

COMUNICAÇÃO E CONSUMO: CONFLITOS E Esvaziamento de Sentidos Culturais Étnicos no Cenário da Moda

Antonio Carlos de SOUZA¹

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo, SP

RESUMO

Neste artigo, temos como objetivo explorar conflitos culturais, através da apropriação de elementos étnicos da cultura africana. Entre os principais elementos, nos quais demonstramos apropriação cultural são, o acarajé transformado em “Acarajé de Jesus”, a capoeira em “Capoeira Gospel”. Na moda, os turbantes, as estampas nos tecidos e cabelos étnicos “*dreadlocks*” utilizados sem o devido conhecimento dos seus significados. No referencial teórico-metodológico propomos um diálogo entre autores dos estudos relacionados aos estudos étnicos, comunicação e consumo e Estudos Culturais, dentre eles, William (2019), McCraker (2003), identificando fenômenos concernentes ao mercado da moda. Esperamos que os resultados deste estudo sejam significativos para a desconstrução de preconceitos e preserve os significados e sentidos esvaziados no cenário da moda, amenizando conflitos culturais e possibilite o diálogo, diversidade, a equidade e a inclusão social, estabeleça perspectivas de existência e (re)existência.


PALAVRAS-CHAVE: Comunicação e Consumo; Conflito Cultural; Racismo.

INTRODUÇÃO

Neste artigo, temos como objetivo explorar conflitos culturais, através da apropriação de elementos étnicos da cultura africana. Problematizamos a exploração da cultura e estética negras promovida pela indústria da moda e do consumo, considerando que a visibilidade alcançada traz tímidas contribuições para a representatividade da raça.

Entre os principais elementos, nos quais podemos demonstrar apropriação cultural, são os casos com as comidas de santo, o acarajé transformado em “Acarajé de Jesus”, a capoeira em “Capoeira

¹ Doutorando e Mestre do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM ESPM-SP). Integrante do Grupo de Pesquisa BIOCON - "Comunicação, Discursos e Biopolíticas do Consumo" - Bolsista Prosup/Capes - e-mail: antonio.carlos@acad.espm.com - ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6437-8227>



Gospel”. Na moda, os turbantes, as estampas nos tecidos e cabelos étnicos “*dreadlocks*” são utilizados sem o conhecimento dos seus significados. Segundo Rodney,

Não há apropriação cultural quando um grupo excluído ou marginalizado é forçado a assimilar traços da cultura daqueles que o dominam para sobreviver, como ocorreu durante todo processo de colonização, em especial na escravidão. Apropriação cultural é exatamente o oposto. Como já demonstrou Abdias Nascimento (2018), a partir da violência da escravidão, todas as heranças culturais negras foram esvaziadas. O colonizador se apropriou da cultura do escravizado, inclusive como uma forma de aniquilá-lo. Portanto, definir apropriação cultural vai muito além de formular uma lista do que pode ou não ser usado. William (2019)


Em 2016, a VOGUE realizou um desfile de fantasias com o tema “África Pop”. A coleção apresentava tecidos com inspiração em estampas afro e as modelos desfilaram vestidas com turbantes, elemento impregnado de significados ricos para a cultura negra. A maioria das modelos era branca e a ação não representava um engajamento na luta contra as desigualdades sociais ou antirracista, nem contribuía com oportunidades de inclusão das minorias. São inúmeros os exemplos para ilustrar o tema proposto, no entanto, vamos delimitar o debate acerca dos vestuários e da moda.

Desta feita, temos a seguinte questão-problema: como se dá apropriação cultural dos elementos africanos nos processos comunicacionais de moda nas contemporâneas culturas do consumo na perspectiva do esvaziamento de sentidos religiosos e políticos da cultura africana?

O *corpus* é composto por imagens, matérias e depoimentos selecionados no *Google* em veículos de comunicação hegemônicos, na rede social *Instagram*, que ensejam um debate sobre a apropriação cultural pela indústria do consumo e da moda. Em nosso protocolo de análise procuramos observar as imagens, os discursos e os comentários relativos às respectivas matérias e postagens do *Instagram*, com o intuito de identificar as produções de sentidos e os significados no *corpus* apresentado.

