporâneo em 2025. A construção de cada visual se deu por meio de um trabalho de curadoria e *styling* que busca equilibrar referências do passado com elementos atuais, promovendo uma fusão entre passado e presente evidenciando como a moda é cíclica e traz elementos afetivos e marcantes de épocas anteriores.

O ponto de partida para a construção do ensaio surgiu a partir de inspirações em editoriais de revistas realizados em estúdios com fundo branco. Esse tipo de ambientação era comum em publicações de moda dos anos 2000, pois a neutralidade do branco tem a capacidade de destacar os looks e os elementos de *styling* sem interferência de cenários complexos, permitindo que cada composição se torne o foco principal da imagem. Neste editorial, além disso, reforça uma estética atemporal, que remete tanto ao passado quanto ao presente.

No início dos anos 2000, quando revistas de moda como *i-D*, *The Face*, *Dazed*, *Vogue Italia* e aqui no Brasil a *Capricho*, impulsionaram ensaios fotográficos realizados em estúdios com fundo branco, onde o protagonismo recaía sobre os corpos, os estilos e as atitudes. A proposta visual deste trabalho é centrada na força do coletivo, trazendo os modelos reunidos em poses espontâneas, às vezes descoordenadas, performáticas e caóticas. A multiplicidade dos estilos coexistindo causa uma imagem forte, colorida e misturada.



Figura 29: Heaven by Marc Jacobs



Fonte: Heaven SS23, 2023.

Sendo assim, a "confusão organizada" de estilos e pessoas é o conceito principal do projeto. É a reinterpretação dos anos 2000, atrelado a um senso de nostalgia e memória afetiva em uma ótica atual e mais contemporânea. A curadoria das peças será uma mistura entre o vintage, peças garimpadas em brechós e o atual, vindas de marcas populares e até de designers emergentes. Dessa forma, o editorial será dividido entre a foto principal coletiva, onde todos os estilos coexistem em um fundo branco e pequenos perfis de cada um dos "personagens" presentes, contando com fotos individuais e em formato 3x4 e corpo inteiro, assim, desdobrando um pouco mais da personalidade de cada um.

As fotos individuais de cada modelo contarão com um elemento surpresa: um fundo de floresta turvo, que cria um deslocamento visual e conceitual — como no exemplo da figura 30. Ao retirar os personagens de seus ambientes "usuais", como o espaço urbano ou o estúdio tradicional, e inseri-los nesse cenário inusitado, propõe-se um contraste que provoca o espectador. É como se cada personagem estivesse em um espaço fora do tempo, o que contribui para um visual mais contemporâneo na representação dos anos 2000.

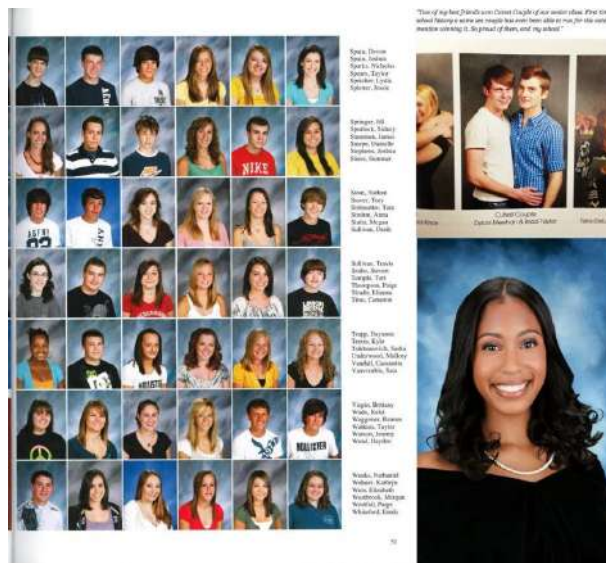
Figura 30: Fundo de floresta



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

Apesar da aparência lúdica, esse fundo também evoca uma referência dos filmes e cotidiano da década: as clássicas fotos de anuário escolar, muito comuns principalmente na cultura norte-americana (figura 31), em que estudantes são fotografados individualmente e depois organizados lado a lado em uma mesma composição. Essa associação acrescenta uma camada adicional ao editorial — ao mesmo tempo que desloca os personagens para um lugar de fantasia, também sugere uma coletividade mais concreta, como se todos coexistissem dentro de um mesmo cenário compartilhado.

