

A Apropriação de Elementos Culturais por Influenciadores de Moda do TikTok e seus Efeitos no Cenário Contemporâneo ¹

Bárbara Marçal de ALMEIDA²
Beatriz Franchito ZAGUETTI³
Isabelli Scalabrim TANGANELLI⁴
Luisa Tosim Gomes de FIGUEIREDO⁵
Maria Beatriz Nunes Kobata VANI⁶
Poliana de Brito BELO⁷
Maria Lúcia de Paiva JACOBINI⁸
Tarcisio Torres SILVA⁹

Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, SP

RESUMO

O trabalho tem como objetivo compreender como a apropriação cultural se manifesta no segmento da moda, visto que influenciadoras digitais usam elementos significativos como meros acessórios, repercutindo no TikTok. Como método, realizamos uma análise bibliográfica sobre a apropriação cultural e tendências na moda a partir de obras literárias. Ademais, foram efetuadas entrevistas com pessoas especializadas e um estudo de caso da influenciadora Livia Nunes Marques. Concluímos que a desvalorização de peças étnico culturais ocorre com frequência por pessoas influentes e com grande poder aquisitivo e, assim, incentivam o desrespeito a determinadas culturas.

PALAVRAS-CHAVE: apropriação cultural; influenciadora digital; TikTok; moda.

1

Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Comunicação e Moda”, evento integrante da programação do 28º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2025.

2

Estudante de Graduação 2º. semestre do Curso de Jornalismo PUC-Campinas, email: barbara.sp.binha@gmail.com

3

Estudante de Graduação 2º. semestre do Curso de Mídias Digitais PUC-Campinas, email: zaguettibeatriz@gmail.com

4

Estudante de Graduação 2º. semestre do Curso de Relações Públicas PUC-Campinas, email: itanganellis@gmail.com

5

Estudante de Graduação 2º. semestre do Curso de Relações Públicas PUC-Campinas, email: lulitosim@gmail.com

6

Estudante de Graduação 2º. semestre do Curso de Relações Públicas PUC-Campinas, email: mariabeatrizkobata1@gmail.com

7

Estudante de Graduação 2º. semestre do Curso de Jornalismo PUC-Campinas, email: polianabrito062003@gmail.com

8

Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, professora dos cursos de Comunicação da PUC-Campinas, email: maria.jacobini@puc-campinas.edu.br

9

Doutor em Artes Visuais pela Unicamp, professor dos cursos de Comunicação da PUC-Campinas, email: tarcisio.silva@puc-campinas.edu.br

INTRODUÇÃO

De acordo com Barnard (2003), a moda deve ser entendida como um fenômeno cultural e comunicativo, já que é uma forma de expressar crenças e identidades culturais, fazendo com que a moda reflita características, individualidades e singularidades de sociedade influenciada por aspectos como situações econômicas, manifestações políticas e indicadores de classe social. No panorama contemporâneo, os influenciadores de moda utilizam a rede social do TikTok para propagar tendências, fazendo o uso de diferentes estilos, com o objetivo de se destacar, e assim, atrair diversos públicos, porém, esse uso pode resultar na apropriação inadequada de uma cultura.

Analisando a forma como a utilização de elementos culturais ocorre de maneira ignorante e inculta, Rodney William (2019) explica que a apropriação cultural é uma ação praticada por grupos dominantes que consiste em apoderar de elementos de outra cultura minoritária ou inferiorizada sem permissão, eliminando ou modificando seus significados e o mais importante, desconsiderando a opressão sistemática muitas vezes imposta por esse mesmo grupo dominante.

O projeto tem como propósito analisar a influência de personalidades da moda com um grande número de seguidores nas redes sociais, destacando como a lógica de mercado molda essa dinâmica. Essas figuras glamorizam elementos que frequentemente não refletem suas realidades, lucrando com a popularização de itens de culturas marginalizadas. Nesse contexto, William (2019, p. 36) observa que "a popularização de alguns itens de culturas frequentemente inferiorizadas, como a negra ou a indígena, deve-se em grande parte à indústria da moda impulsionada pelo sistema capitalista". Essa análise revela a intersecção entre moda e consumo, questionando a autenticidade e a responsabilidade cultural na era digital.

Considerando o cenário em que ferramentas de comunicação virtual que permitem a interação e o compartilhamento de informações entre usuários, onde houve o surgimento de influenciadores digitais que tem uma presença substancial nessas ferramentas, produzir uma pesquisa para aprofundar e examinar a apropriação de elementos culturais pelos influencers de moda do TikTok é fundamental para compreender a relação da moda entre cultura e identidade na sociedade contemporânea.

