

Goya Lopes: A conexão entre Comunicação, Moda e Identidade Afro-brasileira¹

Helen de Carvalho Tavares²

Maria Nazareth Bis Pirola³

Universidade Federal do Espírito Santo - UFES

RESUMO

Essa pesquisa objetiva promover diálogo interdisciplinar entre os campos da comunicação, da moda e da cultura; e compreender, em especial, o papel da mídia na construção da aparência feminina no segmento de moda afro-brasileira. Contempla pesquisa bibliográfica; pesquisa de observação e netnografia em site e redes sociais da marca de moda afro-brasileira Goya Lopes, para compreender sua comunicação junto ao público. Espera contribuir com os estudos da área, investigando a influência que esses fenômenos exercem nas práticas de vida dos indivíduos, em especial, na constituição de suas aparências.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Moda Afro-brasileira; Cultura; Identidade; Goya Lopes.

INTRODUÇÃO

Nossa pesquisa tem por objetivo compreender como se dá a construção da aparência feminina no segmento de moda afro-brasileira, observando como a mídia, a publicidade e o jornalismo representam os corpos na moda, e se há diversidade nessas representações. Como recorte inicial, tomamos como corpus de estudo a marca de moda afro-brasileira Goya Lopes, para entender como estabelece sua comunicação junto ao público. Sediada em Salvador, Goya Lopes tem mais de 30 anos de trabalho, sendo pioneira no design afro no Brasil. Conta com reconhecimento nacional e internacional e possui um “acervo de mais de mil criações, em desenhos e estampas”. (Goya Lopes, acesso em 17 fev de 2025).

Nesse sentido, recorreremos à pesquisa bibliográfica, para levantamento das principais bases teóricas na relação moda, comunicação e cultura; e igualmente, para

¹ Trabalho apresentado no 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 5º semestre do curso de Publicidade e Propaganda da UFES, email: helen.tavares@edu.ufes.br. Bolsista Pibic Ufes, com bolsa CNPq.

³ Orientadora da pesquisa. Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Pós-Doutora em Cultura e Sociedade (UFBA). Mestre e Doutora em Educação (UFES). Email: n.pirola@uol.com.br

compreensão do contexto afro-brasileiro na moda. Para o estudo da marca Goya Lopes em ambiente digital, dialogamos com a pesquisa netnográfica, com observação do site e redes sociais da marca para conhecer seu perfil, produtos e formas de divulgação. Contemplamos, ainda, informações a partir de desfiles de moda, publicidades, capas de revistas, editoriais jornalísticos e demais produtos midiáticos pertinentes aos objetivos da pesquisa. Com tratamento das informações de forma qualitativa, o corpus selecionado é a marca de moda afro-brasileira Goya Lopes, em especial, com recorte focado na construção do corpo feminino.

A netnografia é pesquisa observacional participante baseada em trabalho de campo online. Ela usa comunicações mediadas por computador como fonte de dados para chegar à compreensão e à representação etnográfica de um fenômeno cultural ou comunal. Portanto, assim como praticamente toda etnografia, ela se estenderá, quase que de forma natural e orgânica, de uma base na observação participante para incluir outros elementos, como entrevistas, estatísticas descritivas, coletas de dados arquivais, análise de caso histórico estendida, videografia, técnicas projetivas como colagens, análise semiótica e uma série de outras técnicas (Kozinets, 2014, p. 61).

BASES TEÓRICAS

Em *As Formas da Moda*, Cidreira (2013) afirma que “a cultura é indissociável da aventura humana”, e nesse sentido, ela é “o sistema significativo através do qual uma ordem social é comunicada, reproduzida, experimentada e explorada” (Cidreira, 2013, p.25). Argumenta, também, que há um diálogo entre os campos da moda, da comunicação e da cultura, defendendo que, ao se vestir, os indivíduos exercem “sua atividade significativa” (Cidreira, 2005, p. 95).

Carol Barreto (2024), em *Modativismo*, cria um diálogo entre “o lugar central ocupado pela moda e pela aparência nos processos de autorreconhecimento e de empoderamento de mulheres negras na contemporaneidade” (Barreto, 2024, p. 11) permitindo uma base teórica para a análise dos corpos femininos presentes na divulgação da marca. Além disso, a obra permite refletir sobre a interseção entre moda, identidade e ativismo.