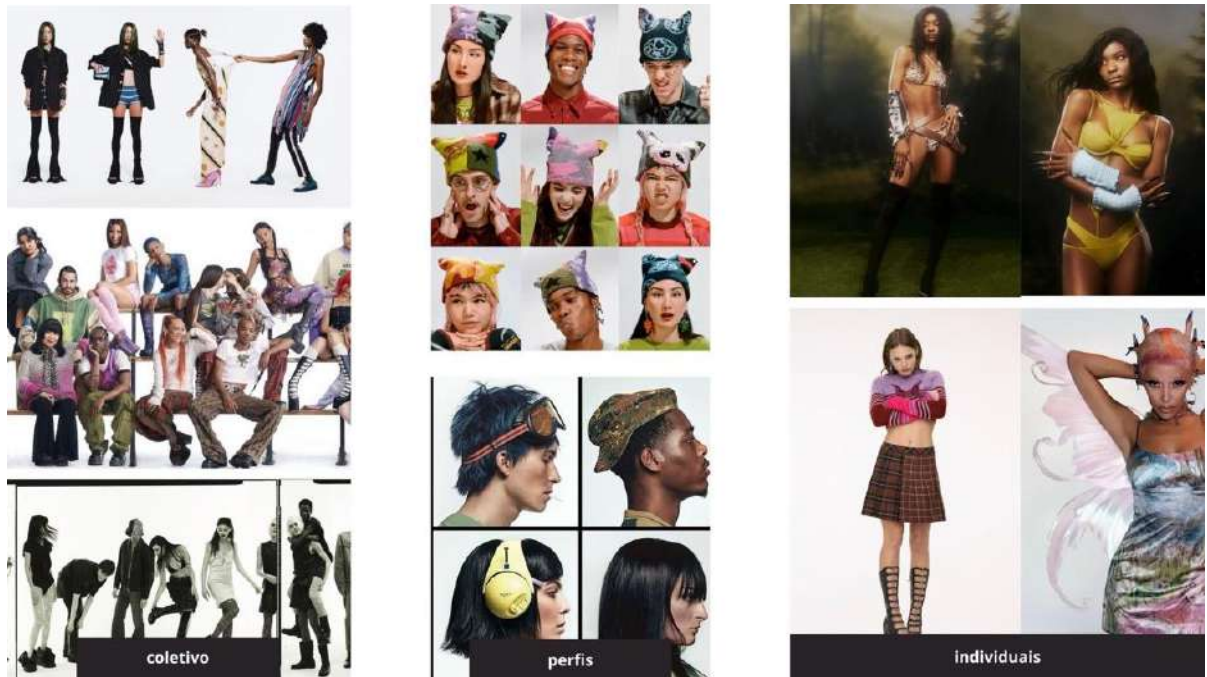
Figura 31: Anuários escolares



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

Abaixo, na figura 32, uma coletânea de imagens que identificam a proposta gráfica para a divisão de blocos no editorial. Foto coletiva, todos em fila, retratos 3x4 de frente e de perfil e fotos individuais e em dupla no fundo de floresta.

Figura 32: Divisão do editorial



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

Nesse cenário, o ensaio ganha forma e um conceito mais concreto. Com o título "Turma de 2025", o editorial propõe um encontro entre passado e presente — misturando o atual com a nostalgia, em uma estética que bebe tanto das referências visuais contemporâneas quanto dos códigos dos anos 2000.

## 5.1 STYLING, BELEZA E CASTING

A partir da primeira prancha abaixo (Figura 33) é possível destrinchar o desenvolvimento do trabalho, sendo assim, o *moodboard* de *styling* vem para ilustrar o que será feito em cada composição, já colocando algumas peças da curadoria. Serão 6 modelos representando os estilos mapeados e cada um terá a sua produção desenvolvida através dos estudos e a curadoria das peças. A seguir, estão os painéis

de imagem que contemplam *styling* e beleza pensados para cada “personagem” do editorial, sendo eles respectivamente; *Streetwear*, *patricinhas*, *indie sleaze* e surfistas. Todos acompanham uma nuvem de palavras-chave que ajudam a destacar os elementos principais de cada produção.

Figura 33: moodboard styling Streetwear



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

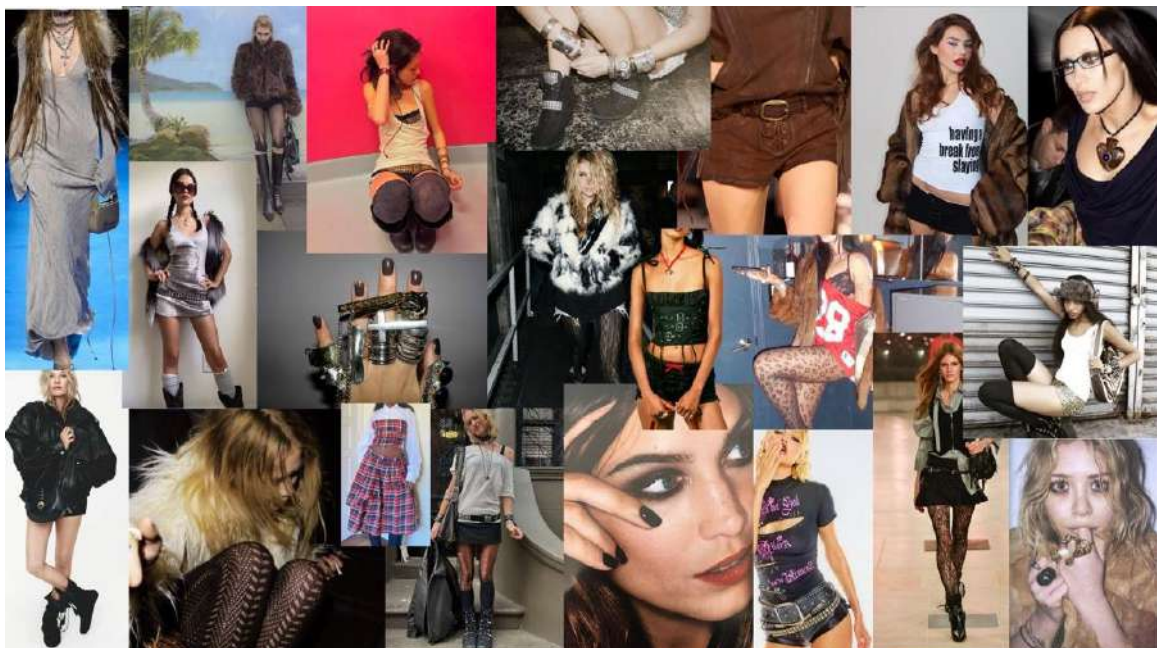
A partir de agora, identificando cada estilo, segue uma “nuvem de palavras” que serão guia para as produções. Para o *streetwear*: *Oversized*, sobreposição, boinas, óculos, estampas gráficas, bandana, cintos, sneakers.

