

**Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia
do Rio Grande do Sul – Campus Viamão**

Curso de Tecnólogo em Processos Gerenciais

**Moda Afrocentrada na Construção de Identidade: Explorando
Formas de Expressão e Resistência Cultural na Moda Afro**

Fabiano Brito Lima

Viamão, 2024.

Fabiano Brito Lima

Moda Afrocentrada na Construção de Identidade: Explorando Formas de Expressão e Resistência Cultural na Moda Afro

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao Curso de Graduação de Tecnologia em Processos Gerenciais, no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul - IFRS - Campus Viamão, como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Processos Gerenciais.

Orientadora: Prof^a Dr^a Luiza Venzke Bortoli Foschiera

Coorientadora: Prof^a Dr^a Lúcia Regina Brito Pereira

Viamão, 2024.

AGRADECIMENTOS

Após 24 anos, retorno aos estudos. Não foi fácil, mas estou aqui para agradecer a todos aqueles que me incentivaram quando a vontade de desistir era imensa.

Primeiramente, agradeço ao meu Orixá, Mãe Oxum Pandá Mirê, por me mostrar que era hora de sair da minha zona de conforto e seguir novos caminhos. Ao Pai Ogum da Lua e a todos os meus guias espirituais, sou grato pelo caminho, pela proteção e por não me deixarem esmorecer em momento algum. Agradeço a mim mesmo, porque não foi fácil intercalar academia, trabalho, as obrigações religiosas, domésticas e mais a faculdade.

Ao meu Babalorixá, Jair de Bará, agradeço pelo incentivo, pela parceria e pelos puxões de orelha, que me mantiveram firme nessa jornada. Aos meus filhos de santo, obrigado por entenderem minha ausência da vida religiosa devido às responsabilidades da universidade.

Minha eterna gratidão à minha tia Lúcia, pelo incentivo, pelo suporte, pelas críticas construtivas e por nunca soltar minha mão nessa missão. Obrigado por ouvir minhas reclamações e por sempre me dizer: "tu vais conseguir!" À Karen, pela positividade e pela parceria de sempre.

A minha orientadora, Luiza, sou profundamente grato por ter aceitado entrar nesta jornada comigo, pelo suporte constante e pela disponibilidade.

Aos amigos e amigas, que são meu porto seguro, mesmo não podendo citar todos os nomes, saibam que sou grato por tê-los sempre por perto. Obrigado por entenderem que aquela cervejinha não ia ser possível naquele dia, porque tinha prova ou trabalho para apresentar na universidade. A todos (as/es) os entrevistados (as/es), que se disponibilizaram a contribuir com suas experiências na construção desta pesquisa.

Ao grupo apocalíptico – Dany, João e Suéllen – obrigado pelas risadas, pelas reclamações, brigas, pelo choro, pelo chimarrão, pelo cigarrinho e por todas as risadas (e não foram poucas).

Espero que este trabalho sirva de inspiração para o João e para a Joana, que são os amores da vida deste dindo aqui. Que vocês sigam firmes e em busca dos seus sonhos e objetivos.

Dedico este trabalho à minha mãe, Rosângela Costa Brito (*in memoriam*), uma mulher batalhadora que nunca mediu esforços para que eu continuasse estudando. Sei que, de onde você está, está vibrando por mais essa conquista do seu filhote aqui!

RESUMO

Esta pesquisa tem como foco a moda afrocentrada no Brasil, investigando como ela influencia a cultura e a identidade de seus consumidores. A pesquisa procura entender como a moda afrocentrada, direcionada ao público negro, vai além de ser uma simples tendência, tornando-se uma maneira de resistir e valorizar as raízes afro-brasileiras. Através de entrevistas com empreendedores e consumidores, exploro as motivações, desafios e a importância dessas peças que carregam um grande significado cultural. A moda afrocentrada vai além do estilo; ela é uma maneira de reafirmar a identidade e empoderar as pessoas, conectando-as com sua herança africana e afro-brasileira. O trabalho também discute as dificuldades econômicas que limitam o acesso a essas roupas, mostrando a necessidade de tornar a moda afrocentrada mais acessível e inclusiva. Mesmo com os desafios, essa moda celebra a cultura negra e reforça a importância de valorizar a diversidade em nossa sociedade.

Palavras-chave: Moda Afrocentrada, Construção de Identidade, Orgulho Étnico, Conexão Cultural, Moda Afro.

ABSTRACT

This research focuses on Afro-centric fashion in Brazil, investigating how it influences the culture and identity of its consumers. The research seeks to understand how Afro-centric fashion, aimed at the black public, goes beyond being a simple trend, becoming a way of resisting and valuing Afro-Brazilian roots. Through interviews with entrepreneurs and consumers, I explore the motivations, challenges and importance of these pieces that carry great cultural significance. Afro-centric fashion goes beyond style; it is a way to reaffirm identity and empower people, connecting them with their African and Afro-Brazilian heritage. The work also discusses the economic difficulties that limit access to these clothes, showing the need to make Afro-centered fashion more accessible and inclusive. Even with the challenges, this fashion celebrates black culture and reinforces the importance of valuing diversity in our society.

Keywords: Afrocentric Fashion, Identity Construction, Ethnic Pride, Cultural Connection, Afro Fashion.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<i>Figura 1: Vestimentas Confeccionadas com Pele de Animais</i>	15
<i>Figura 2: Roupas no Egito Antigo</i>	16
<i>Figura 3: Roupas no Antigo, Médio e Novo Império</i>	16
<i>Figura 4: Diversidade da Moda Africana ao Longo da História</i>	24
<i>Figura 5: Cantora Clara Nunes - usando acessórios e roupa afrocentrada</i>	25
<i>Figura 6: Mulher Negra Baiana com Traje Tradicional: vestindo trajes tradicionais, destacando elementos da moda afro-brasileira no contexto histórico.</i>	26
<i>Figura 7: Influência da Cultura Africana na Moda</i>	26
<i>Figura 8: Ilustrações de Mulheres Usando Trajes Religiosos de Matriz Africana</i>	27
<i>Figura 9: Diversidade de Estilos Afrocentrados: incluindo cortes de cabelo crespo, tranças, dreads e turbantes, que expressam a identidade negra.</i>	28
<i>Figura 10: Diversidade de Expressões da Moda Afrocentrada</i>	30
<i>Figura 11: Moda Afrocentrada</i>	31
<i>Figura 12: A Diversidade das Roupas Afrocentrada</i>	32

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 OBJETIVOS	11
1.1.1 <i>Objetivo Geral</i>	11
1.1.2 <i>Objetivos Específicos</i>	12
2 REVISÃO DE LITERATURA	13
2.1 A MULTIDIMENSIONALIDADE DA MODA:	13
2.2 CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE	20
2.3 MODA AFROCENTRADA.....	22
2.4 ORGULHO ÉTNICO E CONEXÃO CULTURAL: REFLEXÕES SOBRE AUTOESTIMA E IDENTIDADE NA DIÁSPORA AFRICANA.....	32
3 MÉTODO	35
3.1 COLETA DE DADOS COM EMPREENDEDORES DE MODA AFROCENTRADA.....	36
3.2 COLETA DE DADOS DE CONSUMIDORES DA MODA AFROCENTRADA	37
4 ANÁLISE DE DADOS E DISCUSSÃO	39
4.1 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS COM EMPREENDEDORES.....	39
4.1.1 <i>Motivações e Inspirações</i>	39
4.1.2 <i>Desafios e Barreiras</i>	40
4.1.3 <i>Autoestima, Construção de Identidade e Orgulho Étnico</i>	41
4.1.4 <i>Impacto Social, Cultural e Futuro da Moda</i>	42
4.2 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS COM CONSUMIDORES.....	45
4.2.1 <i>Experiência Pessoal e Percepção na Moda Afrocentrada</i>	45
4.2.2 <i>Autoestima, Orgulho Étnico e Empoderamento</i>	48
4.2.3 <i>Significado Cultural e Representatividade</i>	49
4.2.4 <i>Impacto Social e Visão Futura</i>	52
4.2.5 <i>Visão Geral e Contexto Teórico</i>	55
5 RESULTADO E DISCUSSÃO	56
5.1 RESULTADOS DAS ENTREVISTAS COM EMPREENDEDORES.....	56
5.2 RESULTADOS DE ENTREVISTAS COM CONSUMIDORES	57
6 CONCLUSÃO	57
7 IMPLICAÇÕES TEÓRICAS E GERENCIAIS	58
7.1 IMPLICAÇÕES TEÓRICAS	58
7.2 IMPLICAÇÕES GERENCIAIS.....	59

8 LIMITAÇÕES E SUGESTÕES PARA PESQUISA FUTURA	59
8.1 LIMITAÇÕES.....	59
8.2 PROPOSIÇÕES, ESTRATÉGIAS PARA ESTUDOS FUTUROS	60
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	61
APÊNDICE 1 - QUESTIONÁRIO APLICADO AOS PARTICIPANTES.....	65
APÊNDICE 2: TERMO DE CONSENTIMENTO	66

1 INTRODUÇÃO

A moda, um conceito abrangente, engloba tendências em vestuário, acessórios, estilos de vida e atitudes. Ela funciona como um meio de expressão cultural e pessoal, refletindo transformações sociais e absorvendo influências de diversos campos, como arte, música e tecnologia. Além de ser essencial para a inclusão social, possibilitando a expressão da identidade individual e o sentido de pertencimento a grupos, a moda serve também como um canal de comunicação, onde roupas e acessórios transmitem mensagens e valores (Lipovetsky, 1987).

Distante de ser uma força elementar da vida em comunidade ou um princípio constante de mudança enraizado na natureza humana, a moda se apresenta como uma construção social e histórica, específica a certas sociedades. Seu impacto e influência no tecido social emergem não através de uma universalidade presumida, mas sim pelo reconhecimento de seu papel e evolução em contextos históricos delimitados (Lipovetsky, 1987).

Neste cenário, a moda afrocentrada, atuando como uma ponte entre o mercado da moda, a sociedade em geral e, especialmente, a comunidade afro-brasileira, se destaca. Manifestando essa identidade singular através de vestuários, acessórios, estilos de cabelo e comportamentos, a moda afrocentrada tem sido um meio de expressão cultural e resistência, desafiando as normas da indústria da moda e promovendo a valorização da identidade negra (Silva, 2016).

A história dos povos africanos, marcada pela dominação cultural e assimilação forçada, se reflete na moda afrocentrada. Esta não somente rejeita o embranquecimento cultural, mas também celebra e redescobre a riqueza cultural africana. Tal como destacado por Munanga (1988), a expansão colonial e a escravização criaram a noção de um "homem não-histórico", distorcendo e apagando contribuições africanas na história mundial. A moda afrocentrada busca desmistificar o apagamento e os estereótipos criados pela dominação cultural e assimilação forçada, atuando como uma das molas propulsoras no resgate da identidade cultural afrocentrada.

A relevância de estudar a percepção do consumidor em relação à moda afrocentrada consiste em analisar quais os reflexos e o papel de um influenciador na construção da identidade individual. Os empreendedores do segmento de moda afro

têm contribuições muito valiosas em relação a esta pesquisa, pois eles fornecem informações sobre como a moda afrocentrada é introduzida no mercado e, como ela pode atuar na busca pela identidade racial suprimida pela sociedade hegemônica até a contemporaneidade. Este trabalho se propõe a investigar como a moda afrocentrada interage com a construção da identidade racial, analisando interpretações, aceitações e incorporações deste estilo de moda por parte dos consumidores.

Minha imersão no universo da moda afrocentrada teve início em 2011, durante minhas viagens ao Rio de Janeiro e Salvador. Foi lá que a maravilhosa cultura afro-brasileira me cativou profundamente, especialmente nas rodas de samba, em que o esplendor da expressão cultural é inigualável. Em contraste com o cotidiano aqui do sul, encontrei um cenário repleto de cores intensas, roupas confeccionadas com tecidos africanos autênticos e uma diversidade estonteante de estilos de cabelos como *black power*, tranças, *dreads* e variados penteados afro. Essas vivências desafiaram minhas percepções anteriores sobre estética e beleza, e também provocaram uma revolução pessoal marcante. Como resultado, desenvolvi um estilo de moda afrocentrada que expressa minha identidade na atualidade, e reafirma o meu pertencimento cultural, enriquecendo meu repertório pessoal com elementos que refletem a profundidade da minha conexão com essa grande herança cultural ancestral.

A moda, como uma forma de expressão pessoal e cultural, pode ser um fator influente na construção da identidade. Portanto, investigar se a moda afrocentrada contribui para a formação da identidade é uma questão relevante e significativa em um contexto social, em que a cultura negra, em suas várias dimensões, entre elas a moda, foco desta pesquisa, foi ao longo da formação da sociedade brasileira ignorada, invisibilizada, desqualificada pela cultura hegemônica eurocentrada. Neste sentido, a análise direciona para a compreensão mais ampla das interações entre moda, consciência crítica, resistência, cultura e identidade.

Este estudo visa aprofundar a compreensão de como a moda afrocentrada funciona como um veículo para a expressão e formação da identidade de seus consumidores negros e não-negros. A pesquisa se concentra na questão: "De que maneira a moda afrocentrada contribui para a construção da identidade dos seus consumidores?". Nosso objetivo é decifrar as nuances dessa influência, explorando percepções, interações e o significado pessoal da moda afrocentrada, visando

entender seu impacto na formação da identidade individual e na apreciação de sua importância cultural e social.

Tostes e Sanches (2016) enfatizam a importância de adotar uma perspectiva ampla ao considerar o papel social da moda, que vai além da simples noção de consumo e publicidade. A moda é um fenômeno intrinsecamente ligado à dimensão social e histórica, exigindo uma abordagem que englobe sua complexidade, abarcando diversas áreas do conhecimento. Na ótica da psicologia sócio-histórica, a moda é concebida como um processo em constante movimento, manifestando-se tanto dentro quanto fora do indivíduo (Tostes; Sanches, 2016). Nesse contexto, compreender como estilos de moda específicos culturalmente influenciam a construção da identidade do consumidor e demonstram implicações de grande relevância para os campos de estudo de marketing, história, sociologia e psicologia.

Além disso, este estudo busca contribuir para a promoção de uma maior diversidade e inclusão na indústria da moda e na sociedade em geral. Ao explorar a influência da moda afrocentrada, o trabalho pretende destacar a importância de incorporar e valorizar uma variedade de expressões culturais na moda como forma de construto de uma sociedade diversa, equânime e inclusiva, em que nesta dimensão ela deixe de ser vista como estranha e folclorizada. E, dessa forma contribuir para o crescimento e fortalecimento da indústria, contemplando as identidades negras que perfazem a maioria da população brasileira.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Analisar como a moda afrocentrada contribui para a construção da identidade dos seus consumidores.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Avaliar como os consumidores interpretam, assimilam e incorporam a moda afrocentrada em seus estilos de vida, considerando suas posturas, pontos de vista e ligações culturais.
- Investigar os aspectos como autoestima, orgulho étnico e conexão cultural vinculados à moda afrocentrada.
- Analisar aspectos estéticos, simbólicos e de representatividade na moda afrocentrada e a mensagem que transmitem sobre identidade e cultura.
- Investigar como a moda afrocentrada afeta a sociedade em geral, sua contribuição para a diversidade cultural e o diálogo sobre identidade e representatividade racial.

2 REVISÃO DE LITERATURA

O embasamento teórico deste trabalho explora a complexidade do conceito de moda, enfatizando como ela desempenha um papel importante na expressão da identidade pessoal e na aceitação social. O estudo também investiga a relação intrínseca entre moda, identidade e cultura, argumentando que a moda é uma forma de expressão cultural em constante transformação. Além disso, o referencial teórico foca na moda afrocentrada, ressaltando sua relevância na valorização da identidade afro-brasileira, seu caráter político como forma de resistência e o impacto que tem na desconstrução dos estereótipos culturais. Também são abordados os desafios enfrentados pela moda afro-brasileira e as perspectivas promissoras para o futuro dessa área, indicando um caminho voltado para a inclusão e a diversidade no contexto da moda brasileira.

