



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
COMUNICAÇÃO COM HABILITAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA

JARIMARA PIRES COSTA

MODA AFRO-BRASILEIRA NA BAHIA

Salvador
2017

JARIMARA PIRES COSTA

MODA AFRO-BRASILEIRA NA BAHIA

Monografia do Trabalho de Conclusão de Curso apresentada à Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção de grau de bacharel em Comunicação com habilitação em Comunicação e Cultura.

Orientador: Prof. Dr. José Roberto Severino

Salvador

2017

JARIMARA PIRES COSTA

MODA AFRO-BRASILEIRA NA BAHIA

Monografia apresentada à Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (Facom/UFBA) e submetida a avaliação em banca, como requisito parcial para obtenção de grau de Bacharela em Comunicação.

Aprovada em: _____.

BANCA EXAMINADORA

Prof.º Dr.º José Roberto Severino (Orientador - Facom Ufba)

Prof.º Dr.º Leonardo Costa (Examinador Interno - Facom - Ufba)

Prof.ª Dr.ª Suzana Almeida (Examinador Externo -Unijorge)

AGRADECIMENTOS

Nunca me falaram que seria fácil, mas também nunca pensei que seria tão suado. Como toda vitória tem que ter uma grande luta. Lutei e cheguei até aqui, enfim posso dizer: - Consegui!!!

Agradeço a Deus, por sempre me dá força para enfrentar as dificuldades que eu encontrei ao longo desse caminho e ter me dado sabedoria para entender as situações críticas e conseguir sair com perspicácia em quase todas elas.

Agradeço ao meus pais, meu maior alicerce que sempre me apoiaram nas minhas decisões e loucuras, por serem sempre pacientes e me mostrarem que eu posso ser e fazer o que quiser, a partir do momento que eu lute sempre com perseverança, para alcançar meus objetivos.

Aos meus irmãos Josemar e Janaine, que estão sempre ao meu lado torcendo por mim e sendo fiéis confidentes nos momentos precisos. E principalmente, à você Jana que me ajudou em tantos momentos e mostrando o verdadeiro significado da cumplicidade.

A André, que aguentou minhas noites de angústias e choros e sempre esteve ao meu lado apoiando e ajudando em todas as dificuldades que enfrentei nessa jornada.

Aos meus Tios Mauricio e Nadja, que entenderam a minha ausência e sempre estiveram dispostos a me ajudar.

A Nany e Mila, lembro que se não fosse por vocês, minhas Bius, eu não estaria completando essa jornada. Obrigada, por estarem ao meu lado sempre!! Definitivamente, do INSA para a vida.

A Manu, uma amizade que a Facom me deu, a preta mais linda que teve paciência para me ouvir, colocar meus pés no chão. Por sempre entender minhas angustias e está a ao meu lado nas apresentações e claro, no temido Tcc, conseguimos, gata !!!!

A Keu, sei que nosso encontro na faculdade não foi por acaso. Obrigada por mesmo de longe procurar saber dos meus perrengues da Facom e torcer por mim.

A Dona Mari e Daniel, sem vocês meu estágio na Edufba, não seria a mesma coisa, a vocês tenho a minha eterna gratidão.

A Sam, Chico e Jacson, pelos momentos perfeitos que eu tive na Funceb, acreditem com vocês minhas tardes foram mais divertidas.

Ao meu orientador, Severino, que sempre foi solícito e paciente com minhas dúvidas e anseios. Obrigada, professor! Sem a sua ajuda não chegaria até aqui.

Aos meus país, por serem o melhor
exemplo de garra e superação de
vida que eu tenho em minha vida!!

RESUMO

O presente estudo apresenta informações sobre moda, cultura e identidade e a sua relação com as políticas públicas culturais, a partir da análise do segmento do estilo afro-brasileiro presente na Bahia. Para entender o que foi proposto neste trabalho, foi realizada uma pesquisa bibliográfica em diferentes fontes de referências como livros, revistas acadêmicas e blogs de moda, para compreender os conceitos sobre o tema, apresentamos dados que apontaram alguns caminhos que contribuíram para o entendimento do funcionamento das políticas públicas culturais para a moda Afro-brasileira. Outra fonte de pesquisa foram as entrevistas com alguns empresários do segmento da moda e uma representante do Colegiado Setorial de Moda na Bahia, para se entender quais principais potências da moda afro-brasileira na Bahia, além de apresentar uma análise dos cursos de Graduação Tecnológica de Design de Moda e os principais eventos do segmento. Concluindo que a Bahia possui um grande potencial e um grande polo desse segmento podendo ser explorado a partir das suas referências culturais.

Palavras-chaves: Moda – Cultura – Identidade - Políticas

ABSTRACT

This study presents informations about fashion, culture and identity and your relation with public relations with public cultural politices based on the analysis of a segment of afro-brasileiro style showed on Bahia. To understand what was proposed in this work, a bibliographical research was done in different sources of references as books, academic journals and fashion blogs, to elaborate the understanding of the concepts the presentation of data that pointed out some paths that contributed to the understanding of the functioning of public cultural policies for Afro-Brazilian fashion. Another source of research were the interviews with some important people of the fashion segment and a representative of the Sectorial Collegiate of Fashion in Bahia, to understand the main powers of the baiana afro-brazilian fashion, besides presenting an analysis of the Technological Graduation of Design of Fashion courses and the main events of the segment. Concluding that Bahia has a big potential and a great segment pole that can be explored from its cultural references.

Key-words: Fashion; Culture; Identity; Policies

LISTA DE FIGURAS

Imagem 1: Estilo contemporâneo	28
Imagem 2: Estilo religioso - peça rechilieu caseado com fio prata	28
Imagem 3: Estilo Ancestral - Roupas Africanas	29
Imagem 4: Banner do projeto ‘‘A Cena tá Preta’’	44
Imagem 5: Banner do projeto ‘‘Afro Fashion Day’’	45
Imagem 6: Banner do projeto ‘‘Mercado Iaô’’	46
Imagem 7: Divisão dos segmentos	49
Imagem 8: Logomarca da empresa Negrif	52
Imagem 9: Representação da imagem de Iemanjá	53
Imagem 10: Representação da mulher	54
Imagem 11: Goya Lopes	55
Imagem 12: Estética da Marca	55
Imagem 13: Estética <i>street style</i>	57
Imagem 14: Roupas da Nblack	58

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Números de cursos de graduação em Moda, Estilismo ou Design de Moda por região e por estados	39
Tabela 2 - Cursos de Graduação Tecnológica	40
Tabela 3 - Cursos Livres	42
Tabela 4 - Estilistas da moda afro-brasileira	50

