
Comunicação, Moda e Afrofuturismo¹

Yuri da Hora BARRETO²

Maria Nazareth Bis PIROLA³

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES

RESUMO

Explorando as características que tornam a moda em fenômeno análogo a de linguagem, capaz de aproximar grupos por meio da identidade, esta pesquisa se propôs a investigar seu potencial revolucionário. A partir da afrocentricidade, a pesquisa explora como a necessidade de criar novas narrativas encontra a corrente Afrofuturista, apreendendo como objeto de análise a comunicação realizada por Dendezeiro, uma das principais marcas em destaque no maior evento de moda do país, o São Paulo Fashion Week. A pesquisa observa pela perspectiva metodológica da semiótica, quais são os esforços de sentido e quais os temas levantados pela marca, discutindo como estes mecanismos constroem o posicionamento.

PALAVRAS-CHAVE: moda; afrofuturismo; comunicação; Dendezeiro.

INTRODUÇÃO

A partir do entendimento de que a moda é uma forma de linguagem que permite a expressão das identidades tanto individuais quanto coletivas, surge o interesse em mapear e compreender as questões levantadas por Dendezeiro. A investigação partiu do ponto de que a representatividade negra, em qualquer espaço, é uma discussão bastante recente no Brasil. De modo geral, pessoas pretas foram historicamente apagadas e silenciadas em todos os campos possíveis. Dessarte, destaca-se o afrofuturismo como ferramenta nesta tomada de protagonismo.

Partindo da questão de investigação “Como a Dendezeiro, por meio da moda, utiliza o afrofuturismo na comunicação com o público?”, assumiram-se como objetivos a compreensão da utilização do afrofuturismo na comunicação de Dendezeiro com o público, o mapeamento dos formatos de comunicação e a identificação de elementos estéticos afrofuturistas na construção da comunicação. A análise utilizou como corpus o *fashion film* da coleção “Tabuleiro”, disponível no canal da marca na plataforma Youtube. O *Fashion film* é um formato diferenciado dos moldes de uma peça

¹ Trabalho apresentado no IJ04 – Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduando do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), email: yuri.barreto@edu.ufes.br

³ Orientadora do trabalho. Doutora em Educação. Professora do Departamento de Comunicação Social (UFES), email: n.pirola@uol.com.br

publicitária por carregar características emocionais, trazendo “experiências e sentimentos no roteiro enquanto na propaganda o objetivo e sentido da sua existência se baseia na venda de um produto” (RANGEL, 2022. p. 29).

Sobre a metodologia de investigação do corpus, partimos do referencial teórico de Diana Luz Pessoa de Barros (2005) e José Luiz Fiorin (2013), que contribuem com conceitos-chave da semiótica, proficientes para esta análise. À vista de uma compreensão total da construção de sentidos de um enunciado é essencial explorar, afora os mecanismos internos, os fatores sociais e históricos empregados na manufatura dos significados contidos (BARROS, 2005). Propõe-se um percurso gerativo de sentido, um método de análise composto de uma sucessão de três níveis, que mostram como se produz o sentido neste processo do mais simples ao mais complexo, de acordo com Fiorin (2013). Os níveis — juntamente de seus componentes sintáticos e semânticos — compreendem o percurso gerativo de sentido que acontece no plano de conteúdo de um texto. “Os três níveis do percurso são o profundo (ou fundamental), o narrativo e o discursivo. Em cada um deles existe um componente sintático e um componente semântico” (FIORIN, 2013, p. 20).

O nível discursivo do percurso semiótico é aquele responsável pelas ancoragens mais simples, enfatizadoras de significados que buscam situar a narrativa em uma perspectiva mais próxima da realidade”. É possível encontrar presentificados no texto elementos sintáticos que apontam na narrativa noções de pessoa, espaço e tempo, ao passo que, semanticamente, ressalta temas e figuras no texto. A sintaxe do nível discursivo objetiva através destas projeções, produzir para o destinatário do discurso a ideia de que este é verdadeiro. Atuando como responsáveis pelo esforço de produzir uma ilusão de realidade estão dois mecanismos discursivos, e estes “são o de proximidade ou distanciamento da enunciação e o de realidade ou referente.” (BARROS, 2005, p.54). É muito comum quando o mecanismo busca criar efeito de realidade, de proximidade e intimidade com o discurso, que se utilize a fala em primeira pessoa, no tempo presente e no espaço do “aqui”, procedimento que se denomina debreagem enunciativa (BARROS, 2005). Ligados ao nível fundamental estão dois procedimentos do discurso, correspondentes ao viés semântico, essenciais para a elaboração desta análise. O primeiro deles é a Tematização, no qual ocorre a formulação abstrata dos valores “concretos” da narrativa, disseminando no percurso

gerativo traços semânticos recorrentes que corroboram com a construção de um tema. O segundo é o processo de Figurativização, no qual a tematização é recoberta por conteúdos concretos (BARROS, 2005). Há de se atentar também ao conceito de Isotopia, que consiste na reiteração dos temas e recorrência das figuras. Esta apresenta dois tipos:

(i) Isotopia temática, aquela que “decorre da repetição de unidades semânticas abstratas, em um mesmo percurso temático” (BARROS, 2005, p.71).

(ii) e a Isotopia figurativa, a qual “caracteriza-se pela redundância de traços figurativos, pela associação de figuras aparentadas” (BARROS, 2005, p.71).

No que tange aos aspectos plásticos da análise — assumindo que a expressão “plástica” é uma alusão às particularidades exteriores da linguagem visual —, Ana Cláudia Oliveira (2004) delinea a semiótica plástica como método que discute as características dos objetos no Plano de Expressão a partir de suas dimensões visuais: cromática, eidética, topológica e matéria. No domínio dos procedimentos metodológicos adotados para realização da análise, foram priorizados os conceitos da semiótica discursiva — Barros (2005) — e a plástica — Oliveira (2004).

MODA COMO FENÔMENO DE COMUNICAÇÃO

O surgimento “oficial” da moda eurocêntrica-ocidental pode ser ancorado à metade do século XIV, destacando como marco divisor o estabelecimento da diferenciação de gênero, ou seja, o momento a partir do qual surge distinção radical entre “roupa masculina” e “roupa feminina”. Não é muito claro onde exatamente surge esta nova concepção da indumentária, mas se espalhou pela Europa ocidental entre 1340 e 1350. A partir deste ponto, as mutações do vestir começam a se tornar cada vez mais frequentes (CALANCA, 2008).

A indumentária carrega, além de discursos históricos, tecnológicos e socioeconômicos, status de sistema de signos, de comunicação, através do qual o ser humano delinea sua identidade. Usando como plataforma as roupas, coloca-se em evidência uma significação do corpo que as veste. O vestir é uma sintaxe (CALANCA, 2008), uma potente *forma de expressão* de si mesmo, noção que ampliaremos em breve a partir de Renata Cidreira (2005). O sistema de vestuário de um determinado momento histórico expressa o conjunto de valores de determinada sociedade.

Um sinal claro da relação entre o sistema de vestuário e o cenário político-social de sua época, é o fato de que as discussões sobre moda e vestimenta constantemente recaem nos âmbitos religioso, moral e até mesmo legislativo (CALANCA, 2008). Para esta pesquisa, contudo, é fundamental o interesse no caráter “expressivo” contido na moda. A etimologia do próprio termo “estilista” vem de “estilo”, que “provém da palavra latina *stilus*, haste de ferro, osso ou madeira, [...] empregada na Antiguidade e na Idade Média para traçar caracteres [...], um instrumento, portanto, usado para escrever impressões [...]” (CIDREIRA, 2005, p. 118). Sendo assim, pode ser entendida como *forma de expressar*, aquilo que indica uma unicidade de traços identitários (CIDREIRA, 2005). Mantendo em mente a noção de que a moda é, sobretudo, forma de expressão e significação no sistema social, a moda contemporânea põe em jogo novas formas de conceber a realidade à sua volta. Do ponto de vista de que o que está contido na roupa é produto do subjetivo do estilista (BARNARD, 2003), “de acordo com as observações de Sahlins, pode-se dizer que a roupa [...] seria, portanto, um certo universo simbólico transformado em matéria” (CIDREIRA, 2005, p. 105). Cidreira (2005) também declara que a aparência corporal, o corpo vestido, caracteriza-se como “[...] fonte e aposta fundamental na dinâmica da socialização”, revelando uma “[...] relação entre o indivíduo e o mundo, entre o indivíduo e os outros e entre o indivíduo e a sociedade” (CIDREIRA, 2005, p. 111). Sendo assim, são as relações e os valores contidos nessas dinâmicas os elementos que de fato constroem as condições de todas as relações vestimenta-sociedade (CIDREIRA, 2005). O posicionamento de Dendezeiro sobre a “forma de se vestir” — posto na idealização de cada peça e seu relacionamento com o público — questiona a organização da estrutura social, tendo a noção de que “[...] a comunicação [...] é uma das maneiras pelas quais posições de desigualdade, dominação e subserviência são produzidas e reproduzidas na sociedade” (BARNARD, 2003, p.137). São exemplos do posicionamento da marca a sua identificação enquanto *moda agênero* e a preocupação com a diversidade de corpos, uma vez que além de uma tabela de medidas que vai do PP ao EGG, as peças são construídas com amarrações que permitem vestir uma variedade de corpos diferentes, além de não partir de uma perspectiva binária de gênero. Conforme declara o site oficial da marca, os estilistas concebem Dendezeiro

