

O ato de vestir: o negro entre a moda e a sobrevivência

El acto de vestirse: el negro entre moda y supervivencia

The act of dressing: black people between fashion and survival

GUSTAVO ANTONIUK PRESTA¹

MARCELA LUIZA CASAGRANDE²

Resumo

No Brasil, herdeiro do colonialismo escravista, a moda ajudou a construir estereótipos racistas no imaginário social, fazendo surgir relações simbólicas entre vestimenta, cor de pele e determinadas reputações. O objetivo desta pesquisa foi investigar como a moda pode ajudar a desconstruir estereótipos racistas. As análises de método qualitativo foram baseadas em pesquisas bibliográficas e documentais, e complementadas por um estudo de levantamento, junto às pessoas negras da cidade de Brusque, em Santa Catarina, para identificar memórias de experiências racistas decorrentes de suas formas de se vestir. Também, como acreditam que a moda pode ajudar a desconstruir estereótipos negativos construídos sobre corpos negros. Como resultante verificou-se que o mercado da moda

1 Doutorando e Mestre em Artes Visuais pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), bolsista CAPES. Especialista em Comunicação Audiovisual pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC/PR). Professor, artista multimídia e pesquisador, atua nas áreas das artes e comunicação - falarcomguto@hotmail.com - <http://lattes.cnpq.br/2386784911211472> - <https://orcid.org/0000-0001-7016-4674>

2 Pós-graduanda em Responsabilidade Social, Direitos Humanos e Cidadania Global pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC/PR). Bacharel em Design de Moda pelo Centro Universitário de Brusque (UNIFEBE). Pesquisa intersecções entre moda e inclusão social - marcelacasagrande@gmail.com - <http://lattes.cnpq.br/7495637990274680>

deve ser compreendido como algo complexo e múltiplo, composto por diversas etapas, da criação de uma roupa até sua exposição. Assim, deve inserir pessoas negras nos postos de trabalho de ponta a ponta do processo, não apenas nas comunicações.

Palavras-chave: Moda, Racismo, Estereótipos, Boicote, Representatividade.

Resumen

En Brasil, heredero del colonialismo esclavista, la moda ayudó a construir estereotipos racistas en el imaginario social, dando lugar a relaciones simbólicas entre la ropa, el color de la piel y ciertas reputaciones. El objetivo de esta investigación fue estudiar cómo la moda puede ayudar a deconstruir los estereotipos racistas. Los análisis del método cualitativo se basaron en una investigación bibliográfica y documental, y se complementaron con un estudio de encuesta, con personas negras en la ciudad de Brusque, en Santa Catarina, para identificar recuerdos de experiencias racistas derivadas de sus formas de vestir. Además, como creen que la moda puede ayudar a deconstruir estereotipos negativos construidos sobre cuerpos negros. Como resultado, se encontró que el mercado de la moda debe entenderse como algo complejo, múltiple y diverso, desde la creación de una prenda hasta su exhibición. Por lo tanto, debe insertar a las personas negras en trabajos de principio a fin en el proceso, no solo en las comunicaciones.

Palabras clave: Moda, Racismo, Estereotipos, Boicotear, Representatividad.

Abstract

In Brazil, an heir country to slave colonialism, fashion influenced the construction of racist stereotypes in the social imagination, which caused the rise to typical relationships between clothing and skin color with certain reputations. The aim of this research was to investigate how fashion can help deconstruct racist stereotypes. The qualitative method analysis was based on bibliographic and documentary research. It was complemented by a survey with black people in the city of Brusque, in the State of Santa Catarina, Brazil, to identify memories of racist experiences which arose from their apparel. Also, the interviewed people shared how they believe fashion can help deconstruct negative stereotypes built on black bodies. As a result, it was found that the fashion market must be understood as something complex and multiple, consisting of several stages, from the creation of a garment to its exhibition. Thus, it was understood that black people should be included end-to-end in the process, not employing them only in the

communication sector, as it happens in the present day.

Keywords: Fashion, Racism, Stereotypes, Boycott, Representativeness.

1 Introdução

A moda tem sido um grande fator de identificação e representação social no mundo contemporâneo. Atuando como uma forma de afirmação entre o indivíduo e a sociedade, a roupa é uma das mais importantes linguagens não verbais em um corpo social, que cada vez mais explora as linguagens visuais. A indumentária é capaz de transmitir ideias e símbolos, tais quais foram adquiridos com o passar do tempo, por meio da vida em sociedade e da absorção de características culturais, que acabam sendo internalizados pelos indivíduos e traduzidos na forma de se vestir. A moda como forma de representação, faz com que indivíduos criem identidades simbólicas e sociais, tornando-os integrantes de determinados grupos e épocas. Tais representações, algumas vezes, acabam por criar rótulos e padrões preestabelecidos, bem como estereótipos sobre vestimentas – que foram abordados no presente trabalho.

Há tempos existem lutas por uma moda mais democrática e ativista, que se faça enxergar para além da frivolidade e superficialidade. Compreendendo que criar, confeccionar e vestir uma roupa trata-se de atos sociopolíticos, passa-se então a perceber a necessidade de um pensamento crítico acerca disso, analisando o modo como as roupas são feitas, como elas são distribuídas, concebidas e propagadas. Como será o seu uso e o seu descarte. Todos esses processos passam a ser preocupações pertinentes em uma moda ativista. Uma das motivações da presente pesquisa provém também do desejo de explicitar essas afirmações e, a partir disso, propor soluções ou iniciativas que possam modificar o sistema da moda para melhor.

Na sociedade brasileira contemporânea, herdeira do colonialismo patriarcal, escravagista e racista para os negros (pretos ou pardos) a moda não é apenas estética. A roupa muitas vezes é um fator determinante sobre quem vive e quem morre. A moda para alguns é questão de sobrevivência. Tendo isso em vista, o objetivo geral da presente pesquisa foi investigar como a moda pode ajudar a desconstruir a imagem negativa estereotipada racista, construída socialmente sobre os corpos negros. Os objetivos específicos foram evidenciar os múltiplos desmembramentos que o racismo apresenta na sociedade contemporânea e quais foram os pensamentos responsáveis por perpetuá-los; observar os reflexos e impactos dos racismos na moda (e reciprocamente); entrevistar pessoas negras para tentar identificar experiências racistas em suas vivências, decorrentes de suas for-

mas de se vestir.

Vivendo em uma sociedade tomada pela desigualdade social e racial em seus mais variados âmbitos, as faces do racismo se tornaram cada vez mais evidentes e menos discretas. Ao longo do tempo, a moda ajudou a construir estereótipos racistas no imaginário social, fazendo surgir relações simbólicas entre a vestimenta das pessoas, a cor de suas peles e determinadas reputações ou interpretações. Esses estereótipos deixaram e continuam a deixar marcas profundas na sociedade, de modo que uma reflexão crítica é apresentada nessa pesquisa, tentando analisar como a moda, sua indústria e mercado podem ajudar na desconstrução da imagem negativa estereotipada racista, construída socialmente sobre os corpos negros.

O artigo propõe algumas hipóteses derivadas do estudo do mercado profissional e de pesquisa em moda. Essas hipóteses podem ser entendidas também como estratégias complementares para um processo mais dinâmico de combate ao racismo como, por exemplo: a criação de políticas, regras e legislação mais rígidas perante a representação racial em desfiles, marketing, comunicação, publicidade e mídias sociais, que soaria como uma solução regular e efetiva no que diz respeito a visibilidade nesse mercado e indústria. Além disso, a abertura de possibilidades e a valorização de pessoas negras, não somente nas passarelas ou em frente às câmeras, mas do mesmo modo que isso esteja presente na organização e equipes de trabalho das marcas de moda. Por fim, o boicote ou o cancelamento de marcas de moda, artistas ou influenciadores relacionados ao meio que fazem alusão ou propagação do racismo ou que, de forma direta ou indireta, agem com discriminação perante as pessoas negras.

Por meio de análises baseadas em pesquisas bibliográficas e documentais, complementou-se com um estudo de levantamento, junto às pessoas negras da cidade de Brusque, em Santa Catarina, que frequentam o Centro Universitário de Brusque (UNIFEBC). Todos participantes do levantamento tiveram suas identidades preservadas e são apresentados com nomes fictícios. Através de um questionário com quatro perguntas, os indivíduos expuseram opiniões, vivências e experiências que envolviam moda e racismo. Assim, pôde-se correlacionar os entendimentos dos entrevistados com as propostas de solução para as problemáticas abordadas no presente trabalho, analisando os níveis de percepção e desdobrando questões sociológicas importantes para a uma moda ativista, que vise a desconstrução do colonialismo instaurado na sociedade brasileira atual.

2 A moda como fator de representação e significação social

A moda e a indumentária sempre serviram como forma de afirmação entre o indivíduo e a sociedade na qual está inserida, como um meio de construção de identidades de povos, como forma de dominação e de resistência, e de representação de momentos simbólicos no decorrer das épocas.

Sabe-se que a moda carrega um emaranhado de significados e projeções, e no ponto de vista sociológico é definida por Lipovetsky (1989) como um espaço onde as pessoas conseguem exercer sua liberdade e sua maneira crítica de enxergar o mundo, resultando em um anseio da afirmação da personalidade que cada indivíduo possui.

