

## Moda Afro: Corpos Políticos E Feminismo Negro no Brasil

Afro Fashion: Political Bodies And Black Feminism in Brazil

Táisse Marcos de Souza<sup>1</sup>  
Redaviqui Davilli de Maria<sup>2</sup>

### Resumo

Este artigo apresenta a moda como um fenômeno que transcende gerações e reflete no engajamento político e social das mulheres negras. As relações da moda com a luta sociopolítica dos corpos negros perante a sociedade brasileira patriarcal, branca e classista. Através de pesquisa bibliográfica se busca compreender e apresentar quais são os processos que determinam a afirmação da identidade da mulher negra e, as dificuldades em se posicionarem perante a discriminação racial na qual são submetidas. A compreensão da existência de corpos políticos plurais que se expressam estimulando novos modelos de subjetividade e de identidade, relacionando e abordando a sua constituição utilizando de elementos culturais e políticos presentes na moda. A partir da moda e do capitalismo monopolista, foi possível identificar e relacionar o feminismo negro e as suas lutas pela valorização dos sujeitos étnico-raciais que utilizam a moda como uma ferramenta de reivindicações sociais, determinando assim a moda negra como uma luta política.

**Palavras-chave:** moda; feminismo negro; política.

### Abstract

This article presents fashion as a phenomenon that transcends generations and reflects on the political and social engagement of black women. The relations of fashion with the sociopolitical struggle of black bodies before patriarchal, white and classist Brazilian society. Through bibliographic research, one seeks to understand and present the processes that determine the affirmation of the identity of black women and the difficulties in positioning themselves in the face of racial discrimination in which they are submitted. The understanding of the existence of plural political bodies that express themselves stimulating new models of subjectivity and identity, relating and addressing their constitution using cultural and political elements present in fashion. From fashion and monopolistic capitalism, it was possible to identify and relate black feminism and its struggles for the valorization of ethnic-racial subjects who use fashion as a tool of social claims, thus determining black fashion as a political struggle.

**Palavras-chave:** fashion; black feminism; politics.

1

Mestranda no Programa Design de Vestuário e Moda da Universidade Estadual de Santa Catarina (Udesc). Bacharel em Design de Moda (Estácio). Pesquisadora sobre modelagem de negócios de impacto socioambiental. Atua com Inovação Social e Desenvolvimento Sustentável na Moda em programas de empreendedorismo social.

2

Doutorando em Design pela Universidade Estadual de Santa Catarina (Udesc). Mestre Profissional em Design de Vestuário e Moda (Udesc). Especialista em Marketing e Gestão Estratégica (FAVED) e Bacharel em Design de Moda (Estácio). Atua e pesquisa sobre as relações entre os territórios, moda e design.

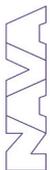


## INTRODUÇÃO

É identificável a pluralidade de mulheres existentes no Brasil, cada qual com sua singularidade e particularidade. O Brasil é um país multirracial, com diversas etnias, cores, raças. Porém, se faz necessário o questionamento da representação da mulher brasileira negra na moda, pois as representações existentes ainda são de uma mulher branca, jovem, heterossexual, cisgênera e magra (COSTA, 2018). Isso é presente em toda a historicidade brasileira, onde formulou-se os estereótipos das mulheres que fossem agradáveis ao capitalismo. É identificável em campanhas publicitárias, nas mídias, no cinema e na teledramaturgia, as normativas para a representação da mulher brasileira, pois são representadas pelos mesmos fenótipos. Se faz necessário este debate dentro da moda, pois é ela quem reflete os caminhos políticos e sociais das mulheres, mas no que tange a respeito da sociedade plural é preocupante e desigual para as mulheres que não se encaixam nos padrões mencionados anteriormente. Portanto os desafios presentes no mundo da moda são os de transcender a personificação da mulher na moda, criando diálogo com a inclusão, a interseccionalidade e pluralidade do ser mulher.

A partir desta definição, a pesquisadora julgou importante e relevante pensar a respeito das mulheres negras na moda, pois são pouco representadas e quando são, é de caráter fetichista, estereotipado e marginalizado. Acompanhando a estrutura racista da sociedade, ditando os locais das pessoas negras e brancas no meio social, sendo as mulheres negras retratadas nas novelas e no cinema nacional como empregadas domésticas, escravas, pobres e quando presentes nas campanhas de moda e publicidade aparecem de forma exótica, estimulando assim o preconceito racial, de classe e de gênero. (Roza, 2019). Resulta-se neste processo o fomento ao preconceito e ojeriza a negritude, promovendo então a invisibilidade da mulher negra na sociedade brasileira.

No presente artigo, pretende-se buscar a reflexão de como a moda transcende manifestações culturais, possuindo caráter de visibilidade e do rompimento do silêncio, sendo a moda criadora dos diálogos existentes nos meios sociais. Neste sentido, pouco se pesquisa e se produz a respeito da relação do mercado e de comportamento dos consumidores negros



dentro da moda, onde historicamente as hierarquias e de relações de poder resultaram em exploração e exclusão social das mulheres negras brasileiras que perpetuam até a atualidade.

Socioeconomicamente mulheres negras em sua maioria são pobres, com pouca ascensão social, pertencente a classe de baixa renda, e que foram naturalizados os preconceitos a mulher negra que possuíam “os significantes corporais como cor de pele, características físicas do cabelo, as feições do rosto, entre outros”. (HALL, 2003, p.70).