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AFD - Afro Fashion Day

ANAMAB - Associação Nacional da Moda Afro Brasileira

BAHIATURSA- Superintendência de Fomento ao Turismo do Estado da Bahia

CCPI - Centro de Culturas Populares e Identitárias

CNPC - Conselho Nacional de Política Nacional

DETRAN- Departamento de Trânsito do Estado Da Bahia

DIRART- Diretoria das Artes

ECMB - Economia e Cultura da Moda no Brasil

FAZCULTURA- Programa Estadual de Incentivo ao Patrocínio Cultural

FUNCEB- Fundação Cultural do Estado

GVT- Global Village Telecom

IPAC - Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia

MINC - Ministério da Cultura

SEC- Sistema Estadual da Cultura

SECULT- Secretaria da Cultura

SENAC- Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

SEPROMI – Secretaria de Promoção da Igualdade Racial do Governo do Estado da Bahia

SUPROCULT - Superintendência da Promoção Cultural

UNIFACS - Universidade Salvador

UNIME - União Metropolitana de Educação e Cultura

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
CAPÍTULO I – MODA IDENTIDADE E CULTURA	16
1.1 – Moda, Identidade e Sociedade	16
1.2 – Moda e Cultura.....	20
1.3 – Moda e Identidade.....	23
1.4 – Etnicidade	25
CAPÍTULO II – POLITICAS PUBLICAS PARA MODA.....	30
2.1 – Colegiado Setorial	32
2.2 – Setorial Colegial De Moda.....	35
2.4 – Instituições de Ensino Superior – Um Breve Panorama.....	37
2.5 - Eventos De Moda.....	44
CAPÍTULO III – MODA AFRO-BRASILEIRA NA BAHIA	48
3.1 – Moda Afro-Brasileira.....	48
3.2 – Figuras Identitárias da Moda Afro-Brasileira.....	52
3.3 – O Futuro da Moda Étnica.....	58
3.4 – O Papel do Estado Na Moda.....	60
CONSIDERAÇÕES FINAIS	61
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	63

INTRODUÇÃO

Para definir o tema dessa pesquisa foram quase dois semestres tentando encontrar algo que proporcionasse o gosto de buscar e pensar o que realmente queríamos, foram várias reuniões de orientação para encontrar a definição do tema. Passamos por temas como a Identidade das Rendeiras, as Trezenas de Santo Antônio, a Cultura Nordestina-Sertaneja e por fim, após uma bate-papo com Goya Lopes, foi definido por entender o papel do Setorial de Moda e a Moda Afro-brasileira.

Assim, ao analisar o papel da moda, buscou-se entender que o ato de vestir vai muito além de só vestir e sim que a moda faz parte de uma história pessoal do estilista afro-brasileiro, que vê na roupa uma maneira de preservação da sua ancestralidade e suas origens. Essas características destacam que a moda afro-brasileira vai muito além de uma tendência¹, e sim uma maneira de preservação de misturas de referências de uma identidade. É um reflexo daqueles que encontraram nela uma maneira de representação das suas crenças e simbologias. Em momento buscamos entender que a moda é um reflexo daqueles que habitam e se relacionam com o tempo e o espaço, por isso é necessário compreender a cultura do povo e saber expressar o pensamento, filosofia de vida, hábitos e religião, para tornar as principais características de produtos de moda com uma personalidade única.

Antigamente a vestimenta e a pintura corporal eram um instrumento de identificação e uma maneira de se diferenciar os grupos sociais. Tal vestimenta e as pinturas corporais possuíam um significado muito amplo, em alguns grupos sociais elas simbolizavam a alma, a história ou uma tradição daquela cultura, assim o visual tornou-se um código cultural e de pertencimento, além de ser um elemento visível da auto expressão.

A partir da segunda metade da Idade Média, o jeito de vestir e se adornar tornou-se a única maneira de distinguir e relacionar os diversos povos culturalmente, as características estéticas da roupa e acessórios se manteve em constante movimento, fazendo com que ela hoje faça parte de um reflexo do mundo globalizado, por diferentes tendências podem fazer sucesso em diferente localidade do mundo. (LIPOVETSKY, 1989).

¹ Dicionário Ilustrado de Moda define tendência como “direção geral para a qual algo se movimenta ou evolui. Na moda, uma tendência pode ser um estilo, uma cor, uma estampa ou uma padronagem que começa a ganhar aceitação ou adoção ampla.”

E mesmo estando no século XXI, a moda ainda é um elemento que melhor retrata a cultura de um povo e ainda consegue distinguir a sociedade a partir do estilo que cada indivíduo escolhe.

Na moda ocorre uma relação na qual as referências culturais atravessam fronteiras, como por exemplo a moda francesa do século XIX, que influenciou a vestimenta das mulheres brasileiras ou ainda da inglesa que influenciou a vestimenta dos homens do mesmo período. Já no século XX, houve muitas referências, vinda dos EUA, tanto nos estilos musicais quanto nos movimentos sociais que influenciaram muito em determinados momentos, como o Híppies e o Hip-Hop na atualidade. Apesar de toda influência externa que atinge o Brasil, hoje os brasileiros incorporam ideias, jeitos e trejeitos de diversas localidades e é criada uma identidade diversificada, seja ela na moda, na culinária ou na decoração, no caso particular, o objeto de estudo em análise é a moda afro-brasileira. Compreendemos que aqui ela, possui elementos estéticos africanos com características muito peculiares brasileiros.

Entender a relação da cultura com a moda é importante porque, com todas referências que possuímos, percebemos que a moda influencia em nossa cultura e essa relação é algo que está sempre em renovação, pois as duas possuem características de não serem estáticas. A mudança que ocorre na cultura é percebida em primeira instância na moda, porque é na indústria da moda que ocorre a demonstração dos acontecimentos, com a produção de artigos que propõem as novidades, influenciando o consumidor a fazer aquisições constantemente.

A moda afro-brasileira é carregada por uma etnicidade e pode possuir sua referência em diversas referências, como a do negro e do índio, e que abarcam diversas características que tornam a roupa cheia de riquezas de detalhes e significados que traduzem uma simbologia com a qual nós identificamos. A tendência da moda, em análise, está ligada ao étnico, ou seja, à simbologia da moda afro-brasileira, é o negro, o afro que é representado nos traços, nas texturas, cores e estampas.

A identidade étnica foi construída a partir da representação de significados que está endereçado a um determinado grupo, através das características da roupa que a afirmação da identidade e do que o indivíduo acredita. A moda étnica possui vários sub-nichos, e um deles é a moda africana, que está dividida em três categorias o ancestral, o religioso e o contemporâneo, todos eles influenciados pela cultura. Esse panorama também é destacado neste trabalho de conclusão de curs, procurando entender como a

cultura é uma referência para a moda étnica, a partir da sua valorização de uma história, deve ser também considerado nesse contexto.