2.1 A MULTIDIMENSIONALIDADE DA MODA:

A palavra "moda", derivada do latim "*modus*", reflete a ideia de "costume", ressaltando o papel da indumentária como uma necessidade física, e como um reflexo da cultura e da sociedade (Dantas, 2022).

O termo moda é frequentemente usado em uma variedade tão extensa de contextos que se torna desafiador para quem quer compreender seu significado e navegar através de suas múltiplas aplicações. Obviamente, quando nos deparamos com declarações como "ser ecológico está na moda" e "a moda da cintura alta", entendemos que cada uma aponta para diferentes usos da palavra. A primeira expressa uma tendência cultural ou social atualmente considerada popular ou aceitável. A segunda, por outro lado, se refere a um uso mais específico relacionado às mudanças frequentes na indumentária e no estilo (Berlim, 2020).

Berlim (2020) expande a compreensão da moda, destacando a complexidade do termo, que vai desde "tendências culturais ou sociais atuais" até "mudanças peculiares no vestuário e estilo". Berlin (2020), afirma que a moda transcende um código de vestimenta, expressando-se como uma linguagem para autoexpressão e identificação pessoal. Pontes (2013) compartilha dessa visão, considerando a moda

como um meio de obter aceitação social e, em alguns casos, um meio de lutar ou se destacar acima dos preconceitos sociais.

Costa (2018) argumenta que a moda também funciona como um meio de libertação de convenções sociais restritivas, atuando como um elemento de identificação social baseado nas particularidades do indivíduo. Essas análises enfatizam a relação intrínseca da moda com a cultura e destacam suas qualidades específicas como meios de representação e significação social.

Lipovetsky (1987) contesta a ideia de que a moda é um elemento essencial em todas as eras e civilizações, argumentando que a moda é um fenômeno com origens nítidas na história. Essa visão é fundamental para entender a moda não como um problema atemporal e universal, mas como um processo extraordinário e raro, que acompanha a história do mundo ocidental moderno.

A vestimenta, elemento essencial na história da humanidade, remonta a aproximadamente 600 mil anos a.C., marcando não apenas o início da moda, mas também um momento significativo na evolução humana. Conforme evidências arqueológicas, como agulhas confeccionadas a partir de ossos, essa era é reconhecida como o período de surgimento das roupas, impulsionado pela necessidade básica de proteção e discrição (Dantas, 2022). A utilização inicial de peles de animais simboliza os primórdios da confecção de roupas, que gradualmente se desenvolveu com o avanço das técnicas e materiais. Exemplificando, a tecelagem, surgida na Mesopotâmia, introduziu inovações como o tingimento de tecidos, enquanto no Egito, a vestimenta transcendeu sua função prática para se tornar um indicador de status social e identidade.

Figura 1: Vestimentas Confeccionadas com Pele de Animais



Fonte: Montagem feita pelo autor, com base nas imagens do site MDig, 2024.

No Egito Antigo, a roupa não era somente um meio de proteção ou adorno, era também um símbolo de poder e de autoridade. Isso é exemplificado pelo Faraó, que, diferentemente de outros, adotava elementos distintos como a cauda de leão e um cavanhaque falso, reforçando sua posição de liderança e prestígio (Dantas, 2022). A evolução da moda no Antigo Egito reflete as mudanças culturais e sociais ao longo de suas dinastias. No início, durante o Período Pré-Dinástico e o Velho Império, as vestimentas eram simples e funcionais, consistindo principalmente de kilts e vestidos simples feitos de linho, adequados tanto para homens quanto para mulheres da classe trabalhadora. As classes mais altas começaram a diferenciar-se pelo uso de joias e tecidos mais ornamentados, indicando seu status superior. A simplicidade era a norma, mas a distinção social era marcada sutilmente através do material e da qualidade das vestes. (Mark, 2017)

Figura 2: Roupas no Egito Antigo



Fonte: Pinterest, 2024

À medida que a sociedade egípcia evoluiu, particularmente durante o Médio e o Novo Império, as vestimentas tornaram-se mais elaboradas e complexas, refletindo os avanços na tecelagem e na moda. No Médio Império, as mulheres adotaram vestidos longos de algodão que eram ajustados com cintos, enquanto os homens usavam kilts com pregas mais detalhadas. No Novo Império, a moda alcançou um nível de sofisticação ainda maior com a incorporação de perucas elaboradas, vestidos adornados com contas e joias, e uma maior diversidade nos estilos de roupas, simbolizando tanto a riqueza quanto a posição social. Esta era da moda egípcia é frequentemente a mais retratada em representações modernas devido à sua distinção visual e riqueza de detalhes. (Mark, 2017).

Figura 3: Roupas no Antigo, Médio e Novo Império



Fonte: Calegari, 2024.

Foi no final da Idade Média que a moda surgiu como um sistema independente, caracterizado por transformações contínuas, mudanças abruptas e momentos de extravagância. Essa época marcou um ponto de inflexão na história, onde a moda começou a ser percebida como um representante mais dinâmico das mudanças culturais e sociais, em contraste com as práticas consistentes de vestuário das sociedades anteriores, que eram caracterizadas por mais estabilidade e adesão às tradições (Lipovetsky, 1987).

No contexto da modernidade ocidental, a moda revela seu caráter duplo: por um lado, está conectada com a ostentação aristocrática e o fausto, um termo que descreve grande esplendor, luxo ou ostentação. Por outro lado, reflete a autonomia humana e o poder natural para a mudança e inovação constante, um conceito alinhado com a ideia de Lipovetsky (1987) sobre o surgimento da moda no final da Idade Média. Paralelamente à racionalidade na dominação da natureza, a moda reflete a soberania e autonomia humanas no fomento a novas formas de expressão e identidade.

A moda na sociedade moderna atual se destaca por sua capacidade de introduzir diferenciações claras nos trajes com base no gênero e escolhas individuais, permitindo expressões mais individualistas e autônomas na estética pessoal. Essa nova atitude em relação à moda é claramente ocidental em sua modernidade e representa uma mudança profunda na relação entre o indivíduo e a sociedade, em que o presente ganha mais preeminência sobre o passado. O conceito de moda moderna, em sua forma atual, é típico das características evolutivas da sociedade ocidental.

A moda no Brasil durante os séculos XVI e XVII era caracterizada por sua timidez. Naquela época, com um número reduzido de mulheres no país, havia pouca miscigenação, sendo a maioria das mulheres europeias recém-chegadas de diferentes nações, inicialmente da Espanha e, mais tarde, de Portugal (Vidal, 2015).

Com o passar do tempo, esse cenário começou a mudar. A partir dos séculos XVI e XVII, durante o ciclo da cana-de-açúcar, aumentou muito o número de africanos escravizados trazidos para trabalhar nas casas e nas plantações. A miscigenação ocorreu de forma violenta, pois muitas mulheres negras eram abusadas por seus senhores, refletindo a crueldade de um sistema que tratava pessoas como objetos. Esses escravizados chegavam em condições desumanas, sofrendo maus-tratos e sem qualquer dignidade (Vidal, 2015).

É importante notar que a moda brasileira nem sempre surgiu de maneira espontânea. Por influência de imposições religiosas, os indígenas foram forçados a se vestir. Eles criavam tangas usando folhagens e folhas locais, confeccionadas com materiais naturais. Essas tangas foram a base para o desenvolvimento dos biquínis brasileiros, atualmente reconhecidos internacionalmente (Vidal, 2015).

Com a Revolução Industrial no século XIX e a invenção das máquinas de costura, os tecidos tornaram-se mais acessíveis, democratizando a moda. No entanto, a Alta Costura, que emergiu como um importante movimento nesse período, era principalmente relevante para as elites sociais e econômicas, ditando tendências e estilos para a classe alta. Trabalhadores urbanos e rurais, a população rural, a maioria das mulheres, classes sociais inferiores e minorias étnicas e raciais ficaram de fora desse universo, sem acesso às luxuosas peças feitas sob medida e às tendências que definiam a moda da época (Dantas, 2022).

No século XX, a moda foi fortemente influenciada pelas guerras mundiais, com uma ênfase maior em roupas práticas e confortáveis, especialmente durante a Primeira Guerra Mundial. Durante a Segunda Guerra Mundial, o racionamento de tecidos levou à adoção de fibras sintéticas como alternativa aos tecidos mais refinados (Dantas, 2022).

O pós-guerra trouxe uma renovação no estilo, com a introdução do *prêt-à-porter*, revolucionando o conceito da moda. Nos anos 60, o movimento *hippie* e a liberdade de expressão deixaram suas marcas na moda, enquanto a década de 1970 foi marcada pelo *glam rock*, discoteca e punk (Dantas, 2022).

A partir dos anos 80, a moda passou por várias transformações, com a introdução de estilos como o hip-hop e a crescente influência da música e da cultura pop. O estilo hip-hop, originado nas comunidades afro-americanas, é profundamente ligado à cultura negra e à afrocentricidade da moda. Caracterizado por roupas largas, tênis, bonés e acessórios chamativos, o hip-hop permite que os jovens negros expressem sua identidade e resistência. Nos anos 90, a diversidade de estilos foi ainda mais evidente, refletindo as diferentes subculturas e movimentos da época, com o hip-hop desempenhando um papel fundamental na celebração e valorização da herança africana e na promoção da inclusão e diversidade na moda (Dantas, 2022).

Com a globalização, a moda tornou-se ainda mais acessível e diversificada, com tendências se espalhando rapidamente por todo o mundo. Atualmente, a moda sustentável tem ganhado destaque, refletindo uma maior conscientização sobre os

impactos ambientais da indústria da moda. A moda sustentável busca reduzir o impacto ambiental e social através do uso de materiais ecológicos e práticas de produção ética. Marcas pioneiras, como Stella McCartney, têm liderado essa mudança. Apesar de ainda ser menos acessível e atender a um público específico, a moda sustentável está crescendo em importância, especialmente em tempos de crise climática, e traz diversos impactos econômicos positivos ao apoiar pequenos produtores e fomentar a inovação (Dantas, 2022).

O lugar e o papel da "moda" na história da sociedade surgem do fato de que grandes mudanças ocorreram nas práticas sociais e culturais humanas (Lipovetsky, 1987). Lipovetsky (1987) ainda destaca que as sociedades primitivas mostravam estabilidade nos costumes e aparências de geração em geração. A moda moderna, por outro lado, simboliza essa tradição de continuidade como uma ruptura e reflete o ethos da sociedade moderna, que atribui grande importância à mudança, dinamismo, inovação e efemeridade, reinando não apenas na moda, mas também na reflexão e estímulo do dinamismo cultural e social.

Paralelamente ao desenvolvimento econômico e social, a moda permite ao indivíduo desenvolver sua identidade de acordo com seus próprios caprichos e gostos, entrelaçando moda, aparência e identidade pessoal (Pontes, 2013). Tudo isso é ainda mais realçado e mediado pelo firmamento da globalização, a avalanche de informações e estímulos culturais disponíveis, e as múltiplas e efêmeras identidades individuais manifestadas nas escolhas e combinações de roupas e estilos de um indivíduo.

Berlim (2020) e Costa (2018) concordam com esse ponto de vista, considerando a moda como um instrumento com o qual se pode libertar de convenções sociais rígidas, mas ao mesmo tempo como um meio de reconhecer a sociedade e ser identificado por ela. Eles sublinham a estreita inter-relação da moda com a cultura e algumas características definidas como formas de identidade social e aprovação. A moda, portanto, representa uma grande ferramenta para a expressão da individualidade e um senso de liberdade pessoal, não apenas um reflexo de processos sociais e culturais.

2.2 CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE

Para entender profundamente o impacto social da moda, é necessário ir além das fronteiras do consumo e marketing. A moda, como um fenômeno social e histórico, exige uma análise detalhada em vários campos do conhecimento. Segundo Tostes (2016), na psicologia sócio-histórica, a moda é vista como um processo contínuo que ocorre tanto internamente no indivíduo quanto em seu ambiente externo. O indivíduo não só influencia, mas também é influenciado pelas mudanças constantes na moda, manifestando-a em seu corpo e se adaptando às suas tendências.

De Luca (2018) argumenta que nossas aquisições refletem significativamente nossa identidade. Propriedades simbolizam lembranças, preferências, realizações e traços de caráter, e as escolhas feitas expressam gostos, princípios e estilos de vida. Eles também são um meio de distinção e indicação de status social, considerando a desigualdade no acesso aos bens. Portanto, o consumo desempenha um papel fundamental na sociedade e na cultura, pois confirma e revela nossa identidade aos outros.

Na sociedade de consumo moderna, a relação com a propriedade adquire uma nova dimensão, ligada à sensação de felicidade e inclusão social. Essa busca é contínua e inesgotável, já que as definições de necessidades e felicidade estão sempre mudando, exigindo um consumo constante para manter o sistema (De Luca, 2018).

Pontes (2013) destaca que a busca pela identificação envolve o esforço do indivíduo em se assemelhar a alguém que ele considera como um modelo ideal. Essa identificação ocorre quando há um ponto de intersecção entre duas pessoas, levando a uma empatia mútua. Ela se origina de um traço comum, onde o indivíduo se vê parecido com o outro e o escolhe como um padrão a ser emulado. À medida que a vida avança, essa necessidade de identificação se estende à sociedade, procurando conexões nos diferentes grupos com os quais o indivíduo interage. Isso inclui amigos da escola, comunidades adolescentes, colegas de trabalho ou mesmo pessoas com gostos similares em música, arte ou esportes (Pontes, 2013).

De acordo com Lima *et al.* (2017), a construção das identidades sociais é influenciada pela elaboração de sua história, utilizando os elementos mais relevantes da memória coletiva. Como um fenômeno sociocultural, a identidade é constantemente moldada durante a interação, manifestando-se no discurso por meio

de papéis e orientações temporárias adotadas pelos indivíduos. A análise da construção do *self*, ou da formação da individualidade, é uma maneira de estudar como as identidades são formadas. Descobre-se que, ao explorar as identidades, surgem inovações, invenções e criações, tanto do outro quanto do próprio eu, além de uma abertura significativa para as necessidades do mundo contemporâneo (Lima; da Silva; Cezar, 2017).

A sociedade influencia diretamente na formação da identidade do indivíduo, com as relações sociais desempenhando um papel fundamental em sua psicologia. São as interações com diferentes grupos que definem o indivíduo, tornando-o suscetível à influência daqueles a quem ele está emocionalmente ligado (Pontes, 2013).

Raslan (2014) destaca que a lealdade do consumidor é demonstrada pela repetição constante da escolha de uma mesma marca, refletindo uma conexão profunda com a marca. Essa lealdade é influenciada tanto pela psicologia do consumidor quanto pelo comportamento de compra, sendo frequentemente orientada por fatores como hábitos, preço, conveniência e promoções.

De Mattia (2011) enfatiza que, na formação da identidade através do consumo, o aspecto central não reside nos atributos materiais dos produtos, mas em seu significado simbólico. Esse significado é atribuído aos produtos através da imagem da marca e da influência da publicidade, tornando-se essencial para aqueles que buscam estabelecer sua identidade na sociedade de consumo. Portanto, é o simbolismo, e não o aspecto material, que se torna o foco principal do consumo na construção da identidade.

De acordo com Coelho, Rocha e Casotti (2017), há um movimento crescente de negros no Brasil dedicados à recuperação de suas raízes ancestrais através de vários meios. Isso é evidente nas numerosas comunidades quilombolas por todo o país e no papel fundamental das religiões de matriz africana na preservação da cultura africana no Brasil. Além disso, os esforços para manter vivas as tradições ancestrais e a busca pela afirmação da identidade negra são notáveis na moda.

