

---

## **Kanye West: A relação simbiótica entre música e moda por meio da comunicação<sup>1</sup>**

Wilson Belarmino Santos da SILVA<sup>2</sup>

Alexsandra Cabral SILVA<sup>3</sup>

Karolynne Gomes da ROCHA<sup>4</sup>

Mercia Sylvianne Rodrigues PIMENTEL<sup>5</sup>

Universidade Federal de Alagoas, Maceió, AL

### **RESUMO**

O presente artigo apresenta, sob uma ótica comunicacional, a construção da identidade musical e visual do rapper norte-americano Kanye West e como ele se tornou um grande influenciador no mundo da moda. Tendo como principal objetivo demonstrar a associação da comunicação ao universo da música e da moda a análise apresenta o conceito de cultura da convergência – a confluência estabelecida entre os diferentes meios de comunicação, além de trazer para a discussão questões atinentes à sociedade do espetáculo e à influência da publicidade e do marketing na projeção da marca.

**Palavras-chave:** Comunicação; Identidade; Moda; Música.

### **INTRODUÇÃO**

A moda e a música têm em comum a atitude, frequentemente interligadas, são estilos de vida que vêm sendo moldados assim como tantos outros aspectos na sociedade.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinares do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 01 de julho de 2017.

<sup>2</sup> Estudante de graduação 5º. Semestre do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), email: wwilsonbelarmino@hotmail.com

<sup>3</sup> Estudante de graduação 5º. Semestre do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), email: alexsandracabrals@hotmail.com

<sup>4</sup> Estudante de graduação 5º. Semestre do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), email: karolynnegr@gmail.com

<sup>5</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), email: mercia.pimentel@ichca.ufal.br

Após a Segunda Guerra Mundial, a partir da década de 50, surgiram os primeiros videoclipes e diversos artistas, entre eles Elvis Presley, David Bowie, Sex Pistols, Michael Jackson e os meninos de Liverpool, começaram a influenciar fortemente o mundo da moda.

Moda e música são fenômenos culturais que se influenciam e fundem-se, dotados de carga histórica e emocional. Observa-se durante o século passado que os movimentos de juventude representam de acordo com suas especificidades, os fatos sociais, as manifestações culturais de uma época e não raro estão relacionados à determinada moda ou música. (FREIRE E MATOS, 2010, p. 266).

Um exemplo disso é o Punk Rock<sup>6</sup> que surgiu num cenário de crises ideológicas e econômicas como forma de protesto, defesa à liberdade de expressão e às concepções libertárias do anarquismo.

Segundo Braga (2007, p.100) "ídolos musicais foram grandes formadores de opinião na identificação de moda jovem. Prince, Madonna e Michael Jackson deixaram suas contribuições na moda, não só norte-americana, como também na de todo o mundo". Os artistas influenciaram toda uma geração com peças ousadas e exageradamente brilhantes, não à toa, foram considerados a realeza da época – título que carregam até os dias atuais.

Atualmente o rapper americano conhecido por incluir trocadilhos e *sampling*<sup>7</sup> em seus rappers, Kanye West, vem se destacando em sua trajetória que envolve a música e a moda em cada novo trabalho lançado. Nascido em Atlanta em 1977, iniciou sua carreira ainda muito jovem, no ano de 1997. Estudante de Arte na American Academy of Art em Chicago, sempre se destacou por produzir *beats*<sup>8</sup> para artistas locais. Seu primeiro álbum *The College Dropout* (2004), lançado sob o selo Roc-A-Fella Records, produzido durante o período que deixou curso para focar em sua carreira musical, proporcionou grande reconhecimento ao artista que foi indicado a premiações.

Em setembro de 2005, Kanye West, já considerado ícone de estilo, anunciou que lançaria a sua linha de roupas, Pastelle Clothing, em outubro do ano seguinte. Em 2009,

---

<sup>6</sup> Movimento musical e cultural que surgiu em meados da década 70.

<sup>7</sup> Trecho tirado de outra música.

<sup>8</sup> Base para hip hop.

foi eleito pela *GQ* como um dos vinte homens mais estilosos do mundo e, no mesmo ano, ganhou dois prêmios American Music Awards (AMA)<sup>9</sup>.