Para início, foram utilizadas as definições da publicação ‘Economia e Cultura da Moda no Brasil (ECMB)’ que foi uma pesquisa feita pelo Ministério da Cultura (MinC) E desenvolvido pelo grupo Iniciativa Cultural Instituto das Indústrias Criativas e pelo Conselho Nacional de Política Nacional (CNPC), juntamente com a Secretaria Executiva e a Secretaria de Políticas Culturais do Ministério da Cultura. É perceptível que existe um esforço muito grande do governo para aproximar e relacionar a moda com a cultura, essa pesquisa foi publicada em 2011, que foi o resultado do Seminário Nacional de Moda, que ocorreu aqui em Salvador em 2010, com a eleição do Colegiado Setorial de Moda que faz parte do Conselho Nacional de Política Cultural (CNPC), esses foram os marcos iniciais de propostas de políticas voltadas para inclusão da Moda no Ministério da Cultura.

Ou seja, entender esse panorama inicial da relação da moda com a cultura é importante, pois este trabalho tem como objetivo analisar o Colegiado Setorial de Moda na Bahia e o estilo da Moda Afro-brasileira na Bahia, com isso, o foco dessa pesquisa é fazer uma discussão sobre a relação da moda com a cultura, da moda com as instituições e o papel do Estado e das Políticas Públicas. Assim levantamos os seguintes questionamentos: Qual o papel cultural da moda? A moda influencia na formação da identidade do indivíduo? Quais características existentes na moda afro-brasileira? E qual o papel do setorial de moda na Bahia.

Para tanto, esse trabalho apresenta três capítulos: Primeiro Capítulo: Moda e o seu papel social, no qual é definido os conceitos de moda, identidade e cultura, além da relação de cada um com a moda. Segundo Capítulo: Aborda a relação das políticas públicas culturais para a moda, a partir da análise do Setorial Colegiado de Moda na Bahia, algumas entrevistas de professores e estudantes do ramo da moda e um breve panorama das instituições e eventos de moda. Terceiro Capítulo: São apresentadas as definições de Moda Afro-brasileira para saber o futuro da moda étnica, para tanto foram entrevistados empresários do ramo buscando-se uma definição para os principais pontos positivos e negativos.

Para melhor entendimento de como foi abordada a moda neste trabalho, partiu-se do princípio de que a Moda é um suporte de manifestação da cultura, entendendo que ela não é sazonal e que não está submetida somente ao consumo de massa, a sua concepção

aqui utilizada é a que a moda possui um valor agregado a uma tomada de organização social que busca na etnicidade o papel de preservação da sua história, do seu valor.

De acordo com a explicação de Lipovetsky, em seu livro *Império Efêmero* (1989), e o ECMB, a moda é entendida como uma organizadora das sociedades, ou seja, ela tem influência na vida social, tendo o vestuário como sua maior representatividade, que incorpora os principais valores, assim a moda ao mesmo tempo é um instrumento de identificação do indivíduo e um reconhecimento do outro agente da sociedade. Esse reconhecimento, que está presente na moda Afro-brasileira, pode ser um mecanismo para conceber e revelar uma estrutura cultural de uma sociedade.

Além disso, pode-se afirmar que essa representatividade da moda Afro-brasileira, a partir da etnicidade, norteou o processo, a partir da valorização das matrizes africanas, em que foi percebido um certo resgate das crenças e costumes dos nossos antepassados, através da roupa e de outros adereços, fazendo com que haja um fortalecimento do contexto cultural em que estamos inseridos, ou seja a moda afro-brasileira.

Logo, a importância do presente estudo é buscar entender a relação entre a moda e a cultura, percebendo que a cultura influencia na moda afro-brasileira e a etnicidade presente nela. Pois isso precisamos indicar quais ações o Estado pode tomar ou oferecer à sociedade para fomentar esse mercado e preservar as características culturais que a moda oferece.

Foi realizada uma pesquisa bibliográfica na busca de autores que fornecessem a fundamentação teórica sobre a relação moda, cultura e identidade. Para entender o papel do Estado e das Instituições de Ensino Superior, foram feitas entrevistas com estudantes, empresários e profissionais da área. É importante relatar, que houveram tentativas para conseguir uma entrevista com os responsáveis da sociedade civil que estão no atual mandato do Colegiado Setorial de Moda e da Bahia Criativa, que é o órgão representante legal do Governo do Estado, contudo não houve retorno para que fossem realizadas demais entrevistas. Além disso, utilizamos documentos oficiais do Governo do Estado e do Sebrae foram também pesquisados para se buscar as metas e ações de políticas públicas culturais para moda.

CAPÍTULO I - MODA, IDENTIDADE E CULTURA

Entendemos que a moda faz parte da construção de um sistema cultural que passa pelo campo social, político, econômico e ideológico como um instrumento de diálogo entre os valores culturais locais, nacionais e internacionais, fazendo parte de uma expressão coletiva de um grupo social. A contribuição da moda na sociedade é defendida como instrumento de contribuição para a liberdade dos padrões sociais delimitados, além de ser um dispositivo de reconhecimento social a partir das características apresentadas por indivíduo.

Compreendendo que a formação da identidade do indivíduo é definida a partir da sua cultura, acreditamos que a moda se relacione com a cultura por suas características que serão apresentadas á diante. Assim entenderemos que o papel de aceitação e influências das mais diversas culturas favorece a moda uma gama de possibilidade de estilos na produção de novas simbologias.

1.1 - MODA

O papel da moda no mundo de hoje é muito mais que a apresentação de tendências, hoje o seu papel é social.

“A moda é celebrada no museu, é relegada à antecâmara das preocupações sociais; está por toda parte da rua, na indústria e na mídia e quase não aparece nos questionamentos teóricos das cabeças pensantes’ (LIPOVETSKY, 1989)

Ou seja, a moda passou a ser uma questão da identidade e uma maneira de separar as classes a partir do estilo individual. Hoje a moda já faz parte da construção da sociedade, além de possibilitar ao indivíduo se reconhecer no grupo.

Não existe um sentido único para a palavra moda, ela possui uma dimensão altamente cultural, mercadológico, simbólico e criativo que dialoga constantemente com a arte e faz uma ressignificação com o passado.