Entretanto, ao longo dos anos, desde que se tem conhecimento do ato de vestir, o ser humano faz uso de itens vestíveis para funções ambíguas. A moda de hoje é resultado das diversas mutações que sofreu durante o passar do tempo, sendo um reflexo de todos esses processos históricos, somados aos desejos do consumismo e do capitalismo atuais. Godart (2010, p. 30) complementa essa linha de pensamento quando enfatiza que “[...]compreender a moda implica, por conseguinte, compreender a mudança social”. Geralmente, as principais pesquisas retratam o vestuário, caminhando lado a lado com os estados da sociedade em seu entorno, comunicando por meio de si, períodos econômicos, políticos e culturais.

A forma mais relevante que a moda tem se apresentado nos dias de hoje, de maneira mais concisa, é a de comunicação e significação social. A socióloga Diana Crane (2006) afirma que as roupas acabam criando comportamentos por conter a capacidade de impor identidades sociais. A autora abriu ainda a questão para o seguinte debate: como a moda e as escolhas do vestuário são capazes de diferir em sociedades onde a classe social e o gênero são os aspectos mais evidentes de identidade social, em contraposição de sociedades onde o estilo de vida, faixa etária e a preferência sexual, por exemplo, carregam tanto significado quanto a classe social, no que tange à construção da autoimagem e à apresentação do eu?

No mundo globalizado neoliberal é incomum a percepção da moda, enquanto ato de vestir, como manifesto de vetor político, por exemplo. Geralmente, a moda carrega erroneamente, embutida em seu termo, a ideia de artificialidade, de frivolidade, de futilidade e pura estética comercial. Mas, vestir-se trata-se de um ato político. Tendo em mente que o princípio fundador da moda nas sociedades capitalistas é a ‘ostentação’ e que ele é fundamentado na luta por posição econômica, status social e inclusão cultural, por meio de elementos visíveis e suscetíveis de serem interpretados por todos (GODART, 2010), pode-se considerar

que o processo de construção e desconstrução de padrões, representações e estereótipos sociais, andam em paralelo a essa questão. Dessa forma, percebe-se que a moda pode servir como um fator importante de representação e significação social.

As representações sociais são comumente formadas pelo senso comum, podendo ser associadas aos estereótipos, que são concepções, ideias ou conceitos formados antecipadamente sem fundamento imparcial, e que se estabelecem como senso comum. Ou seja, são os padrões estabelecidos baseados na ausência de conhecimento sobre o assunto em questão.

Ao longo do tempo, as próprias sociedades impuseram certos estereótipos como sendo axiomas em torno de grupos étnicos, culturais e sociais, afetando direta e indiretamente seu modo de viver e conviver. O guarda-roupa enquanto paradigma, oferece “[...]um conjunto de sintagmas possíveis para a construção do discurso que se efetua mediante a combinação entre diferentes elementos em adequação ao gosto do sujeito e a ocasião contextual que oferece o pretexto de inclusão ou exclusão dele” (CASTILHO, 2003, p. 85). A exclusão de grupos raciais é um reflexo quase que automático da criação e perpetuação desses estereótipos.

Durante o período da escravidão no Brasil, por exemplo, os negros não possuíam opção de escolher suas vestes. Segundo o antropólogo e historiador Darcy Ribeiro (1999), esta época durou mais de três séculos - de 1550 até 1888 - transformando o Brasil no país que recebeu o maior número de escravizados na história da humanidade, aproximadamente cinco milhões de pessoas. O autor relata que, ainda na travessia pelo Oceano Atlântico nas embarcações negreiras, os escravizados vinham deitados por cima uns dos outros, comendo mal e mal fazendo suas necessidades. Pessoas de culturas diferentes eram misturadas e apartadas de suas referências culturais e simbólicas. Desembarcavam desnudos em terras desconhecidas e eram separados não somente fisicamente, mas psicológica e sentimentalmente de suas origens, passado e de sua família.

Após serem comprados, geralmente todas as decisões referentes a subsistência dos escravizados eram tomadas pelos senhores, que refletiam em seus escravos todos os seus costumes tidos como “corretos”, desde o modo de se portar, agir e o vestir. A historiadora Julita Scarano (1992) explica que, por vezes, os escravizados eram vestidos de acordo com a riqueza portada por seus senhores, e a vestimenta comunicava também o trabalho que os mesmos desempenhavam dentro das fazendas. Os escravizados domésticos, que conviviam com as pessoas brancas, tinham suas roupas mais elaboradas. As mulheres ganhavam até turbantes e adornos para estarem bem-apresentadas. Já no trabalho braçal, os homens vestiam calças de algodão grosso e camisa e as mulheres usavam saia e blusa de chita – todos em tecidos de baixa qualidade.

Já a professora e historiadora Emília Viotti da Costa (1997) complementa afirmando que os escravos trabalhavam sob condições de sol e chuva, e as roupas, em pouco tempo, transformavam-se em trapos, fazendo-os ficarem malvestidos. Esse fato gerava multas para os donos dos escravos, já que era obrigação dos mesmos a manutenção do vestuário de seus pertencentes.

Os negros, após o período de escravidão, tiveram que adquirir novas significações para suas práticas culturais e suas peculiaridades com a aparência e vestuário, sabendo que eles perderam muito de sua essência durante esse processo. Crane (2006) relata que a apresentação pessoal dos negros nos espaços de convivência passou a ser muito importante, pois servia como forma de reconstrução de uma imagem que antigamente era de animais selvagens que serviam apenas para o trabalho. Foi, então, que passou a haver uma preocupação com a imagem que passariam aos outros, mais especificamente com relação às vestes usadas no convívio social, de contexto colonial eurocêntrico.

Crane (2006) ainda acrescenta que os negros que podiam escolher, usavam a forma de vestir semelhante ao que viam nas pessoas em posição superior, imitando-os para poder alcançar o almejado respeito, tendo o corpo como uma representação de poder. Foi um longo processo para haver uma emancipação desse pensamento colonizado e para o abandono da ideia de uma suposta superioridade colonial dos referenciais eurocêntricos. Nesse ponto a moda agiu como uma importante ferramenta para a reafirmação e recuperação da identidade dos negros.

Ao longo dos anos a moda tornou-se um instrumento para contestar o racismo e as práticas discriminatórias que açoitavam o passado e o presente dos descendentes de escravizados. Foi também por meio dela que os negros puderam inspirar-se em reafirmar e resgatar sua autoestima perdida. Conseguiram, depois de muito tempo, sentir orgulho de si, de seu cabelo, de sua cor. A moda foi fundamental para a consolidação de algo que havia se perdido nas centenas de anos da escravidão: a identidade desse povo.

3 As expressões do racismo e reflexos sociais

Segundo Silvio de Almeida (2018, p. 25) “[...]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”. Reafirmando esse entendimento, Ribeiro (2018) aponta que racismo trata-se de um sistema de opressão que nega oportunidades a indivíduos ou grupos por conta de aspectos como a cor da pele.

Há ainda a distinção entre a definição de racismo, dos conceitos de discriminação e preconceito racial. A discriminação racial, podendo ser direta ou indireta, consiste no tratamento diferenciado – seja ele a exclusão, a restrição ou a preferência – de pessoas racialmente identificadas. Em relação ao preconceito racial, Almeida (2018, p. 25) descreve-o como “[...]o juízo baseado em estereótipos acerca de indivíduos que pertençam a um determinado grupo racializado” conjugando julgamentos artificiais, geralmente inferiorizantes ou pejorativos.

Para que haja a mínima compreensão dos efeitos que a escravidão, as desigualdades e todos os tipos de discriminação deixaram de legado no país até hoje, é necessária a fragmentação do racismo para que o mesmo seja compreendido em suas várias faces, entre as mais discretas e invisíveis, até as mais diretas e explícitas. Entre as diversas instâncias em que o racismo se manifesta, são expostas e exemplificadas abaixo as três mais enraizadas no Brasil, e influentes na construção de estereótipos racistas relacionados à moda e a indumentária.

3.1 Racismo institucional

O racismo institucional manifesta-se em esferas públicas e privadas, consistindo nos resultados das instituições que agem de forma a privilegiar determinadas raças e desfavorecer outras. Está amplamente relacionado com o negligenciamento de serviços básicos como: saúde, educação, saneamento e segurança às pessoas por conta de sua cor, por exemplo. Trata-se da incapacidade dessas organizações, instituições e do Estado, de prover e fornecer serviços adequados e minimamente humanos aos indivíduos de diferentes cores e etnias, colocando-os, dessa forma, sempre em desvantagem no acesso aos serviços prestados por eles. De forma esclarecedora, Charles Hamilton e Kwame Ture (1967, p. 5) ilustram o racismo institucional, apontando um exemplo recorrente em sua sociedade na época - mas que ainda hoje se verifica, inclusive no Brasil - afirmando que quando

[...]quinhentos bebês negros morrem a cada ano por falta de comida adequada, abrigos e instalações médicas, e outros milhares são destruídos e mutilados fisicamente, emocionalmente e intelectualmente por causa das condições de pobreza e discriminação, na comunidade negra, isso é uma função do racismo institucional.