A seguir as referências visuais para o Styling da produção *Patricinhas* na figura 34.

Figura 34: moodboard *styling* Patricinhas

Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

Nuvem de palavras-guia para a produção das Patricinhas: Rosa, brilho, minissaia, borboleta, lenços, jeans, penteado, cor, sobreposição, sandália, babado.

Figura 35: moodboard *styling* Indie Sleaze

Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

Nuvem de palavras que serão guia para a produção *Indie Sleaze*: Bagunça, preto, texturas, pelo, maximalismo, xadrez, animal print, cintos, ressaca, cabelo bagunçado, maquiagem borrada.

Figura 36: moodboard styling Surfistas



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

Nuvem de palavras que serão guia para a produção Surfista: Solar, cor, flores, brilho, desenhos gráficos, suor, artesanal, biquini, pele brilhante, queimado de sol.

A beleza é um elemento muito relevante no ensaio, especialmente por se tratar dos anos 2000, quando a estética das maquiagens e os cabelos eram fortemente marcadas. Os estilos escolhidos no editorial se diferenciam bastante nesse aspecto, refletindo as particularidades de cada grupo. As *patricinhas*, por exemplo, usam maquiagens impecáveis, com muito brilho, tons de rosa, *gloss* e cabelos sempre perfeitamente alinhados (Figura 37). Já as garotas do *indie sleaze* surgem os visuais mais caóticos: cabelos volumosos e bagunçados, maquiagem preta borrada e uma aparência propositalmente desleixada, quase sempre com a pele pálida (Figura 38). Em contraste, o estilo da *surfista* traz a marca do sol — com a pele bronzeada e elementos que brincam com essa estética, como as tatuagens temporárias que reproduzem marcas de sol no corpo (Figura 38).

Figura 37: Beleza Patricinhas



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

Figura 38: Beleza Surfista e Indie Sleaze

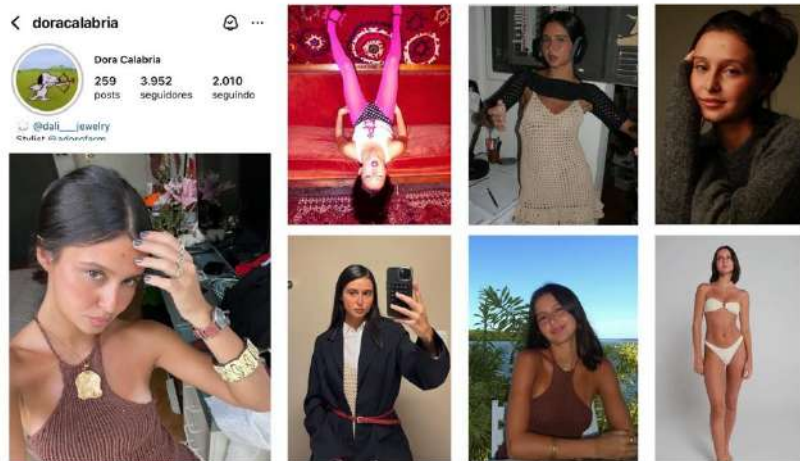


Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025.

A seguir, a prova de roupa final de cada estilo. A curadoria e o *styling* foram realizados de acordo com os *moodboards* acima, pensados principalmente para colocar de forma destacada releituras e referências dos anos 2000, mesclando peças da década e outras atuais.

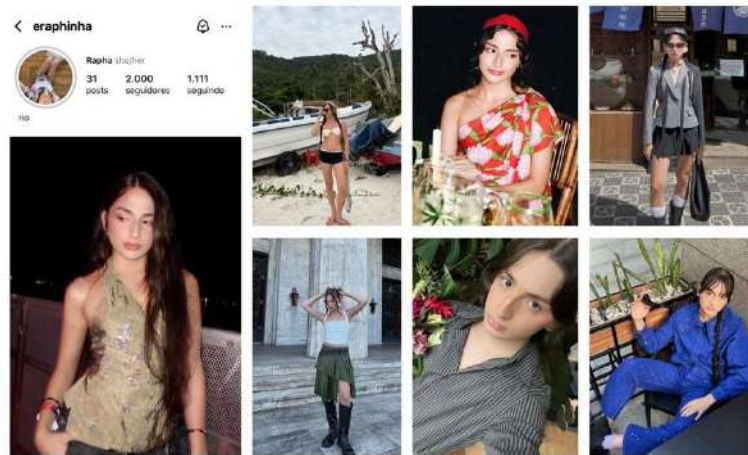
As modelos Dora Calabria (Figura 39) e Rapha Fernandes (Figura 40) darão vida às patricinhas. As duas tem um estilo mais feminino de se vestir, gostam de usar acessórios, sandálias, minissaias, acessórios e cores:

Figura 39: Portfólio Dora Calábria



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025

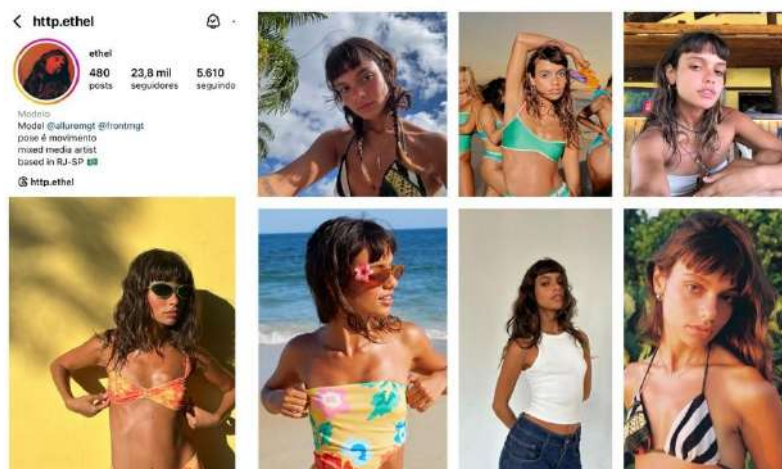
Figura 40: Portfólio Rapha Fernandes



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025

A modelo Ethel Diniz será a menina praiana, seu estilo de vida pessoal já faz parte deste universo, ela é jovem, ativa, colorida, livre, usa roupas fluídas, acessórios artesanais e adora explorar as formas do seu corpo na fotografia, imprimindo perfeitamente o visual surfista mapeado para o editorial:

Figura 41: Portfólio Ethel Diniz



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025

A atriz e modelo, Valentina Daniel dará vida a jovem *Indie Sleaze*. Com veia artística, ela vai interpretar uma garota bagunçada desde a postura corporal até o sorriso. Portanto, com seus cachos escuros e seu tom de pele claro, o estilo *Indie Sleaze* será facilmente reinterpretado por ela.

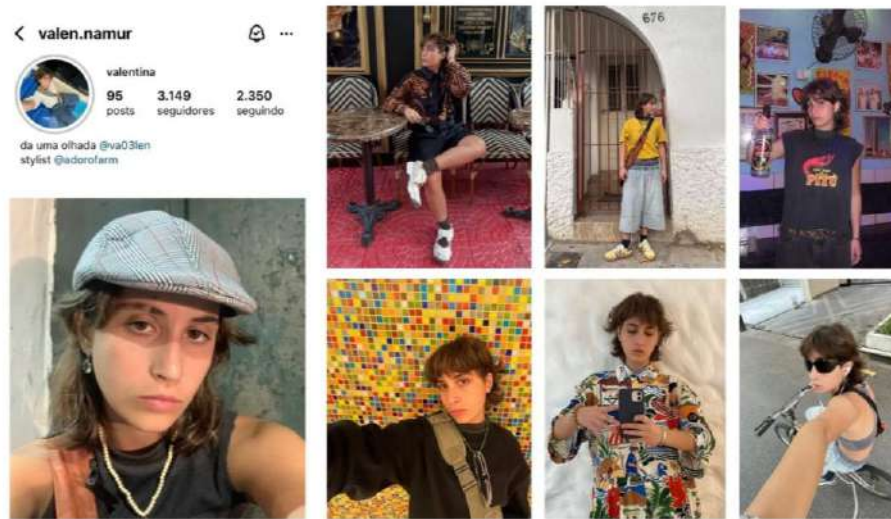
Figura 42: Portfólio Valentina Daniel



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025

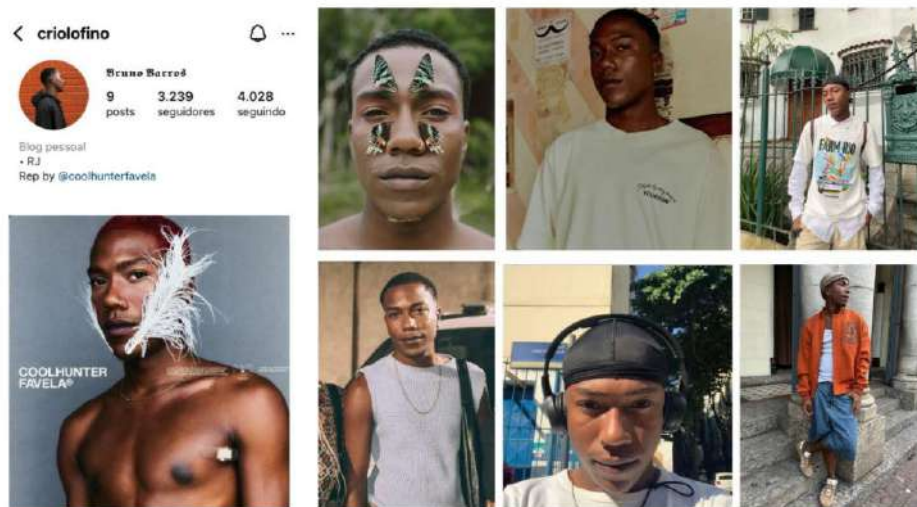
Bruno Barros e Valentina Namur trarão o streetwear anos 2000 em sua máxima potência. Os dois tem estilos que referenciam o movimento, adoram peças de modelagem oversized, acessórios e transmitem muita personalidade através de suas roupas.

Figura 43: Portfólio Valentina Namur



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025

Figura 44: Portfólio Bruno Barros



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025

Figura 45: Prova de roupas final para o Editorial



Fonte: Painel desenvolvido pela autora, 2025

Para o casting do editorial, foram selecionadas seis pessoas, com o objetivo de reforçar o senso de pluralidade promovido pela década estudada. Os modelos escolhidos viveram os anos 2000 e carregam em suas memórias e estilos pessoais traços desse período, pois de alguma forma tem afinidade com o tema do projeto, trazendo uma camada mais autêntica e afetiva para o trabalho.

## 5.2 TURMA DE 2025

A seguir, a seleção de fotos feita a partir do editorial. As imagens foram escolhidas com base na coerência visual, na força da composição coletiva e na capacidade de traduzir o conceito central do projeto, Turma de 2025, é sobre misturas, identidade, nostalgia e anos 2000. Com o objetivo de equilibrar enquadramentos, expressões e códigos, valorizando tanto os elementos estéticos quanto a narrativa de moda construída ao longo do editorial.