O artigo classifica-se como qualitativo e descritivo, optou-se por trabalhar com pesquisas bibliográficas abordando autores que relacionam a temática da moda, negritude e identidade. Debate-se as experiências de exclusão vivenciadas pelas mulheres negras, que transcendem ao corpo, iniciando no espaço simbólico a recriminação dos seus elementos de representação negra. São nas imagens produzidas social e culturalmente por meio das lutas coletivas, como o feminismo negro, que as mulheres negras reconstróem sua noção de si e identidade corrompida pelo racismo. Nesse sentido, a moda apresenta-se como extensão do corpo, servindo de mecanismo para fortalecimento da identidade do sujeito.

### **O sentimento de não pertencimento da mulher negra**

No que diz a respeito aos constrangimentos que vivenciam mulheres negras, os sentimentos de desajustes sociais são encontrados em todos os períodos de suas vidas. As estruturas sociais que mantem o racismo são sustentadas pelos mecanismos de influência social inseridas nas dinâmicas familiares, sistemas educacionais, estruturas políticas e organizacionais e influências midiáticas. Nesse sentido o racismo se expressa na hostilização em relação a estética a corporeidade negra; as mulheres negras passam por experiências traumáticas e dramáticas encontradas por exemplo no uso excessivo de produtos químicos para alisamento de cabelo, uso de apliques e perucas capilares que machucam o couro cabeludo, ambos processos resultando em alopecia ou calvície precoce (AMORIM, 2021).

O resgate da autoestima danificada pelo racismo, que promove sentimento de inadequação e de inferioridade, se realiza através da busca por



referências de mulheres negras que reforcem a estética e a identidade negra. Mulheres negras que não se enquadram nos ideais padronizados de feminilidade, se contrapondo aos estereótipos de moda e beleza determinados pelo capitalismo.

Conforme Collins (1990), a recuperação da autoestima se dá por um processo de autodefinição, onde as mulheres negras se contrapõem as imagens e definições sociais padronizadas por meio das lutas coletivas. Isso promove a construção de processos individuais e coletivos que se configuram em atos de resistência e de consciência na importância da imagem da mulher negra. A principal reivindicação do feminismo negro está na reconstrução da imagem estereotipada e preconceituosa da mulher negra, que se reflete nas estruturas sociais por meio da ausência de representação condicionando, assim, a mulher negra a exclusão.

O feminismo negro através da moda traz novas representações imagéticas, empoderando as mulheres negras a se reconhecerem quebrando os paradigmas quanto a beleza em torno da branquitude, assim como retirando o véu do sentimento de desajuste social. Para Scott (1998), essa promoção de liberdade e de relação de pertencimento, promovem o empoderamento da mulher negra assim como na construção de visibilidade. Os discursos feministas negros se desenvolvem através de debates sobre o corpo, a estética e de afirmação identitária, onde Hooks (2005), apresenta que a construção de ações coletivas e de experiências afetivas sobre corpos e normalização dos padrões de beleza resultam em práticas constitutivas do engajamento político das mulheres negras. Se antes mulheres negras passavam por experiências traumatizantes para alisamento capilar, essa prática cede espaço para informações e de sentimentos positivados de autoconfiança sobre os cabelos negros em sua forma natural.

São realizados processos de reformulação a identidade da mulher negra quanto a percepção do seu ser, assim como a sua conexão com um espaço global de circulação de ideias, promovendo assim a circulação e construção de novos sujeitos políticos e de emancipação da mulher negra. A filósofa e ativista afro-americana Angela Davis, líder do movimento intitulado "Panteras Negras" é um exemplo dessa nova construção. Os Panteras Negras foram uma tendência de comportamento que integravam



Moda Afro:  
Corpos Políticos E Feminismo Negro no Brasil  
Táisse Marcos de Souza  
Redaviqui Davilli de Maria

ideologias ao modo de viver e se vestir, através do pensamento que todo sujeito negro tem a origem africana em comum, trazendo assim o senso de pertencimento expressado através de estilos, roupas, estampas e materiais que remetiam à África (DAVIS, 2022).

Figura 1: Angela Davis e o penteado Black Power.



Fonte: Hypheness (2017)

A busca pela representatividade da mulher negra nos espaços de mídia e nas relações de poder, vinculados ao consumo de moda, assim como o de imagem está atrelada às reivindicações das feministas negras para deixarem os espaços de subalternidade na mídia. A mídia pode ser compreendida conforme De Lauretis (1994), como um mecanismo que promove produção de práticas, de representações e de visões que promovem a cultura do consumo. Para Almeida (2007), a relação da publicidade com as emissoras de televisão, é de apropriação dos bens culturais e de elementos simbólicos para o estímulo dos comportamentos de consumo, principalmente das mulheres, uma vez que as teledramaturgias são pensadas e centradas no público feminino.

