

# RESISTÊNCIA AFROAFETIVA: Narrativas Quilombistas Em Coleções De Moda De Criadores Negros Brasileiros

*AFRO-AFFECTIVE RESISTANCE: Quilombist Narratives in Fashion Collections of Black Brazilian Designers*

SANTOS, Cristiany Soares dos; Mestranda; Universidade do Estado de Santa Catarina

soarescrisf@gmail.com

NOVELLI, Daniela; Doutora; Universidade do Estado de Santa Catarina

daniela.novelli@udesc.br

Silveira, Icléia; Doutora; Universidade do Estado de Santa Catarina

icleia.silveira@udesc.br

ROSA, Lucas da; Doutor; Universidade do Estado de Santa Catarina

lucas.rosa@udesc.br

## Resumo

O presente artigo tem como objetivo compreender a relevância sociocultural, estética e política de narrativas ideológicas quilombistas protagonizadas em marcas e coleções de moda de criadores negros brasileiros. Desenvolveu-se uma pesquisa básica, descritiva e qualitativa, amparada teoricamente no conceito de “quilombismo” para analisar conceitos, histórias, estéticas e corporeidades presentes em coleções de moda elaboradas por Naya Violeta, Dendezeiro, Meninos Rei e Santa Resistência – criadores representativos da resistência afro-estética das comunidades negras brasileiras. Os resultados demonstraram que os princípios do quilombismo, quando aliados à moda, contribui para a disseminação e valorização estético-cultural das corporeidades negras, bem como para a superação de estereótipos hegemônicos e preconceitos arraigados e naturalizados historicamente na sociedade brasileira.

Palavras Chave: Moda; Quilombismo; Criadores Negros Brasileiros; Estéticas Negras.

## Abstract

*The aim of this article is to understand the socio-cultural, aesthetic and political relevance of quilombist ideological narratives in fashion brands and collections of black Brazilian designers. A basic, descriptive and qualitative study was carried out, theoretically based on the concept of "quilombism", to analyze the concepts, stories, aesthetics and corporealities present in fashion collections by Naya Violeta, Dendezeiro, Meninos Rei and Santa Resistência - designers representative of the Afro-aesthetic resistance of black Brazilian communities. The results showed that the principles of quilombismo, when combined with fashion, contribute to the dissemination and aesthetic-cultural valorization of black corporealities, as well as overcoming hegemonic stereotypes and prejudices that have been ingrained and naturalized historically in Brazilian society.*

**Keywords:** Fashion; Quilombism; Black Brazilian Creators; Black Aesthetics.

## 1 Introdução

A moda, enquanto expressão estética e cultural do Ocidente (Lipovetsky, 1989), configurou-se historicamente como um fenômeno social transmissor de identidades, valores e histórias pautados discursivamente em estereótipos construídos a partir de uma branquidade<sup>1</sup> hegemônica e simbólica, cujo *ethos* minimizou e até mesmo silenciou de forma eurocêntrica e durante por muito tempo quaisquer traços estéticos associados às culturas negras. No entanto, nota-se no século XXI um movimento crescente de marcas brasileiras de moda protagonizadas por criadores negros que buscam desconstruir narrativas excludentes por meio da valorização e da celebração das culturas negras de forma autêntica e respeitosa – emergindo assim como potentes agentes de mudança, dispostos a desafiar padrões normativos estabelecidos pela indústria da moda, ao colocarem referenciais negros no centro de suas criações.

Trata-se de uma luta simbólica voltada para a valorização estético-cultural negra, estando à frente marcas ativistas como Naya Violeta, Dendezeiro, Meninos Rei e Santa Resistencia, que promovem coleções de moda enraizadas em identidades culturais ancestrais, contribuindo para sua inclusão e maior representatividade no campo da moda brasileira. Assim, o presente estudo tem como objetivo compreender a relevância sociocultural, estética e política de narrativas quilombistas protagonizadas por criadores negros brasileiros em suas marcas de moda.

A pesquisa realizada se classifica como básica, descritiva e qualitativa, cuja coleta de dados foi realizada pelos procedimentos técnicos de pesquisa bibliográfica e pesquisa documental. Na abordagem teórica, evoca-se primeiramente o conceito de “quilombismo”, considerado como um relevante princípio ativista da resistência de ideais estéticos e culturais negros contemporâneos; em seguida, apresenta-se criadores que partem de ideias quilombistas para em suas marcas moda baseadas em narrativas afroestéticas; finalmente, procura-se apreender a relevância desses atores para o desmonte de conceitos coloniais ainda muito presentes na produção de moda brasileira.

Ressalta-se que o critério de escolha das marcas elencadas baseou-se em suas repetidas aparições no contexto midiático tradicional da moda brasileira. Tanto na temporada de 2022 quanto em 2023 da São Paulo Fashion Week, evento importante para a moda brasileira, foi possível observar a veiculação desses novos criadores, que valorizam referenciais negros colocando-os

---

<sup>1</sup> O termo é adotado por Novelli (2014) para se referir à expressão em inglês *whiteness*, que por sua vez faz alusão às diferentes dimensões do privilégio de indivíduos posicionados socioculturalmente como “brancos”, ligadas tanto a um “lugar de vantagem” quanto a um “ponto de vista” historicamente hegemônico.

centro de suas criações, em importantes mídias de moda brasileira, como por exemplo *Vogue*, *Elle*, *Fashion Forward* e outros.

A importância do estudo fundamenta-se em um diálogo atento ao processo de reparação sociocultural, estética e política de narrativas negras ausentes na moda até bem pouco tempo, protagonizada por criadores negros brasileiros à luz do movimento quilombista contemporâneo. Sendo assim, o presente escrito tende a agregar à futuras pesquisas que buscam refletir sobre referenciais estéticos negros e suas contribuições dentro da indústria da moda brasileira e mesmo mundial.