West encontrou na moda uma forma de se expressar e criar uma identidade. Em entrevista dada para a revista *W Magazine*<sup>10</sup> (2016), o rapper afirma que após ampliar o seu gosto adquiriu habilidade para se comunicar através do seu vestuário que, segundo o músico, é diferente de qualquer outro. Para Cucho (1999) a identidade é uma construção social caracterizada pela vinculação do indivíduo com o meio em que vive e pela necessidade de se diferenciar de outros grupos, afirmando e mantendo uma distinção cultural.

O estudo busca evidenciar a moda e a música como formas de comunicação e a importância da construção de uma identidade individual, bem como mostrar o poder de influência que elas representam na sociedade atual.

Este trabalho está dividido em duas partes: a primeira compreende a construção identitária do artista, com base no conceito apresentado na obra de Berger e Luckmann (2004), sua tentativa de avançar no mundo da moda por meio de uma marca pessoal e as formas de comunicação – verbal e não-verbal – utilizadas pelo mesmo durante o processo de divulgação da Pastelle Clothing; a segunda mostra como a construção dessa identidade o tornou referência de estilo e ícone do mundo fashion e a ligação da sua imagem com as marcas Nike e Adidas para fins publicitários, tomando como referência teóricos como Jenkins (2009), Lurie (1997), Santini (2011), entre outros.

## **A MARCA PASTELLE CLOTHING**

Com uma identidade forte refletida em sua música e suas roupas, Kanye West tornou-se um grande influenciador de sua geração. Havia toda uma simbologia e significado implícitos na imagem do artista, que foi criada como forma de comunicar e representar valores, crenças, status e cultura de um grupo.

O ser humano tem a necessidade de construir particularidades que o tornem facilmente identificável em determinado meio social. Berger e Luckmann (2004) afirmam

---

<sup>9</sup> Premiação musical norte-americana que acontece anualmente.

<sup>10</sup> Revista americana sobre moda e celebridades.

que

A identidade é formada por processos sociais. Uma vez cristalizada, é mantida, modificada ou mesmo remodelada pelas relações sociais. Os processos sociais implicados na formação e conservação da identidade são determinados pela estrutura social. (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 228).

O rapper está inserido num grupo caracterizado por um visual mais "largado", com blusas largas, bermudas, tênis e roupas esportivas – típico das periferias norte-americanas que concentram uma grande diversidade étnica – onde surgiu, na década de 70, o Hip-Hop como movimento cultural.

Para Lurie (1997, p. 31) "quanto mais significativo para o indivíduo for um papel social, mais ele se vestirá para cumpri-lo". Foi buscando difundir essa identidade que o rapper, produtor musical e estilista americano decidiu lançar uma marca de sua autoria, com peças que representam a sua personalidade.

A marca que oficialmente nunca foi lançada no comércio ganhou grande notabilidade na época. Com design criativo e exclusivo, assinado por Kim Jones, tinha como principais produtos os moletoms com capuz e as jaquetas colegiais. A Pastelle Clothing, primeira declaração do rapper para o mundo da moda, foi criada graças à visibilidade que o artista possuía nesse universo.

A Pastelle Clothing, que pode ser caracterizada como uma “marca comunicacional”, apresenta-se na mídia em três principais momentos, são eles: o pré-lançamento; o reconhecimento da marca e o desfecho da marca.

No primeiro momento, Kanye West usa o forte interesse dos meios de comunicação em seu primeiro Grammy, conquistado devido ao seu segundo álbum, *Late Registration* (2005), para divulgação de sua futura linha de roupas. Através da sinergia com outros artistas, o rapper anunciou em 2008 o pré-lançamento da marca.

No próximo, o artista começa a usar peças casualmente em eventos, entre eles, o famoso AMA (2009), no qual recebeu seu prêmio vestindo uma jaqueta Pastelle de estilo colegial. Logo após, a revista *Vman* publicou Rihanna, Lupe Fiasco e próprio Kanye West usando as roupas da sua marca em quatro páginas espelhadas, e intitulou a iniciativa do rapper como “Kanye and co.”.

Por último, depois de toda exposição da marca, sem nenhuma explicação o site da Pastelle Clothing sofreu diversas alterações. Sem conter nenhum conteúdo sobre os

produtos da marca, o site está parcialmente desativado, tornou-se apenas um espaço virtual denominado Past. Tell. Museum. Sobre isso, foi publicado na revista *Complex Mag* a seguinte afirmação: “ Pastelle oficialmente não existe mais, deixando-nos com nada além de uma série de anúncios não cumpridos e aparições públicas do Sr. West. ” (COMPLEX MAG, 2009).