Exemplos equivalentes podem ser percebidos no Brasil em seus mais variados âmbitos. No que tange à segurança pública, o direito à liberdade e a relação entre cidadãos e polícia, por exemplo, nota-se de forma nítida e cruel a expressão

desse racismo por meio de dados e estatísticas. No ano de 1997 o grupo de Rap Racionais MC's, um dos mais importantes grupos do cenário Hip-Hop nacional, representando as comunidades periféricas de São Paulo, lançou um forte alerta nesse sentido, afirmando que “60% dos jovens de periferia sem antecedentes criminais já sofreram violência policial; a cada 4 pessoas mortas pela polícia, 3 são negras; nas universidades brasileiras apenas 2% dos alunos são negros. A cada 4 horas, um jovem negro morre violentamente em São Paulo” (RACIONAIS MC'S, 2019). As fontes dos dados são confirmadas pelo Movimento Nacional de Direito Humanos (MNDH), que luta desde 1982, principalmente em cima da questão da violência institucionalizada brasileira, possuindo atualmente o banco de dados mais completo no que diz respeito aos homicídios no país. Acessando a índices desse banco de dados, datados do ano de 1997 e apresentados por Oliveira, Lima e Santos (1998), constatou-se que a polícia mata três vezes mais negros do que brancos. As pesquisas também indicaram que em São Paulo os negros temem mais a polícia, principalmente os que já foram revistados pela mesma. Entretanto, apenas 34% dos brancos são revistados pela polícia, enquanto negros contabilizam 48% e pardos 46%.

Cerqueira e Bueno (2019) apresentaram estudos que apontaram que 75,5% das vítimas de homicídio no Brasil são negras. O estudo comparou, ainda, a dados de 2007 onde a porcentagem de negros assassinados era de 63,3%. Em números, equivale a 49,5 mil homicídios contra negros em relação a 16 mil de não negros – evidenciando assim, o crescimento dessa taxa com o passar dos tempos.

O Anuário Brasileiro de Segurança Pública (2019), fonte que registra, compila e analisa dados e registros policiais relacionados a criminalidade, mostrou que entre as mortes decorrentes de intervenções policiais, 75,4% são de pessoas negras. Percebe-se então que “a cor/raça da vítima é uma das variáveis determinantes da violência policial, o biotipo ‘negro’ é o alvo predileto e, ao que tudo indica, de fácil identificação pela polícia” (OLIVEIRA; LIMA; SANTOS, 1998, p. 50). Assim, analisando e comparando os dados no decorrer dos anos de 1997 até 2018, percebe-se a manutenção do mesmo cenário que foi descrito na música dos Racionais MC's, salientando reflexos do racismo institucional na segurança pública.

Também não é difícil perceber reflexos do racismo institucional em outros âmbitos, igualmente importantes como a educação, a saúde e o trabalho – direitos resguardados pelo Art. 6º da Constituição Federal Brasileira. Divulgados pelo IBGE (2018), os dados coletados da Pesquisa Nacional por Amostra Domiciliar Contínua (PNAD Contínua) de 2017, escancararam a desigualdade associada ao racismo institucional, no viés educacional. Em resumo, constatou-se que no Brasil há, atualmente, 11,46 milhões de analfabetos. Desses, 73% são negros (pretos

ou pardos). A faixa etária da pesquisa também percebeu que a maior taxa de analfabetismo está presente em homens e mulheres com 60 anos ou mais, somando 5,87 milhões da parcela anteriormente citada – nesse setor, são 70% pretos ou pardos, contra 29% de brancos.

Analisando esses dados, conclui-se que não se trata apenas da educação que é disponibilizada atualmente, mas como também da educação que nunca foi viabilizada para o grupo social atingido pelos reflexos do racismo institucional. As taxas são reflexos do atraso de indivíduos que sequer tiveram acesso à alfabetização e que passaram por um processo de difícil e atrasada inserção nesse meio. A Constituição Brasileira de 1824, em seus Atos Oficiais, garantia instrução primária a cidadãos brasileiros. Entretanto, escravos africanos, mesmo que libertos, não entravam nessa lista por não terem nascido em nação brasileira, não lhes sendo permitido o acesso à escola (BRASIL, 2019). A proibição ainda foi reforçada em níveis estaduais, como no Rio de Janeiro, por exemplo. Por meio da Lei nº 1 de 1837, sobre a Instrução Primária do Rio de Janeiro que dizia, pelo Artigo 3, em transcrição literal: “[...]são proibidos de frequentar as Escolas Públicas: 1º Todas as pessoas que padecerem moléstias contagiosas; 2º Os escravos e os pretos Africanos, ainda que sejam livres ou libertos” (SOUSA, 2005, p. 199). Assim, entende-se que foi inclusive baseado em questões legais e tradicionais, que o racismo se institucionalizou no Brasil.

A mesma inacessibilidade aconteceu de forma semelhante no que diz respeito ao trabalho e a renda no Brasil. Por conta da abolição tardia, os efeitos sentidos pelos negros ainda é um tema em pauta. Segundo o IBGE (2017) a PNAD Contínua avaliou também os números de desempregados no país e constatou que no terceiro trimestre de 2017 havia 13 milhões de brasileiros desocupados, e que pretos e pardos ocupavam 63,7% dessa fatia. Em questões salariais foi observado que trabalhadores pretos e pardos tinham o rendimento médio de R\$ 1.531,00, enquanto os brancos tinham de R\$ 2.757,00. É uma evidente lacuna segregada que separa os privilegiados do restante da sociedade. E os autodeclarados pretos ou pardos geralmente ocupam espaço entre a maioria de prejudicados, salientando um paradoxo peculiar.

Comparando as estatísticas sociais supracitadas, que permearam a sociedade durante vários anos, até chegar à situação atual do país, nota-se o viés do preconceito racial presente nas instituições – como a segurança pública, a educação e a empregabilidade – evidenciando assim o racismo institucional em suas faces mais visíveis. Os dados e as estatísticas são indicativos de que há algo errado nas contas: uma população nacional que tem em sua maioria negros (pretos e pardos), que estão geralmente em desvantagem em todos os âmbitos relacionados a questões institucionais, abre espaço para um debate importante sobre a fábula da

meritocracia – o mito que alimenta as desigualdades. O benefício pelo mérito só pode ser reconhecido quando as oportunidades são para todos.

3.2 Racismo estrutural

Se as instituições perpetuam e reproduzem o racismo – como ficou compreendido na explanação anterior – isso significa que, de alguns modos, ele está presente no cotidiano e passa a ser visto como algo ‘normal’, como recorrente na sociedade. Ou seja, “as instituições são racistas porque a sociedade é racista”, afirma Almeida (2018, p. 36), um dos maiores pesquisadores contemporâneos no assunto. Assim, pode-se dizer que o racismo estrutural está relacionado à naturalização do preconceito contra determinadas etnias humanas, pautado em diferentes características físicas e culturais de determinados grupos, no transcurso da formação da sociedade e dos pensamentos em torno desses contextos.

Não há desvencilhamento quando um sustenta o outro. Almeida (2018) explica que a reprodução dos comportamentos e práticas racistas de âmbito institucional só existem pois há, em todas as esferas sociais, a “normalização” da discriminação étnica – piadas, isolamentos, silenciamento, desigualdades, estereótipos negativos e violência em sua forma física. Essa naturalização do preconceito étnico é transmitida de forma quase ‘natural’ às instituições que a reproduzem, propagando e perpetuando de forma sistêmica as práticas racistas.

O racismo estrutural está amplamente relacionado às construções históricas derivadas de anos de escravidão e vida sub-humana. São resultados das condições que os negros foram colocados mesmo após a abolição da escravatura no Brasil, em 1888, sem indenizações, sem nenhum direito, com leis ao seu desfavor – que os proibiam de estudar, de se reunir e de comprar terras, por exemplo. Trata-se das práticas, dos hábitos e dos costumes embutidos no cotidiano que promovem o preconceito racial de uma forma camuflada e muitas vezes subentendida.

Surge com isso a também dificuldade da criminalização, visto que racismo é crime perante a Constituição Federal – Lei Federal nº 7.716 de 1989. Além de haver uma lacuna gigantesca de um século entre a abolição e a criação da lei

[...]o fato de parte expressiva da sociedade considerar ofensas raciais como “piadas”, como parte de um suposto espírito irreverente que grassa na cultura popular em virtude da democracia racial, é o tipo de argumento necessário para que o judiciário e o sistema de justiça em geral resistam em reconhecer casos de racismo, e que se considerem racionalmente neutros (ALMEIDA, 2018, p. 59).

As estruturas do racismo estão presentes, por exemplo, em forma de expressões linguísticas e se tornou quase que parte do vocabulário brasileiro. Algumas frases com teor racista que são propagadas no cotidiano, perpetuam a discriminação sem que se tome conta, fortalecendo também o racismo em sua esfera institucional. Mercado negro, magia negra, lista negra, inveja preta, a coisa tá preta, são apenas algumas das frases utilizadas no dia a dia, com a referência ao preto ou ao negro sempre sendo utilizada de forma a indicar algo desagradável, negativo ou desconfortável.

A palavra ‘denegrir’, segundo Lili Schwarcz (2020), significa “tornar escuro” e é comumente usada no sentido de desonra e difamação, carregando em si um enorme cunho racista – indicando que o ato de tornar negro seria algo ruim. ‘Mulata’ ou ‘mulato’, termos usados até hoje para designar homens e mulheres de cor parda ou mestiças, é pejorativo e vem desde os tempos da escravidão. A palavra faz referência ao filhote do cavalo com a jumenta, a mula, indicando os filhos de brancos com negras escravas. O termo pejorativo pode ser facilmente compreendido no poema da cordelista brasileira Jarid Arraes (2015), onde ela enfatiza que a palavra era usada a fim de debochar e depreciar a cor.