## **2 Quilombismo E Coleções De Moda Feitas Por Criadores Negros**

### **2.1 Quilombismo: Resistência Cultural Negra Brasileira**

Pode-se dizer que o colonialismo – seja na forma histórica original dos territórios coloniais ou nos modos específicos modernos de colonização da maior parte do mundo desde a “descoberta” adotados pelos impérios ocidentais (Maldonato-Torres, 2019) – não atuou apenas no campo econômico. As estéticas e culturas das populações negras são ainda hoje marginalizadas socialmente por não fazerem parte do que foi imposto como padrão aceitável no processo de colonização. Nesse sentido, Quijano (2014) explicita que as estruturas de dominação e de poder exercidas sobre os corpos afro-diaspóricos brasileiros, e seus descendentes, acarreta desde o período colonial em uma memória que subalterniza, violenta e nega as manifestações dessas populações. O autor ainda complementa que os saberes, assim como, as culturas desses povos foram invisibilizadas, silenciadas e legitimadas enquanto inferiores (Quijano, 2014).

Por sua vez, toda a movimentação estratégica de resistência cultural e social desses indivíduos ocorrida desde o século XVII, fruto da diáspora africana, é entendida por Nascimento (2019) como “quilombismo”. Trata-se de um movimento político idealizado por negros brasileiros e inspirado nos modos da República dos Palmares existentes no Brasil, estruturando-se por meio de formas associativas “que tanto podiam estar localizadas no seio de florestas de difícil acesso que facilitava sua defesa e sua organização econômico-social própria, como também assumiram modelos de organizações permitidas ou toleradas” (Nascimento, 2019, p. 337).

Entretanto, é importante pensar o quilombo e suas derivações para além da ideia de uma territorialidade de fuga que abrigava negros escravizados, uma vez que:

Não se trata de uma fuga espontânea, no sentido de anarquia e desorganização; pelo contrário, o fato de que os primeiros a fugir sejam os homens prova que ela está voltada para uma organização do combate à sociedade negada [...] o quilombo ou seus correlatos são tentativas vitoriosas de reação ideológica, social, político-militar sem nenhum romantismo irresponsável. Muito menos a fuga para o mato tem o caráter de vida ociosa em contato com a natureza, com base numa liberdade idealizada e na saudade da pátria antiga. Talvez tenha sido por isso que, embora o quilombo fosse um dos elementos fortes da formação da sociedade dos brasileiros vencidos, ele não tenha se prestado como temática ao movimento literário (Nascimento, 2021, p.167).

Percebe-se ainda, pela visão do autor, que tal movimento se configurou historicamente como uma sociedade livre e fraterna, de forma a contribuir para o resgate da liberdade e da dignidade dos negros escravizados, e de seus descendentes, em uma esfera econômica, social e, sobretudo, cultural (Nascimento, 2019). Assim, o quilombismo constitui-se enquanto um movimento de afirmação humana e ética, tornando-se justamente a possibilidade de os indivíduos negros se organizarem contra uma política de extermínio de suas manifestações culturais.

Como observa Vilela (2022, p. 75), “nas sociedades contemporâneas o quilombismo expande-se das categorias de espaço geográfico, territorial para ideológico”. Enquanto ativismo, o quilombismo contemporâneo tem um papel crucial na valorização das culturas e estéticas negras, uma vez que promove a conscientização e o empoderamento dessas comunidades. Esse processo permite que elas ganhem visibilidade e se tornem mais presentes nos contextos midiáticos, rompendo o processo de homogeneização cultural e possibilitando, portanto, que essas culturas sejam conhecidas, apreciadas e respeitadas para além dos códigos marginais a elas imputados.

Dentro da cultura, a marginalidade, embora permaneça periférica em relação ao *mainstream*, nunca foi um espaço tão produtivo quanto é agora, e isso não é simplesmente uma abertura, dentro dos espaços dominantes, à ocupação dos de fora. É também o resultado de políticas culturais da diferença, de lutas em torno da diferença, da produção de novas identidades e do aparecimento de novos sujeitos no cenário político e cultural (Hall, 2003, p. 338).

Com base no exposto, subentende-se que as comunidades negras traçam estratégias de luta para se tornarem protagonistas de suas próprias culturas e identidades, organizando-se por meio de grupos que permitam que seus membros discutam e abordem formas de assumir papéis de liderança. Esses grupos, compostos por pessoas negras, configuram-se enquanto organizações comunitárias, coletivos de artistas, marcas, grupos de criativos político-ativistas, dentre outros e vislumbram recursos pertencentes aos ciberespaços para compartilharem informações, ideias e estratégias, bem como se conectarem a outras pessoas com interesses criativos semelhantes.

Destaca-se então um conceito criado pela designer-ativista Carol Barreto:

Modativismo é um conceito e não apenas um nome. Ampara um aporte metodológico decolonial, uma forma de produzir vestuário que não se encerra na matéria em si, mas cujo processo, muito afinado com arte conceitual fenomenológica, considera o processo criativo-produtivo como parte indissociável do resultado apresentado e que não se encerra na apresentação desse resultado (Barreto, 2020, não paginado).

Nota-se a intenção de fortalecimento do cenário de moda imaginado por criativos negros no Brasil, desmontando as concepções hegemônicas formadas dentro e entorno desse universo, que por um longo período esteve endereçado a reconhecer apenas produções e representações criativas de atores brancos. A naturalização do corpo [branco]<sup>2</sup> pode ser compreendida, segundo Novelli (2014), como uma violência simbólica racial perpetuada pela moda brasileira em produções discursivas e representações hegemônicas.

Nesse sentido, há uma preocupação em relação aos discursos decoloniais promovidos por criativos negros, que buscam cada vez mais desafiar o papel da moda como vetor de opressão, reiterando assim suas responsabilidades por impor, em conjunto com o colonialismo, uma lógica de pensamento eurocêntrica e branca, que hierarquiza as culturas e naturaliza, ainda na sociedade atual, a inferiorização de estéticas, valores e culturas latino-americanos e não ocidentais. Portanto, o quilombismo busca desconstruir essa lógica de pensamento e impulsionar a valorização de culturas e estéticas criativas não-brancas dentro da indústria da moda.