Para Santini (2011), a mediação cultural desenvolvida pela mídia apresenta vários tipos de recursos, entre eles o marketing como técnica destinada a produzir gosto, necessidades e crenças em comum entre os indivíduos e grupos. West utilizou estratégias do marketing indireto (uso de indumentária com a marca sem anunciá-la) para provocar o reconhecimento da marca em suas aparições públicas seguido de um marketing direto, de modo a expor a marca em seu pré-lançamento.

## **PROJEÇÃO NO UNIVERSO DA MODA**

Após a iniciativa de criar uma marca, o artista começou a influenciar fortemente o mundo da moda e algumas marcas renomadas demonstraram interesse em firmar parceria. Em 2007, a famosa marca de sapatos Bape lançou uma edição limitada de tênis, assinada por West. Já em 2009, durante a Paris Fashion Week, foi inaugurada a sua primeira linha de sapatos desenhados para a grife Louis Vuitton. Posteriormente, o rapper colaborou com a Nike no lançamento de seu próprio tênis, o modelo Air Yeezy.

Segundo Santini (2011), existe uma relação histórica entre a produção cultural e a formação e/ou mudanças dos hábitos e gostos, ou seja, quando os bens culturais são produzidos dentro do contexto onde a lógica se baseia na economia de escala, as subjetividades entre indivíduos tendem a se assemelhar. Nesse cenário a mídia torna-se indispensável devido à possibilidade de sugestões massivas proporcionadas pelos meios.

Para a autora, “em um sistema baseado na produção em série e na transformação dos bens simbólicos em commodities faz-se necessário aprimorar as técnicas de ajuste entre oferta e procura (...)” (SANTINI, 2011, p. 4). As indústrias culturais tendem a adaptar seus produtos às condições sociais, culturais e econômicas de seus consumidores e usam estratégias para conquistar as preferências deles. Para aumentar a procura por produtos culturais essas indústrias usam como artifício as recomendações presentes na

maioria dos meios de comunicação, que se apresentam tanto de maneira explícita (espaço publicitário) como implícita (espaço editorial ou de programação).

Adorno (apud COHN, 1987) definiu que a união de ramos da comunicação (televisão, cinema, música, revista, jornal, etc.) forma um sistema político e econômico poderoso que visa gerar lucros, os produtos são adaptados e seguem padrões para agradar um maior número de pessoas, caracterizando a arte como uma simples mercadoria para o consumo. Para o filósofo esse tipo de produto “impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e decidir conscientemente” (ADORNO apud COHN, 1987, p. 288).

Conhecendo a "autoridade" conferida a West no mundo da moda, várias marcas de renome buscaram firmar parceria com o rapper, tornando-o "embaixador da marca". Nessa era de modernidade e influenciadores, as marcas estão cada vez mais buscando ligações com personalidades tidas como referência para seus públicos de interesse. Associar a imagem da marca a uma celebridade faz com que o status dessa personalidade seja refletido na marca.

### ***GLOW IN THE DARK: BRILHAR NO ESCURO***

Kanye West iniciou sua primeira turnê internacional intitulada Glow In The Dark, em abril de 2008, em Seattle. Planejada pela grande artista cenógrafa “Es” Devlin, em colaboração com Martin Phillips e John McGuire, a turnê tinha como conceito a ideia de West como piloto de uma nave espacial que, ao bater em uma tempestade de meteoros, cai em um planeta desolado de gelo seco e aos poucos vai tentando encontrar seu caminho de casa através das faixas musicais (dos álbuns *The College Dropout*, *Late Registration*, *Graduation* e *808s & Heartbreak*). A referida turnê se assemelhou ao um grande espetáculo tal qual preconizou Debord (2003):

O espetáculo apresenta-se como algo grandioso, positivo, indiscutível e inacessível. Sua única mensagem é ‘o que aparece é bom, o que é bom aparece’. A atitude que ele exige por princípio é aquela aceitação passiva que, na verdade, ele já obteve na medida em que aparece sem réplica, pelo seu monopólio da aparência. (DEBORD, 2003, p. 17).