No contexto do consumo, Coelho, Rocha e Casotti (2017) ressaltam que, embora faltem pesquisas, podem ser identificadas duas tendências preocupantes: a primeira é a invisibilidade ou o esquecimento dos negros nas representações culturais, e a segunda é a experiência estigmatizada no mercado, que opera predominantemente sob uma chamada 'lógica branca'.

Apesar de os dados oficiais indicarem um aumento progressivo na capacidade de consumo da população negra e, em alguns ambientes de consumo, uma presença ainda maior de consumidores negros — o que poderia diminuir a associação deste grupo com um poder de compra limitado —, a participação desse público em várias formas de comunicação sobre produtos e serviços ainda não é satisfatória, afirmam Rocha e Casotti (2017). Isso mostra que o mercado ainda foca e, principalmente, desenvolve seus produtos para o público branco com maior poder aquisitivo, evidenciando que ainda há um longo caminho a ser percorrido para que os negros se integrem mais amplamente no mercado com as diferentes experiências de consumo que são oferecidas.

Como discutido anteriormente por Rocha e Casotti (2017), pode-se perceber a possível negligência de profissionais que dirigem as estratégias de marketing das empresas e de pesquisadores que realizam estudos acadêmicos, em observar as recentes mudanças sociais e de identidade da população negra brasileira. Essa população está em ascensão social, também envolvida em atividades de empoderamento e focada na identidade, que é marcada por uma consciência acentuada de racismo e do preconceito. Certamente, o mercado tem uma grande predisposição para o etnocentrismo, devido à sua complexidade em entender as aspirações, necessidades e experiências de vida da parcela não branca da comunidade.

2.3 MODA AFROCENTRADA

Conforme destacam Harger e Berton (2013), a moda afro-brasileira é marcada por uma identidade cultural forte que valoriza a grandiosidade da população negra. Historicamente negligenciada, essa comunidade é responsável por uma grande parte da cultura nacional.

Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua), publicada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o número de pessoas negras, ou seja, que se autodeclararam pretas e pardas, constitui 55,5% do total da população brasileira em 2022 (IBGE, Censo 2022). Com isso, é imperativo que os itens de consumo relacionados à cultura afro-brasileira ganhem mais proeminência no cenário comercial brasileiro. Isso nos impulsiona a

considerar o percurso dos afro-brasileiros no país, desde suas origens no continente africano até a incorporação de novos hábitos culturais, proporcionando uma visão sobre como é ser negro em um contexto social hegemonicamente 'branco'.

Conforme discutido por Cashmore (2000), o afrocentrismo é uma abordagem filosófica e teórica que transforma nossa compreensão das contribuições africanas à história e cultura globais. Emergido na década de 1980, este conceito ganhou impulso entre estudantes afro-americanos, afro-brasileiros, caribenhos e africanos, que buscavam reposicionar os negros como protagonistas ativos na história mundial. Esta perspectiva desafia as teorias convencionais que, com frequência, atribuem aos negros papéis secundários nos diálogos históricos e culturais, ressaltando sua importância e papel central nas narrativas mundiais.

Nei Lopes (2004, p. 38) define o afrocentrismo como:

Movimento que usa a pesquisa científica para construir uma visão de mundo contrária à sedimentada pelo eurocentrismo, com foco também na contribuição das civilizações clássicas africanas - egípcia, núbica e cuxita. Segundo essa visão, a ideia de superioridade da civilização ocidental, imposta violentamente aos povos de todo o mundo, baseia-se na falsa premissa de que ela representaria o estágio mais avançado do desenvolvimento humano enquanto as culturas africanas seriam "primitivas" e "arcaicas".

Cashmore (2020) destaca que o afrocentrismo desafia o dogma ocidental, que coloca os gregos como pioneiros do racionalismo e, por extensão, marginaliza culturas não europeias. Esta perspectiva argumenta que a visão eurocêntrica é uma forma de etnocentrismo, superestimando a experiência europeia e subestimando outras culturas, incluindo a africana.

Conforme Agyemang (2016), a história da moda africana se entrelaça com a grande diversidade cultural do continente, suas tradições ancestrais, com a religiosidade e as influências externas moldadas ao longo dos séculos. Essa jornada inicia-se no Egito Antigo, onde as vestimentas eram marcadas por tecidos de linho e peles de animais, com a predominância da cor branca simbolizando pureza. Em seguida, observamos a África Ocidental, reconhecida pelos seus tecidos Kente, adinkra e bogolanfini, ricos em padrões e cores fortes. Na África Oriental, longas túnicas e robes drapeados caracterizavam as vestimentas. Enquanto isso, na África Meridional, as vestimentas variavam entre os grupos étnicos, como os Xhosa e os Zulus (Agyemang, 2016).

Figura 4: Diversidade da Moda Africana ao Longo da História



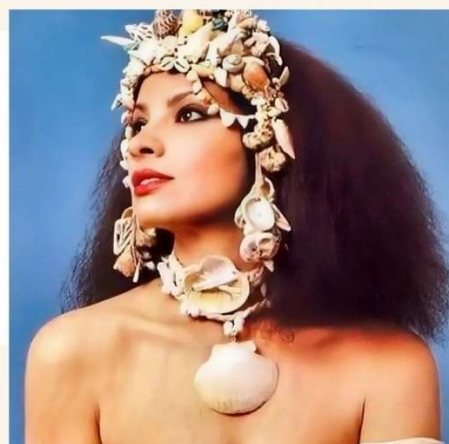
Fonte: Imagem gerada por I.A. produzida pelo autor.

As influências e transformações na moda africana foram notáveis a partir do século XV, com o comércio e o colonialismo introduzindo novos estilos e tecidos. O movimento de independência no século XX, por sua vez, reacendeu o interesse pela cultura africana, transformando a moda em símbolo de resistência e orgulho. Na era da globalização, a moda africana ganhou visibilidade internacional, destacando-se nas passarelas com designs afro-inspirados. (Agyemang, 2016)

Figura 5: Cantora Clara Nunes - usando acessórios e roupa afrocentrada



A cantora Clara Nunes, que fez sucesso nos anos 70, tornou-se um ícone de resistência e identidade cultural ao promover e valorizar a cultura afro-brasileira através de trajes afrocentrados.



Fonte: Montagem elaborada pelo autor, com base nas imagens no perfil do Instagram @portaldaclaranunes

À medida que as sociedades desenvolvem e complexificam, a população negra foi gradualmente se integrando, adaptando-se a novos estilos de vida e absorvendo influências tanto da cultura africana quanto brasileira. Isso deu origem a uma identidade cultural única que pode ser descrita como afro-brasileira. Elementos como dança, ritmo, uma paleta de cores intensa, luminosidade e ornamentos, que têm raízes na cultura de origem, são agora aspectos distintivos da moda afro-brasileira (Harger; Berton 2013).

No contexto brasileiro, a influência africana sobre a moda é significativa, refletindo-se nas diversas práticas e escolhas estéticas adotadas no país (Ribeiro, 2020). Segundo Ribeiro (2020), o Brasil, com sua mistura de culturas trazidas durante o período colonial, vê na moda uma expressão viva dessa diversidade, especialmente das tradições africanas que foram integradas ao cotidiano brasileiro. As contribuições africanas à moda brasileira vão desde o uso de materiais naturais, como o algodão

não tingido, até a incorporação de elementos simbólicos, como miçangas e rendas, que carregam significados culturais profundos.

Figura 6: Mulher Negra Baiana com Traje Tradicional: vestindo trajes tradicionais, destacando elementos da moda afro-brasileira no contexto histórico.



Fonte: Ferrez, 1885

Figura 7: Influência da Cultura Africana na Moda



Fonte: Imagem gerada por I.A. produzida pelo autor.

Conforme Ribeiro (2020), durante o período da escravidão, por exemplo, era comum que escravizados produzissem suas próprias vestimentas usando um algodão mais grosso, e não tingido, uma prática que foi adotada posteriormente pelos colonos e que continua popular hoje em dia em peças como camisetas e calças de linho. As

miçangas, elementos vitais na cultura africana por seus significados de proteção, beleza e riqueza, são hoje amplamente utilizadas na Umbanda como proteção e ganharam destaque no mercado da moda brasileiro, especialmente nos colares de búzios que se popularizaram no verão de 2016. A renda branca, frequentemente usada por mulheres baianas em rituais de umbanda para se proteger de energias negativas, também foi adotada na moda contemporânea, tornando-se uma escolha elegante para eventos festivos. Além disso, as estampas, caracterizadas pelo uso intenso de cores e padrões geométricos, refletem a diversidade cultural africana e se adaptaram perfeitamente ao clima tropical brasileiro, tornando-se uma tendência marcante na moda afro-brasileira (Ribeiro, 2020).

Figura 8: Ilustrações de Mulheres Usando Trajes Religiosos de Matriz Africana



Fonte: Montagem elaborada pelo autor, com base nas imagens disponíveis no site Pinterest, 2024.

As estampas e as cores fortes, características marcantes da cultura africana, também foram adaptadas na moda brasileira, refletindo a identidade afro-brasileira e sua adaptação ao clima tropical do país (Ribeiro, 2020). Essa integração de elementos

africanos na moda enriquece esteticamente o vestuário brasileiro, e também serve como uma forma de reconhecimento e valorização da cultura afro no Brasil.

As escolhas de vestimenta, adornos e estilos de pessoas de ascendência africana carregam significados profundos, oferecendo um senso de identidade negra, uma conexão com a diáspora africana e um desafio às narrativas coloniais e opressivas. Através de peças de vestuário que vão desde trajes africanos tradicionais até cortes de cabelo crespo, tranças, dreads looks e turbantes estilizados, os negros têm a oportunidade de expressar sua identidade de uma forma potente e autêntica, muitas vezes combinando elementos culturais diversos para criar um estilo único e afirmativo (Santos, 2022).

Figura 9: Diversidade de Estilos Afrocentrados: incluindo cortes de cabelo crespo, tranças, dreads e turbantes, que expressam a identidade negra.



Fonte: Montagem elaborada pelo autor através das imagens disponíveis no site Pinterest, 2024.

Conforme Santos (2022), essa forma de vestir tem suas raízes em comunidades marginalizadas, nos espaços sagrados dos terreiros, nas comunidades quilombolas e nas ações de protesto pela justiça racial. É uma moda concebida por indivíduos negros que desejam ver sua própria estética -- cabelos crespos, traços faciais característicos e tons de pele diversos -- refletida nos palcos da alta-costura. Este estilo além de celebrar a identidade negra, é também como uma grande estratégia para aumentar a visibilidade dessa comunidade, tornando cada escolha de vestuário um ato carregado de significado político.

No contexto da moda, a afrocentricidade oferece uma estratégia para entender a moda como uma expressão da identidade e cultura africanas. Isso implica reconhecer e valorizar as influências africanas na moda, em vez de vê-las como periféricas ou exóticas em comparação com as tendências ocidentais dominantes.

Harger (2016) destaca que os elementos presentes nas vestimentas e acessórios da moda afro-brasileira podem ter um papel significativo na formação da identidade cultural. Embora não seja uma regra de que toda a população negra se veja refletida nessa moda, a valorização das influências africanas ajuda a resgatar costumes e crenças ancestrais. Cada designer tem sua própria forma de expressar a identidade cultural através das roupas, e as escolhas de moda são pessoais. No entanto, a moda afrocentrada tem o potencial de reforçar essa cultura, permitindo que aqueles que a adotam encontrem valores compartilhados (Harger, 2016).

Muitos designers enfrentam o desafio de trilhar por uma sociedade carregada de preconceitos e um mercado que não oferece espaço significativo para o crescimento da moda afro-brasileira. Para contornar essas barreiras, esses profissionais estão tentando integrar suas criações à estética convencional da indústria da moda, sem, no entanto, abrir mão da identidade afro-brasileira como foco central. Isso indica que, embora a moda afro-brasileira seja fortemente influenciada por elementos simbólicos de suas raízes, ela é aberta a qualquer grupo social que se sinta atraído por suas peças, estabelecendo-se como uma moda verdadeiramente inclusiva (Harger; Berton 2013).

A moda afrocentrada ultrapassa simples tendências, ligando-se de forma peculiar com a herança cultural africana. O vestuário, particularmente na cultura afro-brasileira, serve não apenas como um modo de expressão, mas também como um catalisador para o empoderamento negro, como evidenciado por Harger (2016) e Santos (2022).

Figura 10: Diversidade de Expressões da Moda Afrocentrada



Fonte: Montagem elaborada pelo autor, com imagens do acervo pessoal.

Essa tendência integra uma variedade de símbolos e texturas que refletem a diversidade da identidade cultural afro-brasileira. Elementos como grafismo e cores simbólicas, como o vermelho associado à paixão e ao axé, são destacados por Harger (2016). Esta forma de moda também engloba expressões espirituais, manifestadas através de símbolos religiosos e iconografia, conforme discutido por Santos (2022). Emerge como um ato de resistência e afirmação em vários espaços sociais e culturais.

Figura 11: Moda Afrocentrada

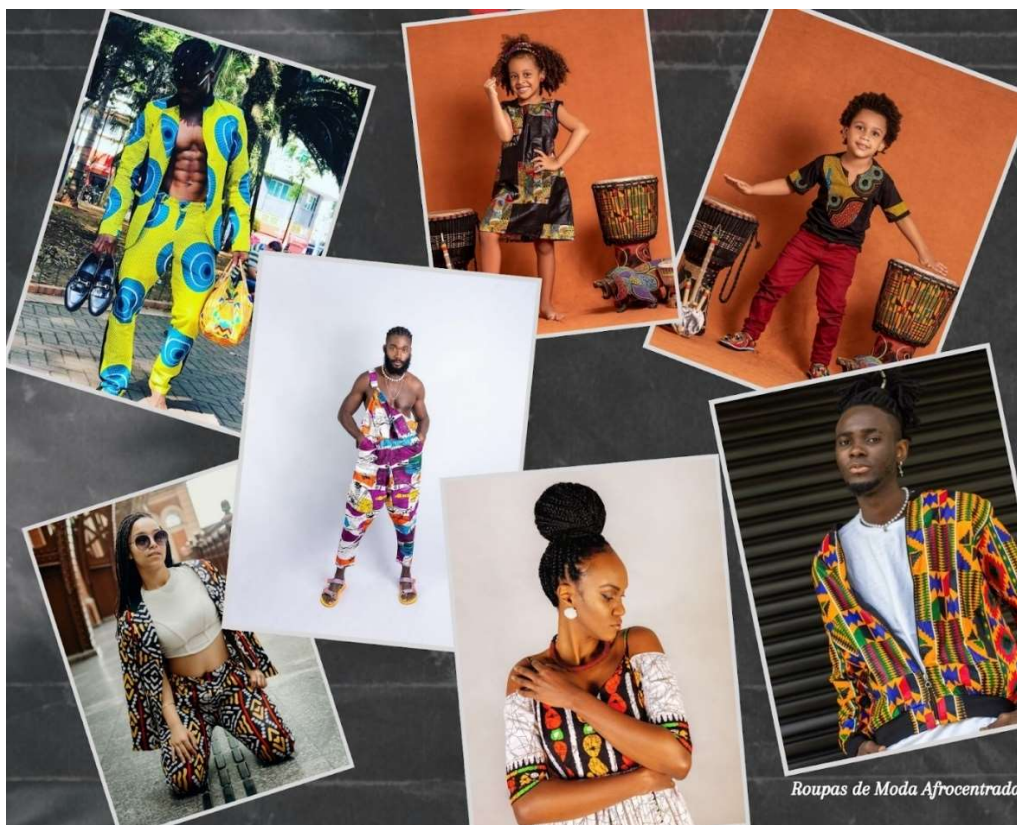


Fonte: Montagem elaborada pelo autor, com base nas imagens no perfil do Instagram @coracaodafrica

A moda com influência afro serve como uma plataforma para os afrodescendentes reafirmarem sua identidade e desafiam narrativas dominantes. Santos (2022) vê o ato de vestir-se como uma forma de ativismo que desafia estereótipos e valoriza a cultura afro-brasileira.