As mulheres negras foram negligenciadas durante muito tempo nas produções historiográficas, onde Soihet e Pedro (2007), apresentam que foi

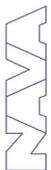
somente após 1960 que se voltou o olhar para essa população, mas foi somente a partir de 1970, com o discurso feminista no seu auge, que foram contestadas as ideias da homogeneidade sobre as mulheres, questionando a abordagem realizada por historiadores e sociólogos. Concebia-se a ideia de reivindicar corpos, das diferenças dentro das diferenças, ou seja, das pluralidades de mulheres pois, "mulheres não podem ser tratadas, exclusivamente sob a rubrica da questão de gêneros se esta não levar em conta as especificidades que definem o ser mulher neste e naquele caso". (CARNEIRO, 2000 p.119).

Ao analisarmos as conquistas das mulheres brasileiras perante a sociedade, deve-se analisar contextos históricos diferentes, pois mulheres negras ao chegarem escravizadas no Brasil e no período pós escravagista, partiram de patamares desiguais com mulheres brancas. Deve-se considerar a interseccionalidade, pois "a mulher negra continua vivendo em uma situação marcada pela dupla discriminação: ser mulher em uma sociedade machista e ser negra em uma sociedade racista". (MUNANGA e GOMES, 2006, p.133).

O debate de interseccionalidade presente no feminismo negro conforme apresentou Creenshaw (2004), parte do debate que sejam consideradas a partir das categorias de discriminação racial e de gênero as intersecções de ambas que compactuadas realizam impactos sobre as mulheres negras. Para melhor compreensão, analisamos Santos (2016) que diz:

O conceito de interseccionalidade, muito caro para a teoria do feminismo negro, recusa análises aritméticas sobre a articulação entre diferentes sistemas de opressão como gênero, classe e raça e busca compreender como a interação entre esses diferentes fatores particulariza a forma como determinados grupos vivenciam as desigualdades. (SANTOS, 2016, p.18).

Para Rodrigues (2013), presencia-se a necessidade de conceituar as diferenças existentes entre mulheres, onde o termo interseccionalidade foi apresentado por feministas negras na década de 1980. O termo é utilizado como forma de considerar três categorias principais que atuam sem dicotomias, a classe, gênero e raça. Para Angela Davis (2022), questões de



raça e de gênero eram tratadas de forma isolada, onde dificultava assim a compreensão dos sistemas de dominação que atuam em multiplicidade.

Foi na virada do século XIX para o XX conforme Nepomuceno (2012), que grande parte das mulheres a nível global conquistaram espaços até então não alcançados, como melhores cargos até então somente disponíveis para os homens, o direito ao sufrágio e acesso ao ensino superior. Porém, essa trajetória de conquistas não pode ser aplicada para todas as mulheres, sendo as mulheres negras não participantes deste sistema. Essas desigualdades iniciadas com a escravidão das mulheres negras e pós-abolição, onde não houve políticas de inserção da população negra no mercado de trabalho, naturalizou as desigualdades até a atualidade. A mulher negra ainda sofre dupla discriminação e marginalização, conforme Reichmann (1995), embora mulheres negras tenham conquistado algum espaço no mercado de trabalho, ainda são assalariadas com valores muito menores do que homens, e menos do que mulheres brancas.

Pensar o movimento contemporâneo do feminismo negro que surge pela união das mulheres negras que buscam o fim da discriminação de gênero e racial, Ribeiro (1995), afirma que é a partir de 1985, que esse movimento ganhou proporção nacional, tendo como eixo a luta pela democracia e o fim da desigualdade. A luta do movimento feminista antirracista denominado como feminismo negro, para Collins (2017), apresenta-se com dificuldades, pois até então o feminismo era um movimento político somente para mulheres brancas. O seu uso, de feminismo negro, parte por “equilibrar as preocupações genuínas das mulheres negras contra as pressões contínuas para absorver e reformular interesses no âmbito das estruturas feministas brancas”. (COLLINS, 2017 p.15).

Considerando Ribeiro (1995), para a autora mulheres negras são categorizadas como seres humanos de segunda categoria e, as lutas do movimento negro em geral são realizadas principalmente pelas mulheres negras que compõem o feminismo negro. A discussão a despeito da igualdade racial é realizada pelas mulheres negras como se fossem elas as únicas que sofrem injúria racial, não sendo mobilizada a discussão e atuação de outros movimentos sociais da negritude. Destaca Caldwell (2000), que no ano de 1975, o Manifesto de Mulheres Negras apresentava as divisões raciais exis-



tentes dentro do movimento feminista brasileiro, como também a presença dessa dominação racial, iniciando o debate da necessidade de novas necessidades sociais das mulheres negras como a presença do racismo dentro do seio do movimento.

Conforme Fernandes e Souza (2016), o racismo cria fronteiras e estereótipos de posição do ser branco e do ser negro, baseando-se em estereótipos positivos e negativos, onde vincula-se a negritude como algo inferior. Mulheres negras ocupam pequenos lugares dentro da sociedade e não possuem visibilidade e, conforme dados apresentados pelo Mapa da Violência de 2019, segundo Pereira e Tavares (2016) as mulheres negras são as que mais sofrem violência de gênero sendo elas físicas ou sexuais e as principais vítimas do feminicídio.

Analisar a vida das mulheres negras e pensar acerca suas lutas, é pensar a respeito das relações de dominação que acontecem diariamente. O preconceito racial e de gênero são constituídos e apresentados na sociedade patriarcal, machista e sexista brasileira.