O desempenho com a turnê, construída com tons de espetáculo, foi um “banquete visual” característico de outros gêneros, o artista tentou nivelar o hip hop ao rock de arena. Kanye West literalmente brilhava no escuro com seus acessórios, roupas Sci-fi, luvas e óculos persianas. O tal famoso óculos que havia ganhado popularidade graças ao destaque no videoclipe da música Stronger.

Em *Cultura da Convergência*, o autor Henry Jenkins (2009) fala sobre as interações existentes entre as várias mídias e seus consumidores. Para ele “a transformação cultural ocorre à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos”. (JENKINS, 2009, p. 31).

Essa convergência do universo musical com o mundo da moda e a cultura pop levou Kanye West a um novo patamar. Com ela o artista busca expandir a experiência narrativa transmitida em sua performance, convidando o espectador a buscar referências em suas roupas e letras de música. O artista também busca desconstruir o estereótipo marginalizado do mundo do rap, mostrando, por meio de ferramentas comunicacionais que existe uma identidade cultural e uma história por trás daquilo que faz.

Seguindo essa linha, o rapper lançou os álbuns: *My Beautiful Dark Twisted Fantasy* (2010-2011) e *Yeezus* (2013), e as turnês: *The fame kills* (2009), na qual dividia palco com Lady Gaga, a *Hype*<sup>11</sup> do momento; e *Watch the Throne* (2011), dessa vez dividindo o palco com o gigante rapper americano, Jay-Z.

### ***JUMPED OVER THE JUMPMAN: BRIGA ENTRE GIGANTES***

Em 2013, após seu rompimento com a Nike, o cantor migrou para a famosa empresa de artigos esportivos Adidas. Colocando-se como protagonista da rivalidade entre as duas gigantes, West começou a criticar severamente sua antiga parceira.

Nesse período, graças aos estágios em grandes casas de moda européias, o rapper já tinha adquirido conhecimento sobre o business e as etapas de produção. Em sua primeira coleção junto com a Adidas, intitulada Adidas+Kanye West, lançada em

---

<sup>11</sup> Promoção extrema de uma pessoa ou assunto.

2015, na semana de moda em Nova York, o artista apresentou como principal produto o tênis Yeezy Boost 350. Sobre a parceria, afirmou o grupo Adidas.

Kanye tem a habilidade de ver oportunidades onde outras pessoas não vêem. Nós estamos animados e honrados em construir esse relacionamento, além de ansiosos para avançarmos ainda mais na nossa trajetória lado a lado. Com Adidas + Kanye West estamos explorando novos territórios no mundo dos esportes, abrindo mais uma porta para a criatividade do cantor. Essa é a essência da Adidas – empoderar criativos de forma a eles terem oportunidade de desenvolver idéias inéditas”, (LIEDTKE apud ROLLIN STONE, 2016).

No evento, Kanye West reverteu toda sua identidade para os produtos (moletons, camisetas oversized, calças amplas e botas de aventura), porém, o destaque era o tênis Yeezy Boost 350 que segundo a revista *Época* (2015) teve suas vendas nas lojas oficiais e online esgotadas em apenas 12 minutos. O tênis ganhou o prêmio de calçado do ano pela *Footwear News*<sup>12</sup>.

Ainda nesse período, West lançava mais uma coleção, dividindo seu tempo entre criação de novas peças e seu novo álbum. A partir disso, o rapper escreveu mais um capítulo de sua história de sucesso, prometendo inovações que transformariam os mundos da moda, música e comunicação.

## MÚSICA, MODA E COMUNICAÇÃO

Conciliando a apresentação da nova coleção nomeada Yeezy Season 3 e o lançamento do seu novo álbum, *The Life of Pablo*, no Madison Square Garden (MSG), Kanye West alcançou seu objetivo: unir música à moda.

Os movimentos que criam estilos musicais geralmente são ditados e difundidos pela juventude. E é aí que a música se une à moda, mesclando símbolos e criando códigos de identificação. A escolha de determinada moda ou música funciona como uma espécie de veículo de comunicação do eu, pois ambas possuem caracterizações específicas que definem o indivíduo de acordo com seus gostos, aquisições e preferências. Assim, moda e música possuem uma linguagem própria, são dois ricos meios de expressão, e estão em constante mutação ao

---

<sup>12</sup> Revista norte-americana líder na indústria de calçados e tendências.