Almeida (2018, p. 38) aponta ainda que “comportamentos individuais e processos institucionais são derivados de uma sociedade cujo racismo é regra e não exceção.” Isso abre espaço para o debate das necessárias mudanças individuais e o papel do Estado nesse processo, para então haver mudanças profundas nos âmbitos sociais, políticos, econômicos e culturais e religiosos.

3.3 Racismo religioso

Acredita-se que religião se trata de um conjunto de crenças e visões sobre o mundo, que estabelecem símbolos que relacionam a sociedade com a espiritualidade e valores morais. O Brasil é um Estado-Nação secular, ou laico, caracterizado pelo poder do Estado de ser oficialmente imparcial às questões religiosas. Significa que suas regras, leis e instituições públicas, não podem e nem devem ser estabelecidas com base em nenhuma religião. O Estado laico também abrange o que diz respeito a liberdade dos indivíduos, de professarem sua fé e credo, sejam eles quais forem.

Entretanto, é perceptível como todas as faces do racismo supracitadas ficam ainda mais evidentes quando os assuntos são as religiões de matriz africana. Não se trata apenas de intolerância religiosa, mas sim do que é o chamado de racismo religioso. A intimidação, destruição e tentativas de apagamento dessas religiões,

não tiveram seu início recente – desde quando os primeiros escravos chegaram ao Brasil, tiveram de se separar de suas crenças. D’Adesky (2005, p. 51) relata que “em sua chegada ao novo território brasileiro, os negros africanos foram imediatamente inseridos num diferente quadro simbólico religioso, numa ruptura total com a realidade anterior das sociedades africanas”. Considerando a diversidade cultural que cobre os diversos países do continente africano, fica saliente a multiplicidade religiosa e linguística que distinguia esses grupos na época da escravidão. Desse modo, com crenças e línguas diferentes, esses povos enfrentavam dificuldades na tentativa de reestabelecer seus padrões religiosos e crenças nessa nova realidade, além da repressão e apagamento promovidos pelos processos da escravidão.

Com essa ruptura de realidade os negros foram, além de escravizados por sua mão de obra, induzidos a compactuar com a religião de seus senhores, por meio de uma conversão obrigatória que resultou na “perseguição àqueles que tentaram permanecer fiéis às práticas de seus ancestrais” (D’ADESKY, 2005, p. 51). Porém, alguns grupos de negros resistiram a essa conversão. Foi então que houve a tentativa da assimilação das divindades negras aos santos católicos, sendo que o catolicismo encarnava o credo dos colonizadores e da elite branca europeia, fazendo com que as religiões de raízes africanas, sobrevivessem de alguma forma, mesmo que ‘disfarçadas’ no sincretismo. Como tudo no Brasil, símbolos e crenças que representavam os negros, foram ressignificados e muitos até invisibilizados ou criminalizados.

Santos *et al.* (2016) afirmou que entre 2005 e 2015, mais de 70% dos casos de ofensas, abusos e atos violentos registrados, foram contra praticantes de religiões de matrizes africanas como o candomblé e a umbanda. Um caso que inflamou a imprensa a nível nacional, foi o de Kayllane Campos, uma menina de 11 anos que foi apedrejada na cabeça, no subúrbio do Rio de Janeiro, quando voltava do culto de candomblé onde estava com a avó – que é mãe de santo. Ambas vestiam traje branco característico, quando alguns homens começaram a insultá-las e a proferir termos como “macumbeiras” e “vão para o inferno”. Os homens levantavam bíblias e jogavam pedras enfurecidos. Ao perceberem a gravidade da agressão, fugiram em ônibus após cometerem o crime (GLOBO, 2015).

É impossível desassociar a intolerância religiosa em casos como esse com o preconceito contra negros e africanos. Essas expressões nada mais são do que uma herança, dentre as incontáveis, que a escravidão deixou no país. São cicatrizes profundas que exigem medidas bruscas para que sejam solucionadas ou minimamente apaziguadas, bem como em todas as expressões do racismo relatadas, mas que não se encerram nas supracitadas, recortadas aqui para análise pela relação direta que apresentam com os casos a serem analisados nesse estudo.

4 O impacto da moda e indumentária nos racismos

As faces do racismo e seus respectivos impactos podem ser percebidos também na esfera da moda. Da mesma forma como a moda, em sua concepção mais ampla, influencia diretamente nas ocorrências das faces do racismo, além de outras não menos importantes e não mencionadas.

Cabe, nesse âmbito, apresentar a distinção das palavras moda e indumentária. A moda é, de acordo com Olivete (2014) uma das áreas do vestuário que é passageira, possui necessidade de constante renovação e normalmente acompanha o tempo em que é vivida. Enquanto a indumentária trata-se do estudo de roupas relacionadas a certas épocas e também está associada ao uso das vestimentas que possuem objetivo de utilização, como uniformes e fardas, por exemplo.

Em novembro de 2016, o Governo do Estado do Paraná – em parceria com a Assessoria Especial da Juventude e o Conselho Estadual de Promoção da Igualdade Racial – fez um experimento que demonstrou a correlação do racismo institucional com a indumentária. A campanha realizada contou com uma peça audiovisual intitulada “Teste de Imagem”, que consistiu na apresentação de imagens fotográficas, que retratavam o cotidiano de pessoas anônimas. Foi apresentada para dois grupos de profissionais de setores de recursos humanos, a fim de compreender suas percepções e reações espontâneas (PARANÁ, 2016). As fotos exibidas aos grupos possuíam como única diferença a cor de pele dos personagens (Figura 1). As mesmas ações capturadas nas fotos que foram representadas por pessoas brancas, foram também capturadas em outras imagens representadas por pessoas negras, executando as mesmas ações.



Figura 1 – Montagem com frames do audiovisual da campanha “Teste de Imagem”. Fonte: Adaptado de Paraná (2015).

A parcialidade e a diferença nas reações dos indivíduos, quando expostos aos dois tipos de representação imagética, é explícita e discrepante. Nos comentários imediatos os negros foram colocados em posições socialmente inferiores e foram descritos de maneira pejorativa, quase que instantaneamente. Como é perceptível na Figura 1, os negros estão vestidos de forma idêntica aos brancos. As posições dos corpos também se assemelham muito, podendo notar-se alguma mudança nas feições dos rostos ou detalhes de cenários, penteados, maquiagens, enquadramentos em algumas imagens, mas nada que possa induzir diretamente uma tomada de opinião tendenciosa generalizada.

Assim, o teste mostra como houve uma construção de estereótipos racistas nas interpretações, em uma sociedade que continua associando os não brancos de forma negativa, perigosa e ‘inferior’. A campanha também contou com a divulgação de um conteúdo de mídia social e mídia impressa (Figura 2), que trouxe informações e estatísticas sobre o racismo institucional, reafirmando a importância da abordagem desse assunto.



Figura 2 – Campanha utilizada pelo Governo do Estado do Paraná.
Fonte: Almeida (2017, p. 1).

Dessa maneira, a campanha mostra como a indumentária e a moda podem impactar diretamente na distinção social entre brancos e negros, corroborando com os dados estatísticos já apresentados. Além disso, o cotidiano está repleto de fatos que demonstram a impossibilidade de interpretar esses acontecimentos com a justificativa de se tratar de ‘casos isolados’. Um exemplo recente ocorreu no dia 7 de abril de 2019, quando a mídia de massa divulgou que militares fuzilaram com cerca de 80 tiros um carro com ocupantes negros, em uma área pobre do Rio

de Janeiro. Segundo Gomes, Martins e Lannoy (2019), no carro estava a família do músico Evaldo dos Santos Rosa, de 51 anos que faleceu na hora. Estavam a caminho de um chá de bebê em um carro branco, sem vidro fumê. Segundo perícia realizada posteriormente pela Polícia Judiciária Militar, o laudo indicou que foram disparados 257 tiros de fuzil e pistola durante essa ação. Desses, 62 atingiram o veículo com a família (GOMES; MARTINS; LANNOY, 2019). Em resposta, as Forças Armadas alegaram que uma patrulha do Exército flagrou um assalto na região e que o carro roubado tinha a mesma cor que o carro de Evaldo, porém, outra marca e outro modelo. Assim, os militares alegaram ter confundido o veículo com o dos assaltantes. ‘Equívocos’ como esse elucidam e reforçam a diferenciação no tratamento social entre brancos e negros. As manifestações dos racismos na esfera da moda também são notadas além da interpretação social, que correlaciona indivíduos com profissões ou intenções, de acordo com suas roupas, e dos aspectos da comunicação publicitária mercadológica. No design de estampas, por exemplo, a marca carioca Maria Filó, fundada em 1997, através de seu site afirma celebrar a figura feminina e que deseja surpreender mesclando o clássico com o moderno em suas coleções. Em 2016 a coleção de primavera/verão – intitulada “Pindorama” – foi lançada pela marca, apresentando em seu mix estampas florais com frutas e sementes. Porém, uma estampa específica (Figura 3), foi alvo de necessário boicote por parte de consumidores.



Figura 3 – Item a venda no site da marca e detalhe da estampa.
Fonte: Folha de São Paulo (2016).