Compreende-se na contemporaneidade que ideias, conceitos e sentidos relacionados ao quilombo sejam atualizados e passem a ser construídos também no campo da moda. Assim, o quilombismo passa a ser uma das principais formas de ativismo por meio da qual comunidades negras possam compartilhar, desenvolver, valorizar e preservar suas identidades culturais. Para tanto, é importante atentar-se para os novos desdobramentos que estão sendo construídos por profissionais que pretendem tornar a moda brasileira mais plural e representativa com base na singularidade de suas bagagens estético-culturais. O tópico seguinte traz para o centro da discussão criadores de moda brasileira que colocam as culturas e estéticas negras como protagonistas de suas coleções.

---

<sup>2</sup> A autora adota em sua tese algumas vezes “o uso de colchetes no termo ‘branco’ (incluindo sua aplicação no plural e /ou no feminino, quando for o caso) justamente para chamar a atenção para a invisibilidade social que este adquiriu historicamente, no decorrer da construção social e ocidental da branquidade no século XX” (NOVELLI, 2014, p. 23).

## 2.2 Coleções Afroafetivas De Criadores Negros Brasileiros

Historicamente, a indústria da moda é um campo onde padrões de beleza restritivos eurocentrados são legitimados, pois ainda é possível observar costumeiramente em coleções apresentadas nas passarelas do mundo um ideal de beleza específico centrado muitas vezes em corpos magros, jovens e, predominantemente, brancos. Segundo Novelli (2014), o corpo da moda ocidental é construído com base no *ethos* da branquidade, portanto, a autora afirma, portanto, que “o corpo feminino da moda ocidental é branco”. Em outras palavras, esses padrões refletem as preferências estéticas em grandes eventos da moda brasileira, como por exemplo a *São Paulo Fashion Week* (SPFW), bem como reforçam uma estrutura de poder que valoriza determinadas características em detrimento de outras, marginalizando e excluindo grande parte das representações que não atendem as essas características, as corporeidades negras.

A *São Paulo Fashion Week* (SPFW), ou Semana de Moda de São Paulo, consagrada como um dos mais influentes eventos de moda do hemisfério sul ao longo de muitas décadas, foi responsável por chancelar e perpetuar a brancura na moda brasileira, com o auxílio de marcas que apresentavam suas coleções majoritariamente pautadas em elementos estéticos e culturais hegemônicos. Neste sentido, nota-se “[...] a violência simbólica manifesta em termos como ‘autoridade no universo *fashion*’ ou ‘estabelecendo padrões’, que contribuem para a fabricação de um discurso dominante e a socialização deste conhecimento através da legitimidade deste discurso” (Novelli, 2014, p. 94). Ao compreender que a brancura origina-se de um processo marcado por dores e violências, torna-se essencial que marcas e eventos de moda desenvolvam estratégias conjuntamente para promoverem de fato uma maior diversidade de corpos, etnias e identidades de gênero.

Diante de uma sociedade cada vez mais globalizada e interconectada, é fundamental que surjam no campo da moda movimentos que possibilitem refletir sobre a diversidade e, sobretudo, criar a partir dela. Pode-se compreendê-los inclusive como “táticos”, visto que os profissionais negros agem estrategicamente por meio de suas criações perante as estruturas de poder dominantes (Certeau, 2012). Nota-se o crescimento de marcas ativistas lideradas por criativos negros no Brasil, como Naya Violeta, Dendezeiro, Meninos Rei e Santa Resistência, que se inspiram nas raízes africanas e nos elementos simbólicos da diáspora brasileira, com o intuito de transformá-los em criações cujo conjunto se assume como “signo expressivo dessa corporificação estética que ousa e desconstrói os padrões convencionais veiculados pela mídia” (Mattos; Silva, 2014, p. 216).

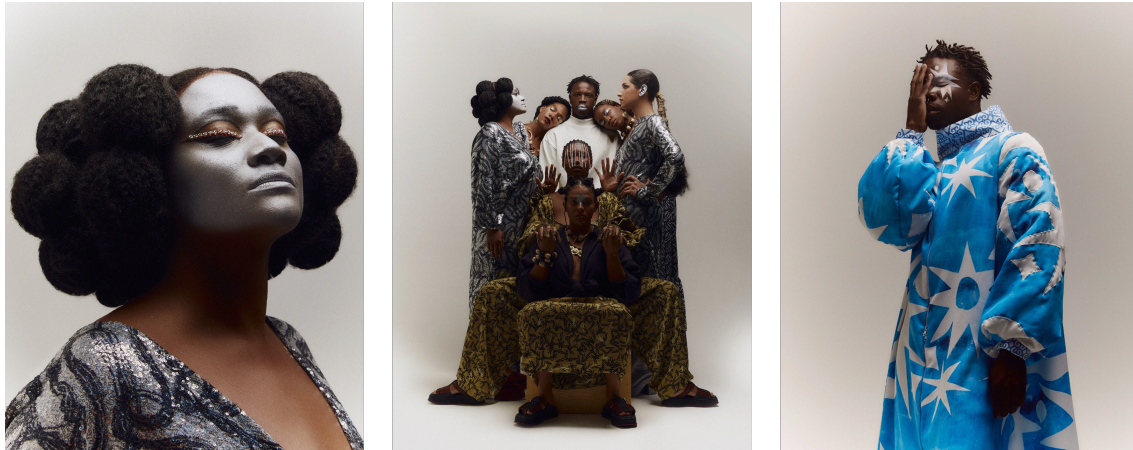
### 2.2.1 Naya Violeta e a coleção “Reluzente”