Figura 46: Turma de 2025 – editorial fundo branco.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Figura 47: Turma de 2025 – editorial fundo branco 2.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Figura 48: Turma de 2025 – editorial fundo branco 3.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Figura 49: Turma de 2025 – editorial fundo branco 4.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Figura 50: Turma de 2025 – Sufista.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Figura 51: Turma de 2025 – Sufista 2.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025,

Figura 53: Turma de 2025 – Sufista 3,



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025

Os looks foram produzidos com base nos moodboards de cada estilo mapeado, passando por curadoria, styling e beleza alinhados ao conceito do projeto. O visual surfista mescla peças garimpadas dos anos 2000 com marcas de moda praia atuais, sempre prezando por uma cartela de cores viva, em sintonia com o estilo solar e saturado da época. Os acessórios artesanais, como lenços de crochê, pulseiras de reggae, brincos de pena e colares de concha, foram escolhidos cuidadosamente para compor o visual. Trazendo um toque moderno e brasileiro, a sandália Havaianas com fitas integra um styling mais conceitual, enquanto o pingente de flor acrílica na calcinha do biquíni adiciona textura e detalhamento. A beleza, alinhada ao visual queimado de sol, inclui pele bronzada e iluminada, tranças despretensiosas no cabelo, tatuagens de henna e marcas de sol em formato de estrelas nos braços, reforçando o clima praiano e descontraído do editorial.

Figura 54: Turma de 2025 – Indie Sleaze.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Figura 55: Turma de 2025 – Indie Sleaze.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Figura 56: Turma de 2025 – Indie Sleaze.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

O estilo Indie Sleaze chega mesclando o grunge dos anos 90 com o maximalismo dos anos 2000. Alinhado aos moodboards, este visual aposta em elementos surpresa, texturas e estampas, trazendo sobreposições que tornam o look rico em camadas, combinando crochê, malha e pelo. É o tipo de visual que vai sendo descoberto conforme a posição de quem o veste, revelando detalhes a cada movimento. A estampa gráfica da blusa conecta-se ao universo das bandas alternativas, enquanto o animal print remete diretamente às referências dos anos 2000. Correntes e colares adicionam textura e brilho ao styling, trazendo o metal que dialoga com o cinto de tachas. As botas de cano alto fazem referência ao estilo noturno e festivo característico da estética, enquanto a beleza tem a intenção de parecer uma “maquiagem dormida”, de quem já viveu a noite, reforçando o ar despreocupado e autêntico do Indie Sleaze.

Figura 57: Turma de 2025 – Patricinha 1.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Figura 58: Turma de 2025 – Patricinha 2.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Figura 59: Turma de 2025 – Patricinha 3.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Para sair de um lugar mais óbvio no visual das patricinhas, este look foi pensado para transmitir a feminilidade tão presente no estilo, mas utilizando sobreposições e texturas características dos anos 2000, sempre mesclando marcas e referências atuais com itens de curadoria da época. O conjunto de bata/vestido com bolero na mesma estampa destaca o cor-de-rosa, elemento crucial na construção do imaginário das patricinhas. A renda utilizada por baixo revela um lado mais romântico e reforça as sobreposições como ponto-chave das referências da década. A calça de cintura baixa transporta o visual para os anos 2000, enquanto a aplicação de brilhos adiciona luminosidade e traz referências a personagens como Sharpay Evans, de *High School Musical* (2006). Os acessórios completam o styling: faixa de brilho no cabelo, pulseiras douradas, tatuagem de strass, gargantilha e sapatos brilhantes, reforçando a estética divertida, feminina e ousada do estilo.

Figura 60: Turma de 2025 – Street.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Figura 61: Turma de 2025 – Street.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Figura 62: Turma de 2025 – Street.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Trazendo o look para um lugar mais masculino do streetwear, este visual aposta em sobreposições e texturas. Provocando o diálogo entre o feminino e o masculino, o casaco cropped torna-se o ponto-chave de interseção, permitindo diferentes leituras do look quando usado aberto ou fechado. As listras clássicas, combinadas com a regata de serigrafia artesanal, remetem às estampas gráficas muito presentes neste estilo. A sobreposição da cueca samba-canção com a bermuda oversized adiciona camadas ao visual, enquanto a boina complementa o styling, referenciando os anos 2000 por meio da textura jeans e de suas múltiplas formas de uso. O sapato estilo tabi traz uma camada de informação de moda, e as meias coloridas reforçam a mistura e o maximalismo característicos da época.

Figura 63: Turma de 2025 – Patricinha 4.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Figura 64: Turma de 2025 – Patricinha 5.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Figura 65: Turma de 2025 – Patricinha 6.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Sendo mais uma leitura do visual das patricinhas, este look representa uma das principais interseções entre os anos 2000 e os tempos atuais. A blusa rosa com frase posiciona a composição em um lugar divertido, fazendo referência a uma clássica foto de paparazzi da cantora Britney Spears, em que ela usa uma baby look com a frase “I am the American dream”. Adaptada ao contexto brasileiro, especialmente ao Rio de Janeiro, a releitura traz a frase “I am the carioca dream” (“Eu sou o sonho carioca”), produzida artesanalmente e com aplicações de strass que adicionam textura ao look. A saia de babados, garimpada diretamente dos anos 2000, possui estampa floral feminina e romântica, contrastando com o visual mais moderno trazido pelo cabelo escuro com mechas coloridas e pelos óculos esportivos. Para finalizar, pulseira, gargantilha e sandálias de brilho acrescentam dinamismo ao styling, enquanto as aplicações de strass nos braços fazem referência às divas do pop da época.