A integração do afrocentrismo na moda afrocentrada é também um passo em direção à maior diversidade e inclusão no mundo da moda. Isso envolve não apenas o reconhecimento da moda africana como igualmente válida, mas também a sua celebração como parte integrante do panorama cultural e estético global (Cashmore, 2000).

Figura 12: A Diversidade das Roupas Afrocentrada



1. Fonte: Montagem elaborada pelo autor, com base nas imagens no perfil do Instagram [@coracaodafrica](#)

2.4 ORGULHO ÉTNICO E CONEXÃO CULTURAL: REFLEXÕES SOBRE AUTOESTIMA E IDENTIDADE NA DIÁSPORA AFRICANA

De acordo com Munanga (1988), a negritude, é uma realidade complexa e muito debatida por estudiosos, não teria surgido sem a escravização e a colonização dos povos africanos. Para entender a negritude, o autor propõe um esboço das condições históricas que levaram à sua emergência, encontradas no contexto escravocrata e colonial, que visava alienar e inferiorizar os negros em todos os aspectos. Além disso, descreve a tentativa de assimilação dos valores culturais brancos pelos negros, um processo impulsionado por uma literatura pseudocientífica produzida sob a ideologia colonial, levando os negros educados pelo colonizador a internalizar a noção de inferioridade imposta.

Esta assimilação cultural, que Munanga (1988) chama de "embranquecimento cultural", é marcada por uma crise de consciência e a pressão psicológica. Abordando ainda a rejeição do embranquecimento cultural e o retorno às raízes africanas,

observando que a dominação cultural da África resultou da expansão de dois imperialismos: o do mercado, que se apropriou das terras, recursos e pessoas, e o da história, que criou a noção de um "homem não-histórico" sem referências em documentos escritos (Munanga, 1988).

Segundo Ambrosio *et al.* (2022), a colonialidade gerou rupturas, desagênciamentos, exploração e inferiorização de corpos que divergiam do padrão europeu masculino, branco, cristão, heterossexual e cisgênero. Os corpos negros foram alvo de estigmas, simbolismos, representações e violências sob o sistema colonial dominado pela branquitude. Especialmente para as mulheres negras, o cabelo crespo é frequentemente discriminado e excluído, sendo submetido a dominação e controle. Práticas como o alisamento capilar para as mulheres e para os homens a raspagem da cabeça, são impostas como norma aceitável, em diferentes contextos, como no trabalho, escola, relações afetivas, e nos espaços públicos e privados. O cabelo crespo e carapinha são frequentemente estigmatizados como feio, sujo e indesejável (Ambrosio *et al.*, 2022).

Ambrosio *et al.* (2022) discutem o impacto da colonialidade na saúde mental das pessoas negras, enfatizando a desconexão de suas próprias identidades, a falta de representatividade e a dificuldade de escapar da visão de serem "o outro". Em particular, para as mulheres negras, a relação com seus cabelos naturais é central para a construção da identidade cultural e para a cura, repleta de ancestralidade, história e significados. O processo de transição capilar, que envolve a rejeição do alisamento e a aceitação da forma natural do cabelo, reflete um processo de construção da auto afetividade, autocuidado, autoestima e, conseqüentemente, da saúde mental (Ambrosio *et al.*, 2022).

Evaristo (2010), discute a capacidade singular da literatura negra brasileira em criar uma voz resiliente e afirmativa. A literatura, para Evaristo (2010), é um meio pelo qual a diáspora africana no Brasil encontra formas de resistência e afirmação de sua identidade. Ela enfatiza a importância da poesia e da narrativa como ferramentas para a reimaginação e a reinterpretação do corpo negro, que por séculos sofreu violações e interdições em diversos âmbitos da sociedade.

A autora argumenta que a literatura negra no Brasil não apenas rememora as raízes africanas, mas também denuncia as condições de vida dos afro-brasileiros e celebra um sentimento positivo de etnicidade. Evaristo (2010), destaca que a literatura tem sido um espaço vital para a reconstrução de uma imagem positiva do corpo negro,

contrastando com as visões negativas e estereotipadas historicamente impostas. Ela usa metáforas poderosas, como as "quelóides simbolizadoras tribais" e as "linhas riscadas nos ombros de muitos afro-brasileiros", para ilustrar como a literatura pode inscrever o corpo negro em uma cultura específica e resistente.

Gomes (2017), discute a influência significativa dos movimentos sociais, especialmente o movimento negro, na construção de saberes contra-hegemônicos na sociedade brasileira. Ainda argumenta que esses movimentos atuam como verdadeiros pedagogos nas relações políticas e sociais, influenciando disciplinas como sociologia, antropologia e educação. Eles desafiam o conhecimento científico tradicional, trazendo novas temáticas e questionando conceitos estabelecidos. A autora enfatiza como o movimento negro brasileiro tem sido fundamental na introdução de discussões sobre racismo, desigualdade racial, crítica à democracia racial, saúde da população negra, entre outros tópicos, nas ciências humanas e sociais.

O Movimento Negro tem influenciado uma ampla gama de indivíduos no Brasil, desde artistas e intelectuais até operários e educadores. Esses indivíduos, conscientes de sua identidade racial, lutam contra o racismo e pela democracia, sendo herdeiros tanto dos ensinamentos do Movimento Negro quanto de uma sabedoria ancestral (Gomes, 2017).

De acordo com Maia (2019), os movimentos negros contemporâneos, através da moda, procuram demonstrar sua pertença ao grupo étnico afro-brasileiro, representando isso como um contraponto ao racismo prevalente no país. Este racismo, segundo a autora, não apenas restringe direitos civis fundamentais, mas também desaprova o uso de elementos estéticos relacionados à cultura africana e suas ramificações nas comunidades da diáspora.

Conforme Fagundes (2007), há relevância do cabelo afro na constituição da identidade negra. A autora explora como a relação dos afrodescendentes com seus cabelos é um reflexo de suas experiências pessoais e sociais. Ela relata a trajetória histórica do cabelo afro no Brasil, desde o período colonial até a contemporaneidade, evidenciando como os estilos e penteados afro tornaram-se símbolos de resistência e auto aceitação. Fagundes (2007) observa que, apesar da crescente valorização estética do negro, ainda existem desafios relacionados às questões econômicas e sociais.

As manifestações estéticas da moda afro-brasileira se materializam por meio de elementos vinculados à vivência de negros e negras, que podem estar relacionados a antepassados e cerimônias religiosas, ou emergir de outros costumes como o uso de turbantes ou panos da costa. Ademais, esses elementos também podem surgir de contextos de pobreza, refletindo-se no vestuário. A moda afro-brasileira, contudo, não se restringe a referências africanas; ela também abrange aspectos da cultura brasileira, incorporando influências de culturas diversificadas presentes no país, como as indígenas, portuguesa e inglesa, configurando, assim, suas próprias identidades (Lima; da Silva; Cezar, 2017).

Por outro lado, os elementos da religiosidade afro-brasileira são transpostos para as ruas sem perderem seu valor sagrado, sendo preservados dentro de seus contextos religiosos. Esse fenômeno ocorre por meio de uma releitura de peças tradicionais, a exemplo das batas, que, apesar de manterem o nome, diferem das utilizadas em rituais. Essas batas, semelhantes nas formas e cores às originais, podem ser combinadas com saias curtas ou mesmo com jeans do cotidiano, ilustrando uma fusão entre o sagrado e o profano (Lima; da Silva; Cezar, 2017).

Conforme Maia (2019), o vestuário se estabelece como um significativo expressivo no diálogo acerca do fortalecimento das identidades étnicas, funcionando como um mecanismo de resistência contra os discursos racistas presentes nas estruturas sociais e midiáticas. Em oposição aos "corpos dóceis" do passado, emergem os corpos negros que, em conjunto com as estampas, formam um discurso questionador dos valores estabelecidos, desafiando normas de beleza que historicamente privilegiam estéticas europeias e excluem a diversidade. Ademais, Maia (2019), ainda destaca que a incorporação de elementos etno-afro na moda, como as estampas, cria uma moda étnica negra. Estes elementos são valorizados por sua associação com uma África simbólica, que é menos atrelada a um contexto geopolítico e mais vinculada a ideias e sentimentos compartilhados pelos afro-brasileiros.

3 MÉTODO

Para investigar a pergunta de pesquisa de forma eficiente e aprofundada, adotamos uma abordagem metodológica qualitativa, por meio de entrevistas

semiestruturadas. Segundo Malhotra (2010), a pesquisa qualitativa é especialmente adequada para oferecer um entendimento detalhado e contextualizado do tema em estudo. Assim, realizamos entrevistas com dois empreendedores de moda afrocentrada e cinco consumidores desse segmento.

As entrevistas, foram realizadas tanto de forma presencial quanto online, foram cuidadosamente gravadas para garantir a precisão na coleta de dados. Após a gravação, estas foram transcritas usando o aplicativo do Telegram, o que proporcionou um registro textual fiel das conversas. Posteriormente, para assegurar a clareza e correção gramatical, as transcrições passaram por um processo de revisão e correção de pontuação para o qual foi utilizado o editor de texto do Google Docs.

A seleção dos participantes foi realizada através de amostragem intencional, buscando incluir uma gama diversificada de indivíduos de diferentes idades, profissões, gêneros, etnias e experiências relacionadas à moda afrocentrada. O objetivo dessa estratégia de amostragem foi garantir uma variedade de perspectivas e experiências para enriquecer o estudo.

Antes de iniciar as entrevistas, todos os participantes foram devidamente informados sobre os objetivos da pesquisa. Para assegurar sua participação voluntária e consciente, um termo de consentimento foi apresentado e assinado por eles. Comprometemo-nos com o anonimato e a confidencialidade dos participantes, assegurando que todos os dados coletados serão tratados com a máxima privacidade e respeito às normas éticas. Essas medidas são fundamentais para garantir a integridade da pesquisa e a confiança dos participantes.

3.1 COLETA DE DADOS COM EMPREENDEDORES DE MODA AFROCENTRADA

Na fase inicial da coleta de dados, focamos em entender as perspectivas dos empreendedores de moda afrocentrada. Conversamos sobre o contexto e a inspiração por trás da criação de suas marcas, explorando como a moda afrocentrada influenciou suas trajetórias. Discutimos os desafios e oportunidades que enfrentaram ao estabelecer suas marcas, e como eles percebem a aceitação da moda afrocentrada no mercado atual. Também abordamos questões de identidade e representatividade, buscando entender como seus produtos contribuem para a construção de identidade dos consumidores e promovem o orgulho étnico e a conexão cultural. Por fim, falamos sobre as mudanças na moda afrocentrada e como as marcas

estão respondendo às tendências atuais, sempre mantendo a fidelidade às suas raízes culturais. As entrevistas com os empreendedores foram presenciais, tendo a média de duração de 20 minutos cada uma. Segue abaixo a apresentação dos entrevistados.

A Empreendedora 1, identificada como E1, é uma mulher negra de 56 anos que vive na comunidade de Santa Tereza, na cidade do Rio de Janeiro, capital do estado homônimo. A Cidade do Rio de Janeiro é uma das mais importantes do país conhecida internacionalmente pela beleza de suas praias, e por ser o berço do samba e dos desfiles de carnaval, o que a torna um dos maiores polos turísticos do Brasil. E1 completou o ensino médio e segue uma carreira empreendedora no nicho de moda afrocentrada, especificamente focada em acessórios e joias. E1 atua exclusivamente no ambiente virtual, realizando vendas pela internet e participando de eventos culturais para expor suas peças, consolidando sua presença no mercado de moda afrocentrada.

O Empreendedor 2, identificado como E2, é um homem negro de 37 anos originário de Benin, um país situado na África Ocidental, localizado entre o Togo, Burkina Faso, Níger e Nigéria, com saída para o oceano Atlântico. Ele agora reside em Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul, estado localizado no extremo sul do Brasil. E2 possui formação acadêmica, com graduação em Agronomia e mestrado em Economia. Ele é empreendedor no setor da moda afrocentrada, com especialização em vestimentas. Além de gerenciar uma loja física no centro de Porto Alegre, E2 mantém uma forte presença online, atraindo uma base sólida de seguidores e clientes.

3.2 COLETA DE DADOS DE CONSUMIDORES DA MODA AFROCENTRADA

Com os consumidores, as entrevistas visaram compreender como a moda afrocentrada afeta suas vidas pessoalmente. Discutimos suas experiências pessoais e percepções sobre a moda afrocentrada, e como ela influencia seu estilo de vida e suas escolhas diárias. Abordamos o impacto na identidade e expressão, investigando como a moda afrocentrada contribui para a sensação de pertencimento e autoestima. Também exploramos o significado cultural e a representatividade, entendendo quais aspectos da moda afrocentrada são mais significativos para eles em termos de representatividade cultural e resistência cultural. Finalmente, investigamos o impacto social e a visão futura da moda afrocentrada, explorando como eles percebem o

impacto dessa moda na sociedade e quais mudanças gostariam de ver no futuro, tanto em termos de estilo quanto de aceitação social.

Quatro das entrevistas com consumidores da moda afrocentrada foram realizadas presencialmente e tiveram uma duração média de 15 minutos cada. A quinta entrevista foi conduzida via WhatsApp, onde a consumidora respondeu às perguntas por áudio, com uma duração de 10 minutos. Segue abaixo a apresentação do (as) entrevistados (as).

A Consumidora 1, identificada como (C1), uma mulher negra de 51 anos, é mãe e avó e trabalha como funcionária pública no Estado do Rio Grande do Sul. Residindo em Porto Alegre e com formação acadêmica em Direito, ela se engaja ativamente como consumidora da moda afrocentrada, uma escolha que reflete sua identidade e seus valores pessoais.

O Consumidor 2, identificado como (C2) é um homem branco de 45 anos, também funcionário público no Estado do Rio Grande do Sul e residente em Porto Alegre. Graduado em Educação Física, ele demonstra um profundo interesse e apreço pela moda afrocentrada, o que evidencia seu valor pela diversidade cultural.

A Consumidora 3, identificada como (C3), uma mulher negra de 45 anos, trabalha como analista de teste, na área de tecnologia e vive em Canoas, RS. Com formação em Sistemas da Informação, ela é uma consumidora ativa da moda afrocentrada, contribuindo para a valorização e disseminação da cultura afro-brasileira através de suas escolhas de vestuário.

Consumidora 4, identificada como (C4), também uma mulher negra de 46 anos, é mãe e técnica em enfermagem na saúde pública, residente em Canoas, RS. Sua participação como consumidora da moda afrocentrada é uma extensão de sua experiência pessoal e profissional, enriquecendo sua relação com a moda e a identidade afrocentrada.

Finalmente, a Consumidora 5, (C5), é uma mulher negra de 37 anos, natural de Porto Alegre, residente em Viamão, Rio Grande do Sul. Ela é graduada e mestre em História, focando suas pesquisas acadêmicas na área. Além de ser professora e pesquisadora, ela é uma consumidora ativa da moda afrocentrada, buscando conectar sua formação acadêmica e sua identidade cultural através de suas escolhas de moda.

4 ANÁLISE DE DADOS E DISCUSSÃO

Realizamos sete entrevistas para tentar responder à questão de pesquisa deste trabalho. Duas entrevistas foram com empreendedores de dois segmentos distintos da moda afrocentrada: um focado em joias e acessórios e o outro em vestuário. As outras cinco entrevistas foram conduzidas com consumidores, buscando entender o significado da moda afrocentrada em suas vidas. A análise dos dados será dividida entre empreendedores e consumidores.

4.1 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS COM EMPREENDEDORES

Nas entrevistas conduzidas com empreendedores do segmento da moda afro, foram descritos os desafios enfrentados no mercado, bem como as motivações e inspirações que os impulsionaram a iniciar seus empreendimentos nesse segmento. Além disso, descreveram como conseguiram manter suas marcas no mercado, discutindo as influências que estas exercem na expressão de identidade, no impacto social e cultural, bem como expuseram suas perspectivas para o futuro do empreendimento. Foi ressaltado pelos entrevistados que, embora a moda seja uma expressão universal, o principal público consumidor da moda afrocentrada são pessoas negras. Destacou-se ainda a moda afrocentrada como um veículo essencial para a afirmação cultural e a visibilidade social.