A marca homônima de Naya Violeta é comprometida em desenvolver uma moda “afroafetiva”, baseada nas concepções de representatividade. A diretora criativa, natural de Goianira, lidera sua marca distante dos tradicionais centros da moda, como Rio de Janeiro e São Paulo. Estabelecida na capital de seu estado de origem, prioriza a manutenção de suas raízes no Cerrado, região que serve como fonte de inspiração e ambiente propício para o desenvolvimento de coleções com um design pessoal e afetivo. Ao tornar-se a primeira representante de Goiás a integrar o prestigiado *line-up* no *São Paulo Fashion Week* por meio do “Projeto Sankofa”, Violeta incorpora em suas coleções elementos autobiográficos e narrativos que permeiam tanto as suas pesquisas visuais quanto as de tendências. A territorialidade, o centro-oeste goiano, bem como a bagagem familiar ancestral da diretora criativa impulsiona o desenvolvimento das coleções da marca:

Numa produção em pequena escala, amorosa, proveniente do garimpo de tecidos e de pesquisas marcadas por influências místicas, cheias de afeto e das vibrações que permeiam os mistérios da vida, a marca busca responder a essa ausência, assumindo a potência que a ancestralidade, a estética e as diferentes manifestações culturais afro-brasileiras oferecem para o processo de criação da marca (Violeta, 2020, não paginado).

Em seu último trabalho, intitulado “Reluzente”, Violeta celebra o legado de seus ancestrais, as referências visuais foram encontradas em um álbum de fotos tiradas por seu tio na década de cinquenta, motivando-a explorar o conceito de “pessoas reluzentes”. A ancestralidade negra, que antes era perseguida e hoje pode ser celebrada, foi o fio condutor para retratar indivíduos que irradiam luz ao longo do tempo. Para a estilista, “Reluzente foi um devaneio que se materializou, permitindo-me trabalhar com tecidos texturizados e explorar novos horizontes” (Violeta, 2023, não paginado). A coleção de inverno (Figura 1) apresenta em seus aspectos estéticos, cores, símbolos, estampas e texturas, que fazem alusão e remontam a ideia das possibilidades de luz que foram deixadas por uma ancestralidade negra presentes no universo. A intenção dos materiais escolhidos – paetês, estampas exclusivas em veludo e pelúcia – era a de propor um design que, além de reluzir, tivesse uma identidade afro-afirmativa, uma afro-fertilidade com base em cores, texturas e a história de indivíduos pretos.

Figura 1 - Coleção “Reluzente” de Naya Violeta, 2023



Fonte: Violeta (2023).

Nota-se que o design pensando para a coleção é uma autêntica manifestação da essência da própria designer, refletindo seu passado e suas experiências. Naya Violeta busca celebrar a luz e sua extraordinária capacidade de transformação:

Uma coleção resplandecente que já chega ocupando novos lugares e pertencendo a novos espaços. Acredito que isso reflete minha própria história, que é brilhar, ousar ser negro, cada vez mais negro, e demonstrar que a beleza da negritude é extraordinária. Esse é o propósito da nossa moda, #OcuparEReluzir (Violeta, 2023, não paginado).

É importante ressaltar que os princípios quilombistas da marca não estão situados apenas no contexto estético-visual, ou seja, em suas coleções. A marca tem como prioridade a construção de um forte senso de comunidade em sua equipe, composta de profissionais que a própria estilista conhece desde a infância. Para ela, todos de sua equipe estão sempre “prontos para nos ajudar mutuamente, buscando crescer juntos. Mais do que simplesmente ser uma marca de renome, meu objetivo é continuar agindo com coerência e fidelidade aos meus valores” (Violeta, 2023, não paginado).

Portanto, a entrada da Naya Violeta na *São Paulo Fashion Week* quebra barreiras e inspira novos criativos de moda, bem como apreciadores do campo, a criarem seus referenciais com base em marcas que fomentem justamente a valorização de culturas e estéticas negras, situadas fora do eixo tradicional da moda brasileira.



### 2.2.2 Dendezeiro e a coleção “Cor de Pele”

A Dendezeiro emerge no cenário da moda em 2019 como uma genuína proposta de inovação no mercado brasileiro dos criativos Pedro Batalha e Hisan Silva. O diferencial da marca baiana começa por sua modelagem minuciosamente elaborada para adequar-se à diversidade de corpos, de uma forma que não apenas se ajustam de maneira adequada, mas promovem a autoestima e o conforto de quem as veste. Nesta perspectiva, aponta-se que um dos pilares fundamentais da marca é o compromisso com peças que são especialmente pensadas no bem-estar de pessoas negras, frequentemente marginalizadas pela indústria da moda.

Moda para as pessoas pretas fala muito de conforto, bem-estar e do amor que aprendemos entre nós. As pessoas se sentem bem com a proposta de leveza e possibilidade [...] E a gente que é nordestino sabe que o sol é de rachar. A roupa aqui não é só estar bonito, mas também funcional (Silva, 2022, não paginado).

A territorialidade, aliada à ancestralidade, também são o fio condutor para o desenvolvimento das coleções feitas pelos referidos designers. A marca carrega em seu nome a força da cultura soteropolitana e promove coleções alicerçando-se em um discurso estético-político centrado na diversidade de corpos e nas culturas afro-brasileiras oriundas do Nordeste. Um dos criadores reitera inclusive que a marca é “um culto ao autoamor, reconstrução de autoestima [...] sobre liberdade de corpos, de pessoas pretas, da Bahia” (Silva, 2022, não paginado).

Em sua coleção mais emblemática, “Cor de Pele”, apresentada em 2021 na Casa de Criadores e reeditada em 2023 para a *São Paulo Fashion Week*, a marca apresenta as particularidades das diferentes tonalidades de pele negras a partir de tecidos e texturas que celebram a beleza e as especificidades de cada indivíduo (Figura 2).

Figura 2 – Coleção “Cor de Pele” da Dendezeiro, 2023



Fonte: Oux (2023).