### **A moda como construção de uma identidade Afro**

A construção da identidade Afro nas mulheres negras é dificultosa, o contexto do seu reconhecimento enquanto negra em uma sociedade branca, é de confronto cotidiano. Esse enfrentamento pode ser identificado por Adichie (2014), na cobrança da sociedade ao ver uma mulher negra com tranças e advertindo-a a alisar seus cabelos para pertencer a algum grupo. Conforme a autora, nos dias que sucedem após tratamentos químicos para alisar os cabelos, mulheres negras sofrem um período de luto, pois não estão acostumadas com sua nova aparência visual, e pelo constrangimento e violência na qual foram submetidas. O feminismo negro atua principalmente na construção política dos corpos negros que resistem às imposições sociais na qual são submetidos por padrões de beleza que não se identificam, criando, assim, novas interpretações de feminilidade e de imagem. Hooks (2005), mostra que o objetivo de transformação na identidade negra tem sido cada vez mais agregada, trazendo a percepção do olhar para si baseando-se em experiências da coletividade, estimulando o consumo de produtos e serviços voltados para a mulher negra, caracterizando assim a busca pela sua identidade racial.



Moda Afro:  
Corpos Políticos E Feminismo Negro no Brasil  
Táisse Marcos de Souza  
Redaviqi Davilli de Maria

Os processos de constituição de identidade das mulheres negras conforme Brah (2006) são analisadas as atribuições pessoais de contestação às relações dominantes que são submetidas, adquirindo relevância política, expondo publicamente as opressões de suas identidades. Para Butler (2017), é através da verbalização, do corpóreo e das ações performáticas que ocorrem as transformações de pertencimento de lugar e de reconhecimento público quanto a sua identidade, ou seja, mulheres negras ao utilizarem de seus turbantes, de suas tranças, dos seus cabelos crespos, do colorismo de suas roupas, realizam tais ações como formas de luta contra as opressões de gênero e contra o racismo.

Analisando os fundamentos dos pensamentos pré-coloniais, Spivak (2010), questiona as criações de condições de fala e de escuta dos sujeitos subalternos, aqui colocadas as mulheres negras. Para o autor esse movimento proporciona um processo emancipador e de ruptura com os enquadramentos normativos da sociedade branca, estimulando o surgimento de novos sujeitos e de novas formas de conhecimento. Sendo assim, a reformulação de reconhecimento dos negros perante a branquitude, torna a relevância política da moda e da imagem, como estimuladores das dinâmicas de consumo, de bens materiais e simbólicos. A moda atua como ferramenta para a reformulação dos discursos de diferentes setores do mercado. As reivindicações das populações que buscam visibilidade social se tornam parte deste diálogo, abrindo espaço para novos nichos de mercado.

Figura 2: Os Panteras Negras.



Fonte: Nova Cultura (2018)

A moda faz parte da construção e diferenciação do ser social. A indústria da moda tem a sua sustentabilidade a imagem do corpo, e o corpo como imagem, cria comunicação. Nesta mesma análise, Oliveira e Castilho (2008) mostram que a moda e o corpo são referências dos sujeitos contemporâneos, estimulando construções sociais, de identidades de sujeitos e de grupos. Para Gardin (2008), a moda serve para “unir sujeitos as suas tribos, independente de qual for, pois aderir a determinado código de vestimenta, ele adere os valores sociais, políticos, filosóficos e estéticos dessa classe”. (GARDIN, 2008, p. 75).

A moda utilizada em coletividade ultrapassada a aparência e fundamenta valores culturais que culminam em unificação para grupos. Crane (2006) apresenta que a moda foi um marcador de mudanças no contexto histórico da humanidade, assim como referência para unificações e de diferenciações. Como diferenças, a diferenciação de roupas para expressar as classes sociais de sujeitos e por diferenciação de gênero, onde nos séculos passados era definida pela indumentária. A autora ainda aborda a existência de identidades regionais e de religiosidade, formas que podem ser reconhecidas e expressadas através do vestuário. Desta maneira, pode-se apresentar a moda como uma extensão do sujeito, podendo através dela classificar, diferenciar e colocar sujeitos em determinados lugares, grupos e condições.

Portanto, é correto pensar o corpo e a roupa como agentes transformadores para a humanidade, ficando claro a moda como um agente socializador, de ação e de comunicação social, sendo um dos mecanismos que mulheres negras utilizam para (re)significar suas identidades e suas representações culturais.

Moda e corpo falam, contestam e afirmam. Ao analisar moda e corpo como fatores sociais e de representação, vale analisar o corpóreo da mulher negra que foi e continua sendo alvo de diversas violências no contexto colonial do Brasil. Pensar sobre o corpo negro e a utilização das vestimentas negras, é compreender o enfrentamento ao racismo e sexismo, aos abusos que permanecem no cotidiano de mulheres negras, naturalizados em toda a construção histórica brasileira.



## Mulheres negras protagonistas do seu mercado

Por meio da plataforma "Think With Google", o Google apresenta as pesquisas mais realizadas por buscas de produtos e ou serviços. Por conta das transformações societárias e da construção de identidade da mulher negra, as pesquisas apresentaram que ocorreram mudanças no padrão de consumo das negras brasileiras, mostrando ao mercado que necessitam apresentar ações, novos produtos e serviços a essas consumidoras. O mercado compreendeu que existe uma grande expressão da juventude negra que busca se conectar através dos campos da economia, da cultura e do engajamento político, apresentando não somente novos interesses de consumo, mas novas formas de comunicação entre produto e consumidor. Sendo assim, mulheres negras atuam ampliando os debates acerca das negritudes, proporcionando um mercado de consumo mais segmentado e amplo.