É preciso abordar esse assunto, uma vez que se faz necessário o entendimento da utilização de elementos variados, no que diz respeito a itens do mundo fashion muitas

vezes inspirados por culturas, subculturas ou tradições diversas podendo incluir peças de culturas afro, de domínio religioso e de comunidades tradicionais, que geram controvérsias com o uso indevido desses elementos culturais através da exploração deles para gerar engajamento com a viralização e assim acarretar no lucro, mesmo que implique no desrespeito à cultura de origem, banalização e mercantilização da cultura e o esvaziamento do significado original dos elementos culturais.

Dessa forma, por meio deste estudo, procura-se compreender como as dinâmicas digitais atuais estão redefinindo e dando novos significados às narrativas de origem brasileira. Destacando como a apropriação cultural se manifesta no segmento da moda, centralizando-se na análise de personalidades do cenário virtual contemporâneo desse segmento, sobretudo no TikTok, que é uma plataforma que se concretizou como novo espaço de expressão na era digital e impõe influência nas dinâmicas culturais, sociais e econômicas no nicho da moda. Além disso, também é necessário apontar como o acesso fácil à tecnologia pode propagar a descontextualização de peças que carregam significados importantes, incentivando o desrespeito a determinadas culturas.

Para isso foi selecionado o caso de apropriação cultural da influenciadora digital Livia Nunes Marques, que instigou uma polêmica após usar um hijab, um véu que cobre os cabelos e o corpo e é utilizado por mulheres muçulmanas como símbolo cultural, caso fundamental para o projeto que pretende instigar reflexões sobre o impacto dessas práticas na sociedade e a responsabilidade dos influenciadores na era digital e como isso é exercido através dessas novas atividades interativas do cenário sociocultural digital brasileiro.

METODOLOGIA

Com o intuito de compreender como a apropriação cultural se manifesta no cenário da moda no TikTok, adotamos a análise de conteúdo como método principal. Essa análise é uma metodologia qualitativa que examina materiais, permitindo uma detalhada compreensão do conteúdo e do contexto dos dados analisados. Para isso, foi selecionada a influenciadora Lívia Nunes Marques e foram realizadas duas entrevistas com figuras de autoridade no meio da moda e da comunicação digital, os quais apresentam as seguintes características:

ENTREVISTADO	PROFISSÃO	IDADE	DESCRIÇÃO
1	Influenciador digital	19	Homem; micro influenciador com 40 mil seguidores no TikTok; cursando o 4º semestre da faculdade de moda na Fundação Armando Alvares Penteado.
2	Professora Universitária	Informação não fornecida	Mulher; graduada em Ciências Econômicas e Comunicação Social, com especialização em Jornalismo Científico e Mestrado e Doutorado em Comunicação em Semiótica; atua na intersecção entre economia e comunicação.

A influenciadora foi escolhida para capturar um cenário amplo e atual das representações culturais na moda digital e suas implicações, já que é conhecida por seu grande número de seguidores e por ser uma figura de influência no nicho da moda, que após usar um hijab foi acusada de apropriação cultural. Examinamos a publicação onde é observado o elemento cultural, sua contextualização e a resposta do público, na etapa de codificação do conteúdo.

Isso nos permitiu compreender melhor as dinâmicas de poder e representação presentes na moda digital contemporânea, além de avaliar o impacto dessas práticas na percepção pública e na valorização cultural. Essa metodologia nos forneceu uma análise detalhada de como a influenciadora despertou uma discussão acerca da apropriação de elementos culturais e as implicações dessas práticas no contexto da apropriação cultural.

RESULTADOS

Livia Nunes Marques, criadora de conteúdo digital, tornou-se nos últimos anos uma figura relevante e aclamada nas plataformas digitais, somando mais de quarenta milhões de curtidas na rede social TikTok (@livianunesmarques). Com apenas 25 anos, a mineira conquistou notoriedade proveniente da constante publicação de conteúdos exibindo seu dia a dia, o uso de produtos de beleza e, principalmente, editoriais e truques de moda.

Entretanto, em meio a tentativas de se destacar entre tantas outras personalidades presentes no ciberespaço - termo designado por Pierre Lévy (2010) como espaço de interconexão digital que permite que os usuários troquem dados a longas distâncias - Nunes causou diversas comoções na internet. Em fevereiro de 2024, a influenciadora compartilhou nas redes sociais sua viagem para a Turquia, porém, um detalhe chamou a atenção dos usuários, pois ela vestia um lenço semelhante a um hijab. O acontecimento

rapidamente repercutiu no TikTok, visto que, ao compartilhar todas as esferas da sua vida nas redes despertou o sentido de vigilância dos usuários, quebrando a barreira entre público e privado. Assim como apontado pela entrevistada 2, as plataformas digitais proporcionam um espaço para que vozes diversas se manifestem e discutam as implicações, promovendo uma maior conscientização e reflexão sobre as práticas culturais.