[...] para além dos moldes de uma marca de roupa, compreendendo que ela expressa também, um estilo de vida. Falar sobre moda brasileira é falar sobre

diversidade, pluralidade, inclusão, representatividade e possibilidades, e estes são os pilares da marca, utilizando o fashion como plataforma de emancipação para pessoas reais (DENDEZEIRO. Acesso em 22 jun. 2023).

Historicamente, a hegemonia no meio da moda é a dos corpos magros, brancos e cisgêneros. A marca desafia também a normatividade de gênero como determinação “natural” ao abordar o gênero como um campo vasto de possibilidades que advém de processos socioculturais. Refletindo que estas questões são fruto do pensamento humano, articulado de forma a parecer naturais e inquestionáveis, Barnard discute a noção de hegemonia, a qual

[...] refere-se à situação que existe quando certos grupos sociais, ou certas frações de grupos sociais, em posições de dominação são capazes de exercer a sua autoridade social como resultado de que o seu poder aparece e experimentado como natural e legítimo. Moda e indumentária, então, como formas de comunicação, são elas mesmas parte desse processo. Por meio da moda e da indumentária posições de dominação e subserviência são feitas para que pareçam naturais e experimentadas como tal, não como resultado da ação humana (BARNARD, 2003, p. 138).

A entrada de uma marca baiana no principal evento do “campo de batalha” da moda nacional, por Dendezeiro, coloca em discussão relações de poder pré-estabelecidas. Para além da produção de moda, o universo simbólico transmitido em indumentária por Dendezeiro produz novos significados e possibilidades para o mundo. Se a “[...] moda e indumentária seriam entendidas como elementos usados para dar sentido ao mundo e às coisas e pessoas nele inseridas” (CIDREIRA, 2005, p. 112), que sejam produzidos novos significados que coloquem pessoa negras em uma perspectiva oposta a da exclusão.

QUESTÕES IDENTITÁRIAS E O AFROFUTURISMO COMO RESGATE DA IDENTIDADE NEGRA POR MEIO DA ANCESTRALIDADE

Identificar e enfrentar as diferenças sociais impostas pela racialidade configura um esforço fundamental, mas definitivamente não se trata de uma tarefa fácil. Para qualquer indivíduo negro, entender as consequências acarretadas por essa divisão requer, dentre outros fatores, o reconhecimento de si mesmo como corpo de identidade negra. Em suas discussões a respeito destas questões identitárias, ao relacionar conceitos da psicanálise com questões raciais em um recorte para o cenário nacional,

Neuza Santos Souza (1983) defende o auto reconhecimento negro como ponto chave para compreender que “a identidade do sujeito depende, em grande medida, da relação que ele cria com o corpo” (SOUZA, 1983, p. 6). Estas — entre outras — violências produzem a necessidade de articulações necessárias à sobrevivência da pessoa e identidade negra, e é neste ponto em que o Afrofuturismo toma a narrativa. Apesar de ter suas principais características ancoradas ao lado artístico, existem diferentes vertentes de pensamento que atravessam a definição da expressão “afrofuturismo”. Kênia Freitas (2018) assume que o afrofuturismo é “ficção especulativa ou ficção científica escrita por autores afro diaspóricos e africanos. É um movimento estético global que abrange arte, cinema, literatura, música e pesquisas acadêmicas” (FREITAS, 2018, p.180). Para esta definição do termo, Freitas resgata a noção criada por Mark Dery (1994), que usa em 1994 o termo “afrofuturismo” ao comentar as práticas de artistas e escritores negros. No entanto, alguns autores da contemporaneidade trazem questionamentos e percepções mais aprofundadas sobre uma noção geral do afrofuturismo.