O referencial teórico-metodológico é formado por autores dos estudos relacionados ao racismo e as pedagogias exúlicas, William (2019), Nascimento (2016), estabelecendo diálogo com autores da Comunicação, Consumo, Identidade e dos Estudos Culturais, dentre eles, McCraker (2003), identificando fenômenos concernentes ao mercado da moda.

Esperamos que os resultados deste estudo sejam significativos para a desconstrução de estereótipos, preconceitos e preserve os significados e sentidos esvaziados no cenário da moda,



amenizando conflitos culturais e possibilite a diversidade, a equidade e a inclusão social, estabelecendo perspectivas de (re)existência e de autorrepresentação.

1. APROPRIAÇÃO CULTURAL

Na introdução iniciamos com William (2019), esclarecendo que “não há apropriação cultural quando um grupo excluído ou marginalizado é forçado a assimilar traços da cultura daqueles que o dominam para sobreviver, como ocorreu durante todo processo de colonização, em especial na escravidão. William afirma que é exatamente o oposto. Mas o que exatamente está implícito no conceito de apropriação cultural?


A apropriação cultural ocorre quando grupos dominantes marginaliza uma cultura, religião ou etnia e torna seus símbolos e práticas condenáveis, produzindo estereótipos, racismo², preconceito racial³ e discriminação racial⁴ (ALMEIDA, 2018, p.26). Dessa forma, o grupo estigmatizado e oprimido, procura-se adequar deixando de lado suas práticas de modo a sofrer menos assédio e preconceito. Após esse processo de esvaziamento de símbolos e práticas concluído, os grupos dominantes procuram ressignificar os elementos outrora condenáveis. Dessa maneira, elementos culturais passam a ser folclorizados, objetos adquirem valores comerciais e de mercadoria. Perdendo todos os vínculos sociais, sejam eles, históricos, religiosos, afetos, memória, existência ou resistência. A apropriação cultural sempre acontece de um grupo dominante (opressor) para um grupo dominado (oprimido).

Qualquer elemento de apropriação só é aceito e assimilado pela cultura dominante depois de ser submetido a um processo de depuração, de esvaziamento de significados e apagamento dos traços de sua cultura de origem. Abdias, em O genocídio do negro brasileiro, publicado em 1978, reflete de forma profunda sobre o significado da palavra genocídio. Segundo ele, não se trata apenas da morte física: genocídio é todo apagamento cultural de um povo. “Quando se mata uma cultura, mata-se um povo”, argumenta. (WILLIAM, 2019).

² Podemos dizer que o racismo é uma forma sistemática de discriminação que tem a raça como fundamento, e que se manifesta por meio de práticas conscientes ou inconscientes que culminam em desvantagens ou privilégios para indivíduos, a depender do grupo racial ao qual pertençam.

³ O preconceito racial é o juízo baseado em estereótipos acerca de indivíduos que pertençam a um determinado grupo racializado, e que pode ou não resultar em práticas discriminatórias.

⁴ A discriminação racial, por sua vez, é a atribuição de tratamento diferenciado a membros de grupos racialmente identificados. Portanto, a discriminação tem como requisito fundamental o poder, ou seja, a possibilidade efetiva do uso da força, sem o qual não é possível atribuir vantagens ou desvantagens por conta da raça.



Julgamos pertinente destacar a distinção entre “apropriação cultural” e “aculturação”, ressalta William (2019), “sempre que se confunde apropriação com intercâmbio cultural desconsidera-se que no primeiro caso não existe reciprocidade, ou seja, não há uma troca de experiências, não há compartilhamento entre os grupos. Aculturação consiste na fusão de duas ou mais culturas diferentes a partir de um contato permanente que gera mudanças nos padrões culturais”.