Figura 66: Turma de 2025 – Street 5.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025

Figura 67: Turma de 2025 – Street 6.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Figura 68: Turma de 2025 – Street 7.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Jogadores de basquete e cantores de funk foram grandes referências na composição visual deste look. Misturando a regata esportiva vintage com a sobreposição de um tricô de manga longa, os anos 2000 aparecem de forma marcante no visual. A bermuda oversized reforça a estética do streetwear, assim como a durag na cabeça, que evidencia ainda mais o estilo das ruas. Os acessórios, como a munhequeira vermelha e os óculos espelhados usados invertidos na cabeça, trazem o elemento esportivo para um lugar mais descontraído, completando o styling.

Figura 69: Turma de 2025 – Dupla Patricinhas.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Figura 70: Turma de 2025 – Dupla Patricinhas 2.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Figura 71: Turma de 2025 – Casal surf e street,



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Figura 72: Turma de 2025 – Casal indie e street,



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Figura 73: Turma de 2025 – Casal indie e street



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

A veiculação do editorial em formato de revista potencializa ainda mais sua força visual e conceitual, especialmente por dialogar com uma estética que combina o contemporâneo com uma linguagem nostálgica, remetendo aos editoriais de moda dos anos 2000. Além disso, o formato impresso (ou digital com linguagem de revista) valoriza a narrativa em sequência, conta uma história, cria respiros visuais e amplia o impacto das imagens e da direção de arte, elevando o projeto visualmente.

As figuras a seguir apresentam exemplos de como o editorial poderia ser organizado em uma revista de moda como a *i-D Magazine*, que desde os anos 2000 adota uma abordagem moderna, experimental e jovem em seus editoriais e design, utilizando a fotografia como ferramenta narrativa. Ao incorporar elementos de street style, referências pop e uma estética vibrante, o trabalho se alinha ao espírito da *i-D*, evidenciando o potencial da moda como canal de construção de narrativas visuais relevantes para novas gerações.

Figura 74: Turma de 2025 – Revista 1.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Figura 75: Turma de 2025 – Revista 2.



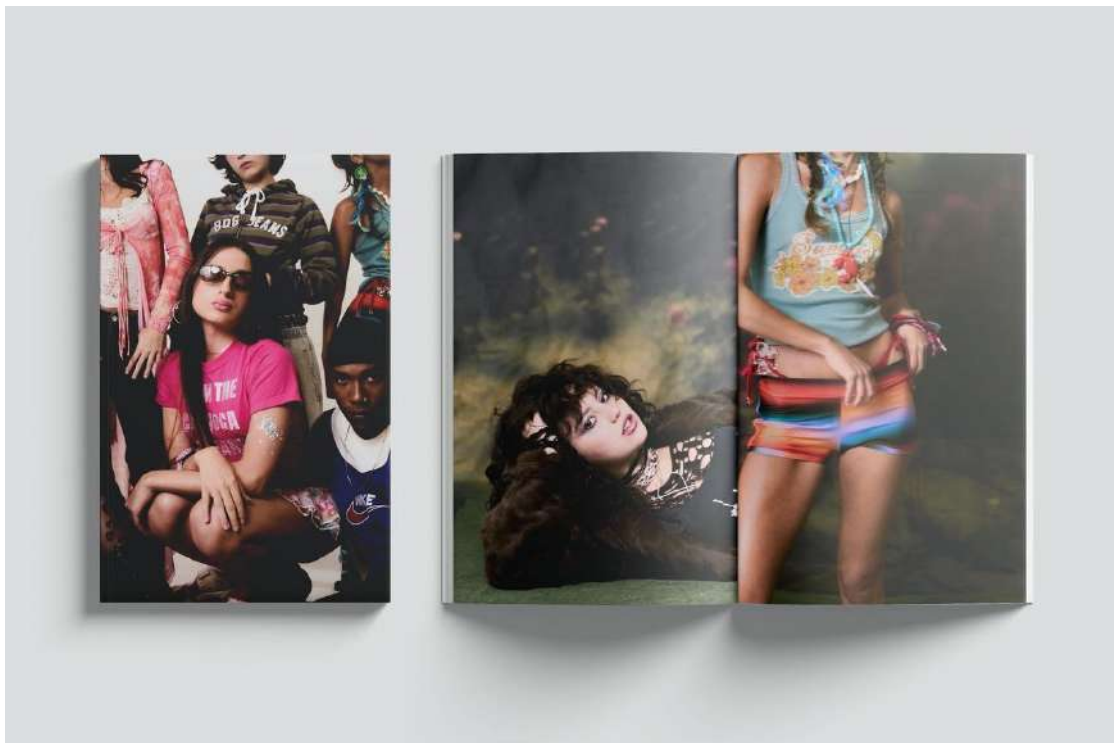
Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Figura 76: Turma de 2025 – Revista 2.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Figura 77: Turma de 2025 – Revista 3.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Figura 78: Turma de 2025 – Revista 4.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Figura 79: Turma de 2025 – Revista 5.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Em síntese, o editorial cumpriu o papel de traduzir visualmente o conceito central do projeto, conectando estética e narrativa. Através da direção criativa, produção de moda, curadoria, styling e fotografia, foi possível construir uma linguagem visual coerente com o universo proposto, alinhando referências dos anos 2000 a uma leitura contemporânea. O resultado é um editorial que comunica e provoca, reforçando a identidade de uma década icônica e seu impacto na moda, onde já se consolidou como narrativa visual.

Figura 79: Turma de 2025 – Backstage.



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2025.