Já Muniz Sodré (1999), em *Claros e Escuros*, afirma que nosso país não tem só uma identidade, mas várias identidades, “uma dinâmica múltipla de identificações, evidenciadas pela forte heterogeneidade sociocultural da realidade sul-americana” (Sodré, 1999, p.31). Argumenta, ainda, que “a identidade é algo que se constrói, inventa-se, e sua vivência é alimentada pelos jogos existenciais e narrativos de uma

comunidade” (Sodré, 1999, p. 53). Tal perspectiva nos permite entender como se dão as construções de identidade nesses “jogos narrativos” nas mídias, publicidades e editoriais jornalísticos, em especial, no segmento da moda afro-brasileira.

Além disso, Carol Barreto afirma que "o silenciamento das populações negras [...] sempre teve o papel de nos afastar do que é nosso, impedindo que, por meio de nossa história, pudéssemos valorizar as belezas e as potencialidades das nossas ancestrais" (Barreto, 2024, p. 22-23). Com essas bases iniciais ressaltamos a importância de analisar a moda e a identidade afro-brasileira através de Goya Lopes, já que a marca busca resgatar a identidade cultural afro-brasileira contando a história de nossos ancestrais por meio da tecelagem.

ANÁLISES E DISCUSSÕES

No contexto da marca Goya Lopes, o vestuário não é apenas um reflexo, mas também criação da identidade de um grupo. Em nossa pesquisa, analisamos a coleção "Nossa Ancestralidade: É a Mãe África", que tem como objetivo ressaltar a ancestralidade afro-brasileira. Em um post no Instagram da marca (Figura 1), observamos a divulgação de um produto com o nome da Echarpe, “Rainha Mãe” citada na legenda. O tecido é descrito no site da marca como "Estampa Rainha Mãe – Cabeça da Rainha Mãe Idia do Benim, conselheira política a quem se credita o sucesso de muitas vitórias de seu filho Esigie, que criou o título político de Iyoba (Rainha Mãe) em seu governo”. A coleção é composta por mais 2 echarpes (Figura 2), que reforçam a conexão entre moda, identidade e história ao trazer essa narrativa para as estampas, como a estampa “Quilombo” (Figura 2) que representa nos desenhos o local de refúgio de africanos e afrodescendentes, onde eles lutavam e resgatavam sua cultura. Portanto, fica evidente a importância do vestuário e da marca Goya Lopes na construção e afirmação de narrativas afro-brasileiras.

Figura 1 – Echarpe Rainha Mãe



Fonte: @goyalopesdesignbrasileiro, acesso em 17 fev de 2025

Figura 2 – Echarpes “Tecelagem Africana” e “Quilombo”



Fonte: <https://goyalopes.com.br/>, acesso em 20 mar de 2025

Além disso, observamos que a comunicação no Instagram da marca busca divulgar as peças de forma significativa, e não só apresentar ou vender seus produtos. Segundo Barnard “cada leitor [...] traz a sua própria experiência cultural e suas expectativas para fazer pressão sobre o traje na produção e troca de significados.” (Barnard, 1996, p. 56). Assim, por meio da análise do Instagram, podemos observar que Goya Lopes compartilha vivências de clientes com a vestimenta, evidenciando como o uso em diferentes contextos, como o Balé Folclórico da Bahia (Figura 3), contribui para consolidar a peça como um elemento significativo dentro de outras narrativas culturais.

Figura 3 – Balé Folclórico



Fonte: @goyalopesdesignbrasileiro, acesso em 17 fev de 2025.

Cabe ressaltar que o perfil da marca constrói sua narrativa para além da apresentação dos produtos, divulgando a participação de Goya em eventos culturais, como o “PretADG” - um coletivo de designers negros que se dedicam a projetos antirracista - e o “Afropunk” - movimento que celebra a cultura afro-brasileira (Figura 4). Por meio dessas ações, Goya utiliza a moda como uma ferramenta de mudança social e ativismo. Parafraseando Carol Barreto,

[...] compreendemos que para que uma revolução seja eficaz é necessário alterar e decolonizar as bases de construção do pensamento na área da moda. Isso, porém, só será possível com a promoção efetiva da diversidade, que deve estar aliada à implementação de ações afirmativas e, conseqüentemente, à presença de pessoas de variadas origens e identidades (Barreto, 2024, p. 88).

Figura 4 – Ativismo na moda



Fonte: @goyalopesdesignbrasileiro, acesso em 20 mar de 2025

Ao analisar a diversidade de corpos presentes nas divulgações da marca, com ênfase nos corpos femininos, podemos observar uma ruptura com padrões estéticos dos corpos predominantes no mundo da moda ocidental. Isso porque, nosso conceito de beleza é ligado a imperativos da branquitude, como cita Carol Barreto no livro *Modativismo*.