4.1.1 Motivações e Inspirações

Os empreendedores compartilham motivações profundamente enraizadas em suas histórias pessoais. E1 destaca a influência de sua mãe e sua conexão com a dança afro, que são essenciais para a criação de suas coleções de acessórios e joias:

Eu lembro muito da minha mãe, que era uma mulher preta, retinta, que adorava se arrumar, se ornar. [...] Ela sempre arrumava alguma coisa pra se enfeitar. E quando eu começo a fazer essas joias, eu lembro muito da minha mãe— Empreendedora 1.

[...] comecei a pesquisar muito sobre a dança, eu vi que na Índia e na África principalmente, as mulheres [...] se ornaram muito mais, se enfeitaram muito mais pra poder dançar. Aí eu tive a ideia de fazer acessórios leves e que aparecessem pra poder dançar lindamente. E foi daí que veio a ideia de fazer

os acessórios. [...] comecei a pesquisar muito sobre tendência, artes africanas, sobre os búzios, o poder dos búzios — Empreendedora 1.

E2 valoriza a diversidade de cores e estilos, refletindo a individualidade de cada cliente: *“A moda afrocentrada te permite explorar a identidade de cada pessoa [...]. Estampas e cores traduzem originalidade, dor e felicidade.”* — Empreendedor 2

Essas motivações destacam como a moda afro-brasileira é formada pela miscigenação cultural, um processo que contribui para uma identidade cultural única (Harger e Berton, 2013). Ribeiro (2020) adiciona que a moda brasileira serve como uma grande expressão dessa diversidade, incorporando tradições africanas e utilizando materiais naturais e elementos simbólicos significativos.

4.1.2 Desafios e Barreiras

Os empreendedores enfrentam desafios significativos no mercado, principalmente em termos de representatividade e compreensão das necessidades de seus clientes. E1 fala sobre os desafios de ser uma mulher negra empreendedora em um bairro majoritariamente branco:

Ah, primeiramente você é uma mulher preta. Você é uma mulher preta, e sempre tive muita dificuldade, principalmente por morar no bairro que é um bairro nobre, mas sendo uma mulher da comunidade. Primeiro de estar ali, ser representada no meu bairro, ainda assim, nem todo mundo conhece a minha marca, pessoas de fora conhecem e ali do meu bairro não, que é um bairro totalmente embranquecido, né? Então, assim, estar na zona sul, estar no centro da cidade, com uma marca afro de uma mulher preta e favelada, é o maior desafio da minha vida — Empreendedora 1.

E2 discute a importância de adaptar-se às mudanças nas preferências dos consumidores, considerando um dos seus maiores desafios:

Eu acho que o desafio, não somente pra mim, pra um empreendedor que quer realmente crescer no seu negócio, é poder identificar o tipo de cliente que tem. [...] Cada dia as pessoas mudam por várias situações que não cabe a mim citar agora. Mas se você consegue acompanhar, sabe, esse desafio, entender melhor quais são as dores da pessoa, o que move alguém a entrar na tua loja pra comprar [...]. Acredito que as pessoas buscam algo a mais, além do que deixar bonito, sabe. Porque se for para deixar bonito, é só entrar e pegar qualquer roupa, colocar e sair. Mas, acredito eu que tem alguma coisa que move as pessoas a entrar numa loja e comprar. E se você consegue ter esse entendimento e satisfazer, né? Captar, compreender essa dor, não somente a dor, também a necessidade você consegue fazer mais do que simplesmente vender. Acredito eu que você realmente está fazendo o teu papel como empreendedor — Empreendedor 2.

Harger e Berton (2013) destacam que a moda afro-brasileira enfrenta desafios significativos em uma sociedade com preconceitos, é o que percebemos no relato de E1, que destaca o desafio enquanto, mulher preta e favelada em um “não lugar”. Isto é, não é vista nem valorizada onde está instalada, seu empreendimento é para “os de fora”, não para a maioria branca que reside na localidade de Santa Tereza.

Enquanto Ribeiro (2020) nota que a moda serve como um vetor para a expressão cultural e a inclusão, validando e celebrando a diversidade. É o que E2 demonstra em seu relato sobre as pessoas que adentram seu estabelecimento. Elas não querem só comprar roupas, ficarem bonitas, elas querem algo mais. Sua percepção e sensibilidade é a fusão, a interação entre a necessidade de quem compra e a complementaridade do “algo a mais” que ele se dispõe a oferecer como um empreendedor consciente e que valoriza sua cultura.

4.1.3 Autoestima, Construção de Identidade e Orgulho Étnico

A moda afrocentrada desempenha um papel essencial na construção da identidade e no fortalecimento do orgulho étnico. Este impacto é apoiado por Pontes (2013), que enfatiza como a moda influencia a percepção que os indivíduos têm de si mesmos e de suas culturas. Munanga (1988) aborda como a negritude é uma resposta às condições históricas de escravidão e colonização. E1 expressa como suas joias adornam o corpo e também comunicam histórias e legados:

[...] Mas ela contribui muita coisa, né? Primeiro é passar o nosso legado, eu acho que com as joias, com a identidade das joias afro, né? Que eu falo joias ancestrais, e são. Eu acho que a gente passa um legado, passa uma história, sabe a história dos nossos ancestrais, da nossa, negritude, de reis e rainhas e negros. Então, eu acho, acho não, eu acredito, com certeza que joias, joias afrofuturistas contribuem muito com essa questão da identidade africana com histórias, né? Trabalhar com pesquisas é isso de poder empoderar homens e mulheres que são descendentes de reis e rainhas – Empreendedora 1.

E2 através de suas roupas, permite que os clientes se expressem de maneira única, reforçando suas identidades individuais e culturais. Ele destaca como a moda pode ser personalizada para refletir e celebrar a diversidade étnica:

Então, tipo basicamente são as estampas, as cores eu realmente gosto das cores. Assim, e o que me move mesmo é quando você vê uma pessoa a qual o tom da pele tipo, tu vê que essa pessoa, o tom da pele dele é diferente da outra, ou seja, ela vai usar uma estampa que mais se incorpore com a identidade dela. Muitas vezes você vê, ah, ele não gosta dessa cor, porque não me realça, sabe? Não me dá luz. Então, eu acho que é isso que me move. Eu gosto de explorar cada pessoa, de ver quem essa pessoa gosta

dessa tampa, gosta dessa cor, se enxerga, entendeu? Com esse mundo colorido, sabe? Então, eu acho que cada pessoa tem seu domínio de cores de estampas que favorece sua beleza, sabe? E acho que é isso que me move mais isso, sabe? — Empreendedor 2.

A moda afrocentrada desempenha um papel transformador na autoestima e na construção da identidade de seus consumidores, cultivando um orgulho étnico profundo. Como diz E2, no relato sobre a busca da cor que realça o tom da pele, há nesta intenção uma afirmação de identidade. O que contempla E2 no sentido de satisfazer a singularidade e a beleza de cada pessoa e a si próprio quando colabora nesta busca de afirmação da identidade. Esta abordagem é corroborada por Pontes (2013), que afirma que a moda é uma manifestação externa de nossos gostos internos, e como tal, pode reforçar nossa percepção de quem somos e a que comunidade pertencemos.

A literatura acadêmica sobre a temática da moda, como a abordada por Pontes (2013), sugere que a identificação com a moda afrocentrada pode criar uma ponte para o reconhecimento de um passado cultural compartilhado, reafirmando a identidade pessoal, e também fortalecendo laços com a comunidade.

4.1.4 Impacto Social, Cultural e Futuro da Moda

E2 observa que a moda afrocentrada tem um impacto profundo não apenas como produto comercial, mas como um meio de expressão cultural e histórica. De Mattia (2011) aponta que o valor simbólico dos produtos de consumo é central na formação da identidade dos consumidores, o que é evidente na maneira como E2 descreve a promoção da cultura africana através das estampas e dos designs que narram histórias e tradições. Coelho Rocha e Moreira Casotti (2017) também discutem a invisibilidade e a experiência estigmatizada dos negros nas representações culturais, algo que E2 aborda ao mencionar o crescimento e a maior aceitação da moda afro no Brasil, refletindo um movimento de reencontro com a identidade afro-brasileira.

E2 relata:

[...] Se tu for em Benin, por exemplo, se tu for nos países africanos, o que a gente tem basicamente pra vender, todo mundo sabe hoje, que a África apesar que todo mundo fala, aí que tem riqueza[...]. É um continente sob desenvolvimento, a única coisa que nós temos até hoje, eu vou te dizer, [...] a cultura. Mas como que você vende uma cultura? É promovendo as coisas

locais. E uma das coisas locais que as pessoas têm: as estampas, por exemplo. De onde veio à mente pra poder criar essas estampas? [...] — Empreendedor 2.

E2 continua discutindo como a promoção de elementos culturais africanos não é apenas a venda de produtos, mas também histórias e identidades:

[...] Então, basicamente você vende o que as outras não têm. É nossa história que nós vendemos. [...] Se você realmente quer conhecer a história africana, a história afro não tem dois lugares, você tem que ir pra África mesmo. Eu não estou dizendo pro Benin, porque eu não conheço nem todo o meu país, sabe? Eu conheço de onde venho, que é Porto Novo, minha cidade, alguns lugares da minha cidade, entende? [...] Mas se tu quer realmente conhecer como que a moda ou como que a identidade afro contribui pra nosso crescimento, é assim, a gente faz... afrofuturismo." — Empreendedor 2.

E1 menciona o impacto estético e a visibilidade provocativa da moda afrocentrada, que desafia as percepções convencionais e promove uma representação mais autêntica e empoderada dos negros na sociedade:

[...]É, eu acredito que o impacto é estética. Impacto é a estética. Sabe que a moda afrocentrada ela é gigante, ela é muito visível. Ela incomoda, ela incomoda, um preto bem ornado, com búzios, sabe? Incomoda, chega, incomoda. Antes, há um tempo atrás, quando eu comecei a fazer joias, eu comecei a pesquisar que só as mulheres pretas realmente trabalhavam com búzios, né? Que os búzios sempre foram identidade de matriz africana, elementos de matriz africana, né? E aí toda mulher que trabalhava com Búzios, era macumbeira, né? Aí hoje em dia eu vejo muitas mulheres brancas trabalhando com búzios, com esta identidade. Aí eu comecei a entender que impacto, né? Essas joias ancestrais, afrofuturista, podem impactar na sociedade. E estética é uma estética que é grande, que é linda e que ela realmente incomoda, porque um preto empoderado quando chega ornado, como rei, como rainha, realmente incomoda, sabe? Eu acredito que seja muito isso— Empreendedora 1.

E2 explica como seus produtos acompanham as tendências do momento e como aplica isso nas suas divulgações, indagando os gostos e as preferências dos consumidores:

[...] a gente trabalha com vários tecidos, vários materiais daqui. O material brasileiro ou de lá de fora, assim. Mas a gente não traz mais tecido de fora. O que eu quis dizer com isso? É que eu me identifico como um brasileiro. Tipo, pra poder oferecer meu produto. E o que eu faço? Eu pego as estampas que vem da África, que são desenhados na África, que eu aplico nos tecidos daqui. Eu desenho as roupas daqui como brasileiro, tá? Você não vai ver um moletom, por exemplo, com estampa afro, tudo, lá por exemplo, em Benin, porque lá o clima é diferente, entende? O clima lá é bem diferente. Você vai ver o frio aqui no Rio Grande do Sul, com um jaquetão assim coloridão, ninguém tem lá. Você não vai encontrar assim uma jaqueta que a trinta e dois graus lá, aqui já, tem por exemplo, é... o... é nossa, como se diz? Nosso diferencial, entendeu? De poder se identificar o nosso público como um público diferente [...]— Empreendedor 2.

Nessa fala, o entrevistado reflete sobre a importância de manter a identidade de um povo através da moda. Como empreendedor, ele estuda tendências e aplica

os desenhos dos tecidos africanos em malhas brasileiras, transformando-os em roupas versáteis. Os modelos de roupas que estão na moda no Rio Grande do Sul agora são confeccionados com tecidos que trazem a arte dos desenhos africanos. Isso oferece um benefício significativo para todos os consumidores da moda afrocentrada, promovendo potência, orgulho e a criação de uma identidade única.

E2 compara os comportamentos dos consumidores em Benin e no Brasil:

[...] Porque a gente sempre busca o que que o pessoal gosta, sabe? Tipo, se tu for na cerimônia beninense, uma das cerimônias, por exemplo, na minha cidade, tá? E tu vê as pessoas estão coloridas, cada pessoa, roupa, turbante gigantesco, essas mulheres com bundão, com o quadrilzão assim mostrando gigantesca assim, mulher fofinha e tal. E tu compara uma cerimônia aqui, por exemplo. Você vai ver, que aqui as pessoas já querem se manter em estilo daqui, apesar que usando roupas afro, sabe? Eu vou ser... tu é... tu é... eu sou fiel ao meu estilo, lá também eles são fiéis ao estilo, por exemplo, sabe? Aqui tu vê as pessoas usam calça moletom, coloridas, tudo mais. E lá, geralmente, se não for mulher que tem 18, 19 anos, estão crescendo... agora na globalização, na mundialização, geralmente não usa calça. Eu, nunca vi minha mãe usar calça, por exemplo, entendeu? Então o que eu quis dizer? É que a gente traz as estampas, mas a gente aplica na moda brasileira. Sabe? Basicamente é isso, porque eu acho que se você quer vender, eu estou falando agora como empreendedor. Se tu quer vender, você pesquisa. Você vê o que que tu tem que fazer pra que o outro possa ver e dizer olha, essa aqui que eu quero. Entende? Então basicamente é o que a gente faz, eu acho que a gente olha pro Benin, olha pra África pega as estampas que o pessoal daqui pode gostar, e não são todas as estampas, sabe? Tipo, muita gente não... não gosta muita gente não gosta daquela extravagante de cores, por exemplo, tá? Então você tem que saber de tudo isso, que tem homens que não gosta de uma coisa assim, entendeu? E tem homem que já gosta. O pessoal daqui do Sul, por exemplo, não é muito das coloridas, coloridas. Se tu for pra São Paulo, Rio, Bahia, aí já são mais acostumados, entendeu? Então, um empreendedor que não tá pronto pra... pra isso, acho que você não vai vender não, não vai vender. [...] Tem que entender sobre os hábitos comportamentais das pessoas, as mentalidades deles pra poder oferecer um produto. Eu acho que todas as empresas crescem com base na cultura [...]. Você tem que levar em consideração a cultura primeiro, antes de querer oferecer o produto. Senão você vai gastar todo o teu dinheiro e não vai vender [...].— Empreendedor 2.

As observações de E1 e E2 ressaltam a propensão, a possibilidade e a capacidade que a moda afrocentrada tem de conectar pessoas com suas raízes culturais e promover uma compreensão mais profunda da diversidade cultural. Coelho Rocha e Moreira Casotti (2017) sublinham que as representações culturais dos negros frequentemente sofrem com a invisibilidade e a estigmatização, operando sob uma lógica predominantemente branca. A moda afrocentrada, por outro lado, desafia essa lógica ao destacar e celebrar a riqueza cultural africana e afro-brasileira.

As entrevistas revelam que, embora os empreendedores enfrentem desafios significativos em termos de representatividade e aceitação no mercado, eles também

percebem a moda afrocentrada como uma poderosa ferramenta de expressão cultural e afirmação identitária. Através de suas criações, eles não apenas atendem às necessidades estéticas e funcionais de seus clientes, mas também reforçam um sentido de orgulho e pertencimento cultural.