Consumo e política estão atrelados no compartilhamento de concepção e de integração, resultando em visibilidade e em reconhecimento. Ressalta-se que o mercado utiliza das narrativas políticas, apropriando-se de pautas sociais como estratégias de marketing para gerar valor aos seus produtos. Contrapondo as reais desigualdades que atingem os seus produtores, em sua maioria negros, que não conseguem pertencem a classe que adquirem tais produtos produzidos. Temas da representatividade da mulher negra seguem tendo um forte impacto político e de caráter afirmativo que representam as identidades afros da mulher negra, como adornos e turbantes, onde nele contém um significado religioso e político direcionado a ancestralidade do povo negro. O seu uso é de uma afirmação étnica e também política, sendo um item constituinte de uma identidade cultural de um povo. Souza (2007), apresenta que o torço ou turbante é uma peça de extrema importância no vestuário afro-brasileiro, que na sua origem tinha a função de proteção da cabeça quanto a exposição solar. Além disso, a peça é utilizada independente do gênero no qual a pessoa se identifica como um utilitário para manter os cabelos presos, sendo relacionado durante alguns períodos históricos, com a necessidade da mulher negra em "esconder o seu cabelo ruim". (SOUZA, 2007, p. 57).



Figura 3: Naomi Campbell com turbante.



Fonte: Pinterest (2018)

O uso do turbante tem uma forte relação cultural com o Brasil onde marca a ancestralidade e religiosidade do povo africano. Porém, conforme destaca Silva (2007), a utilização do turbante por mulheres negras, causa estranhamento e preconceito. Quaisquer que sejam as relações do negro com a sua ancestralidade, seja através da vestimenta, das roupas, do uso de turbantes, deve ser estigmatizado e combatido, principalmente pelo preconceito religioso que não admite outras formas de fé e crença. O silenciamento do povo negro com suas tradições, nos leva a pensar no período escravagista, onde existe uma grande necessidade de apagar esse período na historicidade do Brasil, como se não ocorresse a escravidão no Brasil Colônia e, até mesmo na atualidade. A utilização de turbante é uma afirmação da identidade negra, assim como a sua afirmação política perante uma sociedade que ainda condena elementos ritualísticos, tradicionais e comportamentais da população negra.

Neste mesmo sentido, ocorre o mesmo com representações das culturas de rua e de músicas populares de origem negra, como Hip Hop, Funk e o Samba, que mesmo sendo grandes influenciadores da moda, ainda são estigmatizados e criminalizados no Brasil. Segundo Rodrigues e Menezes (2018) em seus estudos sobre os gêneros musicais negros aborda que o preconceito aos elementos culturais dos ritmos não diz respeito apenas a uma questão estética ou prática, mas sim simbólica. Os autores abordam que assim como aconteceu com o samba na década de 40, ao ganhar notoriedade o rap e o funk, subvertendo a lógica de dominação do mercado musical, são relegados a marginalizada e associados a criminalidade.

Na década de 60 o mundo vivencia mudanças culturais, sociais e políticas que impulsionaram a maneira de vestir devido às transformações na construção dos sujeitos com a eclosão do feminismo, dos movimentos jovens e da luta acirrada pelos direitos dos negros em destaque nos Estados Unidos, a principal fonte de importação de tendências de comportamento da população negra. (Davis, 2016).

O acesso à informação e ao entretenimento também passou por diversas mudanças a partir de 1968, como o surgimento da televisão a cores, sendo um difusor da cultura na pós-modernidade. A teledramaturgia brasileira sempre teve importância e relevância na moda e nos debates sociais, sendo as novelas que promovem o consumo de moda e de acessórios, criando tendências, mas a população negra continuou sendo excluída e marginalizada no horário nobre da televisão. Foi somente após 1995, conforme Grijó e Sousa (2011), que a população negra começou a receber algum destaque na televisão.

Com as diferentes representações da imagem negra na teledramaturgia que a população negra passa a produzir, criar, consumir e buscar um espaço na moda, como exemplo o lançamento da Revista Raça em 1996 que dava visibilidade para a negritude, pontuando também negros e negras como constituintes da maior classe consumidora do país, fato que justifica o sucesso de vendas da revista no mesmo ano.

A revista Raça teve papel importante para a subjetividade e construção identitária da mulher negra brasileira, ela trazia sessões com editoriais de moda e cabelo referenciando a cultura negra e aspectos étnicos. O peri-



ódico quebrou um padrão relacionado a brancura, mas ainda mantinha um padrão de corpo magro, jovialidade e gênero; fato revisto a partir de 2016 quando a revista altera o nome para Afro Brasil e traz uma coluna plus size.