Na coleção, as narrativas e corporeidades negras fazem uma alusão à arte. As “tintas” remetem à pele negra, ao corpo negro, e suas trajetórias são representadas como “telas” aptas a serem pintadas e reescritas, conforme salienta um dos criadores da marca:

É na cor, na textura, mas diferenças e semelhanças que nos inspiramos para criação desta coleção. Contra todos os maldizeres, nós saudamos a beleza das peles. Saudamos a existência de cores que carregam ancestralidade e potência. (...) A moda é o reflexo da sociedade, acho é a grande plataforma de discussão e debates, uma grande ferramenta de empoderamento e emancipação. A gente levantou exatamente esse ponto, a diversidade de pessoas e sobre suas belezas. A gente precisa de passarelas mais diversas e com corpos múltiplos (SILVA, 2023, não paginado).

Em outras palavras, a coleção da Dendezeiro tem a intenção de demonstrar que as corporeidades negras reescrevem suas trajetórias estético-culturais a partir de seus próprios referenciais, transcendendo, no entanto, a definição de apenas de uma marca de moda. Sendo assim, pode ser compreendida enquanto um projeto multicultural e multiartístico criativo e articulador, cujo compromisso é o de fomentar o discurso e as representações negras no campo da moda com o auxílio de designs inovadores.

### 2.2.3 Meninos Rei e as coleções “Pop Ancestral” e “Meu Ori é Minha Voz”

Ao narrar uma moda que cultiva e versa sobre sua raça e ancestralidade, a marca baiana Meninos Rei expressa em suas indumentárias histórias que perpetua as raízes da capital Salvador.

Os produtos desenvolvidos são idealizados a partir do desejo em comum dos irmãos Rocha de criar uma moda masculina que transcenda as fronteiras do que se consolidou como tradicionalmente proposto para a moda masculina, bem como resgatar e celebrar a herança cultural e ancestralidade das corporeidades pretas de baianas. A grife proporciona ao seu público uma verdadeira celebração visual, utilizando tecidos com estampas vibrantes africanas importados diretamente de Guiné-Bissau e fazendo uso de padrões e técnicas artesanais significativas para o cenário criativo dos irmãos Rocha. Para os designers, suas produções são:

[...] um testemunho da nossa herança e ancestralidade. Cada peça conta nossa história e perpetua nossas raízes. Somos conscientes do que nos foi historicamente e culturalmente subtraído, então queremos transmitir às pessoas que somos realeza. Estamos em uma era de redefinição de padrões de beleza, e nossas roupas são uma afirmação de que é possível celebrar cores, estampas; é uma redescoberta da autoestima” (Rocha, 2023, não paginado).

Na coleção “Pop Ancestral”, a grife baiana propõe uma imersão na intersecção temporal que abraça passado, presente e futuro, manifestando-se por meio de uma estética influenciada por um design com características afrofuturistas. (Rocha, 2023). Este movimento, que combina a riqueza da ancestralidade africana — evidenciada em cores vibrantes, padrões de *animal print* e estampas tradicionalmente africanas — com elementos tecnológicos, reflete-se de forma inovadora na modelagem das peças. Os designers adotam recortes assimétricos, jogos de volumes e contrastes geométricos em preto e branco, estabelecendo uma linguagem estilística contemporânea e distintiva que endossa uma abordagem moderna a moda brasileira, alinhando-se à filosofia de conforto e inclusão privilegiada pela marca (Figura 3).

Figura 3 – Coleção Meninos Rei: “Pop Ancestral”, 2023



Fonte: Mendonça (2023); Venturini (2022).

De modo geral, os diretores criativos refletem sobre a intenção de suas coleções, que é a de fazer com que a marca seja percebida enquanto

[...] uma ferramenta de transformação contra a desigualdade social.(...) falando para as meninas e meninos pretos da favela que é possível sim você alcançar esses espaços. É uma marca que deixa um legado para todas essas gerações que estão vindo, que elas olhem para a marca como possibilidade e como realização de um sonho (...) a gente tá pisando em todos os nãos que ouvimos, nas portas fechadas, em tudo o que o sistema quer nos invisibilizar, a nossa raça, o nosso povo preto (Rocha, 2023, não paginado).

O afrofuturismo, enquanto movimento estético-visual, assume um papel importante para as coleções da marca, reafirmando o protagonismo negro em diferentes esferas socioculturais. Ao incorporar tal movimento em suas criações, os criativos reconstroem o imaginário estético em torno de uma população historicamente marginalizada, bem como a reposicionam no centro de sua narrativa histórica ao adotarem uma perspectiva futurista que parece celebrar a identidade e a cultura afro-brasileira e, ainda assim, convidar a se imaginar novos futuros possíveis, nos quais o legado africano influencia e molda novas realidades.

#### 2.1.4 Santa Resistência e a coleção “Do Rio ao Rio”

A Santa Resistência, marca também baiana, destaca-se por suas criações leves e vibrantes, que incluem peças inspiradas nos elementos e riquezas da África, em sua vasta diversidade cultural do continente e nas raízes nordestinas da própria estilista, Mônica Sampaio, natural do Recôncavo Baiano. Alicerçada pelo conceito do *slow fashion* (moda lenta), a marca produz roupas atemporais

com um processo de criação minucioso, no qual cada peça é concebida com alma, numa cadeia de produção justa e consciente com materiais como algodão e linho; há trabalhos manuais, como as rendas *guipure* e o *patchwork*, que homenageiam e conectam mulheres fortes da família da estilista. Uma prática que representa não apenas um tributo às suas raízes pessoais, mas um resgate de suas próprias origens ancestrais que estão para além dos territórios vividos pela estilista.

Enquanto designer, Mônica afirma ainda que “como mulher negra, não encontrava nada na moda que representasse a gente [...] Meu propósito na moda sempre foi criar um lugar de reflexão e de visibilidade, onde as pessoas possam se enxergar” (Sampaio, 2022, não paginado). Neste sentido, a criativa assume o compromisso de transcender barreiras de gênero, vestindo uma ampla gama de corpos para atender às demandas de uma audiência diversificada que demonstra interesse em se identificar com as propostas de coleções feitas pela marca.