[...] o conceito de beleza por muito tempo esteve ligado aos imperativos da branquitude. Segundo os parâmetros reproduzidos por essas sociedades, ser mulher é sinônimo de ter pele branca, cabelos longos e lisos, silhueta magra e longilínea, cintura fina — mas seios volumosos —, manter as unhas grandes e pintadas, usar salto alto etc (Barreto, 2024, p.17-18).

Ao analisar de forma mais aprofundada os posts no Instagram da marca podemos observar uma quebra dos padrões ligados à população negra. Laura Côrrea, em “Publicidade Antirracista”, identifica estereótipos na representação dos corpos negros na mídia, sendo eles: “negro assistido”, “negro operário/trabalhadora”, “negro atleta ou músico”, “negro em anúncios de produtos jovens e “negro livre e sensual” (Corrêa, 2019, p. 196). Entretanto, analisando as Figuras 3 e 4, as mulheres representadas se encontram em um ambiente cultural, o que contraria esses estereótipos, além de ocuparem posições de importância e protagonismo como no caso do “PretADG” (Figura 4), onde são retratadas algumas das designers presentes no movimento. Suas silhuetas variadas rompem com o padrão identificado por Carol Barreto (2024), enquanto seus cabelos, em texturas naturais ou trançados, reforçam elementos da cultura afro-brasileira. Como destaca Gomes (2006, apud Côrrea, 2019), “o cabelo crespo é parte da concepção identitária, do modo como o negro se vê e é visto pelo outro”.

É importante destacar a Figura 1– Echarpe Rainha Mãe, com a presença de Isa Isaac, uma estilista transexual, com seu cabelo natural Black Power, que também contrasta diretamente com os ideais de beleza associado à branquitude.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A literatura pesquisada aponta que a moda, o vestuário e os adornos são meios potentes de comunicação de identidades. Já as análises da marca Goya Lopes mostram a relevância da relação entre comunicação, moda e identidade. Além disso, observa-se, também, um cuidado na representação da diversidade de corpos e na construção de uma

narrativa que não só apresenta produtos, mas utiliza a moda como uma ferramenta de mudança social e ativismo.

Nesse sentido, compreendemos como a moda e a comunicação exercem influências potentes nas práticas de vida dos indivíduos, em especial, na constituição de suas aparências.

REFERÊNCIAS

- BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Tradução de Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
- BARRETO, Carol. **Modativismo: Quando a moda encontra a luta**. São Paulo: Paralela, 2024.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. **As formas da moda: comportamento, estilo e artisticidade**. São Paulo: Annablume, 2013.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura**. São Paulo: Annablume, 2005.
- CÔRREA, Laura. **Empoderar pra quê? Corpos e cabelos das mulheres negras na publicidade**. In: LEITE F.;BATISTA L. L. (orgs). **Publicidade antirracista: reflexões, caminhos e desafios**. São Paulo: ECA-USP, 2019.
- KOZINETS, Robert V. **Netnografia: Realizando Pesquisa Etnográfica Online**. Porto Alegre: Penso, 2014.
- LOPES, Goya. Site. **Mini Echarpe Quilombo**. Disponível em <https://goyalopes.com.br/products/echarpe-quilombo-copia?_pos=2&_sid=0f3fd944c&_ss=r>. Acesso em 20 mar 2025
- LOPES, Goya. Site. **Mini Echarpe Tecelagem Africana**. Disponível em <https://goyalopes.com.br/products/echarpe-tecelagem-africana-copia?_pos=1&_sid=0f3fd944c&_ss=r>. Acesso em 20 mar 2025.
- LOPES, Goya. Instagram. Disponível em < <https://www.instagram.com/p/DD25cf9v2gy/>>. Acesso em 20 mar 2025.
- LOPES, Goya. Instagram. Disponível em < https://www.instagram.com/p/DCMigaevDrW/?img_index=1>. Acesso em 21 dez. 2024.
- LOPES, Goya. Instagram. Disponível em < <https://www.instagram.com/p/C-vuo80v0UE/>>. Acesso em 17 fev. 2025.
- LOPES, Goya. Instagram. Disponível em < <https://www.instagram.com/p/C82MGhfOFL/>>. Acesso em 17 fev 2025.
- MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.