Nesse sentido, a sociedade brasileira contempla estes dois processos em sua cultura. Houve uma aculturação, por meio, da diáspora africana⁵. Os portugueses, os negros e os índios, apesar do processo violento de colonização, tiveram elementos culturais amalgamados. Para efeitos ilustrativos, podemos citar as contribuições alimentar de cada uma das etnias presentes no período colonial. Alimentos de origem africana (quiabo, arroz e feijão), europeus (vinhos e embutidos) e os indígenas (farinha, biju e carnes de caça), e os alimentos eram assados, tostados ou cozidos. Entretanto, a apropriação cultural, a partir do conceito delineado, sustentamos a argumentação que a apropriação sempre esteve presente no cenário brasileiro, desde o período colonial e um dos principais alvo sempre foi a religião.

Com a colonização e a escravização dos negros, apartados de sua terra e de sua cultura (ainda que a trouxessem na memória, mas não era permitido manter as práticas culturais africanas na condição de escravo). A associação entre o Exu e o diabo atravessou o atlântico e chegou no Brasil por meio do sincretismo religioso. Sincretismo que permitiu associar elementos simbólicos, e imagens artísticas relacionadas ao Orixá aos elementos simbólicos do catolicismo, assim, os significados de Exu se perderam ou foram reduzidos.

Especula-se que a partir dos primeiros contatos entre os colonizadores europeus com as sociedades africanas já tenha havido uma associação entre o Orixá e o diabo, figura mítica do imaginário cristão. Segundo relatos registrados em documentos de missionários cristãos e comerciantes do tráfico negreiro estabelecidos nessas regiões. Os escravos comercializados e enviados ao continente americano, inclui-se aqui, os que aportavam no território brasileiro, todos foram violentados pelas atrocidades inerentes ao colonialismo, conforme descreve a fala de Cesaire (2020, p.25): “sociedades escravizadas de

⁵ A diáspora africana é o nome dado a um fenômeno caracterizado pela imigração forçada de africanos, durante o tráfico transatlântico de escravizados. Compreende-se que a diáspora africana foi um processo que envolveu migração forçada, mas também redefinição identitária, uma vez que estes povos (*balantas, manjacos, bijagós, mandingas, jejes, haussás, iorubas*), provenientes do que hoje são Angola, Benin, Senegal, Nigéria, Moçambique, entre outros, apesar do contexto de escravidão, reinventaram práticas e construíram novas formas de viver, possibilitando a existência de sociedades afro-diaspóricas como Brasil, Estados Unidos, Cuba, Colômbia, Equador, Jamaica, Haiti, Honduras, Porto Rico, República Dominicana, Bahamas, entre outras. Fonte: <https://www.palmares.gov.br/?p=53464> Acesso em 12/09/2022.

si mesmas, culturas pisoteadas, instituições solapadas, *religiões assassinadas* (grifo), magnificências artísticas destruídas, possibilidades extraordinárias suprimidas”.

A ideia de apropriação cultural no Brasil é opaca e sempre desviada sob a égide da “democracia racial” defendida por Gilberto Freire. Democracia que Abdias Nascimento tece a seguinte crítica “a palavra-senha desse imperialismo da brancura, e do capitalismo que lhe é inerente, responde a apelidos bastardos como assimilação, aculturação, miscigenação; mas sabemos que embaixo da superfície teórica permanece intocada a crença na inferioridade do africano e seus descendentes”. (NASCIMENTO, 2016, p.111).

E retomando os principais elementos apresentados na introdução deste debate, o acarajé, a capoeira, os turbantes e as vestimentas étnicas, que em seu simbolismo apresentam vínculos religiosos estreitos com as religiões de matriz afrodescendente, notadamente, o candomblé e umbanda.

Na próxima seção deste artigo, problematizamos o esvaziamento simbólico destes elementos culturais, demonstramos estratégias e discursos produzidos nesse sentido. Apresentamos nosso composto especificamente por vestuários, a saber, roupas e turbantes, e apontamos, como novos significados são estabelecidos, por meio, de imagens e textos produzidos pelo mercado da moda, pelas lógicas capitalistas e pelas contemporâneas culturas do consumo e do capitalismo.