---

longo de suas evoluções enquanto manifestações históricas. (FREIRE E MATOS, 2010, p. 265).

Poucos espetáculos poderiam ser comparados ao evento que na mídia foi transmitido a partir de diferentes recursos. Além das diversas notificações nos veículos de comunicação, o evento foi apresentado ao vivo nos cinemas (da Europa e América do Norte) e na plataforma digital Tidal.

A convergência dessas mídias teve fundamental importância no resultado do evento, que atingiu um número significativo de espectadores e consumidores no mundo inteiro. A interação dos veículos tradicionais com as novas mídias tornou a comunicação mais eficaz e acessível. "A convergência não envolve apenas materiais e serviços produzidos comercialmente (...) a convergência também ocorre quando as pessoas assumem o controle das mídias". (JENKINS, 2009, p. 45). A difusão do conteúdo em diversos meios de comunicação possibilita que o espectador interaja e contribua comentando o evento em redes sociais como o Twitter e ajudando a propagar ainda mais a mensagem.

Esta possibilidade da audiência produzir e distribuir seu próprio conteúdo, interagir com uma mensagem, compartilhar ambientes colaborativos, enfim, exercer autoria sobre a construção de seu próprio conhecimento, rompe o paradigma da comunicação como transmissão de uma mensagem do emissor para o receptor, e gera uma nova cadeia de produção criativa. Esta audiência, além de ouvir, ver e se apropriar de uma obra por meio de sua vivência e interpretações, agora pode se manifestar, produzir e ser respondida, por um ou muitos outros emissores. (CASTRO; FREITAS, 2010, p. 7-8).

West foi criativo ao assumir o controle das mídias, utilizando ferramentas do mix de comunicação para unificar o lançamento da coleção e do novo álbum. Desse modo, seu público-alvo (fãs, seguidores e entusiastas do estilo) receberia várias mensagens de uma única vez, tomaria conhecimento do seu novo trabalho musical, teria acesso à nova coleção da marca representada pelo rapper, receberia a mensagem publicitária implícita no evento que poderia levá-lo a consumir tanto o novo álbum do cantor quanto as peças da sua nova coleção em parceria com a Adidas.

A revista *GQ* (2016), falando sobre o espetáculo, cita que "o grandioso evento de Kanye West (...) mostra a dimensão que o rapper está tomando", no universo da moda e

da música. Em 2016, Kanye West lançou a sua quarta colaboração com a Adidas e usou o vídeo clip da música Wolves (do álbum The Life of Pablo) como lançamento da campanha de inverno Balmain 2017.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em toda a sua trajetória artística, Kanye West influenciou e sofreu influência da moda, das identidades sociais e de manifestações culturais. O rapper interiorizou o universo no qual estava inserido como forma de construir uma identidade pessoal através da união da música e da moda que, juntas, passariam a mensagem do "quem sou eu", tornando o hip hop mais do que um estilo musical, um estilo de vida. Moda e música juntas possuem uma forma própria de comunicação que definem o indivíduo a partir de seus gostos, preferências e aquisições. A música, assim como a moda, possui um papel de expressão e comunicação que é muito bem explorado pelo artista. No universo de Kanye West, música e moda não apenas convergem como se fundem e agregam valor uma à outra.

Embora West tenha sido ousado no seu modo de se vestir, o êxito obtido entre moda e música foi conquistado graças às estratégias publicitárias/mercadológicas advindas da indústria midiática. Com isso, o artista conseguia difundir uma mesma mensagem em diversas mídias ao mesmo tempo. Essa convergência das mídias reforça a ideia de Henry Jenkins, em Cultura da Convergência, e surtiu efeito no sucesso do rapper tanto no universo musical, como no mundo fashion e publicitário, tornando-o um grande influenciador.

## REFERÊNCIAS

ASTUTO, Bruno. **Tênis desenhado por Kanye West está valendo US\$ 10 mil**, 2016. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/colunas-e-blogs/bruno-astuto/noticia/2015/06/tenis-desenhado-por-kanye-west-esta-valendo-us-10-mil.html>>. Acesso em: 04-05-2017.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**.

---

Petrópolis, Vozes, 2004.