O que hoje chamamos de Afrofuturismo nasce na década de 1950, graças a Sun Ra (1914-1993), pianista, poeta e compositor de jazz conhecido por suas performances teatrais e cinematográficas. Sun — do inglês “sol” — e Ra — deus Sol do Egito —, ele se dizia um enviado de Saturno com a missão de pregar a paz social e levar embora o povo negro para outro planeta (FERREIRA, 2020). No campo da literatura, Octavia Butler (1947–2006) aparece como uma das primeiras escritoras a ser associadas ao afrofuturismo. Afro-americana, Butler começou suas publicações no fim da década de 1970, se tornando bem-sucedida como autora e recebeu vários prêmios ao longo de 15 livros publicados (KABRAL, 2020). No entanto, conforme referenciado anteriormente, existem novas contribuições que aprofundam os debates sobre o que é, de fato, o afrofuturismo. Fábio Kabral, pesquisador e escritor afro-brasileiro responsável pela obra “O Caçador Cibernético da Rua 13” (Malê, 2017), representa, a partir de sua ficção, todas as suas perspectivas sobre o movimento Afrofuturista (ANCHIETA, 2021). Considerado um dos principais nomes no campo do Afrofuturismo brasileiro, Fábio Kabral é estimado como um dos pilares da literatura afrofuturista no país, bem como criador do gênero literário Macumbapunk como proposta de uma nova forma de ficção especulativa (ANCHIETA, 2021).

A perspectiva que destaca Kabral nas discussões sobre o Afrofurismo é, com toda certeza, a “afrocentricidade”. Essa noção inicialmente proposta por Molefi Kete Asante (2016), discute um repensar da “caixa conceitual” que aprisiona os africanos no paradigma da cosmovisão ocidental. A Afrocentricidade articula uma visão contra-hegemônica, questiona a epistemologia simplesmente inveterada nas experiências culturais eurocêntricas. Com o deslocamento físico dos africanos sequestrados em África para o comércio europeu de escravizados, os negros foram “[...]afastados de nossos centros culturais, psicológicos, econômicos e espirituais e colocados à força na cosmovisão e no contexto europeus” (ASANTE, 2016). Expulsos e arrancados de seus próprios lugares de sujeitos na história. Mediante uma perspectiva intelectual, a Afrocentricidade se coloca como forma de ideologia antirracista, antissexista e antiburguesa. É também ideologia inovadora, capaz de fomentar novas formas de adquirir conhecimento, considerando que “a interrogação de um fenômeno baseado em perspectivas ou atitudes ou valores ou filosofia africanas irá gerar novas informações, padrões de comportamento e percepções” (ASANTE, 2016). Toda perspectiva parte da ideia de que sociologia, filosofia entre outras ciências importantes são noções fundadas no mundo antigo. Seu berço é o Vale do Nilo, tendo sido fruto dos pensamentos de negros em África (DIOP, 1974).

Os mitos na cosmologia africana cumprem um papel importante na transmissão de sabedoria ancestral. A figura do herói, por exemplo, é muito importante no mundo contemporâneo, principalmente na ficção. No entanto, a perspectiva africana não vê esta figura como mera fantasia. Mitos não devem ser compreendidos literalmente, mas no domínio simbólico. Em *Space is the Place* (1974), o pioneiro Sun Ra já expressava esta perspectiva

[...] Eu não sou real, sou assim como vocês. Vocês não existem nessa sociedade. Se existissem não estariam buscando direitos iguais. Vocês não são reais, se fossem, teriam algum status entre as nações do mundo. Então, nós dois somos mitos. Não me apresento como uma realidade, e sim como um mito. Porque é isso que os negros são: Mitos. Eu vim de um sonho, sonhado por negros há muito tempo. — Sun Ra, ‘Space is the Place’, 1974. (Tradução nossa).