“Só a partir do final da Idade Média é possível reconhecer a origem própria da moda, a moda como sistema, com suas metamorfoses incessantes, seus movimentos bruscos, suas extravagâncias. A renovação das formas se torna um valor mudado, a fantasia exhibe seus artifícios e seus exageros na alta sociedade, a inconstância em matéria

de formas e ornamentações já não é exceção, mas regra permanente: a moda nasceu” (LIPOVETSKY, 1989).

É possível perceber que desde Idade Média, a moda possuía um papel social no desenvolvimento das civilizações, com característica de distinguir a sociedade, fazendo com que a dinâmica cultural de representações e de instâncias da vida, seja localizada no tempo através das transformações da roupa, na qual, em primeira instância, o homem a utilizava para proteger a pele e com o passar dos tempos, a moda tornou-se uma espécie de diálogo de uma representação que o indivíduo busca manifestar.

“ moda é uma instituição que se enquadra na dimensão comunicativa do mundo [...] ela não é uma realidade permanente em todas as épocas, nem todas as civilizações. Assim como outras instâncias da vida, é uma construção cultural, história localizável no tempo e no espaço.”
RENATA PITOMBO (2011)

O papel da moda na construção social e cultural é importante, pois é essa dimensão que se deve trazer em todo trabalho, além da representatividade os valores locais são apresentados através da moda, possibilita ao indivíduo desempenhar a sua representatividade e fazer parte da expressão coletiva de uma determinada sociedade.

Segundo o documento Economia e Cultura da Moda no Brasil (ECMB), publicado no final do ano 2011, a moda é um instrumento de identificação de indivíduos, um espaço para que ele exerça sua liberdade, mas ao mesmo tempo vincula a esse indivíduo ao social, uma vez que permite a esse sujeito se identificar com outros agentes da sociedade. Para Lipovetsky (1944), a moda foi imposta pelas casas de Alta Costura, durante cerca de 100 anos e imitada por todo mundo. Só a partir dos anos 1960, com o *prêt-à-porter*² em ascensão, a moda entrou em uma perspectiva menos criativa e mais industrial, na qual existia um padrão de vestimenta, sendo uniforme e funcional para uma sociedade que vivia um momento de necessidade de estar sempre pronto.

De acordo com o Ministério da Cultura (2011), existe um esforço constante em determinar indicadores da moda na cultura e expressar valores, ideias, modos de agir e ser, hábitos, costumes, poder e situações tanto no coletivo quando no individual, perpassando pelo campo social, econômico, político e simbólico. O documento do

² **prêt-à-porter** (pronto pra vestir), é o que você compra nas lojas atuais hoje em dia já prontinhos. O pronto pra vestir (prêt-à-porter) foi criado pelo francês JC Weil, no final de 1949, ou seja após a 2º Guerra Mundial.

Ministério da Cultura, desenvolveu uma lista de sentidos valorizando o papel cultural da moda, dando uma ênfase para além do seu papel mercadológico:

- A moda é cultura, pois tudo que tem carga simbólica e ultrapassa o funcional é do mundo da cultura;
 - Moda é expressão cultural, artística e estética;
 - Moda é o processo em construção, é um processo sem convergência e inovação;
 - Moda é o espírito de um país por meio da sua cultura, da sua criatividade e da sua diversidade;
 - Moda é o fator de geração de empregos que tem uma representação econômica e de inclusão social;
 - Moda como expressão contemporânea da cultural material, baseada em imaterialidades simbólicas;
 - Moda geradora de benefícios múltiplos inclusive o econômico;
 - Moda como forma de inclusão social;
 - Moda como agregado de significados;
 - Moda como forma dos indivíduos se colocarem diante de um grupo;
 - Moda como peça utilitária de uso, mas esteticamente para ser também uma identidade, o símbolo de um coletivo representado pelo indivíduo que se veste de determinada forma;
 - Moda como plataforma de convergência onde a comunicação, negócio e a expressão criativa tem que andar juntas.
- (ECONOMIA E CULTURA DA MODA NO BRASIL, 2011).

De acordo com esses múltiplos sentidos, a moda consegue abarcar diversas facetas, fazendo o diálogo com o conteúdo cultural, simbólico e criativo, tendo um caráter de inovador e possui uma representatividade da diversidade cultural que merece uma atenção das políticas, pois ela possui um potencial de geração de empregos em uma perspectiva inclusiva e ainda consegue ser uma maneira de contar ou preservar a história cultural de uma sociedade, no caso deste trabalho a moda afro-brasileira que será analisada.

Para direcionar essa pesquisa será dado ênfase à moda como um espírito de um país através da cultura, como uma expressão de imaterialidade simbólica, como um modelo de agregação de símbolos e uma forma do indivíduo se colocar diante um grupo. Isso é necessário para entender que moda descreve e faz parte da história da humanidade, e a partir dela é possível se localizar no tempo e espaço em uma determinada sociedade.

A moda afro-brasileira cresce em uma perspectiva da miscigenação cultural entre o índio, o negro e o europeu, uma identidade só nossa, uma localização que nós pertencemos e que cresce no campo econômico e se destaca culturalmente, fazendo cada vez mais ser “a menina dos olhos” da sociedade.

A partir do momento em que foi estabelecida a relação entre moda e cultura pelo Ministério da Cultura, o elemento estético ampliou a sua utilização e que não atende os requisitos definidos pela indústria do vestuário, a moda é definida como forma de manifestação cultural que expressa características de grupos específicos, contribuindo para a constituição do patrimônio cultural brasileiro. No caso, esse trabalho analisa a moda baiana a partir das influências étnicas.

Podemos afirmar que a moda é um reflexo daqueles que habitam e se relacionam em um mesmo tempo e espaço, mas para isso é necessário a compreensão da cultura de público, as suas necessidades e suas crenças. Além de a moda integrar, ela cumpre a função de classificar hierarquicamente os agrupamentos sociais.

Percebemos que a moda revela as relações entre o indivíduo e o mundo, o indivíduo e os outros e o indivíduo e a sociedade, a dinâmica da socialização e da construção identitárias são fatores importantes para a determinação estrutural da vida social e cultural. A moda hoje é a reflexão de uma vida social com múltiplas possibilidades e transmissão de ideias para várias identidades. O estilo de vida hoje de uma pessoa articula com o consumo e com a expressão da sua identidade, a moda é a fonte de entendimento da sociedade, sendo um dos produtos da cultura que pode espelhar as transformações dela.

Lipovetsky (1989), afirma que:

“A moda está em toda parte, mas não é só as cabeças pensantes que a valoriza. Na maioria das vezes é ditada como assunto fútil, além disso, ela está associada à rivalidade presente nas lutas de classe e também possui um significado cultural, a moda orienta o comportamento e está presente na interação do homem com o mundo que o cerca: usos e gostos, de costumes, dependendo do contexto cada indivíduo se encontra permitindo uma ampliação do questionamento público e do lugar de pertencimento e agregação do valor a partir do reconhecimento.”

