

# **LACOSTE E PERIFERIA: Consumo como estratégia de Identidade.**

LOPES, Alvaro David; LIMA, Breno Amaro

## **RESUMO**

A pesquisa tem como objetivo entender a conexão do público das periferias paulistas com a marca Lacoste, procurando compreender a relação estabelecida entre uma marca de elite, com o público periférico de São Paulo. Para isso foram utilizados artigos, textos, músicas, livros e sites que comprovam a proximidade desse público com a Lacoste, mesmo a marca não tendo essa intenção, tendo que se adaptar ao público Brasileiro.

**PALAVRAS-CHAVE:** Lacoste; periferia; consumo; identidade.