A estampa (Figura 3) mostra uma escrava negra com um bebê no colo e um cesto na cabeça, servindo uma mulher branca ao lado de outras escravas que

parecem cozinhar. Além da apologia ao racismo, o período da escravidão aparece no item, servindo como forma de homenagem ou puro apelo estético comercial de uma história tão dolorosa e marcante para os povos negros. O fato desse problema ter sido notado com a peça já no cabide para venda, exige uma reflexão sobre o fato dessa vestimenta ter passado por todas as linhas de produção, até ser distribuída entre as lojas físicas e ser exposta aos clientes, sem nenhum impedimento. A primeira pessoa que teve acesso à peça em loja e emitiu sua opinião em seu perfil na rede social Facebook, conseguiu chegar à marca Maria Filó em pouco tempo com sua postagem.

Após as críticas, a marca afirmou que a estampa teria sido inspirada por obras de Jean-Baptiste Debret, pintor francês, responsável por muitas obras que retrataram o cotidiano dos escravos brasileiros no século XIX e que tomaria providências cabíveis para remoção das peças das lojas. Decorrente desse fato, ainda em 2016 a empresa uniu-se ao Instituto Identidades do Brasil, para promover ações internas para dialogar abertamente sobre o tema igualdade racial.

O acontecimento foi um demonstrativo do racismo presente na moda. Em pronunciamento a respeito do assunto, a atriz Taís Araújo (2016, p. 1) fez uma ressalva significativa sobre esta temática: “a escravidão não pode virar pop, não pode ser vendida como uma peça de moda. A moda nos representa, nos posiciona, nos empodera, comunica quem somos. Não se pode fazer dela uma vitrine de uma história da qual devemos nos envergonhar”.

Mais uma vez corroborando com o fato de que não se tratar de ‘caso isolado’, algo semelhante se passou com a marca Farm em 2017, quando internautas perceberam racismo explícito em estampa da grife carioca, que após as críticas, teve o mesmo procedimento da marca Maria Filó – pediu desculpas e tirou de circulação as peças com a estampa (GELEDÉS, 2017).

Além de outros exemplos que podem ser facilmente encontrados em sites de busca na internet, algumas questões salientam-se da tensão entre esses fatos e os aspectos teóricos até aqui abordados: a reincidência de casos de racismo tão explícitos, em uma época que há tanto acesso à informação, pode refletir a ausência de pensamento crítico de algumas marcas na hora de conceber suas coleções? Ou pode representar, ainda, a ausência de profissionais negros nos setores, desde a concepção e criação, até a produção das peças? Ou fatos como esses estão se tornando comuns e passando despercebidos de olhares que possuem o racismo estrutural como filtro de visão, já não percebendo ou camuflando acontecimentos desse gênero?

4.1 A importância da representatividade

Na sociedade contemporânea, por meio da representatividade midiática e comunicacional, milhões de indivíduos podem sentir-se pertencentes a certos grupos, os quais integram de alguma forma – seja por meio de características físicas, comportamentais ou socioculturais. Djamila Ribeiro (2016) entende que é importante que a população negra ocupe espaços em que historicamente não esteve representada. Porém, a pesquisadora reforça a importância de que não basta ocupar os espaços e preenchê-los com a reprodução de lógicas e discursos de reafirmação de políticas preconceituosas que vão contra a população negra. Por isso, para a autora, é preciso ocupar os espaços, mas é necessário estar lá para modificá-los. É importante que esses espaços possam ser ocupados de modo a ultrapassar as estruturas, pois não basta ter várias pessoas negras ocupando algum espaço, enquanto a juventude negra periférica segue morrendo e sofrendo graves violações de direitos humanos.

Representatividade vem do efeito de sentir-se representado por algo maior no escopo social, como movimentos, grandes mídias corporativas ou redes sociais, que atualmente são os meios por onde a mesma mais se manifesta. As grandes mídias são os principais meios de comunicação de massa responsáveis por transmitir e difundir conteúdos informativos e jornalísticos. O seu poder é irrefutável quando se tem o conhecimento da relevância que elas têm para a população brasileira: 89% dos brasileiros assistem televisão para manterem-se informados. Desses, 77% assistem todos os dias, de acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia (2016), realizada pela Secretaria de Comunicação Social do Governo Federal (BRASIL, 2016).

A questão que se torna pertinente a essa altura é sobre como o negro é representado nesses meios midiáticos tão expectados pelo público brasileiro. Segundo D'Adesky (2005) os negros representam, em média, 4% das aparições nos meios televisivos e quase sempre de forma que reforça o racismo e a segregação: em papéis coadjuvantes ou ainda como serviçais e quando empregados a cargo de publicidades, estão sempre associados às marcas populares. Quando não são invisibilizados, a imagem dos negros é atrelada a aspectos negativos na mídia, associadas a malandragem ou a pobreza. “A mídia aparece como uma dinâmica das relações interétnicas, suscetível de orientar atitudes e de provocar mudanças no interior das sociedades” (D'ADESKY, 2005, p. 88). Assim, a exclusão do negro na televisão reafirma estereótipos sociais criados sobre os mesmos e alimenta, ainda, um imaginário de desprezo desses indivíduos.

Esse universo imaginário traz consigo efeitos imensuráveis que refletem na falta de referências para a construção de identidades de pessoas negras. Em seu

livro “Na minha pele”, o ator Lázaro Ramos elucida o assunto e abre uma questão que paira sobre essa discussão: “Se não existirem referências da cultura negra, ou se todas elas forem negativas ou por demais insignificantes, isso não impactará diretamente na nossa capacidade de sonhar, de nos sentirmos possíveis, de nos identificarmos com alguém”? (RAMOS, 2017, p. 52). A falta de referências, também na infância, faz com que crianças negras cresçam sem perspectiva de identidade com seus semelhantes – sem uma modelo negra famosa, sem uma princesa afrodescendente com seu castelo, sem bonecas de seu tom de pele, sem super-heróis negros importantes.

Na indústria da moda, a representatividade é um assunto efervescente em pauta. Segundo Batista Júnior (2019) o diretor criativo da marca parisiense Balmain, Olivier Rousteing, um negro de apenas 33 anos, fez subir o lucro da grife de 24 para 150 milhões de euros. Para o estilista, a prospecção da moda para os próximos anos não deve ser focada na tecnologia com a criação de materiais e tecidos biodegradáveis, mas sim, prioritariamente, sobre métodos e formas de fazer uma moda mais inclusiva e menos racista e arcaica. Rousteing, em entrevista a Batista Júnior (2019, p. 1) afirmou “não adianta uma marca colocar três modelos negros na passarela, em um total de oitenta meninas, para mostrar diversidade. Há diversidade no time de criação ou vendas? Não? Então não passa de marketing”. Afirmções acerca da genuinidade das ações em prol da diversidade foram pautas da entrevista supracitada, se há, de fato, coerência nas lutas das grandes marcas ou se são somente demandas de mercado.

O caso de Tyler Mitchell também possui um viés importante na abordagem da representatividade. O fotógrafo de 24 anos, nascido e criado no Brooklyn, em New York, foi o escolhido por Beyoncé para registrar a capa da edição mais importante do ano de 2018 para a revista americana Vogue. A cantora recebeu aval positivo da editora-chefe para controlar toda a edição do mês de setembro daquele ano. Assim, foi a primeira vez em 126 anos de publicação que um negro assinou uma capa da Vogue (ESTEVÃO, 2018). Foi um marco histórico – a percepção fotográfica contando com outra visão depois de um século sob domínio de fotógrafos brancos dentro do contexto da revista – que demonstra o quão lento são os passos que a representatividade dá nas mídias e na moda. É um sinal de que ainda há muito a ser trabalhado nessas indústrias, um longo caminho a ser percorrido para que acontecimentos como esse deixem de ser históricos e passem a ser corriqueiros. Negros já ocuparam várias capas da Vogue ao longo desses 126 anos, entretanto, por trás das câmeras, sempre havia fotógrafos brancos. A nova visão e os novos horizontes trazidos por Mitchell trazem, de certa forma, um discurso de esperança por uma moda mais representativa.

A representatividade entra em divergência com a genuinidade das marcas

de moda, quando dá-se atenção a um caso relevante para o universo da moda ocorrido em 2019. A marca italiana Gucci foi acusada de racismo após pôr à venda um suéter fazendo alusão ao *blackface* (Figura 4), prática que remete aos papéis teatrais feitos em meados do século XIX, por atores brancos para representar pessoas negras de forma exagerada, cômica e ridicularizada (Figura 5).