Para Oliveira (2002, p: 132):

“A moda auxilia na interação entre as pessoas é um sistema de significação entre o emissor e o receptor, possibilitando diversas relações intersubjetivas e papéis sociais e ao mesmo tempo em que cria identidade, difunde gostos, preferências estéticas e estilos. A moda possui uma importância central da construção de estilos ou das identidades pessoais ou sociais. “

Conforme Godart (2010):

“ Moda é um fator social, visto que além de ser simultaneamente artística, econômica, política e socióloga, ela atinge questões de expressões da identidade social. Ela possui um importante papel na construção da identidade do indivíduo e da sociedade. “

A moda passou por transformações organizacionais, sociais e culturais, trazendo a suas transversalidades e tornando-se culturalmente desenvolvida, rompendo a sua configuração centralizada e hierarquizada se transformando em um mecanismo de significado social além de fornecer o entendimento da nova realidade da sociedade, possibilitou a manifestação de novas narrativas para a construção das identidades. Esse processo dinâmico só foi possível por causa da globalização que favoreceu essa construção, com novos modos de representação resultando em uma moda plural e cheia de significações.

Podemos afirmar que moda é um dos produtos da cultura que melhor espelha essas transformações, por possuir um caráter não-verbal. Assim é importante entender que essa especificação que a moda possui, é a partir das preferências estéticas que a moda afro-brasileira ganha destaque e possibilita uma reflexão do seu lugar na sociedade, resignificando a história cultural da humanidade afro-brasileira para se reinventar e transcrever.

1.2 - MODA E CULTURA

A moda faz parte do universo da cultura, por meio dela o sujeito é reconhecido na sociedade e ao mesmo tempo que pode se diferenciar do mundo. A moda como forma de representação faz com que o indivíduo expresse a sua subjetividade, hábitos e gostos pessoais fazendo parte de um sistema cultural vigente, que perpassa pelo campo social, econômico, político e ideológico expressando valores, ideias, hábitos, costumes tanto no coletivo quanto no individual.

De acordo com o documento da ECMB, é importante destacar a moda como uma expressão cultural, baseada na imaterialidade simbólica. Então foi feito um panorama de como a cultura é descrita hoje, buscando entender o principal filósofo o autor Raymond Williams 1969, em seu livro *Cultura e Sociedade*, onde afirma que o papel da cultura é de grande importância na sociedade como a moda. Então será necessário destacar a definição de cultura e relacionar com o papel da moda na sociedade. As primeiras

reflexões sobre o tema foram no início dos anos 1990, quando os direitos sociais começaram a fazer parte da Constituição Brasileira de 1988, quando a cultura se torna um direito do cidadão. Na Constituição de 1988, existe uma seção à cultura que aponta e define que o Estado tem o papel de valorizar, preservar e difundir os valores culturais. No artigo 215 e 216 da Constituição Federal (1988), onde a cultura está descrita como um exercício de direitos onde deve existir o apoio e valorização das manifestações culturais:

“Art. 215. O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais.

§ 1º - O Estado protegerá as manifestações das culturas populares, indígenas e afro-brasileiras, e das de outros grupos participantes do processo civilizatório nacional.

§ 2º - A lei disporá sobre a fixação de datas comemorativas de alta significação para os diferentes segmentos étnicos nacionais.

§ 3º A lei estabelecerá o Plano Nacional de Cultura, de duração plurianual, visando ao desenvolvimento cultural do País e à integração das ações do poder público que conduzem à: I defesa e valorização do patrimônio cultural brasileiro; II produção, promoção e difusão de bens culturais; III formação de pessoal qualificado para a gestão da cultura em suas múltiplas dimensões; IV democratização do acesso aos bens de cultura; V valorização da diversidade étnica e regional.

Art. 216. Constitui-se patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem”: -as formas de expressão; -os modos de criar, fazer e viver; -as criações científicas, artísticas e tecnológicas; -as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços às manifestações artísticas e culturais; -os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico “. (Constituição Federal Brasileira, 1988.)

Percebendo que a definição do termo cultura na Constituição não está relacionado à produção artística, e sim a todo indicador e formador da identidade, sendo esta um resultado de uma interação de vários grupos na sociedade que gera uma diversidade espalhada por um território. Já no sentido etimológico, cultura é originada da palavra latina *culter*, que significa lavoura ou cultivo agrícola que denota um processo material. Com o passar do tempo o significado de cultura passa a ser entendido como patrimônio ou como uma construção de técnicas, significados e valores. Outro significado de cultura que podemos destacar é do autor Raymond Williams:

“A história da ideia de cultura é a história do modo por que reagimos em pensamento e em sentimento à mudança de condições por que passou a nossa vida. Chamamos cultura a nossa resposta aos acontecimentos que constituem o que viemos a definir como indústria e democracia e que determinaram a mudança das condições humanas. [...] A ideia de cultura é a resposta global que demos à grande mudança geral que ocorreu nas condições de nossa vida comum”. (WILLIAMS, 1969, p. 305).

A cultura deve ser vista como um sistema de significação no qual é necessária uma ordem social vivida, explorada, comunicada e reproduzida, ou seja, um conjunto de representações e práticas que contribui para o fortalecimento e a manutenção da vida social de um determinado grupo de pessoas.

Percebemos que a cultura é um modo de vida, ou melhor, tudo aquilo que é produzido pelos seres humanos tanto materialmente quanto simbolicamente. De um ponto de vista social contemporâneo a cultura é tudo aquilo que no domínio público de uma sociedade, vai muito além do simples funcional e instrumental, ou seja, é uma condição para o instrumento do desenvolvimento humano. A cultura é dinâmica, ela se desenvolve com o tempo, proporcionando modificações na própria sociedade, através das novas criações adquiridas pelos grupos sociais.

Relacionando cultura e moda, devemos utilizar a moda como uma adequação ao vestir-se, embora cada pessoa possua o seu próprio estilo e a sua identidade, fazendo com que a roupa tenha um papel de um ícone que revele o seu gosto indicando qual grupo o indivíduo pertence. A moda é um fenômeno cultural e um meio de comunicação que constrói identidades que engloba vários estilos.

A cultura possibilita através da moda uma transmissão de valores por sua dimensão simbólica e criativa que a moda possui, por isso existe essa relação entre a moda e a cultura. A sua dimensão simbólica permite que moda seja uma referência e identificação da identidade cultural de uma determinada localidade.