O QUÊ TEM NO 'TABULEIRO'?: ANÁLISE DO FASHION FILM DE DENDEZEIRO

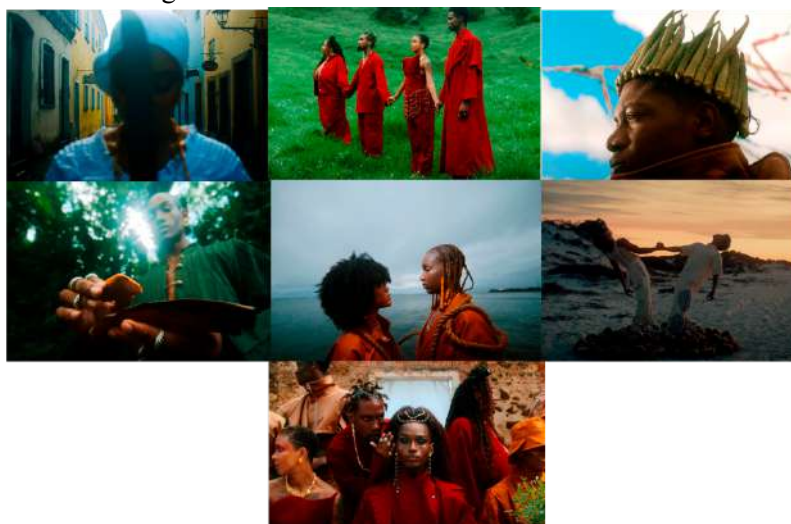
Quadro 1 — Principais elementos do filme 'Tabuleiro'

Elementos	Duração
O tabuleiro	0:00—0:37
Acarajé	0:38—1:48
Quiabo	1:49—2:22
Abará	2:23—3:48
Vatapá	3:49—4:44
Cocada	4:45—5:57
A Ceia	4:45—5:57

Fonte: Produção do autor (2023)

A partir de todas as discussões levantadas no referencial teórico e tendo como metodologia a semiótica, este capítulo analisa o *fashion film*, investigando seu processo gerativo de sentido (FIORIN, 2013). Para a análise de seus níveis discursivo e plástico, o *fashion film* vídeo é setorizado em sete Elementos (conforme Quadro 1) que obedecem à linearidade da narrativa.

Figura 1 — 7 Elementos do filme 'Tabuleiro'



(DENDEZEIRO, 2022. Acesso em 25 mai. 2023.)

A partir das contribuições de Oliveira (2004), a pesquisa inclina-se para o plano de expressão, analisando o *fashion film* a partir das dimensões plásticas. No formante

cromático, encontra-se a predominância dos tons de vermelho, laranja, marrom e verde. A dimensão eidética é tomada pela horizontalidade, com profusão de formas curvilíneas, que transmitem a ideia de organicidade. Topologicamente, destaca-se o uso da centralidade como mecanismo de destaque das informações contidas no texto visual. Outro elemento amplamente empregado no Nível Plástico é o uso de texturas — nos tecidos, objetos e até nos cenários — são os elementos que remetem à sensação máterica, destacam-se as representações de texturas contidas no chão, dos penteados e dos acessórios utilizados, como miçangas e búzios, além das texturas dos tecidos das peças em si.

Figura 2 — Dimensão eidética do filme ‘Tabuleiro’



(DENDEZEIRO, 2022. Acesso em 25 mai. 2023.)

Estão empregados no texto mecanismos de figuração, através da utilização de figuras que “recobrem” os temas. Uma destas figuras é a da baiana, que aparece no Elemento ‘O tabuleiro’ (Quadro 1). A presentificação da baiana de tabuleiro evoca enorme importância cultural na Bahia e, sobretudo, brasileira.

Figura 3 — Topologia e formante cromático no Elemento ‘O tabuleiro’



(DENDEZEIRO, 2022. Acesso em 25 mai. 2023.)

Na dimensão eidética do Elemento Vatapá (Quadro 1), que se constitui principalmente a partir de linhas retas, com orientação mais horizontalizada, é um exemplo interessante do emprego da morfologia como ferramenta para estabelecer ideias de afastamento e ligação, a partir, principalmente, do olhar dos modelos.

Figura 4 — Dimensão eidética de ‘Vatapá’



(DENDEZEIRO, 2022. Acesso em 25 mai. 2023)

Já no Nível Discursivo, aquele onde “as formas abstratas [...] são revestidas de termos que lhes dão concretude” (FIORIN, 2013, p.41), foram identificadas diversas projeções de pessoa — a baiana e os diversos modelos —, bem como diferentes projeções de espaço, uma vez que o *fashion film* tem como cenário diversas paisagens soteropolitanas, além de várias projeções de tempo representadas nos diferentes momentos do dia. Destaca-se o mecanismo de debreagem enunciativa contribuindo para gerar efeito de veracidade, proximidade e subjetividade, uma vez que Dendzeiro se projeta em primeira pessoa no texto verbal do filme.