A moda afrocentrada, portanto, além de ser uma questão de estilo ou tendência, é um movimento cultural e social que reafirma identidades, celebra heranças e promove a inclusão e o diálogo intercultural. Com cada peça vendida e cada história contada, a moda afrocentrada constroi pontes, educa e inspira, contribuindo para um mundo mais diversificado e inclusivo.

4.2 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS COM CONSUMIDORES

A moda é frequentemente vista como uma manifestação superficial de tendências, mas para muitos, ela representa mais do que isso, especialmente quando se trata da moda afrocentrada. Os consumidores entrevistados variam em idade, profissão e experiências de vida, mas todos compartilham um elo comum em sua busca por uma moda que reflita suas raízes culturais e históricas. As entrevistas foram estruturadas para abranger diversas dimensões da experiência com a moda afrocentrada, incluindo a influência dessa moda na percepção pessoal de estilo e identidade, seu papel na expressão cultural e representatividade, e o impacto que tem na visão de mundo e interações sociais dos consumidores.

Cada resposta oferece uma visão única sobre o significado pessoal e coletivo encontrado nos tecidos, cores e estilos da moda afrocentrada. Através destas conversas, fica evidente que a moda afrocentrada é mais do que uma escolha estilística; ela é uma afirmação de identidade, um ato de resistência contra padrões dominantes de beleza e cultura eurocêntrica, e um importante pilar de apoio para a autoestima e saúde mental dos indivíduos.

4.2.1 Experiência Pessoal e Percepção na Moda Afrocentrada

Este segmento examina como a moda afrocentrada influencia a experiência pessoal e a percepção dos consumidores. As entrevistas destacam a interação dos consumidores com a moda afrocentrada e como isso impacta sua autoimagem e

percepções culturais. Este tópico é vital para entender como os indivíduos incorporam a moda afrocentrada em suas vidas diárias e qual o significado mais profundo que ela carrega em termos de identidade e expressão cultural.

Tostes (2016) aborda a moda como um processo contínuo que ocorre tanto internamente no indivíduo quanto em seu ambiente externo, sugerindo uma interação dinâmica onde o indivíduo é tanto influenciador quanto influenciado pelas tendências da moda.

C1 relata como o interesse por tecidos afro foi despertado pela influência familiar: "minha irmã... começou a pesquisar sobre roupas afro... passar pra gente... significado das cores... Eu fui me interessando também." Essa declaração reflete a perspectiva de Tostes sobre a influência ambiental e interpessoal na percepção da moda. C2, ao discutir suas origens na capoeira, no reggae e no samba, menciona:

Eu comecei na capoeira Angola, e na capoeira Angola eu comecei a ver alguns mestres da Bahia com calça, com bata, indo na roda, né? Com algum gorro, alguma touca, mas aqui nós usava tipo uma camisa do Bob Marley, do Peter Tosh [...], então eu ligo ela desde o meu início lá da capoeira, conheci no reggae, no samba. Aí depois esse círculo, esse meio me proporcionou um círculo de amizade o qual também eu me deparei com essas pessoas que trabalhavam, investiam na moda afro e vendiam, né? - C2

O samba e o reggae influenciaram sua percepção de moda, demonstrando como experiências culturais moldam a percepção pessoal da moda, alinhando-se com a ideia de Tostes (2016) de que a moda é um fenômeno sociocultural e interpessoal.

C5 interage relatando que a moda afro é uma questão de resgate cultural:

eu acho que é uma relação de resgate, assim resgate cultural, resgate histórico, de autoestima também, né? Quando a gente, quando nós, pessoas negras crescemos com referências brancas, assim, eu acho que a partir do momento que tu se depara com essas referências afrocentradas, assim eu acho que tu consegue buscar outras referências né? Buscar referências que tenham mais a ver com o nosso povo, com a nossa cultura, com as nossas coisas. - C5

Segundo Pontes (2013), a identificação pessoal pode ser influenciada por traços comuns que as pessoas veem em outros que admiram, o que pode fortalecer a identidade individual e o senso de comunidade. Lima *et al.* (2017) expandem essa ideia ao discutir como a identidade é uma construção social contínua, influenciada por interações e experiências cotidianas. Ambrosio *et al.* (2022) acrescentam que a escolha do vestuário pode refletir resistências culturais e enfrentamentos contra normas opressivas, impactando significativamente a percepção pessoal e social.

C1 compartilha:

É influência sim, no meu estilo de vida. No sentido assim, de me trazer orgulho, sabe? De me trazer orgulho de estar com aquele tecido, de estar usando aquela roupa, porque aquilo me remete a minha ancestralidade. - C1

Este relato de C1 ressalta como a moda afrocentrada reforça seu orgulho e conexão com as raízes culturais, ilustrando a teoria de Pontes sobre a busca por identificação através de traços comuns.

C4 menciona:

[...] eu já era uma mulher, porque na verdade eu tenho quarenta e seis anos. Mas eu fui entender realmente o que é ser mulher negra aos trinta e cinco anos. Né? Então foi nessa época que eu tive esse contato com a negritude, com as raízes, com a ancestralidade, assim, com consciência de saber o que é ser uma mulher negra no tempo e no espaço. - C4

A revelação de C4 sobre o papel da moda afrocentrada em sua descoberta de identidade pessoal exemplifica a teoria de Lima *et al.*, mostrando como a identidade é moldada e remodelada através de interações culturais e sociais.

C3 explica a cautela ao usar moda afrocentrada no trabalho:

[...] Como eu trabalho com muito homem, eu sei que eu vou chamar atenção. Então, eu não quero provocar essa atenção. Então, eu vou, simples, mas às vezes me dá vontade de usar um vestido africano, só que os vestidos são tudo coloridos, né? E marcantes. Então, pra não ter olhares, não chamar atenção eu acabo não usando [...]. - C3

Este comentário de C3 destaca o desafio de enfrentar normas estéticas dominantes, ecoando as discussões de Ambrosio et al. (2022) sobre como a escolha do vestuário pode ser um ato de resistência cultural e social.

A sociedade patriarcal e machista, arraigada em muitos contextos ao redor do mundo, impõe barreiras significativas ao comportamento e às escolhas individuais, especialmente para as mulheres negras. Essa estrutura social não só limita a liberdade de ser e agir, como também perpetua estereótipos racistas e sexistas. A mulher negra frequentemente é objetificada e sexualizada, o que reflete uma intersecção de opressões raciais e de gênero. Essa visão distorcida impacta negativamente na forma como suas capacidades profissionais, intelectuais e pessoais são percebidas, confinando-as a papéis limitados e desvalorizados na sociedade.

As entrevistas fornecem gatilhos sobre como a moda afrocentrada serve como uma ferramenta poderosa para a expressão de identidade e resistência cultural. Ela permite que os indivíduos reforcem seu orgulho cultural e ancestral, mas também desafiam as percepções e normas sociais predominantes. Ao fazer isso, a moda

afrocentrada transcende seu papel como simples elemento de estilo e se torna um símbolo significativo de afirmação pessoal e empoderamento cultural.

4.2.2 Autoestima, Orgulho Étnico e Empoderamento

Este segmento analisa a influência da moda afrocentrada na autoestima, no orgulho étnico e no empoderamento dos consumidores. Exploramos como os elementos estéticos e culturais da moda afrocentrada fortalecem a identidade pessoal e comunitária dos indivíduos, permitindo-lhes expressar suas raízes culturais e contribuir para o fortalecimento econômico e social de suas comunidades.

Conforme descrito por Ambrosio et al. (2022), a escolha de vestuário pode ser uma forma poderosa de resistência cultural e reconstrução da identidade, especialmente em contextos marcados por histórias de marginalização e colonialismo. Pontes (2013) reforça que a identificação com elementos culturais específicos pode aumentar a autoestima e fortalecer o senso de pertencimento. Munanga (1988) e Lima et al. (2017) discutem como o empoderamento através da afirmação cultural e econômica é crucial para a reconstrução identitária e para a resistência contra a opressão estrutural.

C2 expressa:

Tu ter um histórico voltado em meios afros, esse aprendizado além da gratidão que eu tenho por este meio, né? Que vem das matizes, das diásporas todas. Ah, uma forma também de tá representando ali e o cara que sabe que tu tá vestido com aquilo ali, te conhece, sabe o teu pensamento, teu pensamento é antirracista, tua postura, tua atitude, né? Hoje em dia isso é uma coisa que tem que tá presente, como ter dread na cabeça. - C2

Este comentário ilustra como a moda afrocentrada aumenta a autoestima de C2, ao mesmo tempo que lhe proporciona uma plataforma para a expressão cultural e educação, alinhado às teorias de Ambrosio et al. (2022) sobre a resistência e reconstrução identitária.

C5 detalha:

Eu acho que a moda afrocentrada, ela influencia de várias formas, assim. Eu acho que a autoestima, acho que é uma das principais, assim. Mas eu acho que eu passei a tentar consumir mais coisas de pessoas negras, roupas, produtos de cabelo essas coisas. [...] Eu acho que o dinheiro também tem que circular mais entre a gente. - C5

A perspectiva de C5 evidencia o impacto econômico da moda afrocentrada, promovendo não só a autoestima individual, mas também contribuindo para a sustentabilidade econômica da comunidade, refletindo as discussões de Munanga e Lima et al. sobre empoderamento e sustentabilidade.

C1 relata como a moda afrocentrada afeta sua auto estima e orgulho étnico:

Sim, isso faz com que a gente sinta mais orgulho. Isso é uma maneira também de, é um afago, é um carinho que a gente sente. E é uma maneira de... é um orgulho de estar vestindo aquela roupa, ou um tecido em si. Pode até não ser uma roupa toda no tecido afro, mas que tenha uns detalhes, pra mim já basta. Porque já é uma identificação e é um orgulho. Porque isso... isso vem toda aquela questão, né? Que a gente tem da nossa ancestralidade, do nosso povo que passou por tanta dificuldade, né? Pra ter, pra poder... pra gente hoje estar aqui. Os nossos ancestrais, nossos avós, bisavós, tataravós passaram por tanta dificuldade pra gente poder estar aqui hoje [...]. - C1

C5 ainda complementa:

[...] eu acho que, no geral, assim, quando a gente não tem essas referências, né? Quando a gente cresce ali criança, tu vendo que o bonito não é o negro, a idealização não é um ser negro [...]. Então quando tu recupera essa negritude, essa coisa de eu sou negro, eu tenho orgulho disso. Eu acho que são pequenas coisas, né tipo, uma peça de roupa, por exemplo, sei lá, uma camiseta com um mapa do continente africano, ou um casaco com estampas étnicas. Parecem ser pequenas coisas que talvez pra outras pessoas sejam assim, mas eu acho que além de serem peças de roupas muito bonitas, eu me sinto muito bem quando eu uso essas roupas [...]. - C5

As entrevistas confirmam que a moda afro desempenha um papel significativo na melhoria da autoestima, no cultivo do orgulho étnico e no empoderamento econômico dos indivíduos. Este impacto fortalece os indivíduos em suas expressões pessoais e identidades culturais, e também contribui para a construção de uma comunidade mais forte, inclusiva e economicamente sustentável. A moda afrocentrada, portanto, transcende o seu papel tradicional como vestuário e se estabelece como um importante veículo de mudança social, cultural e econômica.

4.2.3 Significado Cultural e Representatividade

Neste item exploramos como a moda afrocentrada reforça o significado cultural e amplia a representatividade dentro da comunidade negra. As entrevistas focaram em como essa moda influencia a percepção de identidade e inclusão cultural dos consumidores, destacando o papel da moda afrocentrada como uma ferramenta essencial para a educação cultural, a resistência social e a celebração da diversidade.

Munanga (1988) discute como a negritude é uma resposta cultural e histórica à opressão e ao colonialismo, destacando a importância da moda como uma forma de manifestar resistência cultural e reafirmar identidades. Lima *et al.* (2017) enfatizam que a identidade cultural é continuamente moldada através de interações sociais, e a moda pode ser um meio poderoso para essas expressões. Ambrosio *et al.* (2022) adicionam que a representatividade na moda pode combater estereótipos e promover uma maior inclusão e aceitação de diversidades culturais.

C3 reflete sobre o impacto do eurocentrismo nas práticas de identidade cultural, especialmente relacionadas ao cabelo e ao vestuário: Este relato se alinha com várias teorias socioculturais que discutem a colonialidade, a identidade e a resistência cultural:

[...] porque principalmente aqui no Sul, a gente veio de uma sociedade querendo ou não racista. A gente veio das nossas mães, dos nossos parentes alisando o cabelo. Porque era uma cultura [...], a gente não queria ter o cabelo ruim. [...] pra nós naquela época, pelo menos, né? Era normal tu alisar o cabelo. Porque a gente alisava? Não sei, porque a gente não tinha essa construção, a gente não tinha essa ideia do povo preto, a gente sabia o que que era racismo [...] Eu passava henê no cabelo, né? Então a gente achava bonito [...]. Hoje a gente sabe porque acontecia isso, entendeu? Porque a sociedade impôs pra nós essa cultura. E aqui no Sul a gente tinha essa cultura. A gente usava cabelo liso, não se usava muita coisa colorida, roupa colorida, a gente tinha vergonha de sair e usar roupas muito cheguei. Então a gente era normalzinha. Não sei. Agora a gente sabe que é pra caber na sociedade. Entendeu? Mas antigamente, hoje a gente tem mais acesso à informação [...]. - C3

Ambrosio *et al.* (2022) e Munanga discutem como os legados coloniais continuam a afetar as percepções de beleza e as práticas culturais nas comunidades negras. O alisamento do cabelo, mencionado na entrevista, é um exemplo clássico de como padrões de beleza eurocêntricos foram impostos às comunidades negras, fazendo com que características naturais, como o cabelo crespo, fossem vistas como 'ruins' ou menos desejáveis. A entrevistada reflete sobre essa prática como algo que não era questionado anteriormente, devido à falta de conscientização sobre suas raízes racistas.

C4 complementa:

[...] hoje em dia o negro está em moda, né? Hoje em dia a gente vê por aí as pessoas sem a vergonha, que tinham de usar o seu cabelo natural né? Sem precisar alisar por padrões, que a sociedade impõe. Então hoje em dia está muito em alta isso. A gente vê o orgulho que as pessoas têm de demonstrar a sua origem e a sua raça [...]. - C4

C2 descreve uma cena em uma festa, destacando a expressão cultural através do vestuário:

[...] Vamos numa festa agora, ah de um lugar considerado, traje esporte, auto esporte, aí vai o tiozinho vai de terno azul marinho, outro tio vai de cinza, o outro vai de terno preto igual segurança, entendeu? Que eles botaram lá que inventaram, e aí chega lá dois, três caras, um num terno todo de tecido afro ou somente um blazer, assim. E acho que ele sabe o que ele está fazendo, ele está na vibe dele, no axé dele. Sentindo bem com aquilo, vibrando, com as cores. Enquanto talvez o outro possa olhar e achar engraçado fazer piada com tecido, aí vem o racismo e a questão eurocêntrica criada em cima dos padrões que tem que ser, né? Tipo locais, tons pasteis, aquela coisa toda. E o afro é cor, afro que tem a questão espiritual né? Muito imposta no desenho de tecido, tem a questão muitas vezes tribal e tal. Então assim, e também é nascido, é vindo de lá, é raiz, não tem e se de algum motivo alguém um dia tentou diminuir uma etnia, por um lado um dia pode ter conseguido, por outro jamais ia conseguir ou conseguirá, jamais [...]. - C2

Esta descrição evidencia a interseção entre identidade cultural, expressão pessoal e dinâmicas sociais, especialmente em contextos em que o vestuário é um elemento significativo de comunicação de identidades culturais e pessoais, conforme discutido por Munanga (1988).