Primeira e mais conceituada revista do Brasil com conteúdo relacionado à cultura afro, a RAÇA é um fenômeno editorial. Nossa primeira edição vendeu mais de 270 mil exemplares, recorde que se mantém imbatível. Até hoje, somos o canal segmentado mais eficiente para falar diretamente com 54% da população brasileira que, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), é formada por afrodescendentes. Estamos falando de 113 milhões de pessoas. (revistaraca.com.br)

O desenvolvimento dos meios de comunicação no início do século XXI, promoveu novas formas de interação dos indivíduos e de comportamento. Com o acesso amplo à internet e celulares, o consumo passou a ser expressivo e, novas formas de falar por si surgiram através das redes sociais, principalmente a política. Apenas com um toque no celular, acesso a informações, fotos, blogs e sites sobre a negritude eram acessados rapidamente. Com as mudanças da sociedade, principalmente as de consumo, acontece a apropriação e manipulação das pautas sociais da população por parte da estrutura capitalista, desenvolvendo ações para o consumo de suas próprias reivindicações. O empoderamento feminino passa a ser consumido em massa através de camisetas com estampas alusivas ao feminismo ou com imagens de Frida Kahlo (MOUTINHO, 2021).

Quanto a representação da mulher negra na mídia, a internet possibilitou que novas formas de beleza e de imagem possam ser aceitáveis, mas no início ainda de forma restrita, pois as mulheres negras ainda são representadas jovens, magras e com tonalidade de pele mais clara.

Sites, blogs, Instagram, páginas e perfis de Facebook são acessados diariamente consumindo materiais e informações que atrelam as mudanças políticas e sociais da população negra. Surge então a partir da primeira década do século XIX novas formas de consumir moda, através de análises e resenhas de produtos apresentados por blogueiras e celebridades, onde a geração de conteúdos por mídias digitais influencia na decisão de compra em terceiros. Até o momento, campanhas publicitárias protagonizando per-



sonas negras eram praticamente inexistentes, e o mercado atento a essas mudanças começou a agir. Pessoas negras com a 'revolução blogueiras', indicavam que produtos que sentiam representatividade para o povo negro. O Youtube também é outra plataforma digital que possibilitou a renovação e expandiu o consumo de moda, permitindo o compartilhamento de vídeos fornecendo maior liberdade de criação de conteúdo, de imagem e de marketing, principalmente para as empresas. O Instagram, plataforma digital de fotos, permite a criação de portfólio para a produção de conteúdo, estabelecendo assim uma relação de marca com usuário de forma rápida associando imagem e textos curtos.

Desta forma, grandes marcas passam a associar seus produtos com grandes produtores de conteúdo, onde estes passam a ser denominados de "influenciadores digitais". Através do uso em fotos, vídeos, eventos de produtos, as marcas passam a destinar gratificações aos influenciadores. Se antes a moda era consumida através das dramaturgias, passarelas e revistas, agora ela passa ser consumida por blogueiras e influenciadores digitais. Com esta revolução surgem personas negras trazendo conteúdo de forma autoral, questionando a partir de suas múltiplas narrativas e vivências os padrões dentro da moda e conseqüentemente o lugar sócio, político e econômico das mulheres negras.

Para representar a evolução da moda, podemos destacar Lipovetsky (1987), onde a moda passa a ser um processo de individualização dos seres e passa a ser questão de princípios de sociedade de forma independente e libertadora permitindo novas dimensões de ideias e valores. Mesmo a imagem negra presente nesta nova metodologia de consumo, homens, mulheres, crianças negras sendo representadas nas mídias sociais, existe ainda uma grande dificuldade ainda em transpassar a produção de conteúdo da negritude brasileira. Principalmente pela falta de autores sobre a temática, ainda descrita no Brasil em sua maioria de forma pejorativa, de forma criminalizada.

Nesse sentido, a moda se apresenta como uma ferramenta de emancipação e de realização de sonhos, mas tendo *a priori* de libertação das amarras sociais. A presença da moda afro permite consumidores optarem por produtos que possuem significado e importância para si, gerando mo-



delos de comportamento e dos universos a qual indivíduos buscam integrar ou pertencer. Sendo assim, por meio dos objetos e das marcas, se consume dinamismo, elegância, poder, renovação de hábitos, virilidade, feminilidade, idade, refinamento, segurança, naturalidade, umas tantas imagens que influem em nossas escolhas. (LIPOVETSKY, 1989, p.174).

Desta forma pode-se compreender que a moda é mais assimilada a imagem que representa o eurocêntrico, onde é responsabilidade da moda adotar medidas onde a população negra deixe de ser remetida aos processos de racismo que são submetidos na sociedade e, através da moda possam apresentar outras narrativas e histórias.

### Considerações finais

Através da pesquisa bibliográfica sobre a temática, buscou-se ao longo deste trabalho apresentar com argumentos científicos que as mulheres negras ainda estão invisibilizadas na moda, por sua trajetória emancipatória não ser realizada até a atualidade, apenas frutos do período escravagista. Pode-se concluir através de fatos históricos o quanto as mulheres negras possuem pouca visibilidade social, onde não são representadas e não possuem valorização perante a visão eurocêntrica de feminilidades, de imagem e principalmente de beleza.

Por mais que a moda transcende gerações e transpassa as realidades sociais, destacar-se neste trabalho que mesmo com tecnologia ampliada, ainda existe muito a ser explorado na moda principalmente na tangente que se trata da moda negra, ficando este trabalho como um questionador e incentivo a novas produções sobre o assunto, pois é existente a necessidade de aprofundamento e questionamentos sobre o tema proposto.