A tematização identificada no percurso gerativo de ‘Tabuleiro’ é marcada no texto verbal por valores como ancestralidade — “No meu tabuleiro tem a força da minha mãe, e da mãe dela” —, sabedoria — “[...]tem vivência construída e em construção —, resistência e luta — “Atrás do meu tabuleiro tem guerra. E tem a mão forte de quem sabe guerrear”. Reforça os temas de ancestralidade, resistência e sabedoria por meio de isotopia figurativa, além de diversas figuras ao longo de toda a obra, dentre elas a baiana, o dendê, o facão, os cabelos, entre outros. O texto verbal também reforça uma figura importante: O dendê, fruto de uma palmeira que pode alcançar até 15 metros, chamada de dendezeiro, tem enorme relevância na cultura

baiana. O fruto, a palmeira, as folhas, o azeite e outros produtos feitos a partir do dendê são considerados parte ancestral da cultura negra na Bahia, da economia à espiritualidade (BARRETO, 2016). É amplamente utilizado na culinária baiana, fazendo parte de muitas das principais receitas típicas como o vatapá, o caruru, o abará e para fritar o acarajé. Trazido para o Brasil durante a colonização, representa um elemento essencial da cultura afro-brasileira. Sua coloração vermelha — que inspira as criações apresentadas no Elemento Acarajé — remete à Oyá, mais conhecida como Iansã, orixá de domínio sobre diversos elementos da natureza, cuja essência é a liberdade e a constante transformação. Conhecida como orixá zeladora das mulheres que trabalham e vivem das feiras livres, de comércio, protege a toda e qualquer liderança feminina (PASSOS, 2008). Desta forma, a expressão “dendê na armadura” evoca de forma subjetiva algo que poderia ser descrito como um “preparo”, pressupondo a necessidade de conhecimento, mas também força proteção. Fala também de transformação e sobre a proteção às mulheres que vivem do comércio — aludindo às baianas de tabuleiro. Como exemplo do cabelo como figura chave presentificada no filme, observa-se uma das modelos com um penteado que lembra chifres de búfalo, que pode referenciar as mulheres das tribos Dinka e Mursi. Mursi, por exemplo, é “considerada como uma das mais valentes e corajosas do sul da Etiópia, a tribo é respeitada e até mesmo temida por seus vizinhos” (CASTRO, 2017). Enquanto usa o penteado de chifres, a câmera enquadra a modelo de baixo para cima, sugerindo poder e imponência, reforçando que esta pessoa deve ser respeitada, temida. Aqui assiste-se à construção da continuidade dos temas de força e resistência.

Figura 5 — Penteado “chifre de búfalo” de ‘Tabuleiro’ e Mulher Mursi.



(DENDEZEIRO, 2022. Acesso em 25 mai. 2023.); (ISO Humanity. Mursi Woman Horns, s.d. Acesso em 17 jun. 2023).

A divisão do filme em Elementos (Quadro 1) visa a melhor compreensão a respeito da construção da narrativa. O Elemento 1 de ‘Tabuleiro’, referida pela pesquisa como “O tabuleiro”, trata justamente da introdução ao tema. A cena com a baiana na abertura do *fashion film* simboliza como um rito de preparo para travar um combate à hegemonia dos espaços de moda, trazendo como bagagem a luta histórica contra o racismo construída pelas ancestrais Baianas de Tabuleiro. O Tabuleiro de Dendezeiro traz os temas de ancestralidade e espiritualidade como ponto de partida a partir do qual é possível “abrir novos caminhos”, assim como a marca tem feito no cenário da moda nacional. As cinco seções temáticas seguintes representam, individualmente, cada um dos pratos típicos a partir dos quais Dendezeiro constrói os valores deste tabuleiro. Acarajé, caruru, abará, vatapá e cocada: em cada seção, destaca-se a forma como os elementos culturais postos são traduzidos em expressões estéticas nas peças da coleção, como texturas, padrões e o uso das cores que remetem a cada prato respectivamente.

Figura 6 — Elemento ‘A ceia’ recria ‘A Última Ceia de Leonardo da Vinci



(DENDEZEIRO, 2022. Acesso em 25 mai. 2023).