Créditos finais do projeto:

Direção criativa, curadoria, styling, beleza e produção de moda – Luiza Gama

Fotos – Arthur Staneck

Casting – Bruno Barros, Dora Calábria, Ethel Diniz, Valentina Daniel, Valentina Namur e Rapha Fernandes

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou compreender e evidenciar como a moda atua como um potente instrumento de construção de identidade, memória afetiva e linguagem visual, tendo como fio condutor o resgate estético e simbólico dos anos 2000. Foi possível não apenas refletir sobre o funcionamento cíclico da moda, mas também compreender como determinadas estéticas permanecem vivas e são ressignificadas em novos contextos sociais, tecnológicos e afetivos.

O editorial Turma de 2025 surgiu como resposta visual e criativa a essa investigação. Através da curadoria de estilos, escolhas de *casting*, *styling* e direção de arte, foi possível materializar a fusão entre o passado e o presente. O uso de elementos simbólicos, como o fundo de floresta turvo e a referência aos anuários escolares, permitiu explorar esse cruzamento entre fantasia e realidade, individualidade e coletivo, propondo uma narrativa visual diversa e impactante.

Ao resgatar visualmente estas referências, o projeto reafirma o papel da moda como uma linguagem não verbal, capaz de expressar valores, emoções e identidades, transcendendo sua função meramente funcional ou comercial. Além disso, destaca-se como a nostalgia e o desejo coletivo de revisitar o passado são aspectos fundamentais para compreender o presente da moda e, conseqüentemente, suas possíveis direções futuras.

Por fim, este projeto se consolida não apenas como uma análise sobre uma estética específica, mas como uma proposta que coloca a moda como campo de expressão criativa e afetiva, e que reconhece sua potência em construir e reconstruir vínculos com a memória individual e coletiva. A realização do editorial, enquanto produto final, exemplifica como a pesquisa em moda pode se transformar em prática, afirmando a relevância do design de moda como ferramenta de comunicação e reflexão cultural.

## 7 REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR-6023**: Informação e documentação: Referência: Elaboração. São Paulo, 2018.

\_\_\_\_\_. **NBR-6024**: informação e documentação: Numeração progressiva das seções de um documento escrito: Apresentação. São Paulo, 2012.

\_\_\_\_\_. **NBR-6027**: Informação e documentação: Sumário: Apresentação. São Paulo, 2012.

\_\_\_\_\_. **NBR-6028**: Informação e documentação: Resumo: Apresentação. São Paulo, 2021.

\_\_\_\_\_. **NBR-6034**: Informação e documentação: Índice: Apresentação. São Paulo, 2004.

\_\_\_\_\_. **NBR-10520**: Informação e documentação: Citações em documentos: Apresentação. São Paulo, 2002.

\_\_\_\_\_. **NBR-14724**: Informação e documentação: Trabalhos Acadêmicos: Apresentação. São Paulo, 2011.

ACHO TENDÊNCIA. Sessão nostalgia: tênis da Melissa. Disponível em: <http://www.achotendencia.com/sessao-nostalgia-tenis-da-melissa/#.WMMW1hC1lwI>. Acesso em: 10 mar. 2025.

AMBROSE, G.; HARRIS, P. Design th!nking. Lausanne, La Vergne, TN: AVA Academia; Distributed in the USA & Canada by Ingram Publisher Services.

BALDINI, Massimo. A invenção da moda: as teorias, os estilistas, a história. Lisboa: Edições 70, 2006.

BARTHES, Roland. O sistema da moda. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2006.

CARVALHAL, André. Moda com propósito: manifesto pela grande virada. São Paulo: Paralela, 2016.

CARVALHO, Simone. Memória afetiva e fonte de informação: um estudo de caso das narrativas musicais de Teixeirinha. 2012. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) — Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Graduação em Biblioteconomia, Porto Alegre, 2012.

CNN BRASIL. Moda dos anos 90: uma breve história do que vestimos. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/lifestyle/moda-dos-anos-90-uma-breve-historia-do-que-vestimos/>. Acesso em: 15 mar. 2025.

CNN BRASIL. Xuxa desabafa sobre ser mulher nos anos 80 e pressão para se manter jovem: “éramos um pedaço de carne”. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/xuxa-desabafa-sobre-ser-mulher-nos-anos-80-e-pressao-para-se-manter-jovem-eramos-um-pedaco-de-carne/>. Acesso em: 15 mar. 2025.

CR FASHION BOOK. Blumarine and Heaven by Marc Jacobs team up for a Y2K era collab. Disponível em: <https://crfashionbook.com/blumarine-and-heaven-by-marc-jacobs-team-up-for-a-y2k-era-collab/>. Acesso em: 4 abr. 2025.

DEBOM, Paulo. A moda e o vestuário como objetos de estudo na história. 2013.

DESIGN INNOVA. Novelas e a moda dos anos 80. Disponível em: <https://designinnova.blogspot.com/2011/11/novelas-moda-anos-80.html?m=1>. Acesso em: 15 mar. 2025.

DIESEL. Fashion Show FW22. Disponível em: <https://global.diesel.com/fashion-show/fw22/>. Acesso em: 4 abr. 2025.

DURKHEIM, Émile. As regras do método sociológico. 8. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

DURKHEIM, Émile. Educação e sociologia. São Paulo: Ática, 1999.

ELLE BRASIL. A evolução do Hip Hop e sua influência na moda. Disponível em: <https://assets.elle.com.br/wp-content/revistadigital22/evolucao-hip-hop/>. Acesso em: 5 abr. 2025.