2. AGORA É MODA: PRODUÇÃO DE SENTIDO E TRANSFERÊNCIA DE SIGNIFICADOS.

Abdias Nascimento elabora um argumento com a seguinte reflexão, corpos negros não necessitam de nenhum tipo de agenciamento na constituição de suas subjetividades, tendo em perspectivas que a sociedade brasileira, por meio, da elite, a classe média e o Estado, interpelam os indivíduos, destituindo-os de sua religião, sua cultura, sociabilidade e cidadania, lançando-os à condição de subsistência, impossibilitando qualquer espécie de autorrepresentatividade ou resistência. Nesse sentido, Nascimento (2016) apresenta uma dramática interrogação produzida pelo sociólogo Florestan Fernandes:




até que ponto o “negro” e o “mulato” estão socializados não só para tolerar, mas também para aceitar como normal e até endossar as formas existentes de desigualdades racial, com seus componentes dinâmicos – o preconceito racial dissimulado e a discriminação racial indireta. (NASCIMENTO, 2016, p. 112).

Os ideais de assimilação e aculturação são processos violentos, com as raízes fincadas na diáspora africana. Com a colonização e os negros escravizados, apartados de sua terra e de sua cultura, ainda que a trouxessem na memória, não era permitido manter as práticas culturais africanas na condição de escravo. O sistema educacional e a segurança sempre funcionaram como aparelhamento do Estado nesta estrutura de discriminação racial e cultural. A memória dos povos africanos, a história do continente africano, suas contribuições culturais e civilizatórias nunca foram ensinadas nas escolas. Por meio da produção intelectual de Gomes (2018), lembramos que

em 2003, assistimos, como um dos primeiros atos do então presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, a alteração dos arts. 26 A e 79 B da Lei de Diretrizes e Bases da Educação (Lei n.º 9.394/96) pela Lei n.º 10.639/03, introduzindo nos currículos das escolas públicas e privadas dos ensinos fundamental e médio a obrigatoriedade do ensino da história e da cultura dos afro-brasileiros e africanos. Posteriormente, por meio do Parecer CNE/CP 03/2004 e da Resolução 01/2004, a referida alteração da lei foi regulamentada pelas Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana. (BERNARDINO-COSTA, MALDONADO-TORRES, GROSFUGUEL, 2018, p. 252).

E nessa mesma direção, as religiões de matriz afro, também sempre sofreram todo tipo de agressão, submetidas a uma lei que obrigava que todo terreiro fosse do candomblé ou umbanda deviam ser registrados e de conhecimento da polícia. Entre os anos de 1889 e 1945, a intolerância religiosa era institucionalizada no Brasil por um Código Penal que definia como crime a "prática do espiritismo, da magia e seus sortilégios", pelo menos 523 peças de religiões de matriz africana foram apreendidas pela Polícia em terreiros de candomblé e umbanda no Rio de Janeiro. Ou seja, quando há alguma referência ao negro é no sentido do afastamento e alienação da identidade negra, estabelecendo-se as lógicas da colonialidade. Nilma Gomes (2018), nos assegura que

a produção do conhecimento do Movimento Negro, da negra e do negro sobre si mesmos e a realidade que os cercam não têm origem nos bancos acadêmicos nem nos meios políticos. Isso surgiu na periferia, na experiência da pobreza, na ação cotidiana, nas vivências sociais, na elaboração e reelaboração intelectual de sujeitos negras e negros, muitos dos quais nem sequer foram (e alguns ainda não são) reconhecidos como pesquisadores, intelectuais e produtores de




conhecimento. (BERNARDINO-COSTA, MALDONADO-TORRES, GROSGOUEL, 2018, p. 252).