Por sua vez, as coleções propostas pela Santa Resistencia, “funcionam como verdadeiro outdoor da estética afro-brasileira” (Sampaio, 2020, não paginado); por meio de suas criações buscou-se resgatar a época de ouro que a cidade do Rio de Janeiro viveu, sendo preciso no entanto reviver memórias e celebrar a riqueza cultural e histórica que a moldaram como um ícone de inspiração. Nota-se uma tentativa de capturar a essência da cidade e transmiti-la nas criações, para que todos possam experimentar um pouco do espírito caloroso e vibrante que define o Rio (Figura 4)

Figura 4 – Coleção “Do Rio ao Rio” da Santa Resistência, 2022



Fonte: Another Agency (2022)

A malandragem carioca e o samba do Rio de Janeiro da década de 1950 recebem uma releitura mais leve na coleção proposta por Mônica Sampaio, na qual subentende-se que os aspectos culturais perseguidos e considerados como marginais e impopulares pelas classes mais altas da época são, desta vez, sinônimos de orgulho e celebração.

[...] o verde e rosa representam as cores da Mangueira, escola de samba do Mestre Cartola. O magenta é a cor do ar festivo da cidade com os bailes de carnaval, os shows de Ari Barroso, Dalva de Oliveira e do surgimento da Bossa Nova. O marrom e suas variações representam os avanços da construção civil que ocorreram na época. O centro da cidade e a Cinelândia estavam em plena expansão e em todos os lugares havia canteiros de obras e a cidade adquiriu este tom terroso. O branco representa a fé da minha família neste Rio de Janeiro que iria nos acolher (Sampaio, 2022, não paginado).

As representações corpóreas negras propostas no *casting* da marca ajudam a desconstruir os estereótipos negativos que anteriormente eram imputados aos sambistas da época. Ao compreender que a estereotipagem mantém as ordens sociais e simbólicas hegemônicas (Hall, 2016), a Santa Resistência possibilita no desfile da coleção “Do Rio ao Rio” outros sentidos nas representações– nesse contexto, corporeidades e culturas negras do período são protagonistas justamente dentro de um sistema de representação que há tempo as marginalizou e invisibilizou, em muitos momentos. Observa-se que as coleções de moda criadas com o propósito de exaltar estéticas e culturas negras emergem como elementos simbólicos de grande relevância para enriquecer os debates que circundam as dinâmicas de poder na moda brasileira.

Os designers de moda abordados na pesquisa desenvolvem coleções que podem ser interpretadas como estratégias de resistência, destinadas a contornar as táticas impostas por uma moda que exerce controle social e marginaliza corpos que não se conformam aos padrões europeus. (Vilela, 2022). Assim, a necessidade de marcas ativistas desenvolverem coleções de moda com o propósito de exaltar estéticas e culturas negras vem de encontro com um fenômeno significativo e enriquecedor dos debates sobre as dinâmicas de poder na moda brasileira.

Ao trazerem em suas produções elementos que valorizam os princípios quilombistas, essas marcas lideradas por criativos negros – agentes ativistas de resistência – contribuem para a desconstrução de narrativas hegemônicas estruturantes da indústria da moda brasileira, pois agenciam estratégias que visam contornar as táticas impostas por uma moda que exerce controle social e marginaliza corpos que não se conformam aos padrões eurocêtricos, predominantemente brancos e magros.

### 3 Discussões: Por Uma Moda Quilombista

O presente tópico fomenta um diálogo entre o quilombismo e as coleções de moda criadas por designers negros brasileiros presentes na pesquisa, destacando a importância desses dois elementos na construção de uma narrativa de resistência simbólica e sociocultural, bem como na desconstrução dos padrões hegemônicos impostos pela indústria da moda. No contexto do quilombismo, compreende-se a luta histórica das comunidades negras contra a opressão e marginalização impostas pela colonização e suas consequências no Brasil, pois desde a diáspora africana até os dias atuais o quilombismo representa essa resistência dos negros brasileiros de afirmação de sua identidade, preservação de suas tradições e combate às estruturas de poder que os subjugaram.

Os quilombos resultaram dessa exigência vital dos africanos escravizados, no esforço de resgatar sua liberdade e dignidade através da fuga ao cativeiro e da organização de uma sociedade livre. A multiplicação dos quilombos faz deles um autêntico movimento amplo e permanente (Nascimento, 1980, p.283).

Por sua vez, esse conceito de luta não se restringe apenas ao âmbito territorial, mas transcende para o campo ideológico, promovendo a conscientização e o empoderamento das comunidades negras. Trata-se de uma tentativa organizada de combate à opressão e à negação de suas manifestações culturais e, nesse sentido, pode-se afirmar que as coleções afroafetivas desenvolvidas por criadores negros brasileiros surgem como uma manifestação contemporânea desse quilombismo, pois buscam justamente romper com os padrões estéticos excludentes da indústria da moda, reafirmando a beleza e a diversidade desses corpos por meio de suas criações.

Ao destacarem elementos da cultura afro-brasileira em suas coleções, os designers colocam em cena parte da rica herança cultural negra, bem como desafiam normas e estruturas de poder dentro da indústria da moda. As marcas Naya Violeta, Dendezeiro, Meninos Rei e Santa Resistência exemplificam essa nova geração de criadores negros que estão ocupando espaços antes dominados por padrões eurocêntricos, promovendo uma moda mais inclusiva e representativa. Com base nas teorias aqui apresentadas, identifica-se de fato que essa movimentação pode ser reconhecida por Nascimento (2019) como “quilombista”, uma vez que os criativos de moda desconstroem e ressignificam representações negativas sobre corporeidades negras – dialogando assim com a perspectiva de fortalecimento conjunto de ideias e estratégias desafiadoras de padrões de beleza estreitos e inalcançáveis perpetuados intencionalmente por uma indústria hegemonicamente

branca. Em outras palavras, são coleções de marcas que atuam como ferramentas de transformação social, contribuindo para a desconstrução de narrativas hegemônicas e a valorização das estéticas não-brancas.