1.3. MODA E IDENTIDADE

Vários estudos apontam o quanto a moda é importante na construção da formação cultural do indivíduo. Entendendo a construção da identidade negra é importante para analisar a moda afro-brasileira porque é necessário lembrar que o nosso país foi um fruto de uma miscigenação que foi resultado de um processo de exploração colonial e escravista, isso pré-estabeleceu a construção da identidade étnico-racial que é existente hoje. As simbologias que influenciaram nas representações da moda afro-brasileira foram muitas, mas a partir delas que o indivíduo negro encontrou um reconhecimento das identificações implicando o sentimento de pertencimento, ou seja, o modo de ser e estar na sociedade e de se identificar com o outro.

O entendimento da identidade que estamos reconhecendo, é a partir das interações simbólicas e dinâmicas da interação do indivíduo com a sociedade. Como defende Hall (2005):

“Essa noção reconhece um núcleo, mas também reconhece que este é formado na relação com outras pessoas e com a cultura. A representação da cultura, na capacidade de transmitir valores, revela traços da nossa identidade que influencia na construção identitária e com outros grupos culturais”.

A identidade da moda afro-brasileira trabalha com o efêmero³, dando autonomia aos agentes sociais mudar e reinventar a maneira de aparecer com uma grande carga simbólica, a exemplo disso é a identidade apresentada na moda afro-brasileira que está sendo analisada. Onde é apresentada como uma ruptura dos padrões pré-estabelecidos.

A ideia da identidade brasileira na moda ou identidade regional é defendida quando os estilistas remetem às referências locais, no caso a afro-brasileira na Bahia que inspiram a criação em moda com elementos da natureza, manifestações culturais que predomine uma identidade representativa de um grupo social, ou essa ideia de identidade refere-se a técnicas. Por outro lado, José Miguel Wisnik⁴, aponta que uma característica brasileira seria a capacidade de juntar linguagens diferentes, juntar o verbal e o não verbal, atravessar fronteiras; já na opinião de Paulo Borges⁵, a importância de se trabalhar com

³ É um termo de origem grega (em que "*ephémeros*" significa "**apenas por um dia**") usado para designar uma situação que **dura muito pouco tempo**. É antônimo de duradouro, permanente

⁴<http://www.iniciativacultural.org.br/wp-content/uploads/2011/01/Pesquisa-Economia-e-Cultura-da-Moda-2012.pdf>

⁵<http://www.iniciativacultural.org.br/wp-content/uploads/2011/01/Pesquisa-Economia-e-Cultura-da-Moda-2012.pdf>

diversas facetas do país, o que significa valorizar a diversidade de criação. Para ele o Brasil tem vários “*Brasis*” e a moda não pode carregar apenas uma imagem. (Apud em Kalil, 2010, p.67;72)

Compreender o conceito de identidade é importante porque sem essa construção não conseguimos perceber que a moda é efêmera e perpassa nas transformações que temos ao longo do tempo para entender o que somos e o lugar que ocupamos.

“A construção da identidade acontece a partir da relação com as pessoas que mediam os valores, sentidos e símbolos, ou seja a cultura, para o sujeito. A identidade é, portanto, formada na interação do sujeito com a sociedade num diálogo contínuo com o mundo”. (HALL, 2006).

A partir dessa relação o sujeito se projeta e internaliza imagens e símbolos que vão construir sua identidade numa relação de dinâmica constante. Ou seja, Hall aponta que o sujeito é feito de negociações a partir das representações culturais, mas que a identidade é algo mutável e que está em constante transformação. O indivíduo se torna um sujeito histórico e com uma bagagem que resulta em uma multiplicidade simbólica que se torna a sua expressão social.

A identidade negra é um composto de culturas, sua formação é poli cultural, resultado de uma dinâmica de hibridações culturais, onde se leva em consideração os intercâmbios e as trocas culturais da experiência negra. Hall, sustenta que as identidades culturais são frutos da construção que é feita a partir das representações. Onde essas dependem de que forma somos e de como somos representados para o outro, além disso, a identidade está presente em todo âmbito da cultura e que nela existe duas dimensões a substantiva (o lugar da cultura na estrutura empírica real e na organização das atividades, instituições e relações culturais na sociedade, em qualquer momento histórico particular, a exemplo: da economia e da cultura) e a dimensão epistemológica (que refere-se a posição da cultura em relação às questões de conhecimento e contextualização, em como a “cultura” é usada para transformar nossa compreensão, explicação e os modelos teóricos do mundo, como por exemplo: a educação, a moda, a publicidade, entre outros).

Falar dessas duas dimensões é importante para entender que a moda faz parte da conceitualização que é definida pelas trocas culturais e influência a nossa identidade a todo instante, passando pela escolha pessoal de um modo que você consiga se estruturar no tempo e no lugar. A identidade cultural que nos cerca é como um sistema de

representações de multiplicidades e diversidade que deve ser contextualizada e preservada pelas políticas públicas compreendendo que é necessário um apoio e o reconhecimento do mesmo, pois essas identidades envolve o compartilhamento de patrimônios comuns como a religião, a língua, festas, entre outros.

1.4 – ETNICIDADE

A moda possui uma cultura de conjuntos expressivos de símbolos e mitos de um determinado grupo podendo ser expressos e comunicados através da roupa, os produtos da moda oferecem um recurso mítico-simbólico de acordo com a subjetividade que permite ao produto ter seus valores e significados provocando sentimentos diversos, que permite a expressividade no campo estático que se relaciona com os aspectos sociológicos e históricos social.

A vestimenta, estampas, adornos corporais, acessórios se tornaram elementos da realidade cultural de um local, criando uma aceitação do que se é, e de como o modo de vestir se torna uma expressão de condição social, estabelecendo uma moda altamente cultural por possuir um conjunto de símbolos que expressam uma cultura. Para caracterizar essa moda simbólica que utiliza os elementos multiculturais de bens simbólicos, criando uma reapropriação desses bens simbólicos a moda étnica surge com uma afirmação de lugar de pertencimento. Entendendo que a construção da identidade étnica é descobrir o lugar de ser/estar na sociedade.

O indivíduo é construído das interações sociais, a partir da produção de símbolos que luta e resiste, ou seja, o indivíduo não é visto como único ser estático ou imutável, e sim como um sujeito histórico, que se relaciona com os espaços de socialização influenciando a forma de viver, ser, pensar e agir no mundo.

A construção das identidades é uma forma de expressar os múltiplos processos de mudanças sociais que ocorreram na sociedade, a afirmação do sujeito pode ser dada através da identidade étnica que surge a partir da criação de uma consciência e identificação racial positiva, onde ocorre a recriação dos padrões culturais e estéticos, que faz ressurgir as ações de reconhecimento e desencadeando processos de lutas e a busca de direitos.