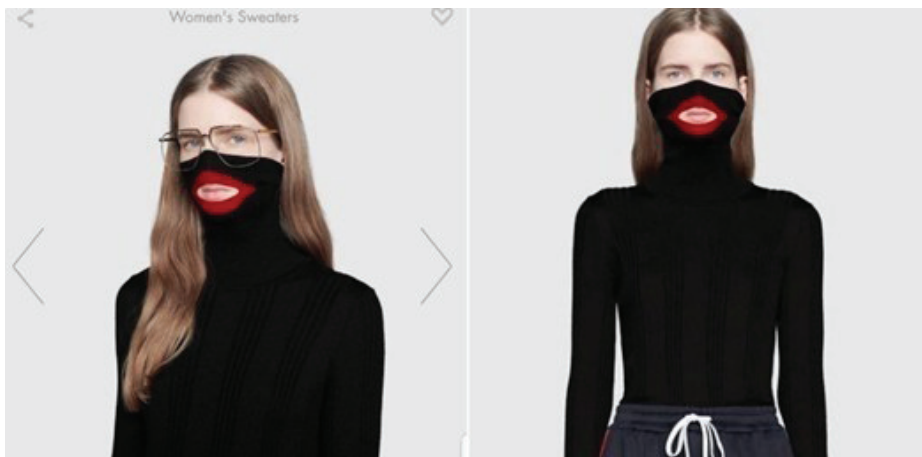


Figura 4 – Suéter colocado à venda no site oficial da marca Gucci.
Fonte: FASHIONISTA (2019, p. 1).



Figura 5 – Ator fazendo blackface, em 1925.
Fonte: Clark (2019, p. 1).

A peça preta com gola alta em formato de balaclava (Figura 4), que possuía grandes lábios vermelhos, causou revolta e boicote entre consumidores. Segundo

Estevão (2019) famosos, inclusive como os *rappers* 50 Cent e Soulja Boy, eram adeptos da marca e se pronunciaram negativamente, trazendo à tona a importância da representatividade no *staff* das marcas. A Gucci tentou, por meio de cartas abertas, pedir profundas desculpas e se retratar com seus consumidores, fato que perceptivelmente não ocorreu, visto que os lucros da empresa despencaram após essa acusação de racismo.

Em contrapartida, o ocorrido resultou na criação de um departamento especial dentro da empresa. A divisão de diversidade, equidade e inclusão, é dirigida pela advogada Renée Tirado, que é responsável por implementar estratégias globais de igualdade, como por exemplo o aumento da diversidade dentro das equipes de criação e desenvolvimento da grife.

Para fazer uma moda sustentável ou ter a preocupação com a tecnologia pela qual a moda flutuará no futuro, é necessária a compreensão desse sistema como ferramenta de desconstrução de imaginários colonialistas, bem como para a construção de atuações que sejam intrinsecamente antirracistas. Assim, trazendo questionamentos diários sobre como a moda pode tentar reverter as consequências deixadas pela escravidão e como ela pode combater opressões para com os negros nesse âmbito e além.

5 Métodos de pesquisa

O presente estudo, de cunho exploratório e descritivo, teve como intenção principal a compreensão e a familiarização do assunto. Visou identificar como a moda pode servir como instrumento de desconstrução de estereótipos racistas enraizados negativamente na sociedade. Contou com embasamento teórico científico e análises de casos englobados ao tema tratado.

A pesquisa teve abordagem qualitativa e os procedimentos técnicos foram bibliográficos e documentais, contando também com pesquisa de levantamento. Por meio de livros, artigos, matérias e textos jornalísticos e investigativos, documentos visuais e audiovisuais, além de entrevistas, a pesquisadora pôde correlacionar os assuntos abordados com a ideia inicial, onde obteve embasamento necessário para prosseguir com questionários em campo.

Para confrontar as hipóteses da pesquisa, enfatizada como estudo científico pautado na área de interesse dos estudos em moda, realizou-se uma pesquisa de levantamento, para imersão no assunto de acordo com o ponto de vista de pessoas pretas, com vivências correlatas ao tema central da pesquisa. O questionário foi composto por quatro perguntas abertas. A amostra foi constituída com base no entendimento de que a pesquisa possuía um notório viés simbólico e subjetivo,

sendo necessário um grau de intimidade com as pessoas às quais seriam direcionadas as perguntas. Levando isso em conta, o critério foi pautado em abordar as redes de contatos pessoais dos pesquisadores, de forma que a proximidade na relação possibilitou uma entrevista mais afeiçoada e pessoal. A faixa etária foi estabelecida entre 17 e 25 anos, por ser uma faixa de idade pertencente a geração Z – caracterizada por pessoas que buscam questionar as formas de consumo atual com mais preocupação; que exigem ética, transparência e consciência social de países e marcas; que possuem voz ativa e coletiva nas urnas, ruas e principalmente nas mídias (ESTEVÃO, 2019 B).

A pesquisa foi distribuída aos indivíduos via WhatsApp no período do dia 07 a 13 de outubro de 2019. Os participantes responderam os questionários sem a presença dos pesquisadores, utilizando o tempo individual necessário. Ao término do prazo estabelecido, foram obtidos 20 questionários. Entretanto, é importante frisar que, apesar dos critérios estabelecidos, muitos indivíduos não se sentiram à vontade para responder as perguntas por acharem de cunho muito pessoal, limitando então o número de respondentes da pesquisa.

As questões foram elaboradas a partir de aspectos que se salientavam durante as pesquisas bibliográficas e documentais, bem como de diálogos com amigos e conhecidos negros, que relatavam suas vivências e experiências informalmente em conversas. Dessa maneira, foram estabelecidas as seguintes perguntas: você toma algum cuidado especial na hora de escolher as roupas antes de sair de casa pensando na forma como será tratado? Algum dia sua vestimenta foi pretexto para alguma atitude racista? Quando você era criança, ouvia algo de seus pais em relação às suas roupas ou a sua forma de vestir-se? Como você acha que a moda pode ajudar a desconstruir a imagem negativa estereotipada racista, construída socialmente sobre os corpos negros?

As respostas foram devolvidas em forma escrita e oral. As três primeiras, quantificáveis, foram tabuladas e transformadas em percentuais quantitativos através de planilhas eletrônicas. A análise também qualitativa dos resultados, principalmente da quarta questão, relativa à pergunta de pesquisa e as hipóteses desse trabalho, se deu através da sua interpretação e da sua discussão embasada em todo o conteúdo contido no presente trabalho. A seguir, a análise de forma detalhada é apresentada.

6 Análise dos resultados

O questionário com perguntas abertas conseguiu apontar de forma concreta algumas das faces dos racismos que marcam a sociedade atual, além de frisar

correlações entre aspectos técnicos e teóricos apresentados nesse estudo e o cotidiano de negros na cidade de Brusque.

Quando questionados se tomam algum cuidado diferenciado na hora de escolher a roupa antes de sair de casa, pensando na forma em como serão tratados socialmente, 75% dos respondentes disseram que tomam esse cuidado, 15% optaram pela opção talvez e 10% não se atentam a isso. Chama atenção a resposta particular do entrevistado Akin³, de 17 anos: “Os negros têm a ideia de que estão em desvantagem, sabe? Então, estão sempre tentando achar algum jeito de se igualar [...]. Acho que a roupa acaba sendo um caminho, por isso a gente vê muitos negros gastando com roupas caras, pelo fato de quererem se sentir iguais aos outros”. Reiterando a ideia da busca por status social, aceitação e pertencimento através da vestimenta.

Já Hanna, de 23 anos, afirmou que toma cuidados especiais não unicamente pelo fato de ser negra, mas também por ser mulher: “a preocupação vai além do que os outros vão achar esteticamente. Penso na minha segurança, se meu corpo vai ficar exposto demais e se isso pode passar uma mensagem deturpada às outras pessoas”. O racismo que perpetuou a noção das ‘mulheres da cor do pecado’ foi pedestal fundamental para a construção de estereótipos que exaltam a sexualidade e o erotismo da mulher negra, resultando na hipersexualização.

A maioria dos questionados entrou em um consenso de que a vestimenta em si, pode ter sido um agravante para atitudes de cunho racista, mas, em geral, concordaram que a cor da pele negra, de fato, foi o real motivo. Entre o número total de entrevistados, 65% responderam que sua vestimenta já foi pretexto para alguma atitude racista; 20% responderam que nunca foi pretexto e 15% disseram que talvez a veste tenha influenciado certas experiências racistas. Relatos de abuso policial, reflexos do racismo institucional aqui já citado, foram evidenciados pelo entrevistado Zulu, referente a essa questão: “um dia fui enquadrado [pela polícia] e perguntei o porquê de ser enquadrado. O policial disse que minha vestimenta me tornava suspeito”. Zulu disse que sempre fez uso de roupas mais largas, mas que, segundo o policial, poderiam ser usadas para disfarçar armamentos ou objetos de furtos. Outro entrevistado comentou sobre como, na adolescência, era chamado de “favelado” por usar roupas maiores e mais largas, geralmente herdadas dos pais e irmãos, provenientes de doações, ou por comprar roupas falsificadas. “Na adolescência, minha mãe disse que eu seria confundida com bandido, porque usava roupas rasgadas”, afirmou Imani, que complementou o assunto fazendo referência à questão do mercado de trabalho, que engloba o recorte do racismo institucional já referido:

3 Todos os nomes contidos nessa análise de resultados são fictícios, a fim de preservar a identidade dos entrevistados.

Me senti desprezada em uma dinâmica seletiva para um estágio. Eu estava passando por uma situação financeira bem difícil e não tinha uma roupa bonita ou nova. Eu, modéstia à parte, fui a melhor na dinâmica, por palavras de meus concorrentes. Eram duas vagas e eu fiquei em terceiro. Em outro caso, foi pelo cabelo trançado, fui convidada para trabalhar em um local e me pediram para tirar as tranças.

Relatando outra experiência, Imani citou que um dia, quando foi ao supermercado comprar vinho, estava usando uma bermuda com chinelos. O segurança seguiu-a por três vezes dentro do estabelecimento, parando perto da mesma e a observando escolher a mercadoria.