A marca Naya Violeta busca representar e valorizar a ancestralidade negra por meio de uma moda afroafetiva. Sua coleção "Reluzente" é uma homenagem ao legado de seus ancestrais, destacando a beleza e a resiliência das corporeidades negras em estampas, texturas e cores que refletem a luz deixada por essa herança. A iniciativa da diretoria criativa é, portanto, uma tentativa de reescrever em seus vestires o legado de histórias negras e evidenciar o poder de criar outras representações para além do "regime de representação" (Hall, 2016) instituído na moda ocidental. As fortes práticas de comunidade carregadas pela designer também contribuem para situá-la enquanto uma criativa alinhada às práticas quilombistas, uma vez que "o Quilombismo acredita numa sociedade de base comunitário-cooperativista no setor da produção, da distribuição e da divisão dos resultados do trabalho coletivo" (Nascimento, 2019, p.305).

Neste sentido, a Santa Resistência com sua abordagem de *slow fashion* e inspiração nas riquezas da África e do Nordeste brasileiro, reafirma a importância da representatividade e da valorização das culturas afrodescendentes na moda. Ao reler os códigos da "mandragem" carioca em suas coleções, a diretora criativa da marca reescreve e evidencia que os códigos oriundos das culturas negras do Rio de Janeiro são de extrema importância para o funcionamento cultural da cidade. Assim, Mônica Sampaio demonstra em sua coleção que a cultura do samba e outras estéticas negras populares podem resistir ao plano colonizador da invisibilidade promovido pelas classes dominantes. Em consonância, Nascimento (2019, p. 67) reitera que

[...] é necessário reafirmar nossa tradicional integridade presidida pelos valores igualitários da nossa sociedade pan-africanista; cooperação, criatividade, propriedade e riqueza coletivas. Ao mesmo tempo, torna-se imperativo transformar a tradição em um ativo, viável e oportuno ser social, fazendo passar pelo crivo crítico seus aspectos ou valores anacrônicos, em outras palavras, atualizando a tradição, modernizando-a.

A Meninos Rei, por sua vez, resgata as raízes culturais da Bahia em suas criações, promovendo uma moda que transcende os padrões tradicionais e celebra a realeza e a autoestima das corporeidades negras em todas as suas coleções. Assim como a Dendezeiro, que amplia a pauta sobre as diversidades presentes dentro das corporeidades afro-brasileiras, desconstrói a ideia colonialista de que sujeitos negros não possuem suas especificidades enquanto indivíduos quando se cria uma coleção que representa as diferentes corporeidades negras. Ao desenvolver peças e



acessórios com base nas concepções estéticas e culturais negras, a marca “parte do sentido de reconquistar sua liberdade e dignidade humana, assumindo, por esse meio, o protagonismo da sua própria história” (Nascimento, 2019, p.33).

As análises desenvolvidas permitem refletir o quanto a moda das passarelas protagonizada por criadores negros no século XXI, ao se conectar aos princípios quilombistas, desenha um panorama transformador, impulsionando uma abordagem mais inclusiva, diversa e socialmente justa, ainda que em meio às estruturas capitalistas vigentes responsáveis pela difusão da “desigualdade econômica e cultural, além de aumentar a riqueza e os privilégios de pequenos segmentos da população mundial ‘as custas do restante dela’”, como bem salientam Crane e Bueno (2012, p. 133).

A moda quilombista também se destaca por sua resistência política e cultural, desafiando a hegemonia de padrões estéticos eurocêntricos e reafirmando a identidade negra, mesmo diante das pressões do mercado global, que tendem a homogeneizar as expressões culturais. A memória e a ancestralidade também ocupam um lugar de destaque nessa abordagem, inspirando designs, técnicas e materiais que contam histórias e transmitem saberes ancestrais – ainda em um contexto que associa moda ao efêmero e descartável. Assim, o conjunto das coleções das marcas apresentadas contribui para a disseminação do conhecimento sobre culturas, histórias e lutas negras em um circuito *mainstream* cujo ambiente muitas vezes privilegia o consumo desenfreado em detrimento do conhecimento e da reflexão cada vez mais necessária.

#### 4 Considerações Finais

O quilombismo e a moda afrocentrada, articulados pelas criações de designers negros brasileiros, revelam um movimento profundo de ressignificação sociocultural que desestabiliza convenções estéticas e estruturas de poder dominantes na indústria da moda. Por meio de algumas coleções de marcas como Naya Violeta, Dendezeiro, Meninos Rei e Santa Resistência, testemunha-se a celebração da estética e da cultura afro-brasileira, bem como compreende-se uma forma de ativismo que emprega a moda como um veículo para o empoderamento negro e a resistência cultural. Pode-se afirmar que a moda, quando aliada ao quilombismo, apresenta-se como uma possibilidade relevante para desenvolver estratégias criadas por um sistema opressor e, ainda assim, desenhar futuros promissores para novos criativos negros no campo da moda distantes das

corroborações da branquidade.

Os criativos, ao desenvolverem suas peças baseadas em tal posicionamento ativista e coletivo, impulsionam a oportunidade ímpar de conexão com suas raízes culturais, honrando as resistências de seus antepassados e redefinindo os padrões estéticos prevalentes. Por sua vez, esses são bons exemplos de resposta ao entendimento do efeito nocivo da perpetuação histórica de estereótipos racistas pela moda até então europeizada, mesmo no contexto brasileiro, que se organizam para criar suas próprias representações, contribuindo portanto para gerar maior senso de pertencimento aos indivíduos negros por meio de escolhas estéticas potentes, afetivas, amorosas. Assim, compreende-se que este movimento pode ser interpretado enquanto “aquilombamento”, baseando-se nas materialidades criativas apresentadas neste estudo.