A cultura pode ser um objeto de transformação e representação, de acordo com os traços culturais que podem mudar os limites e as demarcações de um grupo, de acordo

com Hall (1999, P 49,50), que concebe a identidade como um conjunto de representações culturais, construídas em situações específicas, um ‘modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto as ações, quando a concepção que temos de nós mesmo’’. Além dessa concepção de identidade a definição de identidade étnica de acordo com Barth (1988), é possível definir um grupo étnico como uma forma de organização social, onde é expressa uma identidade diferente em relação com os outros grupos e com a sociedade mais ampla.

A identidade étnica é utilizada como critério para estabelecer os limites de um grupo, ou seja, ela é uma forma de organização social e uma maneira de interação a partir dos traços culturais semelhantes de várias pessoas. Já Luvizotto (2009, p 32), aponta que a etnicidade é uma entidade relacional, pois está sempre em construção, de um modo predominantemente contrativo, o que significa que é construída no contexto de relações e conflitos intergrupais. A natureza do grupo étnico é resultado de um processo de confronto e diferenciação.

A identidade étnica implica na cultura e a cultura faz parte de uma identidade étnica de um grupo, e tal identidade étnica transcende os aspectos culturais do mesmo grupo. A relação com a Cultura e etnicidade é definida por Barth, Poutignat & Streiff Fornart:

“Em razão dessa disjunção entre cultura e etnicidade, geralmente se admite que o grau de enraizamento das identidades étnicas nas realidades culturais anteriores é altamente variável, e que toda cultura “étnica” é, em certa medida, “remendo”. A etnicidade não é vazia de conteúdo cultural [...] mas ela nunca é também a simples expressão de uma cultura já pronta. Ela implica sempre um processo de seleção de traços culturais dos quais os atores se apoderam para transformá-los em critérios de consignação ou de identificação com um grupo étnico. Concorde-se igualmente em reconhecer que os traços ou os valores aos quais pessoas escolhem para prender suas identidades não são necessariamente os mais importantes, os que possuem “objetivamente” o maior poder de demarcação [...] Uma vez selecionados e dotados de valor emblemático, determinados traços culturais são vistos como a propriedade do grupo no duplo sentido de atributo substancial e de posse [...] e funcionam como sinais sobre os quais se funda o contraste entre Nós e Eles”.

A representação dos significados culturais na moda étnica hoje é muito presente, a ideia de pertencimento do grupo social que se dá a partir dela, além de práticas e artefatos que são destinadas a esse determinado grupo étnico. A representação da estética

étnica que usaremos é a do negro, e a forma como a sua imagem é construída dentro das representações da identidade étnico-racial que está nas duas dimensões da cultura que Hall define a dimensão substantiva (exemplo: a economia) e a epistemológica (na arte, na educação, na publicidade e entre outros), como forma de análise da realidade social.

As culturas não diferem entre si do mesmo modo, nem no mesmo plano. A diversidade, portanto, é fundamental. E não apenas a diversidade entre culturas, mas a diversidade dentro de uma única cultura, o exemplo disso é a cultura brasileira que possui diversas influências por conta da miscigenação que ocorreu nos tempos passados. A essência do Brasil é um resultado de um processo de desenvolvimento influenciada por diversas etnias. Os negros e os índios influenciaram muito o campo da moda, o sincretismo religioso e referências simbólicas desses povos deu resultado a moda étnica brasileira, destacando o lugar do povo na sociedade, uma demonstração de afirmação do que se é, da sua cultura e a sua identidade.

Os negros produziam tecidos, roupas, objetos de cerâmica e dominavam diversas técnicas rudimentares, além de possuir planos ideológicos próprios, como as crenças religiosas, músicas, culinária e entre outros, onde reforçavam a sua personalidade, que resultou em uma compilação de características para desenvolvimento da moda étnica afro-brasileira. Uma forte influência para a moda étnica é a moda africana, onde a maioria das roupas são vibrantes e alegres, fazendo o uso das cores para elevar o espírito, alegrar os olhos e a alma.

Uma peculiaridade marcante na moda afro-brasileira é a mistura de elementos africanos e uma referência uma história como símbolo da ancestralidade, do cotidiano ou da religião tudo dentro de um contexto de uma simbologia aplicada nas vestimentas através da utilização de estampas, amarrações e modelagens.

De acordo com a pesquisa feita por Hager, 2016, destaca que as marcas brasileiras que utilizam a estética africana, possuem três estilos onde traduz a referência da marca, o estilo contemporâneo, o estilo religioso e o estilo ancestral:

O estilo contemporâneo (imagem 1) - tem a sua estética voltada para o universo da moda contemporânea, mantendo a identidade afro-brasileira, principalmente através das peças com estampas. Hager, 2016



Imagem 1: Estilo contemporâneo
Fonte: Reprodução⁶

O estilo religioso (Imagem 2) - tem uma conexão com a religião, são peças artesanais produzidas a mão e que oferecem exclusividade ao cliente. Hager, 2016.



Imagem 2: Estilo religioso - peça Richelieu caseado com fio prata
Fonte: Pinterest⁷

O estilo ancestral (Imagem 3) - estão focados em peças que remetem à África, com modelagens amplas, amarrações e os tecidos utilizados são bastante estampados e coloridos. Hager, 2016.

⁶ <http://ziriguidumvitoria.com.br/moda-negrif/>

⁷ <https://br.pinterest.com/pin/322922235760367541/>



Imagem 3: Estilo Ancestral - Roupas Africanas

Fonte: Guia Feminino⁸

Esses três estilos englobam características do estilo étnico, os símbolos e a valorização do seu ser e do seu espaço que trazem as referências estéticas culturais nas peças e criando um espaço de afirmação do negro. Esse espaço que é desenvolvido ocorre a afirmação da identidade e o reconhecimento do outro através das práticas utilitárias que a roupa possibilita. A ideia que a roupa oferece nesse caso é um discurso expressivo a valorização da estética e a manutenção das tradições e símbolos dado um posicionamento ao orgulho de ser negro.

⁸ <http://guiafeminina.com.br/roupas-africanas/>

CAPÍTULO II - POLÍTICAS PÚBLICAS PARA MODA

A moda também faz parte da diversidade cultural de um grupo social, sendo um relevante segmento a ser tratado pelas políticas públicas como expressão das mudanças culturais que ocorrem periodicamente. Mas também por ser considerada um instrumento de diálogo entre os valores culturais locais, nacionais e internacionais, mas também por ter um grande potencial econômico.