Em relação a pergunta número 3, onde foram questionados se ouviam algo de seus pais ou familiares, quando eram crianças, em relação ao modo de vestir-se, foi possível perceber que 85% deles afirmaram que ouviam alertas e recomendações sobre o uso de determinadas roupas e 15% disseram não se recordarem. O veto de uso da cor preta ou tons fechados nas roupas foi relatado por uma parcela dos entrevistados, como pode ser percebido nas palavras de Jamila: “Gosto muito de roupas escuras e já ouvi comentários como: dessa forma tu vai sumir, parece uma coisa só”. Corroborando com essa linha de raciocínio, outra interrogada concluiu: “minha família falava que se eu colocasse uma roupa toda preta, teria que andar sorrindo”. Fica claro que a vestimenta passa a atuar como um gatilho na sociedade que possui imaginários racistas, praticamente como um aval para atitudes a serem cometidas a qualquer momento com pessoas negras.

Na pergunta número 4, os respondentes foram questionados sobre como achavam que a moda poderia ajudar a desconstruir a imagem negativa estereotipada racista construída socialmente sobre os corpos negros. A pesquisa já havia, inicialmente, prospectado hipóteses para essa pergunta por meio de estudos críticos derivados da vivência acadêmica e profissional dos pesquisadores. Mas, é o depoimento das pessoas afetadas diretamente por essas questões que revela suas percepções com relação ao complexo sistema produtivo e mercado da moda, que antecedem a representatividade midiática, tão em voga na contemporaneidade por ser mais percebida e debatida.

Por tratar-se de uma pergunta que envolve um teor de pensamento crítico, nem todas as pessoas expressaram claramente discernimento sobre esses aspectos contemporâneos. Entretanto, os entrevistados contribuíram com ideias que corroboraram com algumas hipóteses da pesquisa. As respostas tiveram muito enfoque na representatividade e na visibilidade, não somente externas – os desfiles, o marketing e tudo aquilo que é possível verificar primordialmente nas ações de comunicação das marcas – mas também internas, como nos *staff* e equipes

responsáveis por fazer acontecer grandes e pequenas marcas de moda, desde a concepção das peças até o processo de venda. Amir corrobora com essa linha de raciocínio afirmando:

Em nossa sociedade há uma grande desvalorização da cultura negra, assim como do próprio negro. Nesse aspecto a moda pode colaborar para mudar essa realidade, fomentando a valorização da cultura negra e dando espaço para pessoas negras no papel tanto de profissionais, quanto de consumidores de moda. Podendo, assim, mostrar que a cultura negra é relevante, bonita e também faz parte da cultura do país.

Sobre o tema, a entrevistada Anulika arremata esse nó concluindo: “Botar pessoas negras em altos cargos ou incentivar a construir suas marcas pode ajudar também, já que traz visão e referências da cultura afro”. Outro ponto relevante levantado foi sobre a importância do não branqueamento de pessoas negras para se adaptarem no meio da moda, como o alisamento de cabelos e uso de maquiagem para afinar os lábios ou clarear a pele. Uma proposta muito interessante foi pautada pela entrevistada Nailah, que acredita que “o Afrofuturismo, como inspiração para a moda, vem mudando a nossa visão estética, ajudando na descolonização do pensamento e criando narrativas e inspirações afro, tanto para a vida, quanto para a moda”. O Afrofuturismo, segundo Brasil (2015, p. 1), é um movimento “pluridisciplinar que utiliza a música, as artes plásticas, a moda, [...] e que estabelece o encontro entre a história, o resgate da mitologia e cosmologias africanas com a tecnologia, a ciência, o novo e inexplorado”. Ou seja, um movimento que pensa nas artes, na política, na filosofia, na ciência, na tecnologia e outras áreas, indo ao encontro da ancestralidade africana para estabelecer outra perspectiva de presente e de futuro.

A partir das respostas dos protagonistas negros aos temas abordados, pôde-se estabelecer uma correlação entre o pensamento desses indivíduos e as duas primeiras hipóteses apresentadas na introdução desse estudo. Assim, de certa forma, a maioria dos entrevistados reafirma a necessidade de proporcionar visibilidade às pessoas negras nas indústrias e mercados da moda, que refletem e por vezes espargem grandes impactos causados pelos racismos na sociedade e que também mantêm os padrões eurocêtricos de beleza perpetuados, que ocasionaram nessa falta de representação racial que é observada atualmente.

7 Considerações finais

Tendo em mente a importância da sociologia e do pensamento crítico para todas as áreas humanas, não sendo diferente na moda, o presente trabalho pode ter grande contribuição nos aspectos sociais da matéria. Compreender que além de consumidores há indivíduos com ambições, anseios e sentimentos, é importante para que se construa uma moda com mais igualdade e empatia, com mais acessibilidade e espaço para pessoas negras. Percebendo que o mercado dessa indústria vai muito além do que simplesmente criar e vender tendências, faz-se necessário um olhar mais a fundo em questões humanas e sociais, não esquecendo que a moda e os aspectos sociopolíticos andam lado a lado, desde o passado até o futuro.

Considerando que o Brasil é o país com maior número de negros fora da África, urge um novo olhar e uma nova prática decolonial sobre os processos de moda, desde a formação acadêmica de profissionais, passando por todas as instâncias produtivas, de oferta e de compra. O questionário de perguntas abertas foi agente fundamental para a construção, não só da análise dos resultados da pesquisa, mas do trabalho como um todo, servindo como alicerce para explicitar vivências dos racismos no cotidiano da cidade de Brusque e correlacionar a opinião dos entrevistados com os dados levantados no estudo. Sendo assim, os entrevistados, em seus legítimos lugares de fala, reiteraram algumas ideias que a pesquisa havia planejado para a problemática do estudo e entraram em um consenso importante sobre a falta de representatividade, tanto nas grandes mídias de moda, quanto nos processos criativos e produtivos.

Falaram também sobre a falta de marcas essencialmente voltadas aos corpos negros como público-alvo, ponto que anda em paralelo com a falta de representatividade nas áreas de trabalho das marcas de moda, principalmente na criação e desenvolvimento. Trata-se de possuir alguém para se espelhar, de se enxergar e enxergar seus semelhantes ao seu redor. Algo que é muito pouco visto no cenário da moda contemporânea.

Das hipóteses propostas pelo estudo, aspectos sobre representatividade na indústria e mídia da moda, que sintetizam os reflexos derivados das duas primeiras hipóteses (a criação de políticas, regras e legislação mais rígidas perante a representação racial em desfiles e mídias sociais de marketing e publicidade, que soaria como uma solução regular e efetiva no que diz respeito a visibilidade nesse mercado e indústria; a abertura de possibilidades e a valorização de pessoas negras, não somente nas passarelas ou em frente às câmeras, mas do mesmo modo que isso esteja presente na organização e equipes de trabalho das marcas de moda), foram levantadas e muito frisadas entre os entrevistados.

Porém, chamou atenção a inexistência do entendimento relativo à terceira hipótese (o boicote ou o cancelamento de marcas de moda, artistas ou influenciadores relacionados ao meio que fazem alusão ou propagação do racismo ou que, de forma direta ou indireta, agem com discriminação perante as pessoas negras), que talvez exija um teor de pensamento e consciência crítica mais efetivos ou radicais. Entendeu-se que a descolonização dos saberes e dos fazeres é primordial para minar a propagação do pensamento eurocêntrico que rege a contemporaneidade no mundo globalizado neoliberal, principalmente no campo da moda. E isso só se consegue com processos educacionais decoloniais, desde o ensino básico até os postos de trabalho.

Somente a partir da educação do pensamento crítico e inclusivo o cidadão pode compreender a sua força individual e coletiva. Desse modo, processos de boicote às marcas racistas ou preconceituosas poderão ser entendidos como ferramentas efetivas, para que os públicos pleiteiem seus interesses socioculturais e comerciais. As sociedades, por toda parte, são sempre compostas por indivíduos que, quando tomarem consciência de sua força enquanto grupo, realizarão as transformações sociais urgentes em cada contexto específico.

Os resultados que foram analisados nessa pesquisa têm grande relevância para os novos rumos que a moda tem tomado no mundo atual, onde já se podem perceber alguns passos no sentido da transformação, como desfiles voltados a moda ativista e o crescimento de marcas com o propósito inclusivo. Nesse contexto, há mais conscientização por meio de consumidores e há mais responsabilidade de marcas e empresas do ramo. Por isso, estudos relacionados aos contextos sociais e questões acerca da equidade, preconceito e inclusão com enfoque na moda e indumentária, deverão ser cada vez mais comuns e importantes para o meio científico.

Por ser um assunto complexo e plural, houve limitações de tempo e de espaço para discorrer sobre o assunto pautado. Muitos outros recortes que têm igual importância para esse trabalho não puderam ser desmembrados de forma adequada, fato esse que abre a possibilidade de continuação da presente pesquisa em novos estudos relacionados.