C1 destaca a influência crescente e a importância cultural da moda afrocentrada, que vai além das fronteiras raciais e culturais tradicionalmente percebidas:

Ela vem mostrar que não é somente a moda, a construção da moda européia, enfim... que se destaca, né? A moda afrocentrada ela também tem o seu destaque. Tanto que hoje a gente vê que a roupa afro, ela não é só usada pelos afros, ela também é usada pelos não afros. Então, ela é, ela traz essa desconstrução também, ela traz essa outra visão da nossa identidade, né? Pra que as pessoas também vejam que a roupa ela é uma identidade, mas ela vai além dessa beleza do tecido, né? Que ele tem vários significados, né? No momento que a gente passa a estar conhecendo mais, a gente vai se encantando cada vez mais. - C1

A moda afrocentrada demonstra ser uma poderosa ferramenta de expressão e resistência cultural, capaz de educar, desafiar normas opressivas e celebrar a diversidade. As entrevistas revelam que, através do vestuário, indivíduos não apenas expressam sua identidade única, mas também fomentam um diálogo sobre inclusão, aceitação e valorização da diversidade cultural, promovendo uma sociedade mais inclusiva e representativa.

4.2.4 Impacto Social e Visão Futura

Aqui abordamos o impacto social da moda afrocentrada e as perspectivas para o seu futuro, explorando como essa forma de expressão não apenas molda a identidade cultural, mas também como promove mudanças sociais significativas. Investigamos como a moda afrocentrada desafia estereótipos, promove a inclusão e impulsiona a sustentabilidade econômica dentro da comunidade negra.

C2 reflete sobre o impacto cultural e social positivo dos avanços na representação na mídia e no entretenimento, mencionando atores como Lázaro Ramos que exemplificam a contribuição afrocentrada para a cultura popular. Isso reforça a visão de que a moda e outras formas de expressão cultural podem ajudar a desmistificar e redefinir narrativas históricas distorcidas:

[...] aí passou a ter novelas, passou a ter seriado, alguns filmes, né? Que exaltam, atores, tipo Lázaro Ramos, da vida que tem esse contexto bacana, o qual a gente está tratando. Eu acho que ele é um cara que tem a ver com isso bastante, né? E acho que o impacto dele é muito positivo e necessário e cada vez mais necessário, né? Porque, vamos desmistificar tudo o que mistificaram, que na realidade não é a palavra, eles não mistificaram e sim deturparam, eles se apropriaram, roubaram, entendeu? - C2

C4 explica:

[...] às vezes as pessoas elas meio que se chocam, né? E às vezes não, às vezes elas acham que, ah, que bonito, que diferente, né? O colorido, a forma da, da, das roupas, né? E é como eu penso, né? É uma, é uma, é uma expressão, né? A roupa que a gente usa é uma expressão, ela é tipo assim, é como a raça. Ela diz, chega primeiro e a roupa ela te apresenta como tu é. Como tu vive, a maneira, as coisas que tu gosta. Eu vejo nesse sentido assim a roupa que tu usa diz muito a maneira que tu vive a pessoa que tu é identidade. Ver a identidade, o orgulho de ser de ser daquele determinado grupo, daquele determinado, daquela determinada etnia, daquela determinada raça [...]. - C4

C5 discute o impacto econômico da moda afrocentrada, sublinhando como o consumo de produtos culturais dentro da comunidade negra pode fortalecer economicamente a população negra e, por extensão, a economia geral. Ela menciona o conceito de "*Black Money*", enfatizando a importância do poder de compra dentro da comunidade negra e a necessidade de maior acessibilidade econômica:

Eu acho que o impacto econômico, é um impacto muito positivo. Eu acho que quando a gente fala em economia, a gente sabe que a população negra é uma população que ela vem de um processo histórico muito complicado, na nossa sociedade, né? Então as coisas nem sempre foram tão fáceis pra gente, pessoas negras, eu acho que quando a gente passa a consumir dessas pessoas, ah eu vou, vou trançar o meu cabelo, eu vou trançar com uma pessoa negra, eu vou comprar minhas roupas com uma pessoa negra, com uma pessoa que veio do continente africano que importa esses tecidos, assim. Eu acho que isso tem um impacto muito forte pra sociedade em geral,

mas acho que pra população negra assim né? Eu acho que quando a gente fala disso a gente lembra muito da expressão Black Money, que acho que é isso assim eu acho que o nosso dinheiro tem muito valor, apesar de a sociedade às vezes pensar o contrário, assim e é isso né? As pessoas negras elas têm, muitas pessoas negras têm um poder de compra muito pequeno, mas tem pessoas negras que tem o poder de compra muito grande. Eu acho que influencia muito nisso assim, na economia, na estética também, né? Hoje em dia não só pessoas negras, mas pessoas brancas também passam a aderir a esse tipo de roupa, a esse tipo de cabelo, de bijuterias, enfim, essas coisas. - C5

Sobre o futuro da moda afrocentrada, C1 ressalta:

Então em termos de destino ela pode ser mais aproveitada também não só em roupas, né? A gente pode usar também em utensílios. Ela pode ser ela pode estar no nosso sofá, na nossa cama, nos nossos lençóis, nos nossos travesseiros, ela pode estar em toda a parte, né? Ela pode ser ampliada. Claro que as roupas também podem ser ampliadas, que a gente não precisa usar só a roupa com todo o tecido africano, a gente pode usar com detalhes. Né? E assim vai facilitar pra pessoas de baixa renda poderem também estar usufruindo dessa moda. Porque muitas pessoas querem usar mas acabam se limitando, acabam ficando limitadas em função da sua situação financeira.- C1

C2 concorda com C1 e complementa:

[...] eu acho que tem que ter também uma, vou chamar de uma segunda linha, uma moda mais acessível, mais acessível do que a gente vê por aí, né? Que é artesanal mesmo e que tem que ser, o tecido é caro, é tudo, né? Enfim, é? Mas tem que ter uma, até tem um tipo de tecido, tem o que vem de lá (da África) e tem uns que dá pra se fazer hoje, né na questão da malha? Pra comunidade com menos poder aquisitivo, né? Tem que ter pra tudo, pra todos, todas e todes, e é isso aí [...]. A questão histórica do povo negro no Brasil, né? A gente sabe, né? [...] Nós temos muitas pessoas, famílias negras com um ganho menor que algumas famílias caucasianas aí tradicionais, sabe? [...] Tu vai ver hoje em dia e, honestamente justamente, o negro de presidente numa empresa, numa firma, né? Mas tu vai ver muitos ali na portaria, na higienização, então a gente sabe a questão histórica disso, né? A gente sabe nas comunidades, nas periferias, né? No Brasil há cinquenta e quatro por cento de pessoas pretas e pardas, como falam. Então, a gente sabe que pessoas da comunidade que são adeptas à religião de matriz africana, também se identificam. Então na comunidade, independente da sua etnia, da sua descendência. Então tem que ter a peça com o valor acessível. Mas não pode deixar de ter a peça daquela pessoa que está na luta há anos, que faz ali no fundo do quintal ou que com a glória, com a graça conseguiu hoje ter uma empresa maior e que tenha cada vez mais empresas neste segmento, né? [...] A moda engloba acessório tudo, né? [...] boné, cabelo. Aqui na minha mesa tem um conjunto de tecido africano que o nome dele é jogo americano, eu comprei de umas meninas da África do Sul eu falo no jogo africano que é um do tampa-prato né? O meu jogo africano de tecido Afro. Então né? Tu [...] pode fazer da tua casa a tua pequena África. - C2

C1 e C2 expressam a necessidade de expandir o alcance da moda afrocentrada para incluir não apenas roupas, mas também itens domésticos, aumentando assim sua presença e impacto cultural. Eles também discutem a

importância de tornar a moda afrocentrada mais acessível para pessoas de todas as capacidades econômicas.

C3 concorda com C1 e C2:

[...] eu gostaria de saber porque que se torna roupas e tecidos muito caro entendeu? Então não é de fácil acesso [...]. Ganhamos menos na quantidade, talvez temos menos dinheiro no banco pra poder comprar né? Não é todo mundo que vai conseguir comprar uma roupa africana porque é o tecido é caro, a roupa é cara [...]. Então eu acho que de estilo e cultura não precisa mudar mais nada e sim a forma de repente do trabalho, da venda ou baratear um pouco mais ou de repente pegar tecidos um pouco mais baratos mas de fácil acesso pra outras pessoas da população negra ter o mesmo acesso que a gente tem hoje [...]. - C3

C5 complementa:

Acho que às vezes eu me questiono muito sobre a questão do valor. Mas é isso né? Quando tu quer uma coisa bonita, uma coisa bem feita ela não vai ser barata né? E é isso, o tecido vem de outro continente, então a primeira coisa que me vem à cabeça: ah, o que eu vejo pro futuro, seria interessante que fossem mais baratas. [...]Enfim, eu acho que o que eu gostaria de ver no futuro é que fosse algo mais acessível, né? [...] E que todas as pessoas negras pudessem ter a acessibilidade a essas roupas [...], poder fazer trança, poder usar o cabelo do estilo que bem entenda. E enfim, e quanto a aceitação social, acho que de certa forma já é assim aceito, né? Às vezes até apropriado indevidamente. [...] O que eu gostaria mesmo assim pro futuro, é que mais pessoas negras tivessem acesso a essas roupas. - C5

Os participantes expressam desejo por uma maior acessibilidade e inclusão no futuro da moda afrocentrada. Eles visualizam uma expansão que não se limita a roupas, mas se estende a outros aspectos do cotidiano, como decoração de casa e acessórios pessoais. Isso reflete uma aspiração para que a moda afrocentrada se torne uma parte integrante e acessível da vida diária para todos, independentemente de sua situação financeira.

As entrevistas ilustram bem que a moda afrocentrada é mais do que uma expressão de estilo; é uma força motriz para mudança social, inclusão cultural e empoderamento econômico. A visão futura para a moda afrocentrada, conforme articulada pelos entrevistados, não é apenas sobre manter a identidade cultural, mas também sobre expandi-la para alcançar uma maior aceitação, acessibilidade e integração em todos os aspectos da vida social. Ao desafiar as normas coloniais e promover a inclusão, a moda afrocentrada tem o potencial de remodelar o tecido social, tornando-o mais inclusivo e representativo de sua diversidade cultural.

4.2.5 Visão Geral e Contexto Teórico

As entrevistas com empreendedores e consumidores revelam perspectivas ricas sobre a moda afrocentrada, abordando desde motivações pessoais até impactos sociais e culturais mais amplos. O diálogo entre as narrativas de empreendedores e consumidores, alinhado com o referencial teórico de autores como Munanga (1988) e Ambrosio *et al.* (2022), oferece uma visão multiforme da moda afrocentrada como uma forma de expressão cultural, resistência social e ferramenta de empoderamento econômico.

Empreendedores como E1 e E2 destacam a inspiração pessoal e cultural em suas criações. E1 traz à tona a influência de sua mãe e da dança afro, que se refletem em suas joias, enquanto E2 enfatiza a importância das cores e estampas que expressam a originalidade e a emoção cultural africana. Essas motivações ressoam com os consumidores que, conforme expresso nas entrevistas, valorizam a moda afrocentrada não apenas por seu apelo estético, mas por sua capacidade de conectar-se com a herança cultural africana e reafirmar a identidade negra.

Enquanto os empreendedores discutem os desafios práticos e representativos no mercado, os consumidores compartilham suas experiências pessoais enfrentando estereótipos e a luta por maior aceitação cultural. E1, por exemplo, relata dificuldades de aceitação no bairro onde mora, enquanto os consumidores, como C4 e C5, discutem como a moda afrocentrada os ajuda a desafiar percepções sociais e promover a inclusão. Estas narrativas reforçam a teoria de Munanga sobre a negritude como resistência cultural e Ambrosio *et al.* sobre a moda como um desafiador de estereótipos raciais.

Pudemos observar que tanto os empreendedores quanto os consumidores reconhecem o impacto social significativo da moda afrocentrada. E2, por exemplo, vê a moda afrocentrada como um meio de empoderamento econômico, enquanto consumidores como o C5 destacam o impacto do "*Black Money*" na economia. Ambos os grupos também expressam otimismo sobre o futuro da moda afrocentrada, sugerindo que ela continuará a expandir sua influência e acessibilidade.

A comparação das entrevistas com empreendedores e consumidores ilustra uma imagem complexa e potente da moda afrocentrada. Ela não é apenas uma tendência de moda; podemos dizer que é um movimento cultural profundamente

enraizado em questões de identidade, resistência, potência e empoderamento. As narrativas entrelaçadas dos empreendedores e consumidores, junto com o suporte teórico, destacam a moda afrocentrada como uma plataforma significativa para mudanças sociais, culturais e econômicas. Este diálogo entre as diferentes perspectivas revela a moda afrocentrada como um elo entre o pessoal e o coletivo, o estético e o social, mostrando que a moda pode ser uma força transformadora na sociedade.

5 RESULTADO E DISCUSSÃO

5.1 RESULTADOS DAS ENTREVISTAS COM EMPREENDEDORES

Os empreendedores da moda afrocentrada foram bastante detalhistas ao explicar suas motivações, desafios e o impacto de seus produtos. Eles vêem a moda afrocentrada como um meio potente para expressar identidade e resistir culturalmente. E1, por exemplo, mencionou que sua mãe e a dança afro foram suas principais inspirações para criar suas joias. Já E2 falou sobre a importância de criar roupas com cores e padrões que reflitam a individualidade de cada cliente. Eles também discutiram as dificuldades que enfrentam, como a falta de representatividade e a necessidade de se manterem atualizados com as preferências dos consumidores. E1 destacou como é difícil ser uma mulher negra empreendedora em uma comunidade majoritariamente branca, enquanto E2 falou sobre a importância de entender e atender aos desejos dos clientes para oferecer produtos que realmente façam a diferença.

Ambos os empreendedores realizam vendas principalmente pela internet. E2, embora tenha uma loja física, destaca que a maior parte de suas vendas ocorre pelo site da empresa e pelo Instagram. Isso mostra como a presença online é essencial para alcançar um público mais amplo e engajado. Além disso, E2 utiliza estampas de tecidos africanos, que são impressas em malhas brasileiras, para confeccionar as roupas, adaptando-as ao gosto e às necessidades dos consumidores locais.

5.2 RESULTADOS DE ENTREVISTAS COM CONSUMIDORES

Os consumidores de moda afrocentrada discutiram a forma em que a moda os afeta e suas identidades. O resultado abordou a necessidade de moda afrocentrada para a expressão de orgulho étnico e a elevação da autoestima do cliente. C2, embora branco, relacionou-se ao nível extremo de diversidade cultural que a moda afrocentrada representava. O fator cultura e a representatividade atribuída a ela também foram destacados pelos consumidores. C3 e C4 disseram que, através de suas escolhas de roupas, são capazes de reafirmar sua identidade afro-brasileira e celebrar suas raízes culturais.

A moda afrocentrada é um instrumento essencial para a construção da identidade e a promoção do orgulho étnico entre seus consumidores. Os resultados indicam que, além de ser uma declaração de estilo, a moda afrocentrada é uma forma de resistência cultural e afirmação de identidade. Ela desafia as normas estabelecidas de beleza e ajuda a promover uma maior inclusão e diversidade na sociedade.

6 CONCLUSÃO

Esta pesquisa mostrou que a moda afrocentrada além de ser uma escolha de estilo é uma potente forma de expressão cultural e identidade. Através das entrevistas com empreendedores e consumidores, ficou evidente que a moda afrocentrada faz com que a comunidade negra reafirme suas raízes e resista contra os padrões culturais dominantes.

Durante a coleta de dados, ficou nítido que a moda afrocentrada desempenha um papel essencial na valorização das nossas raízes e na construção de uma identidade positiva para a comunidade negra. Os empreendedores que entrevistei, assim como eu, enfrentam desafios constantes em um mercado que ainda não está totalmente preparado para abraçar a diversidade cultural que representamos. No entanto, eles demonstram uma resiliência admirável, utilizando suas criações para contar histórias, preservar tradições e desafiar padrões estabelecidos.