Por fim, o Elemento 7 (Quadro 1), que encerra o filme, todos os modelos são reunidos ao redor de uma mesa. Dendezeiro faz uma referência a uma das mais famosas obras de arte de todos os tempos: A Última Ceia, de Leonardo Da Vinci. Seguindo a lógica eurocentrista, a marca reproduz uma obra icônica da arte européia, que carrega narrativas da religião cristã, em um novo formato, a partir da cosmovisão africana. Os alimentos servidos nesta ceia são aqueles que agradam aos orixás. Destaca-se também a diversidade de expressões de gênero — tanto dentro da binariedade masculino-feminino, quanto identidades neutras —, diferente da obra original, já que

observam-se diferentes expressões de gênero. Outro fato curioso é que a locação escolhida para a gravação da cena do *fashion film* é uma antiga igreja cristã. Nas ruínas do colonialismo, Dendezeiro funda seu pensamento afrofuturista, reimaginando a narrativa a partir de uma perspectiva afrocentrada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Retoma-se a questão de investigação “Como a Dendezeiro, por meio da moda, utiliza o afrofuturismo na comunicação com o público?”, além de objetivos como a compreensão da utilização do afrofuturismo na comunicação de Dendezeiro com o público, o mapeamento dos formatos de comunicação e a identificação de elementos estéticos afrofuturistas na construção da comunicação.

A marca põe à mesa os elementos culturais que constituem a força e potencial de seu tabuleiro, convidando o público para cear juntos, compartilhando sua ancestralidade e força. Juntos, somos capazes de projetar um futuro digno fundado em uma perspectiva de mundo que inclua as identidades negras em sua cosmologia. Esta perspectiva se relaciona com o conceito da Afrocentricidade, discutido anteriormente.

O Afrofuturismo pode então ser referido como norteador das práticas não somente comunicacionais, mas que regem todo o posicionamento da marca no mercado e em sua comunicação com o público. É através da moda e das peças da coleção ‘Tabuleiro’ que a Dendezeiro leva a história, as vivências, cores e texturas de sua cultura para o maior palco de moda do Brasil, o SPFW. Assim, projeta um presente e um futuro de orgulho e resistência a partir de seu passado. Dendezeiro é prova e um ótimo exemplo da articulação do fenômeno da moda enquanto fenômeno comunicacional de resistência política. Isso porque a moda através da indumentária confere materialidade a subjetividades que constituem posições sociais, instituem relações de poder e estabelecem hegemonias. “São formas usadas para que as posições de classe, inclusive posições de poder desigual e de exploração de uma classe por outras, pareçam coisas certas e apropriadas” (BARNARD, 2003. p. 153). A marca estabelece como base de sua abordagem a cultura afro-brasileira a partir da ancestralidade de resistência e força das baianas de tabuleiro. O emprego da estética afrofuturista é evidenciado no uso dos elementos da cultura afro-brasileira e temas como ancestralidade, tradição, resistência e pertencimento. Propondo a quebra de

padrões do universo da moda, como a normatividade de gênero e padrões de corpo e beleza, a marca projeta novos futuros desafiando a hegemonia da moda brasileira, celebrando seu orgulho e cultura no maior palco de moda do país. Uma marca de jovens empreendedores pretos que furaram a bolha e levaram consigo toda uma cadeia de produção comprometida com as pautas defendidas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANCHIETA, Carol. **Galeria de expressões Afrofuturistas**. Medium, 2021. Disponível em <<https://anchieta-carol.medium.com/galeria-de-express%C3%B5es-afrofuturistas-240a8a7318f3>>. Acesso em 27 de maio de 2023.

ANCHIETA, Carol. **Para aprofundar suas percepções sobre o conceito de afrofuturismo**. Medium, 2021. Disponível em <<https://anchieta-carol.medium.com/para-aprofundar-suas-percep%C3%A7%C3%B5es-sobre-o-conceito-de-afrofuturismo-5636ec87becb>>. Acesso em 27 de maio de 2023.

ASANTE, Molefi Kete. **Afrocentricidade como Crítica do Paradigma Hegemônico Ocidental: Introdução a uma Ideia**. Ensaios Filosóficos, Volume XIV– Dez. 2016. Disponível em: <http://ensaiosfilosoficos.com.br/Artigos/Artigo14/02_ASANTE_Ensaios_Filosoficos_Volume_XIV.pdf>. Acesso em 11 jun. 2023.

BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BARRETO, Nina Ferreira. **Dendê: partilha pedagógica e poética diaspórica em processo**. Trabalho de Conclusão de Curso de Artes Plásticas do Departamento de Artes Visuais do Instituto de Artes da Universidade de Brasília. Brasília. 68. 2016. Disponível em: <https://bdm.unb.br/bitstream/10483/16563/1/2016_NinaFerreiraBarreto_tcc.pdf>. Acesso em 10 jun. 2023.