BRAGA, João. **História da moda** – 6ª edição. São Paulo, Editora Anhembi Morumbi, 2007.

CASTRO, Cosett; FREITAS, Cristiana. **Narrativa audiovisual para multiplataforma – um estudo preliminar**. Intecom, São Paulo, v. 3, n. 1, edição bimestral, 2010, pp. 1-14.

COHN, Gabriel. **Comunicação e Indústria Cultural**. Editora da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1887.

COMPLEX. **R.I.P. Pastelle: A history of Kanye's lost clothing line**, 2009. Disponível em: <<http://www.complex.com/style/2009/10/r-i-p-pastelle-a-history-of-kanyes-lost-clothing-line>>. Acesso em: 30-04-2017.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru, EDUSC, 1999.

DEVLIN, Es. **Biografia Es Devlin**. Disponível em:< <http://esdevlin.com/>>. Acesso em: 30-04-2017.

DN. **Kanye West combina música e moda no novo videoclip “Wolves”**. Disponível em: <<http://www.dn.pt/artes/interior/kanye-west-combina-musica-e-moda-no-novo-videoclip-wolves-5318433.html>>. Acesso em: 04-05-2017.

ELLE. **Qual a importância de Kanye West na moda?**. Disponível em: <<http://elle.abril.com.br/moda/qual-a-importancia-de-kanye-west-na-moda/>>. Acesso em: 04-05-2017.

ÉPOCA. **Tênis desenhado por Kanye West está valendo US\$ 10 mil**. <<http://epoca.globo.com/colunas-e-blogs/bruno-astuto/noticia/2015/06/tenis-desenhado-por-kanye-west-esta-valendo-us-10-mil.html>> Acesso em: 04-05-2017.

FREIRI, Renata Santiago; MATOS, Adriana L. Barretos. **Design, arte, moda e tecnologia**. São Paulo: Rosari, Universidade Anhembi Morumbi, PUC-Rio e Unesp-Bauru, 2010.

HOTNEWHIPHOP. **Kanye West & Jay-Z "Watch The Throne (documentary)**, 2011. Disponível em: <<http://www.hotnewhiphop.com/kanye-west-and-jay-z-watch-the-throne-documentary-videonew-video.2480.html>> Acesso em: 29-04-2017.

HYPEBEAST. **Kanye West's new line - Pastelle preview**, 2008. Disponível em: <<https://hypebeast.com/2008/8/kanye-wests-new-line-pastelle-preview>>. Acesso em: 30-04-2017.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo, Aleph, 2. Ed., 2009.

LURIE, Alison. **A linguagem das roupas**. Rio de Janeiro, Rocco, 1997.

PAULUSSI, Erik. **"Yeezy Season 3": o grandioso evento de Kanye West resumido em 5 atos**. 2016. Disponível em: <<http://gq.globo.com/Cultura/Musica/noticia/2016/02/yeezy-season-3-o-grandioso-eventode-kanye-west-resumido-em-5-atos.html>>. Acesso em: 30-04-2017.

ROLLING STONE, **Kanye West bio – Rolling Stone**, s/d. Disponível em: <<http://www.rollingstone.com/music/artists/kanye-west/biography>>. Acesso em: 30-04-2017

ROLLING STONE. **Kanye West lança linha de roupas e acessórios esportivos em parceria com a Adidas**, 2016. Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/canal/fashion/kanye-west-e-adidas-lancam-nova-marca-de-roupas-e-acessorios-esportivos#imagem0>>. Acesso em: 30-04-2014.

SANTINI, Rose Marie. **A Arte do Avesso: a função da denegação econômica no mercado artístico e as novas formas de recomendação e mediação cultural na**

**internet.** Eptic, v. XIII, n.2, 2011, pp. 01-22.

**WMAGAZINE. Kanye West, Uncensored and Unfiltered, on the Fashion Industry:**

**"I Wouldn't Say Anyone is On My Side".** Disponível em:

<<http://www.wmagazine.com/story/kanye-west-mouths-off-about-the-fashion-industry-i-wouldnt-say-anyone-is-on-my-side>>. Acesso em: 04-05-2017.

**YOUTUBE. Kanye West: the art of staging.** Noisy Imagens, 2016. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=Vx3oOyo7-Fs> >. Acesso em: 29-04-2017.