Entende-se, também, que o acesso à informação e as políticas sociais implementadas nos últimos anos no Brasil, proporcionaram maiores acessos a população negra brasileira. Percebe-se existem novas possibilidades interação com o mercado, tendo em vista que são pensados e desenvolvidos para os negros, antes vistos como marginalizados e empobrecidos. Por mais que o Brasil tenha tido uma expansão em políticas sociais, elas não amenizaram o racismo latente e as demais formas de preconceito racial, princi-



palmente relacionados com as religiosidades do povo negro. Mas coube às mesmas os questionamentos necessários para a própria população negra buscar articulação e autoestima necessária para realizar os enfrentamentos para o racismo.

Por fim, é importante salientar a dificuldade da construção de identidades negras com as particularidades históricas presente no Brasil, com políticas de segregacionismo e embranquecimento que foram institucionalizadas no Brasil, apresentando assim as diferentes faces que a moda negra e os corpos negros são constituídos na cultura brasileira. O contexto social e histórico de exclusão racial naturaliza a inferioridade dos significantes culturais, corporais e estéticos da população negra. Portanto, a moda desempenha papel fundamental para a construção da imagem do indivíduo negro no Brasil, visto que a população negra brasileira reedifica suas identidades por meio das representações simbólicas mesmo sem poder recorrer às suas árvores genealógicas, perdidas no tempo no processo escravocrata. Da identificação de imagem, percorrendo o objeto de luta através da simbologia própria, a moda afro ganha novos significados e desafios a cada novo processo de luta política.

## REFERÊNCIAS

ADICHIE, C. N. *Americanah*. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

ALMEIDA, H. B. de. *Consumidoras e heroínas: gênero na novela*. Estudos Feministas, Florianópolis, v. 15, n. 1, p. 177-192, 2007

AMORIM, Cláudia Lanyelle Revorêdo de; ALÉSSIO, Renata Lira dos Santos; DANFÁ, Lassana. *Mulheres negras e construção de sentidos de identidade na transição capilar*. Psicologia & Sociedade, v. 33, p. e224920, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psoc/a/dRypKk7v87mgYDxSWHqYt5f/?lang=pt> Acesso em: 24 mai. 2024.

BRAH, A. *Diferença, diversidade, diferenciação*. Cadernos Pagu, n. 26, pp. 329-376, 2006. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cpa/a/B33FqnvYyTPDGwK8SxCPmhy/abstract/?lang=pt> Acesso em: 24 mai. 2024.



BUTLER, Judith. Introducción. In: BUTLER, J. *Cuerpos aliados y lucha política*: hacia uma teoría performativa de la asamblea. Buenos Aires: Paidós, 2017. pp. 9-30

CALDWELL, Kia Lilly. Fronteiras da diferença: raça e mulher no Brasil. *Revista Estudos Feministas*, [S. l.], v. 8, n. 2, p. 91, 2000. DOI: 10.1590/%x. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/11922>. Acesso em: 25 maio. 2024.

COSTA, Laís Braga. *A representação da Mulher Negra e e explicitação de sua identidade sociocultural no contexto acadêmico do Instituto Federal Farroupilha - Campus São Vicente do Sul*. 2018. 129 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Práticas Socioculturais e Desenvolvimento Social, Universidade de Cruz Alta, Cruz Alta, 2018. Disponível em: <https://home.unicruz.edu.br/wp-content/uploads/2019/04/DISSERTACAO-LAIS-.pdf>. Acesso em: 24 maio 2024.

CARNEIRO, Sueli. *Mulheres em movimento*. São Paulo: Estudos Avançados, v.17 n.49, pp. 117-132, 2000.

COLLINS, P. H. The power of self-definition. In: COLLINS, P. H. *Black feminist thought*: knowledge, consciousness, and the politics of empowerment. New York: Routledge, 1990. pp. 91-114

COLLINS, Patricia Hill. *O que é um nome?* Mulherismo, feminismo negro e além disso. Campinas: Cadernos Pagu, v.51 pp.1-24, 2017.

CRANE, Diana. *A moda e seu papel social*: classe, gênero e identidade nas roupas. São Paulo, SENAC, 2006.

CRENSHAW, Kimberlé. *A Interseccionalidade na Discriminação de Raça e Gênero*. Cruzamento: Raça e gênero. Brasília, p. 7-16, 2004. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4253342/mod\\_resource/content/1/InterseccionalidadeNaDiscriminacaoDeRacaEGenero\\_KimberleCrenshaw.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4253342/mod_resource/content/1/InterseccionalidadeNaDiscriminacaoDeRacaEGenero_KimberleCrenshaw.pdf) Acesso em: 24 mai.2024.

DAVIS, Angela. *O Sentido da Liberdade: e outros diálogos difíceis*. Boitempo Editorial, 2022.



DAVIS, Angela. *Afro Imagens: Política, Moda e Nostalgia*. Traduzido por: Jaqueine Lima Santos. 2016. Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/afro-imagens-politica-moda-e-nostalgia-por-angela-davis/>>. Acesso em: 25 mai. 2024.

DE LAURETIS, T. A tecnologia do gênero. In: HOLLANDA, H. B. (org.). *Tendências e impasses*. O feminismo como crítica da cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 1994. pp. 206-242.