Muitos internautas argumentam que Livia cometeu apropriação cultural, por estar em um local que, embora seja um país secular, quase 100% da população é muçulmana sunita. Já a outra parte debate que sua ação não foi mal intencionada, pois o lenço usado não se enquadra como um hijab, já que deixa partes do cabelo e do rosto aparecerem, e até afirmam que foi uma maneira de se encaixar em um território estrangeiro. Ao analisar quadros como este, é preciso entender que os indivíduos definem uma opinião pessoal de acordo com dois fatores determinantes, sua visão de mundo e sua educação. Essa, de acordo com a entrevistada 2, desempenha um papel crucial na conscientização sobre as consequências da apropriação inadequada, incluindo o apagamento do significado original do elemento apropriado, neste caso, o hijab.

Considerando-se a definição de Rodney William (2019) de apropriação cultural, o autor refuta aqueles que defendem a brasileira, afirmando que “Mudar sentidos, depurar e esvaziar é a “lógica” da apropriação cultural”. Além disso, o autor comenta o fato de que pode ser cometido conscientemente ou não, mas, que de qualquer modo, ainda se trata de um povo dominante o qual acredita que a riqueza cultural produzida por grupos historicamente inferiorizados é patrimônio de todos, do qual se pode dispor sem critérios.



@livia no Instagram em publicação agora deletada.

O uso de trajes típicos desvinculados de seu significado original e seu contexto histórico-cultural a longo prazo possui um alarmante impacto na sociedade. As

vestimentas que meramente são transformadas em peças decorativas ou itens da moda para atrair engajamento aliam-se à lógica da sociedade de consumo - na qual tudo gira em torno da obtenção de lucro. Este fenômeno se encaixa no caso das influenciadoras de moda e como desviam de significados de peças importantes a fim de conquistar engajamento, que, como apontado pelo entrevistado 1, é impulsionado quando algo, mesmo que negativo, gera mais interações para a publicação, como comentários, curtidas, compartilhamentos e visualizações, gerando visibilidade independente de seu assunto e sua significância.

Diante do exposto, observa-se que o reflexo negativo que esse modo de opressão carrega é muito mais grave do que pode parecer, visto que reforça a ideia de sobreposição sobre um povo historicamente inferiorizado, e conseqüentemente, também os inferioriza na sociedade contemporânea. Preservar valores culturais e religiosos é uma maneira de manter o legado desses povos vivo, assim como dado por Nascimento (2016) ao escrever que “Quando se mata uma cultura, mata-se um povo”, a fim de dar continuidade à sua existência de sua cultura e proporcionar a seus descendentes a possibilidade de identificação e pertencimento.

CONCLUSÃO

Em suma, foi observado que há um enorme problema com a normatização da apropriação cultural promovida e incentivada por influenciadores digitais, que se beneficiam de seu poder e influência para favorecer seu trabalho, relacionando suas ações a liberdade de explorar diferentes estilos no meio fashion. Entretanto, a sociedade de rede possibilita novos fluxos de comunicação que incluem a interação de usuários nas redes sociais, o que resulta na manifestação e denúncia de acontecimentos que ameaçam a preservação e sobrevivência de uma cultura, principalmente de povos historicamente inferiorizados.

Destarte, é crucial que os influenciadores tenham maior responsabilidade e sensibilidade ao abordar elementos de outras culturas. Preservar os valores desses povos é essencial para manter a integridade e a dignidade de suas culturas tradicionais, para que seus significados não sejam trivializados ou explorados indevidamente, considerando uma reflexão mais profunda e uma prática mais respeitosa no mundo digital.

REFERÊNCIAS

BARNARD, M. **Moda e Comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

INFLUÊNCIA europeia faz parte do dia-a-dia em Istambul. **BBC Brasil**. Disponível em:
https://www.bbc.com/portuguese/noticias/story/2004/04/printable/040423_turquiafeature.
Acesso em: 24 nov. 2024.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2010.

NASCIMENTO, A. **O genocídio do negro brasileiro: processo de um racismo mascarado**. São Paulo: Perspectiva S. A., 2016.

WILLIAM, R. **Apropriação Cultural**. São Paulo: Pólen Livros, 2019.