ELLE BRASIL. SPFW N56: Bold Strap. Disponível em: [https://elle.com.br/moda/spfw-n56-bold-strap?srsItid=AfmBOopdL\\_M7DDORPCSVA1QLjbN6zWY-f2NkTUn4xxd9FTt6xs3kwY6L](https://elle.com.br/moda/spfw-n56-bold-strap?srsItid=AfmBOopdL_M7DDORPCSVA1QLjbN6zWY-f2NkTUn4xxd9FTt6xs3kwY6L). Acesso em: 4 abr. 2025.

FFW. Desfile Colcci - Verão 2008 RTW. Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/desfiles/fashion-rio/verao-2008-rtw/colcci/colcci-15/?i=18>. Acesso em: 4 abr. 2025.

FFW. Desfile Zoomp - Verão 2008 RTW. Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/desfiles/spfw/verao-2008-rtw/zoomp/zoomp-11/>. Acesso em: 4 abr. 2025.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa. 4. ed. Curitiba: Positivo, 2010.

FIGUEIREDO, Betania. Moda e globalização: algumas reflexões. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2011.

FASHION BUBBLES. Anos 80: a moda, os ícones e os principais movimentos da década. Disponível em: <https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/anos-80-a-moda-os-icone-e-os-principais-movimentos-da-decada/>. Acesso em: 25 mar. 2025.

KÜHNER, Luisa. Zine Lili: um estudo da relação entre moda e feminismo. 2015.

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

LOFFICIEL BRASIL. Por que as tendências da moda tendem a voltar. Disponível em: <https://www.revistalofficiel.com.br/moda/por-que-as-tendencias-da-moda-tendem-a-voltar>. Acesso em: 1 dez. 2024.

LURIE, Alison. A linguagem das roupas. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

MAIA, Gabrielly. Roupas e nostalgia: memórias afetivas de jovens com suas vestimentas do início dos anos 2000.

MENINA SHOES. Melissa salto alto: história, collabs e lançamentos. Disponível em: <https://www.meninashoes.com.br/blog/melissa-salto-alto-historia-collabs-e-lancamentos>. Acesso em: 17 mar. 2025.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. Projeto História. São Paulo: PUC-SP, n. 10, p. 12, 1993.

PANTHEON - UFRJ. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/19915/1/ANDante.pdf>. Acesso em: 1 dez. 2024.

PERVIAMO. Como foi a moda dos anos 80 no Brasil. Disponível em: [https://perviamo.com.br/como-foi-a-moda-dos-anos-80-no-brasil/#google\\_vignette](https://perviamo.com.br/como-foi-a-moda-dos-anos-80-no-brasil/#google_vignette). Acesso em: 25 mar. 2025.

PROST, Antoine. Doze lições sobre a história. São Paulo: Editora Unesp, 2008.

RESENDE, B. Nostalgia define: Melissa relança modelo dos anos 90 - e não estou sabendo lidar - Living Gazette. Disponível em:

<https://livinggazette.com/2018/05/03/nostalgia-define-melissa-relanca-modelo-dos-anos-90-e-nao-estou-sabendo-lidar/>. Acesso em: 17 mar. 2025.

RONCCA, Fabricio. O poder da memória afetiva no design. Fabricio Roncca, Londrina, 20 nov. 2019. Disponível em: <http://roncca.com.br/pt/blog/o-poder-da-memoria-afetivano-design/>. Acesso em: 1 dez. 2024.

SANTOS, Maria Cecília Loschiavo dos. Moda e cidade: para uma história do design de moda. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

SILVEIRA, Laiana. Moda e memória: a importância da vestimenta para a construção de memórias afetivas. Achiote - Revista eletrônica de moda, Belo Horizonte, v. 6, n. 1, p. 90-101, set. 2018.

SPFW. Desfile Boldstrap - N56. Disponível em: <https://spfw.com.br/desfile/boldstrap/#colecacao>. Acesso em: 4 abr. 2025.

STEAL THE LOOK. O dossiê dos anos 80: moda, comportamento e beleza. Disponível em: <https://stealthelook.com.br/o-dossie-dos-anos-80-moda-comportamento-e-beleza/>. Acesso em: 17 mar. 2025.

STEAL THE LOOK. Tendências de moda e beleza que nasceram nas novelas. Disponível em: <https://stealthelook.com.br/tendencias-de-moda-e-beleza-que-nasceram-nas-novelas/>. Acesso em: 5 abr. 2025.

STALLYBRASS, Peter. O casaco de Marx: roupas, memória, dor. Belo Horizonte: Autêntica, 1998.

TAN, Elizabeth. Tendência de lifestyle: O retorno dos anos 2000. WGSN, 03 de fevereiro de 2022. Disponível em: <https://www.wgsn.com/insight/article/93211>. Acesso em: 3 abr. 2025.

UOL UNIVERSA. Bebel de Paraíso Tropical lança moda e influencia estilo do próximo verão. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2007/09/05/bebel-de-paraiso-tropical-lanca-moda-e-influencia-estilo-do-proximo-verao.htm>. Acesso em: 4 abr. 2025.

VOGUE. Blumarine Spring 2022 Ready-to-Wear. Disponível em: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2022-ready-to-wear/blumarine>. Acesso em: 2 abr. 2025.

VOGUE. Indie sleaze: conheça tendência desleixada que mistura rock'n'roll e deboche. Disponível em: <https://vogue.globo.com/moda/noticia/2022/01/indie-sleaze-conheca-tendencia-desleixada-que-mistura-rocknroll-e-deboche.html>. Acesso em: 4 abr. 2025.

VOGUE. Indie sleaze revival: Vogue fashion writers debate. Disponível em: <https://www.vogue.com/article/indie-sleaze-revival-vogue-fashion-writers-debate>. Acesso em: 4 abr. 2025.