FERNANDES, V. B.; SOUZA, M. C. C. C. de. *Identidade Negra entre exclusão e liberdade*. Rev. Inst. Estud. Bras., São Paulo, n. 63, p. 103-120, abr. 2016. Disponível em: <https://arqcientificosimmes.emnuvens.com.br/abi/article/download/191/76>. Acesso em: 24 mai. 2024.

FERNANDES, Viviane B; SOUZA, Maria Celia Cortez C. *Identidade Negra entre exclusão e liberdade*. São Paulo: Revista do Instituto de Estudos Brasileiro, v.63, pp.103-120, 2016.

GARDIN, Carlos. O Corpo Mídia: Modos e Moda. In *Corpo e Moda: Por uma Compreensão Contemporânea*, organizado por Ana Claudia de Oliveira e Kathia Castilho. Barueri: Estação das Letras e Cores Editora, pp. 75-83, 2008.

GRIJÓ, Wesley Pereira. SOUSA, Adam Henrique Freire. *O Negro na Telenovela Brasileira: A Representação nas Telenovelas da TV Globo na década de 2000*. In: Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Recife, 2011.

HALL, Stuart. *Identidades e Mediações Culturais*. Belo Horizonte: UFMG/ Humanitas, 2003.

HOOKS, B. *Alisando nuestro pelo*. La Gaceta de Cuba, n. 1, pp. 70-73, 2005. Disponível em:

<https://poligen.polignu.org/sites/poligen.polignu.org/files/feminismo%20negro2.pdf> Acesso em: 05 fev. 2024.



LIPOVETSKY, G. *O Império do Efêmero*: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MOUTINHO, Heloisa de Oliveira. *Múltiplas Fridas*: reauratização e experiência estética na era da reprodutibilidade técnica midiaticizada. 2021. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/215700> Acesso: 24 mai. 2024.

MUNANGA, Kabengele; GOMES, Nilma Lino. *O negro do Brasil de hoje*. São Paulo: Global, 2006.

NEPOMUCENO, Bebel. Mulheres negras: Protagonismo ignorado. In: *Nova História das Mulheres no Brasil*, organizado por Carla B. Pinsky, e Joana Maria Pedro. São Paulo: Contexto, pp.383-409, 2012.

OLIVEIRA, Ana Cláudia; CASTILHO, e Kathia. *Corpo e moda*: por uma compreensão do contemporâneo. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

PEREIRA, Leonellea; TAVARES, Márcia Santana. O Mapa da Violência 2015 e o crescimento da vitimização das mulheres negras. *Revista Feminismos*, v. 4, n. 1, 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/feminismos/article/view/30214> Acesso em: 24 ma. 2024.

REICHMANN, Rebecca. 1995. *Mulher negra brasileira um retrato*. Florianópolis: Revista Estudos Feministas, v.3 pp. 496-505, 1995.

RIBEIRO, Matilde. *Mulheres negras brasileiras*: de Bertioga a Beijing. Florianópolis: Revista Estudos Feministas, v.3, pp. 446-457, 1995.

RODRIGUES, Cristiano. *Atualidade do conceito de interseccionalidade para a pesquisa e prática feminista no Brasil*. Seminário Internacional Fazendo Gênero (Anais Eletrônicos), Florianópolis, 2013. Disponível em: <https://poligen.polignu.org/sites/poligen.polignu.org/files/feminismo%20negro2.pdf> Acesso em 24 mai. 2024.

RODRIGUES, Isadora Almeida; MENEZES, Roniere. *Cultura negra e sobrevivência: samba, rap, funk e o racismo sintomático*. Aletria: Revista de Estudos de Literatura, [S.L.], v. 28, n. 4, p. 137-154, 28 dez. 2018. Universidade



Federal de Minas Gerais - Pro-Reitoria de Pesquisa. <http://dx.doi.org/10.17851/2317-2096.28.4.137-154>. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/aletria/article/view/18828>. Acesso em: 24 maio 2024.

Roza, Sandra. *A mídia não me apresentou uma princesa negra. Mas EU SOU UMA PRINCESA SIM!* Medium. 2019. Disponível em: < <https://medium.com/sandra-roza/a-m%C3%ADdia-n%C3%A3o-me-apresentou-uma-princesa-negra-mas-eu-sou-uma-princesa-sim-c97fc386be24>>. Acesso em: 25 mai. 2024.

SANTOS, Giselle Cristina dos Anjos. *Os estudos feministas e o racismo epistêmico*. Niterói, Revista Gênero, n.16 7-32, 2016.

SCOTT, J. *A invisibilidade da experiência*. Projeto História, v. 16, p. 297-325, 1998.

SILVA, Juremir Machado. *Raízes do conservadorismo brasileiro: a abolição na imprensa e no imaginário social*. Porto Alegre: Civilização Brasileira, 2017.

SOIHET, Rachel; PEDRO, e Joana Maria. 2007. *A emergência da pesquisa da História das Mulheres e das Relações de Gênero*. Florianópolis: Revista Brasileira de História. v.27, pp.281-300, 2007

SOUZA, Patricia Ricardo. *Axós e Ilequês: Rito, Mito e a Estética do Candomblé*. Tese de Doutorado em Sociologia. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

SPIVAK, G. *Pode o subalterno falar?* Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2010.

REVISTA RAÇA. Disponível em: <<https://revistaraca.com.br/sobre/>>. Acesso em: 5 fev. 2024.