A partir de nossas asserções, empreendemos um debate sobre a apropriação cultural, diante de imagens e discursos enunciados produzidos pelo mercado da moda. Antes, exploraremos algumas ideias de consumo inerentes ao sistema moda com recorte especial para os vestuários sob a ótica de McCracken (2003), que aborda as transferências de significado para os bens, tendo em vista que o sistema moda é um instrumento de movimentação de significado um pouco mais complexo que a propaganda. (MCCRAKEN, 2003). Nesse sentido, ele explica que esses movimentos na publicidade, são esforços das agências de publicidade para desprender o significado do mundo culturalmente constituído e transferi-lo para o bem de consumo, através de anúncios. McCracken (2003) elabora que “no sistema de moda, o processo dispõe de mais fontes de significados, agentes de transferência e meios de comunicação”. McCracken (2003), aponta que essa complexidade pode ser capturada notando que o mundo da moda atua de três modos distintos na transferência de significado para os bens, a saber:

1. O sistema moda, em uma das suas capacidades, opera uma transferência de significado do mundo culturalmente constituído para os bens de consumo notavelmente similar em caráter e em efeito à transferência feita pela publicidade. (destaque para a mídia impressa – *grifo*). O sistema de moda, nesta capacidade, toma novos estilos de se vestir ou de mobiliar a casa e os associa a categorias e princípios culturais estabelecidos. Assim, o significado transporta-se do mundo culturalmente constituído para o bem;
2. A segunda capacidade do sistema de moda é que ele realmente inventa, de modo modesto, novos significados culturais. Esta invenção é empreendida por “líderes de opinião” que ajudam a moldar e a refinar o significado cultural existente, encorajando a reforma de categorias e princípios culturais;
3. E por fim, a terceira capacidade do sistema de moda é a de se engajar não apenas na invenção de significados culturais, mas também em sua reforma radical. Parte do significado cultural das sociedades industriais ocidentais está submetida a mudanças constantes e profundas. A instabilidade radical deste significado deve-se ao fato de que as sociedades ocidentais são, na expressão de Claude Lévi-Strauss (1996, 233-234), “sociedades quentes” (MCCRAKEN, 2003, p. 109-110)

Diante das argumentações produzidas por McCracken identificamos um campo fértil e sensível à apropriação cultural produzido pelo sistema da moda na sociedade brasileira, relativo aos elementos culturais dos afrodescendentes. Nas seções anteriores, apresentamos argumentos consistentes que nos afastam das ideia de assimilação ou aculturação e sedimentam nossas reflexões na aproximação dos




conceitos de apropriação cultural e de transferência de significado para os bens. Recordando de maneira resumida que a apropriação cultural só é possível com esvaziamento cultural, religioso e social do oprimido pelo opressor, podemos especular que as grandes marcas encontram um terreno fértil para a produção de suas publicidades, seus desfiles conceitos apropriando-se culturalmente de elementos étnicos, sem o comprometimento com sentidos que deveriam estar presentes nestes elementos, antes de serem transformados em mercadorias e explorados pelas lógicas capitalistas, para William (2019), reduzir a identidade de um grupo a um simples acessório é um dos problemas mais graves da apropriação. A seguir apresentamos nosso *corpus* de análise, composto por imagens, matérias e depoimentos selecionados no *Google*, em veículos de comunicação hegemônicos, na rede social *Twitter*, que ensejam o debate sobre a apropriação cultural pela indústria do consumo e da moda. Buscamos complementar nossas análises teóricas-metodológicas, problematizamos elementos da cultura negra, esvaziados de sentido, neles todos identificamos discursos relativos à religião e um sentido demoníaco e abominável ao consumo. Rememorando o caso relacionado a comida de santo, o conhecido “acarajé” e que pelo processo de apropriação se tornou “Acarajé de Jesus”, julgamos pertinente e salutar apresentar a argumentação produzida por Rodney William,

suprimir os ritos e a herança africana do acarajé para inseri-lo numa lógica perversa de intolerância e racismo, defendendo que o bolinho unguido é que deve ser consumido pelos fiéis, é só mais um capítulo da história de perseguição que a cultura negra sempre sofreu. Revela, porém, um desconhecimento ou um desprezo por tudo que o acarajé representa na vida de tantas mulheres de candomblé, que, desde as práticas do ganho durante a escravidão, venceram na vida e salvaram suas famílias da fome e da pobreza extrema graças a essa e tantas outras comidas de origem africana vendidas pelas ruas de Salvador, Rio de Janeiro e pelo Brasil afora e até na África. (WILLIAM, 2019).