Por meio desse trabalho os autores reconhecem seus privilégios como pessoas brancas e usam seu espaço de pesquisa para abordar uma temática que consideram relevante para a transformação da indústria da moda e, por conseguinte, da sociedade. Entender os impactos da escravidão no sistema atual da sociedade brasileira e entender a falta de reparação histórica nos mais variados setores, são os pontos de partida para compreender que ainda há muito para se lutar e debater, inclusive na indústria da moda. Levantando essa bandeira, o presente estudo torna visível esse debate no meio acadêmico. As lutas antirracistas não são só fun-

damentais, são imprescindíveis em busca de uma moda com mais justiça, empatia e respeito. A luta segue, continuamente.

Referências

ALMEIDA, Rafael de. **Governo do Paraná mostra em campanhas o que significa racismo institucional**. 17 nov. 2016. Disponível em: <https://www.b9.com.br/68274/governo-do-parana-mostra-em-campanha-o-que-significa-racismo-institucional/> . Acesso em: 28 jun. 2021.

ALMEIDA, Silvio Luiz de. **O que é racismo estrutural?** Belo Horizonte: Letramento, 2018.

ARAÚJO, Tais. **Facebook, rede social**. 2016. Disponível em: <https://www.facebook.com/taisdeverdade/photos/a.467026363422100/595300150594720/?%20Type=3> . Acesso em: 28 jun. 2021.

ARRAES, Jarid. **Não me chame de mulata**. 2015. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/nao-chame-de-mulata/> . Acesso em: 28 jun. 2021.

BATISTA JÚNIOR, João. **Olivier Rousteing: ‘a moda é racista’**. 27 ago. 2019. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/entretenimento/balmain-olivier-rousteing-a-moda-e-racista/> . Acesso em: 28 jun. 2021.

BRASIL, Luisa. **Dossiê Afrofuturismo: saiba mais sobre o movimento cultural**. 24 set. 2015. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/dossie-afrofuturismo-saiba-mais-sobre-o-movimento-cultural/> . Acesso em: 28 jun. 2021.

BRASIL. Presidência da República. **Constituição política do império do Brasil** (de 25 de março de 1824). Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao24.htm . Acesso em: 28 jun. 2021.

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia: relatório final**. 2016. Disponível em: <http://dadosabertos.presidencia.gov.br/dataset/pesquisa-brasileira-de-midia-2016> . Acesso em: 28 jun. 2021.

BRASIL. Senado Federal. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Disponível em: https://www.senado.leg.br/atividade/const/con1988/con1988_03.07.2019/art_6_.asp . Acesso em: 28 jun. 2021.

CASTILHO, Kathia. **Moda e linguagem**. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2003.

CERQUEIRA, Daniel; BUENO, Samira (coord.). **Atlas da violência 2019**. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/atlasviolencia/download/19/atlas-da-violencia-2019> . Acesso em: 28 jun. 2021.

CLARK, Alexis. How the history of blackface is rooted in racism. **History**. 15 fev. 2019. Disponível em: <https://www.history.com/news/blackface-history-racism-origins> . Acesso em: 28 jun. 2021.

COSTA, Emília Viotti da. **Da senzala à colônia**. 4. ed. São Paulo: Ed. Unesp, 1997.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. 2. ed. São Paulo: SENAC, 2013.

D' ADESKY, Jacques. **Pluralismo étnico e multiculturalismo: racismos e anti-racismos no Brasil**. Rio de Janeiro: Pallas, 2005.

ESTEVÃO, Ilka Maria. Beyoncé é capa da Vogue: veja curiosidades dos bastidores. **Metrópoles**. 06 ago. 2018. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/beyonce-e-capa-da-vogue-veja-curiosidades-dos-bastidores> . Acesso em: 28 jun. 2021.

_____. Lucros da Gucci despencam após episódio envolvendo blackface. **Metrópoles**. 31 jul. 2019. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/lucros-da-gucci-despencam-apos-episodio-envolvendo-blackface> . Acesso em: 28 jun. 2021.

_____. Saiba como a geração Z impacta a moda e influencia as marcas. **Metrópoles**. 22 ago. 2019 B. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/saiba-como-a-geracao-z-impacta-a-moda-e-influencia-as-marcas> . Acesso em: 18 ago. 2021.

FASHIONISTA. **Gucci apologizes for controversial 'blackface' sweater**. Disponível em: <https://fashionista.com/2019/02/gucci-blackface-sweater-controversy> . Acesso em: 28 jun. 2021.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Marca de roupas cria estampa com desenho racista e revolta consumidores**. 14 out. 2016. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/voceviu/2016/10/marca-de-roupas-cria-estampa-com-desenho-racista-e-revolta-consumidores.shtml> . Acesso em: 28 jun. 2021.

FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA. **Anuário brasileiro de segurança pública**. 2019. Disponível em: https://www.forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2019/10/Anuario-2019-FINAL_21.10.19.pdf . Acesso em: 28 jun. 2021.

PRESTA, Gustavo Antoniuk; CASAGRANDE, Marcela Luiza. O ato de vestir: o negro entre a moda e a sobrevivência. Revista CARTEMA, Recife, n. 9, p. 14-44, Ago. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/CARTEMA/>

GELEDÉS. **Casos de Racismo: estampa Farm**. 15 jul. 2017. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/esta-estampa-da-farm-levantou-um-novo-debate-sobre-racismo-no-mercado-da-moda/> . Acesso em: 28 jun. 2021.

GLOBO. **Menina vítima de intolerância religiosa diz que vai ser difícil esquecer pedrada**. G1 16 jun. 2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/06/menina-vitima-de-intolerancia-religiosa-diz-que-vai-ser-dificil-esquecer-pedrada.html> . Acesso em: 28 jun. 2021.

GODART, Frédéric. **Sociologia da moda**. São Paulo: SENAC, 2010.

GOMES, Marcelo; MARTINS, Marco Antônio; LANNOY, Carlos de. **MP Militar denuncia 12 homens do exército por ação com morte de músico e catador no Rio**. Globonews, G1 Rio e TV Globo. 10 maio 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2019/05/10/mp-militar-denuncia-12-militares-por-acao-com-morte-de-musico-e-catador-em-guadalupe-rio.ghtml> . Acesso em: 28 jun. 2021.

HAMILTON, Charles V.; TURE, Kwame. **Black power: politics of liberation in America**. Nova York: RandomHouse, 1967.

IBGE. **Pesquisa nacional por amostras de domicílios contínua**. 2018. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101657_informativo.pdf . Acesso em 28 jun. 2021.

_____. **Pretos ou pardos são 63,7% dos desocupados**. 2017. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/18013-pretos-ou-pardos-sao-63-7-dos-desocupados> . Acesso em: 28 jun. 2021.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

OLIVEIRA, Dijaci David de; LIMA, Ricardo Barbosa; SANTOS, Sales Augusto dos. **A cor do medo: homicídios e relações raciais no Brasil**. Brasília: UnB, 1998.

OLIVETE, Ana Luiza. **Áreas do vestuário: indumentária, moda e figurino**. Disponível em: <https://audaces.com/areas-do-vestuario-indumentaria-moda-e-figurino/#:~:text=Vestu%C3%A1rio%20%C3%A9%20o%20conjunto%20de,%3A%20indument%C3%A1ria%2C%20moda%20e%20figurino> . Acesso em: 28 jun. 2021.

PARANÁ. Governo do Estado. **Teste de Imagem**. YouTube, Master Comunica-

ção, 2016. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=xvDcD3_y5EQ . Acesso em: 28 jun. 2021.

RACIONAIS MC's. Youtube. **Capítulo 4 Versículo 3**. Videoclipe. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2LQSFLTiwS8> . Acesso em 28 jun. 2021.

RAMOS, Lázaro. **Na minha pele**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2017.

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

RIBEIRO, Djamila. **Você sabe o que é racismo?** YouTube, Canal GNT. 03 set 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dU-hqu7aqj4> . Acesso em 19.08.2021.

_____. **Representatividade no feminismo negro**. YouTube, TV Boitempo. 16 jun 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8Sni41OkZnE> . Acesso em 19.08.2021.

SANTOS, Ivanir dos et al. (org.). **Intolerância religiosa no Brasil: relatório e balanço**. Rio de Janeiro: CEAP, 2016. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/wp-content/uploads/2018/08/relatorio-final-port-2.pdf> . Acesso em: 28 jun. 2021.

SCARANO, Julita. **Roupas de escravos e de forros**. Revista Interdisciplinar de Cultura, v. 3, n. 1, p. 51-61, nov. 1992. Disponível em <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/resgate/article/view/8645492> . Acesso em: 28 jun. 2021.

SCHWARCZ, Lili. **16 termos racistas pra abolir do seu vocabulário**. YouTube, Lili Schwarcz. 05 mar. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=HjSzfo3Jlew> . Acesso em 19.08.2021.

SOUSA, Paulino José Soares de. Lei n. 1, de 1837, e o Decreto nº 15, de 1839, sobre instrução primária no Rio de Janeiro. **Revista da Educação**, Pelotas, n. 18, p. 199-205, set. 2005. Disponível em <https://seer.ufrgs.br/asphe/article/viewFile/29135/pdf> . Acesso em: 28 jun. 2021.

UNESCO. **Índice de vulnerabilidade juvenil à violência 2017: desigualdade racial, municípios com mais de 100 mil habitantes**. 08 dez. 2017. Disponível em: https://forumseguranca.org.br/publicacoes_posts/indice-de-vulnerabilidade-juvenil-a-violencia-2017-desigualdade-racial-e-municipios-com-mais-de-100-mil-habitantes/ . Acesso em: 28 jun. 2021.