BARROS, Diana de. **Teoria semiótica do texto**. São Paulo: Ática, 2005.

CALANCA, Daniela. **História social da moda**. São Paulo: Ed. SENAC, 2008.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os Sentidos da Moda**. São Paulo: Annablume, 2005.

CASTRO, Haroldo. **No sul da Etiópia, etnia Mursi é exemplo de valentia, mas também de vaidade feminina e masculina**. Época, 10 ago. 2017. Disponível em: <<https://epoca.oglobo.globo.com/sociedade/viajologia/noticia/2017/08/no-sul-da-etiofia-etnia-mursi-e-exemplo-de-valentia-mas-tambem-de-vaidade-feminina-e-masculina.html>>. Acesso em 01 jun. 2023.

DENDEZEIRO lança ferramenta para inclusão de corpos reais na moda; conheça. Bahianotícias, 2023. Disponível em <<https://www.bahianoticias.com.br/bnhall/noticia/3229-dendezeiro-lanca-ferramenta-para-inclusao-de-corpos-reais-na-moda-conheca>>. Acesso em 22 jun. 2023.

DENDEZEIRO. **Tabuleiro (São Paulo Fashion Week)**. Youtube, 4 jun. 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Q9ghMtnOcHk&t=1s>>. Acesso em 25 mai. 2023.

DIOP, Cheikh Anta. **A origem africana da civilização: mito ou realidade**. 1 ed. Paris: Présence Africaine, 1974. Disponível em <<https://www2.unifap.br/neab/files/2018/05/Dr.-Cheikh-Anta-Diop-A-Origem-Africana-da-Civiliza%C3%A7%C3%A3o-ptbr-completo.pdf>>. Acesso em 05 de junho de 2023.

FERREIRA, Rosenildo. **De Saturno para o mundo: Sun Ra, o pioneiro do afrofuturismo musical**. Afrofuturismo, 2020. Disponível em: <<https://afrofuturismo.com.br/inovacao/de-saturno-para-o-mundo-sun-ra-o-pioneiro-do-afrofuturismo-musical/>>. Acesso em 01 de junho de 2023. FORD, C. W. **O herói com rosto africano: mitos da África**. São Paulo: Summus, 1999.

FIORIN, José Luiz. **Elementos de Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2013

FREITAS, K.; MESSIAS, J. **O futuro será negro ou não será: Afrofuturismo versus Afropessimismo - as distopias do presente**. Das Questões, [S. l.], v. 6, n. 1, 2018. DOI: 10.26512/dasquestoes.v6i6.18706. Disponível em: <<https://www.periodicos.unb.br/index.php/dasquestoes/article/view/18706>> Acesso em: 2 fev. 2022.

ISO Humanity. **Mursi Woman Horns**. s.d. 2455 × 2456 pixels. Disponível em: <<https://isohumanity.wordpress.com/2015/10/12/current-destination-ethiopia/#jp-carousel-857>>. Acesso em 17 jun. 2023.

KABRAL, Fábio. **Artigo e atividades bem didáticos sobre AFROFUTURISMO**. Wordpress, 2020. Disponível em: <<https://fabiokabral.wordpress.com/2020/06/29/artigo-e-atividades-bem-didaticos-sobre-afrofuturismo/>>. Acesso em: 01 de junho de 2023.

KABRAL, Fábio. **O caçador cibernético da rua treze**. Rio de Janeiro: Malê, 2017.

OLIVEIRA, A. C. **As semioses pictóricas**. In: OLIVEIRA, A. C. **Semiótica plástica**. São Paulo: Hacker Editores, 2004. p. 115-123.

PASSOS, Marlon Marcos Vieira. **Oyá-Bethânia: os mitos de um orixá nos ritos de uma estrela** / por Marlon Marcos Vieira Passos. 2008. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/8709/1/marlon_marcos.pdf>. Acesso em: 05 jun. 2023.

RANGEL, Maria Eduarda Oliveira. **Análise de fashion films : um olhar sobre a relação entre a moda e o cinema** / Maria Eduarda Oliveira Rangel. – 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/72094/3/2022_tcc_meorangel.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2023.

SOUZA, Neusa Santos. **Tornar-se negro: as vicissitudes da identidade do negro brasileiro em ascensão social**. 1 ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1983. Coleção tendências; v.4)