Nesse sentido, apresentamos nosso *corpus* composto por imagens de campanhas que exploram vestuários com ênfase nos motivos étnicos africanos e no uso dos turbantes. Para McCracken (2003), “Os estudos acerca dos vestuários revelam o quanto da cultura pode ser examinado a partir da cultura material das roupas”. Para McCracken (2003),

O vestuário sendo usado como um meio de comunicação mais ativo, individual e variado. O uso do vestuário para representar categorias, princípios e progressos culturais é uma empresa amplamente coletiva na qual o indivíduo enquanto comunicador desempenha um papel relativamente passivo. O vestuário permite ao indivíduo comunicar uma informação particular



em uma base bem mais ativa, idiossincrática e mutável. Em resumo, esta manifestação do caráter expressivo do vestuário é, para usar a distinção semiótica padrão, mais da alçada da *parole* que da *langue*. O estudo deste aspecto do vestuário abre a possibilidade de examinar a cultura de maneira como ela é exercida pelos indivíduos em suas negociações da vida cotidiana. (MCCRACKEN, 2003, p. 87).

Em nosso primeiro exemplo, apresentamos duas campanhas que exploraram a imagem do turbante, e adereços com imagem de mulheres brancas numa nítida transferência de significado. As campanhas são da marca Farm e da Arezzo. A Farm é uma marca recorrente nessa produção de imagens, ao lado vemos uma modelo branca representando um orixá feminino, notadamente, Iemanjá. Na matéria do site Metrópole temos o depoimento de da ativista Dalila Negreiros, que reclama o esvaziamento de sentido e a apropriação cultural tendo em vistas que ambas as campanhas poderiam ser protagonizadas por modelos negras e explica: “O problema começa quando uma pessoa, que transita em outros espaços, tira vantagem da cultura de quem deveria ser protagonista. Ser negro na sociedade não é vantajoso. Quando surgem ações afirmativas e de empoderamento, aparece um monte de gente querendo se aproveitar, sem ter nenhum tipo de experiência de ser negro”.



Figura 1: Modelos brancas utiliza turbantes e representa Iemanjá em para a Marca Farm, 2017) e na campanha da Arezzo, Cláudia Raia, Mariana Ximenes e Patrícia Pillar, 2015

Fonte: imagens extraídas em busca orgânica no Google.

As empresas exploram as imagens e não produzem nenhuma ação efetiva que beneficie a comunidade de afrodescendentes. Para Lutz, “ O que é um ponto de discussão aqui é o tipo de

apropriação que acontece dentro de uma estrutura colonial, onde uma cultura é dominante política e economicamente sobre a outra e a governa e explora”. (Lutz,1990, p.168).

Nosso próximo exemplo, é o caso são imagens produzida pela marca Valentino e o desfile produzido pela VOGUE com tema “África Pop”. Em 2016, a Marca Valentino produziu uma série com 15 imagens intitulada *"Eloquence of the Eye"* , inspirada no continente africano e na beleza multicultural. Entretanto, o ensaio recebeu muitas críticas, pois apesar de as fotos terem sido realizadas na África e a própria inspiração da coleção ser o continente, apenas uma das modelos é negra. A internauta @stockholmns escreveu: “A nova coleção do Valentino é inspirada na África e mesmo assim a maioria das modelos são brancas? Eu esperava mais deles.”⁶ De modo geral, os exemplos ilustrativos incorrem e reafirma sempre as mesmas questões. Para McCracken,