Finalmente, a moda quilombista desenvolvida por estes talentosos designers emerge como um poderoso manifesto contra a homogeneização cultural e a invisibilidade histórica das corporeidades negras, colocando-se como uma fronteira criativa e política, a partir da qual a luta por liberdade e dignidade, herança negra, continua a inspirar e a moldar futuras gerações. Em suma, o movimento redefine o cenário da moda brasileira e contribui significativamente para o desafio contínuo contra as estruturas opressivas, visto que esta é uma abordagem que traz consigo não apenas a valorização da pluralidade e da riqueza identitária das comunidades negras, mas a promoção de mudanças significativas na indústria da moda e na sociedade como um todo.

## 5 Referências

AGENCY, Another. **Santa Resistência**: do rio ao rio. Do Rio ao Rio. 2022. Disponível em: <https://elle.com.br/moda/leveza-e-ancestralidade-dao-o-tom-as-criacoes-da-santa-resistencia>. Acesso em: 17 jun. 2023.

BARRETO, Carol. **POTENCIALIDADES. Carol Barreto fala sobre Modativismo e o reconhecimento da autenticidade cultural**. 2020. Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/potencialidades-carol-barreto-fala-sobre-modativismo-e-o-reconh>. Acesso em: 06 abr. 2023.

CERTEAU, Michel de. A invenção do cotidiano: artes de fazer. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

CRANE, Diana. Ensaios sobre moda, arte e globalização cultural. São Paulo: Senac São Paulo, 2011. 272 p. Organizadora: Maria Lúcia Bueno.

HALL, Stuar. **Cultura e Representações**. Rio de Janeiro: Editora Apicuri, 2016. 246 p.

HALL, Stuart. **Da diáspora**: identidade e mediações. Belo Horizonte: Editora Ufmg, 2003.

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

MALDONATO-TORRES, Nelson. Análítica da colonialidade e da decolonialidade: algumas dimensões básicas. In: BERNADINO-COSTAS; MALDONATO-TORRES; GROSFUGUEL. **Decolonialidade e pensamento afrodiaspórico**. 2 ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2019.

MATTOS, Ivanilde Guedes de; SILVA, Aline. Vício cacheado: estética afro diaspóricas. **Revista da Abpn**, Curitiba, v. 6, n. 14, p. 214-235, out. 2014.

MENDONÇA, Leonardo. **Meu orí é minha voz**. 04 jun. 2023. Instagram: meninosrei. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CtEs8N2OWg7/>. Acesso em: 17 jun. 2023.

NASCIMENTO, Abdias. **O Quilombismo**. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 2019.

NASCIMENTO, Beatriz. **Uma história feita de mãos negras: relações raciais, quilombos e movimentos**. Rio de Janeiro: Editora Schwarcz S.A., 2021.

NOVELLI, Daniela. **A branquidade em Vogue (Paris e Brasil):: imagens da violência simbólica no século xxi**. 2014. 345 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências Sociais, Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/123183>. Acesso em: 05 jun. 2023.

OUX, Kevin. **Cor de Pele para Dendezeiro, SPFW N55**. 26 maio 2023. Instagram: kevinoux. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CsuhaRrrIJf/>. Acesso em: 17 jun. 2023.

QUIJANO, Aníbal. **Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina**. Buenos Aires: Clacso, 2005.

ROCHA, Junior; ROCHA, Céu. **Meninos Rei: conheça a história da marca baiana que conquistou o país**. Conheça a história da marca baiana que conquistou o país. 2023. Disponível em: <https://www.ibahia.com/preta-bahia/meninos-rei-conheca-a-historia-da-marca-baiana-que-conquistou-o-p>. Acesso em: 17 jun. 2023.

SAMPAIO, Mônica. **Leveza e Ancestralidade dão o tom a Santa Resistência**. 2023. Disponível em: <https://elle.com.br/moda/leveza-e-ancestralidade-dao-o-tom-as-criacoes-da-santa-resistencia>. Acesso em: 17 jun. 2023.

SAMPAIO, Mônica. **Sobre a Marca**. 2020. Disponível em: <https://santaresistencia.com.br/a-marca/>. Acesso em: 17 jun. 2023.

SILVA, Hilsan. **Dendezeiro, maior grife negra de moda do Brasil, lança coleção “Cor da Pele”**. 2023. Disponível em: <https://mundonegro.in.br/dendezeiro-maior-grife-negra-de-moda-do-brasil-lanca-colecao-cor-da-pele/>. Acesso em: 04 maio 2023.

VENTURINI, Ca. **Meu Orí é minha voz**. 23 jun. 2023. Instagram: meninosrei. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CfJ7CseLwmS/>. Acesso em: 17 jun. 2023.

VILELA, Verdi Lazaro Alves. **Moda Afro-Brasileira E A Arte De (Re)Existir: mapa de ativismo e aquilombamento no desenvolvimento de marcas antirracistas**. 2022. 239 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Design de Vestuário e Moda, Pós-Graduação em Design de Vestuário e Moda, Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2022. Disponível em:

[https://www.udesc.br/arquivos/ceart/id\\_cpmenu/9601/Verdi\\_Lazaro\\_Alves\\_Vilela\\_Disserta\\_\\_o\\_16651769307](https://www.udesc.br/arquivos/ceart/id_cpmenu/9601/Verdi_Lazaro_Alves_Vilela_Disserta__o_16651769307). Acesso em: 20 out. 2022.

VIOLETA, Naya. **Ocupar e Reluzir**. 22 maio 2023. Instagram: nayavioleta. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Csi0r6wON-o/>. Acesso em: 15 jun. 2023.

VIOLETA, Naya. **Reluzente fez clarão e morada**. 24 maio 2023. Instagram: @nayavioleta. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CsoXc1lOYcX/>. Acesso em: 15 jun. 2022.