Os consumidores, por sua vez, enxergam na moda afrocentrada uma forma de se conectar com suas origens e de afirmar sua presença em uma sociedade que muitas vezes tenta silenciar nossas vozes. Como consumidor, entendo

profundamente o significado de cada peça de roupa que visto — ela não é apenas uma escolha estética, mas uma declaração de quem sou e de onde venho.

Este estudo também me permitiu perceber as lacunas existentes no mercado, como o alto custo das roupas de moda afrocentrada, que limita o acesso de muitos dos nossos irmãos e irmãs. Isso aponta para uma necessidade urgente de repensar estratégias que tornem essa moda mais inclusiva e acessível, permitindo que mais pessoas possam expressar seu orgulho e sua identidade através do que vestem.

Finalmente, a moda afrocentrada é uma prova viva de que nossa cultura é potente e cheia de história. Ela nos oferece a oportunidade de nos expressarmos de maneira autêntica, enquanto desafia as normas estabelecidas e promove uma maior aceitação e inclusão. Como futuro gestor, levo comigo a responsabilidade de promover essa inclusão, de valorizar nossa cultura e de lutar por um mercado que seja justo, inclusivo e representativo.

Espero que este trabalho contribua para uma maior conscientização e valorização da moda afrocentrada. Certamente está inconcluso, várias questões poderiam ser aprofundadas e melhor discutidas. Todavia que sirva de inspiração a outros (as/es) a seguirem o mesmo caminho descobertas, de orgulho, de resistência, de identidade e autenticidade.

7 IMPLICAÇÕES TEÓRICAS E GERENCIAIS

7.1 IMPLICAÇÕES TEÓRICAS

Esta pesquisa contribui para a literatura de moda, identidade e cultura, mostrando o papel da moda afrocentrada como uma ferramenta de expressão cultural e resistência. O estudo mostra que a moda pode desempenhar um papel na formação da identidade e autoestima das pessoas, especialmente em configurações multiculturais. As teorias de consumo e identidade são aprimoradas pelas descobertas deste trabalho, em que demonstram que a moda afrocentrada é um fator não apenas na extensão da identidade do consumidor, mas uma força ativa na determinação da percepção do consumidor de si mesmo e de seu povo. A moda afrocentrada não é meramente uma questão estética, mas, de fato, representa uma enorme quantidade de significado de natureza cultural, religiosa e social.

7.2 IMPLICAÇÕES GERENCIAIS

Este estudo oferece uma mensagem para os empreendedores de moda afrocentrada: é essencial ser sensível às necessidades e desejos dos consumidores. Diferenciação e autenticidade são fundamentais para o sucesso e a retenção de clientes. As empresas devem investir em estratégias de *marketing* que realmente celebrem a diversidade e a inclusão, utilizando narrativas que reforcem o vínculo cultural, ancestral e o orgulho étnico. O engajamento com influenciadores e comunidades locais pode aumentar a aceitação e o alcance da moda afrocentrada, além de contribuir para sua visibilidade e impacto social.

Um dos desafios identificados é o alto custo das roupas de moda afrocentrada, que muitas vezes estão fora do alcance do público consumidor principal, que é majoritariamente negro e tem menor poder aquisitivo. No entanto, muitos consumidores conseguem comprar essas roupas parcelando o valor em várias vezes no cartão de crédito. Isso sugere que as estratégias de *marketing* devem considerar essa realidade econômica, oferecendo opções de pagamento acessíveis ou criando linhas de produtos que atendam a diferentes faixas de renda.

Dados do Censo do IBGE mostram que a maioria da população brasileira é preta ou parda. No entanto, o número de lojas que vendem moda afrocentrada ainda é pequeno, e as que existem, sejam físicas ou virtuais, geralmente têm preços elevados. Isso aponta para uma oportunidade de mercado não explorada: há uma demanda potencialmente grande por moda afrocentrada a preços mais acessíveis, o que poderia ser uma estratégia eficaz para ampliar o mercado e promover uma inclusão maior de consumidores.

8 LIMITAÇÕES E SUGESTÕES PARA PESQUISA FUTURA

8.1 LIMITAÇÕES

O presente estudo apresenta algumas limitações. O tamanho da amostra de entrevistados foi qualitativa. Uma amostra quantitativa permitiria ampliar outras dimensões, experiências e opiniões relacionadas à moda afrocentrada. Diferente do

ambiente utilizado para esta pesquisa outras formas metodológicas possibilitariam à ampliação das discussões e análises. Igualmente, não tivemos o objetivo de criar generalizações que seriam incompatíveis em outras culturas e territórios. Todavia, nos propomos a levantar a perspectiva de que a moda afrocentrada é complexa e traz várias dimensões de análise e de acordo com os objetivos propostos dessa pesquisa foram respondidos a contento.

8.2 PROPOSIÇÕES, ESTRATÉGIAS PARA ESTUDOS FUTUROS

Para futuros estudos, propõe-se ampliar a amostra de entrevistados para incluir uma maior diversidade de perfis e regiões. Estudos comparativos entre diferentes contextos culturais e geográficos poderiam oferecer outras percepções sobre o impacto da moda afrocentrada. Incluir métodos quantitativos, como pesquisas com questionários, pode ajudar a complementar os achados qualitativos e fornecer dados mais robustos.

Além disso, seria interessante explorar a perspectiva de consumidores de diferentes faixas etárias e classes sociais, bem como investigar o papel da mídia e das redes sociais na promoção e disseminação da moda afrocentrada. Estudos longitudinais poderiam acompanhar a evolução das percepções e das tendências ao longo do tempo, proporcionando uma visão mais completa do impacto e das transformações na moda afrocentrada.

Futuras pesquisas poderiam investigar mais a fundo o impacto dos preços na acessibilidade da moda afrocentrada para diferentes grupos econômicos, especialmente entre a população negra. Estudar como os consumidores gerenciam suas finanças para adquirir esses produtos pode oferecer outras visões para as marcas, ajudando-as a ajustar suas estratégias de preço e financiamento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGYEMANG, O. Fashioning Africa: Power and the Politics of Dress. London: Bloomsbury Visual Arts, 2016.

ALMEIDA, Anderson Diego da S. A.; LIMA, Maria de Lourdes.; GAIA, Rossana Viana. Santos e orixás: sincretismo, estética e arte afro-brasileira na estatuária da Coleção Perseverança. Revista Crítica Histórica, v. 7, n. 14, p. 1-20, dez. 2016.

AMBROSIO, L.; FONSECA, L. G.; FERNANDES DE ANDRADE, A. B.; SOUSA, D. P.; SILVA, C. R. Cabelos crespos, tranças e Black Power: reflexões sobre o adoecimento de mulheres negras, autoestima e empoderamento. Revista da Associação Brasileira de Pesquisadores/as Negros/as (ABPN), v. 14, n. 39, p. 453-477, 2022. Disponível em: <https://abpnrevista.org.br/site/article/view/1274>. Acesso em: 16 abr. 2024.

BERLIM, Lilyan. Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2020.

BRAGA, Amanda Batista. História da beleza negra no Brasil: discursos, corpos e práticas. São Carlos: EduFSCAR, 2023.

CASHMORE, Ellis. Dicionário de Relações Étnicas e Raciais. São Paulo: Summus, 2000.

CLARANUNESRAINHA. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/claranunesrainha/>. Acesso em: 21 ago. 2024.

COELHO, Ana Raquel; ROCHA, Ana Paula; CASOTTI, Leticia. Reflexões sobre o consumidor negro brasileiro. Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, v. 11, n. 2, p. 47-62, 2017.

COSTA, Jarimara Pires. Moda afro-brasileira na Bahia. 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2018.

DANTAS, Gabriela Cabral da Silva. O surgimento da moda. Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/curiosidades/o-surgimento-moda.htm>. Acesso em: 16 abr. 2024.

DE LUCA, Cecília Brito. A construção de identidade(s) através do consumo colaborativo. 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2018.

DE MATTIA, Naira Cristina. Construção da identidade a partir do consumo. Anagrama, v. 5, n. 2, p. 1-9, 2011.

EVARISTO, Conceição. Literatura negra: uma voz quilombola na literatura brasileira. Um tigre na floresta de signos: estudos sobre poesia e demandas sociais no Brasil. Belo Horizonte: Mazza, p. 132-142, 2010.

FERREZ, Marc. Negra da Bahia, 1885. Disponível em: <https://pt.m.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Negra da Bahia, 1885. Foto de Marc Ferr ez.jpg>. Acesso em: 14 ago. 2024.

GOMES, Nilma Lino. O Movimento Negro Educador: Saberes Construídos nas Lutas por Emancipação. Petrópolis: Vozes, 2017.

HARGER, Patrícia Helena Campestrini. Consumo e discriminação étnico-racial: considerações sobre o mercado de moda afro-brasileira. Revista Percurso, v. 8, n. 2, p. 87-109, 2016.

HARGER, Patrícia Helena Campestrini. O segmento de moda afro-brasileira: conceitos, estruturas e narrativas. ModaPalavra e-periódico, v. 18, p. 95-120, 2016.

HARGER, Patrícia Helena Campestrini; BERTON, Tamissa Juliana Barreto. Moda afro-brasileira: as abordagens da inspiração africana refletida na moda brasileira. In: VI Congresso Internacional de História. Anais [...]. Maringá: Universidade Estadual de Maringá, 2013. Disponível em: http://www.cih.uem.br/anais/2013/trabalhos/92_trabalho.pdf. Acesso em: 16 abr. 2024.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 16 abr. 2024.

KUAVI_AFRICA. Instagram. Disponível em: https://www.instagram.com/kuavi_africa/. Acesso em: 21 ago. 2024.

LIMA, Kédma Cristina Costa; SILVA, Silvia Avelina Ribeiro; CEZAR, Valdete Alves. A vestimenta como símbolo de identidade cultural afro-brasileira. Revista Coletivo SECONBA, v. 1, n. 1, 2017.

LIPOVETSKY, Gilles. O Império do Efêmero: A Moda e seu Destino nas Sociedades Modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LOPES, Nei. Enciclopédia Brasileira da Diáspora Africana. São Paulo: Selo Negro, 2004.

MAIA, Dandara. O vestir político: as estampas wax holandesas como ferramentas de afirmação da identidade afro-brasileira. Volume 12, Número 25, abr. 2019.

MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de Marketing: Uma Orientação Aplicada. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

MARK, Joshua J. Moda e vestuário no Antigo Egito. Traduzido por Ricardo Albuquerque. World History Encyclopedia, 27 mar. 2017. Disponível em: <https://www.worldhistory.org/trans/pt/2-1037/moda-e-vestuario-no-antigo-egito/>. Acesso em: 18 jun. 2024.

MDig. (2024). Imagem de Cena Pré-Histórica. Disponível em: <https://imagens.mdig.com.br/thbs/55158mn.jpg> - Acesso em 22 ago. 2024.

MDig. (2024). Imagem do Homem das Cavernas. Disponível em: https://imagens.mdig.com.br/historia/homem_das_cavernas_06.jpg - Acesso em 22 ago. 2024.

MUNANGA, Kabengele. Negritude – Usos e Sentidos. São Paulo: Ática, 1988.

Pinterest. (2024). Imagens de estilos afrocentrados. Disponível em: <https://br.pinterest.com/search/pins/?q=cabelos%20afros&rs=typed> - Acesso em 23 ago. 2024.

Pinterest. (2024). Ilustrações de Mulheres Usando Trajes Religiosos de Matriz Africana. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/113575221845045656/> - Acesso em 23 ago. 2024.

PONTES, Maria. Moda, imagem e identidade. Achiote.com - Revista Eletrônica de Moda, v. 1, n. 1, 2013.

Portal da Clara Nunes. (2024). Imagens do perfil do Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/portaldaclaranunes/> - Acesso em 23 ago. 2024.

RASLAN, Eliane Meire Soares. Posicionamento, identidade e visibilidade da marca. Rizoma, v. 2, n. 1, p. 136-151, 2014.

RIBEIRO, Inaê. A influência da cultura afro na moda brasileira. Steal The Look, 01 jul. 2020. Disponível em: <https://stealthelook.com.br/a-influencia-da-cultura-afro-na-moda-brasileira/>. Acesso em: 19 abr. 2024.

ROUPAS Confeccionadas com Peles de Animais. Disponível em: <https://modamentefalando.fashion.blog/>. Acesso em: 14 ago. 2024.

ROUPAS no Antigo Egito. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/177610779047508720/>. Acesso em: 14 ago. 2024.

ROUPAS no Antigo, Médio e Novo Império. Disponível em: https://blogdamaricalegari.com.br/2018/03/18/historia-da-moda-o-inicio-do-uso-das-roupas/#google_vignette. Acesso em: 14 ago. 2024.

SANTOS, Maria do Carmo Paulino dos. Moda afro-brasileira é o design de resistência da luta negra no Brasil. São Paulo: FAUUSP, 2022.

SIDIBÉ, Malick. Disponível em: <https://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/1585254242524455-fotos-de-malick-sidibe-pioneiro-da-imagem-na-africa>. Acesso em: 14 ago. 2024.

SILVA, Tânia Cristina do R. Produção de Moda - Desenhos, Técnicas e Design de Produto. São Paulo: Saraiva, 2016.

TOSTES, Francielle Ribeiro; SANCHES, Maria Celeste de Fátima. O consumo de moda e a construção de identidade do adolescente. *Projética*, Londrina, v. 7, n. 1, p. 87-109, 2016.

VIDAL, Julia. *O Africano Que Existe em Nós, Brasileiros: Moda e Design Afro-brasileiros*. Rio de Janeiro: Babilônia Cultura Editorial, 2015.

APÊNDICE 1 - QUESTIONÁRIO APLICADO AOS PARTICIPANTES

Empreendedores:

1. Qual foi a motivação para iniciar seu negócio na área da moda afrocentrada?
2. Como você percebe que a moda afrocentrada contribui para a expressão da identidade cultural?
3. Quais são os maiores desafios que você enfrenta no mercado de moda afrocentrada?
4. De que forma você acredita que a moda afrocentrada impacta a sociedade em geral?
5. De que maneira tu acreditas que os teus produtos contribuem pra construção da identidade dos consumidores?
6. Como a Moda Afro pode promover o orgulho étnico e a conexão cultural?
7. Como você observa mudanças na percepção social na moda afro ao longo do tempo?
8. Como a tua marca responde as tendências atuais mantendo fiéis as raízes culturais?

Consumidores:

1. Como você descreveria sua relação com a moda afrocentrada?
2. De que forma a moda afrocentrada influencia seu estilo de vida e suas escolhas diárias?
3. Em que medida a moda afrocentrada contribui para a sua sensação de identidade e pertencimento?
4. Você sente que usar moda afrocentrada afeta sua autoestima ou orgulho étnico? Como?
5. Quais aspectos da moda afrocentrada você considera mais significativos em termos de representatividade cultural?
6. Você acha que a moda afrocentrada desempenha um papel na resistência cultural e na desconstrução de estereótipos?
7. Como você percebe o impacto da moda afrocentrada na sociedade em geral?
8. Quais mudanças você gostaria de ver no futuro da moda afrocentrada, tanto em termos de estilo quanto de aceitação social?

APÊNDICE 2: TERMO DE CONSENTIMENTO**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO
GRANDE DO SUL – IFRS
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA, PÓS-GRADUAÇÃO E INOVAÇÃO –
PROPI
COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA – CEP
TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Eu _____,
portador do documento de identidade ou CPF (_____), aceito
participar da pesquisa para elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso do aluno
Fabiano Brito Lima, portador de CPF: 99657104068

Autorização para uso de imagem/voz

Autorizo o uso de minha imagem e/ou voz para fins específicos de divulgação dos resultados da pesquisa, sendo seu uso restrito a transcrição dos diálogos. Fui informado que serão tomadas todas as medidas possíveis para preservar o anonimato e a minha privacidade.

_____, ____ de _____ de _____.

Assinatura do(a) participante

Assinatura do(a) pesquisador(a)