O vestuário desempenha seu papel diacrônico de várias maneiras. Uma de suas principais manifestações enquanto reflexo e agente de mudança é o fenômeno da moda (Barthes 1983; Gibbins e Gwyn 1975; Kidwell e Christman 1974; Richardson e Kroeber 1940; Roberts 1977; Sapir 1931; Schwartz 1963; Simmel 1904, Wills e Midgley 1973). Sob esta ou outras formas, o vestuário às vezes é a confirmação da mudança e, às vezes, aquilo que dá início a ela. Algumas vezes é um meio de constituir a natureza e os termos de um conflito político; outras um meio de criar consenso. Algumas vezes é um instrumento de uma tentativa de dominação; outras, o arsenal da resistência e do protesto. (MCCRACKEN, 2003, p. 88).



Figura 2: A esquerda: foto de lançamento da coleção da marca Valentino tema “África tribal e selvagem”, 2016
A direita: foto da coleção apresentada no baile de da Vogue 2016 com o tema “África Pop”, 2016


Fonte: imagens extraídas em busca orgânica no Google.

No mesmo ano, a VOGUE em seu tradicional desfile de carnaval reuniu celebridades para que vestissem trajes com motivos africanos. As modelos “fantasiadas” de africanas vestiam roupas e adereços que reforçavam os estereótipos de um Brasil e África colonizados. Willian (2019) faz a seguinte ponderação,

A rigor, a grande questão da apropriação não reside na prática de usar turbante, dreads, tranças, cocares ou qualquer outro elemento cultural, mas no fato de adotá-los sem a menor consciência de que seus significados estão para além da estética, ou seja, possuem um valor simbólico, seja religioso ou de crença, seja de status ou posição social, em suas respectivas comunidades. Evocam uma história de luta e resistência que merece consideração e respeito.(WILLIAM, 2019).

Em 2018, a VOGUE produziu outro baile de carnaval, o novo tema foi “Divino, Maravilhoso” e propunha aos convidados uma homenagem ao Brasil. A youtuber Tata Estaniecki utilizou um adereço no rosto que lembrava uma focinheira, ao que, segundo ela, representava uma “homenagem aos escravos”.

Numa apropriação cultural e representatividade extremamente agressiva que remetia a um elemento de tortura e julgo de exploração escravocrata. Essas imagens remontam fatos e discursividade vinculadas a historicidade do Brasil colônia, acionando uma memória discursiva e uma rede sentidos de dor e angústia. O corpo de um negro ou de um índio está impregnado de cultura e memória, traz as marcas de dor e sofrimento que a colonização impingiu. Essas peles não são fantasias. Portanto, apropriação cultural não é homenagem, é violência simbólica exercida de forma sutil ou explícita, enfatiza William (2019).



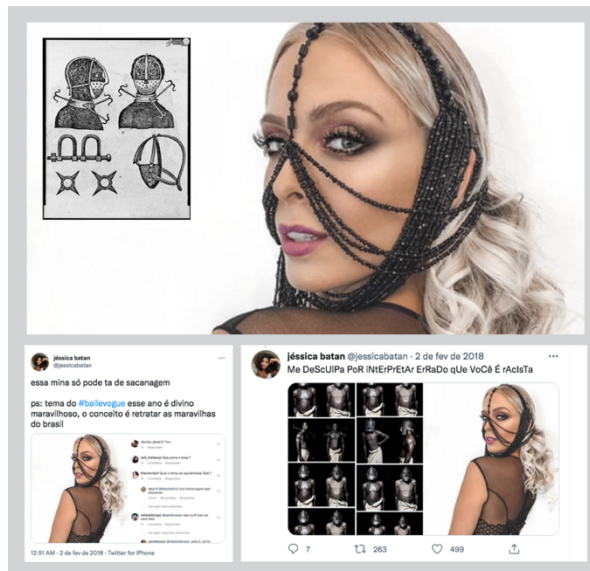


Figura 3: Tata Estaniecki, blogueira presente no baile da VOGUE.
Fonte: Hypeness.

Nesse sentido, é de suma importância para complementar nossas análises reproduzir um trecho do depoimento de Ana Maria Gonçalves, publicado no portal “Brasil de Fato”, em 16 de fevereiro de 2017, pela agência de notícias Intercept Brasil, em que ela apresenta o sentido cultural para as mulheres negras.

Viver em um turbante é uma forma de pertencimento. É juntar-se a outro ser diaspórico que também vive em um turbante e, sem precisar dizer nada, saber que ele sabe que você sabe que aquele turbante sobre nossas cabeças custou e continua custando nossas vidas. Saber que a nossa precária habitação já foi considerada ilegal, imoral, abjeta. Para carregar este turbante sobre nossas cabeças, tivemos que escondê-lo, escamoteá-lo, disfarçá-lo, renegá-lo. Era abrigo, mas também símbolo de fé, de resistência, de união. O turbante coletivo que habitamos foi constantemente racializado, desrespeitado, invadido, dessacralizado, criminalizado. Onde estavam vocês quando tudo isto acontecia? Vocês que, agora, quando quase conseguimos restaurar a dignidade dos nossos turbantes, querem meter o pé na porta e ocupar o sofá da sala. Onde estão vocês quando a gente precisa de ajuda e de humanidade para preservar estes símbolos? (GONÇALVES, 2017)

O discurso enunciado propõe o diálogo, a diversidade, o respeito pela existência e os sentidos de resistência e reexistência. Gonçalves se coloca no lugar de fala, mas, também no lugar de escuta. Não está dito, que os turbantes não possam ser usados por mulheres brancas. A mensagem comunicada é de respeito pela memória, pela história e principalmente como símbolo de luta. É a autorrepresentação que enseja a liberdade de expressão e a agência das subjetividade do corpo negro.

Concluimos que a apropriação cultural dos elementos africanos nos processos comunicacionais de moda nas contemporâneas culturas do consumo são produzidos a partir dos esvaziamentos de sentidos religiosos, sociais, culturais e políticos da cultura africana. Identificamos nos discursos, inter-relações com as religiões de matriz africana, notadamente o candomblé e umbanda e a produção de sentido demoníacos e abomináveis para o consumo. A partir destes fatos apresentados, foi possível identificar nas imagens e nos discursos a transferência de significados, que estão estabelecidos na sociedade para os bens de consumo, conforme salientou McCracken (2003), numa dinâmica muito parecida, porém, mais complexa que na publicidade. O debate produziu um diálogo fértil e interessante entre os autores, entretanto, as inter-relações de consumo, das lógicas capitalistas e apropriação cultural, permitem outras reflexões, pensando nas subjetividades produzidas sobre os corpos negros. Propomos um debate em outros artigos, sobre a apropriação cultural, a partir de lentes dos Estudos De coloniais, no sentido de tensionar o conceito, por meio, de outras lentes teóricas e metodológicas.



4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Sílvio. **O que é racismo estrutural?** São Paulo: Letramento, 2018.

GONÇALVES, Ana Maria. Na polêmica sobre turbantes, é a branquitude que não quer assumir seu racismo. The Intercept Brasil, 16-2-2017.

<https://www.brasildefato.com.br/2017/02/16/na-polemica-sobre-turbantes-e-a-branquitude-que-nao-quer-assumir-seu-racismo/>

LUTZ, Hartmut. Cultural appropriation as a process of displacing peoples and history. The Canadian Journal of Native Studies, (1990). 10(2), 167-182.

MCCRACKER, Grant. Cultura e Consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. rio de Janeiro: MAUAD, 2003.

RUFINO, Luiz. **Pedagogia das Encruzilhadas**. Rio de Janeiro: Mórula Editorial, 2019.

WILLIAM, Rodney. **Apropriação Cultural**. São Paulo: Pólen, 2019