A moda começou a ser pautada pelo Centro Nacional de Referência Cultural, em 1976 com a definição da institucionalização do design de moda, mais em 2013, ocorreu um apoio para um projeto de moda brasileira via a Lei Rouanet⁹, na gestão da ministra Marta Suplicy, onde os projetos que podem ser subsidiados pelo governo precisam ter a temática sobre a tradição brasileira, projetos de internacionalização, preservação de acervo e formação e capacitação do estilista.

“ A moda traduz muito da vida e cultura da história de um povo, assim como a gastronomia. Ela gera símbolos e marcas que são tão importantes, se tornaram sinônimo da cultura do país”. Marta Suplicy¹⁰.

Toda essa relação com a moda e a cultura já foi descrita neste artigo para justificar a sua importância, pois entendendo que a moda é um viés de possibilidades para o incentivo para o comércio e para a cultura, carece um pouco de atenção das políticas, assim, de acordo com Daniela Falção, justifica:

“Há tempos a moda nacional carece de uma política de incentivos por parte do governo federal e dos governos estaduais. Tanto a moda de caráter mais comercial quanto a moda com um viés mais conceitual estão abandonadas de políticas públicas e precisam de apoio. De todos nós. Enquanto não se criam mecanismos próprios para atender a esse setor que mescla comércio com entretenimento e cultura, a solução, ainda que paliativa, é utilizar os mecanismos que já existem. [...]Continua sendo fundamental debater uma política específica de fomento para o setor”. Daniela Falção, diretora de redação da Vogue.¹¹

⁹ <http://www.cultura.gov.br/incentivofiscal>

¹⁰ <http://m.folha.uol.com.br/opiniao/2013/08/1333615-marta-suplicy-moda-e-cultura.shtml>

¹¹ <http://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2013/08/lei-rouanet-na-moda-ministerio-da-cultura-aprova-incentivo-desfiles-brasileiros-veja-repercussao.html>

Em 16 a 18 de setembro, ocorreu em Salvador o 1º encontro de Moda e Cultura na Bahia e o 1º Seminário Nacional de Moda, com o objetivo de discutir as políticas setoriais do Ministério da Cultura, elegendo os representantes do setor para compor o Colegiado de Moda como foi definido pelo Conselho Nacional de Políticas Culturais. Nesse encontro iniciou o debate sobre o processo coletivo de elaboração de propostas para políticas públicas onde tivesse a temática que abordassem a identidade cultural da moda, o mercado local e o ensino de moda. Assim ficou dividido em cinco eixos estratégicos:

Eixo I – Produção simbólica e diversidade cultural: Registro multimídia, organização e promoção das memórias que formam a identidade cultural material e imaterial da moda brasileira por meio de recursos públicos, considerando as diversidades locais.

Eixo II – Cultura, cidade e cidadania: Promoção e articulação interministerial para formação e qualificação do profissional de moda, fomentando o estudo e pesquisas que mapeiam, a partir do território, a interdisciplinaridade e diversidade do setor potencializando as microrregiões com a realização de projetos de moda.

Eixo III – Cultura e desenvolvimento sustentável: Financiamento de projetos de geração de emprego e renda, promover os estudos de mapeamento e fomento de processos sustentáveis na moda com reafirmação cultural em grupos/comunidades por meio de políticas de capacitação, profissionalização e estímulo à produção e à circulação.

Eixo IV – Cultura e Economia Criativa: Elaboração de editais públicos específicos para o setor da moda e fomentar parcerias com órgãos públicos e privados para a consolidação das atividades de grupos acadêmicos, experimentais e oriundos da sociedade civil organizada com ações nacionais e internacionais.

Eixo V – Gestão e institucionalidade da Cultura: Promoção da institucionalização da Moda no Ministério da Cultura por meio da criação: do Fundo Nacional da Moda; do Comitê da Moda e da agenda propositiva de trabalho com o Ministério da Cultura.

Esse debate serviu para valorização da moda cultural baiana e ser o ponta pé inicial da institucionalização do Colegiado de Moda, que faz parte do Colegiado Setorial. A valorização da cultura é possível a partir de ações como essa para fortalecimento do mercado cultural, pensar em possibilidades de produção e manutenção da cultura sempre deve ser algo que deve ser pautado pelo Estado.

2.1 - COLEGIADO SETORIAL

A construção do Colegiados Setoriais, surgiu depois da sanção da Lei Orgânica da Cultura na Bahia (Lei nº12.365), aprovada em 30 de novembro de 2011, onde garante a organização e o planejamento das políticas públicas em longo prazo, acarretando a construção de normativas do Estado criando condições democráticas com a sociedade civil e as instâncias públicas, impedindo o autoritarismo dos gestores fazendo com que ocorra a obrigatoriedade na divisão das responsabilidades com a sociedade.

A Lei Orgânica da Cultura na Bahia, que dispõe sobre a Política Estadual da Cultura faz, faz parte do Sistema Estadual da Cultura - SEC, que foi sancionada pelo governador Jaques Wagner na IV Conferência Estadual da Cultura, em 30 de novembro de 2011, compreende a dimensão simbólica, a dimensão econômica e a dimensão cidadã, de acordo com o artigo 2 'Entende-se por cultura o conjunto de traços distintivos, materiais e imateriais, intelectuais e afetivos, e as representações simbólicas, compreendendo:

I - A dimensão simbólica, relativa aos modos de fazer, viver e criar, ao conjunto de artefatos, textos e objetos, aos produtos mercantilizados das indústrias culturais, às expressões espontâneas e informais, aos discursos especializados das artes e dos estudos culturais, e aos sistemas de valores e crenças dos diversos segmentos da sociedade;

II - A dimensão cidadã, relativa à garantia dos direitos culturais à identidade e à diversidade, ao acesso aos meios de produção, difusão e fruição dos bens e serviços de cultura, à participação na gestão pública, ao reconhecimento da autoria, à livre expressão, e à salvaguarda do patrimônio e da memória cultural;

III - A dimensão econômica, relativa ao desenvolvimento sustentado e inclusivo de todos os elos das cadeias produtivas e de valor da cultura que abrange as expressões, os bens materiais e imateriais e outras expressões da vida cultural a serem contempladas por políticas públicas.

O Colegiado Setorial faz parte de um organismo e mecanismo de princípios e objetivos da política estadual da cultura, além de promover a participação civil:

“Art. 12 - Os sistemas setoriais de cultura, a serem instituídos mediante Decreto do Poder Executivo, têm por finalidade integrar e articular planos e programas pertinentes às suas áreas de atuação, contribuindo com ações estruturantes para criação, formação, normalização técnica, documentação, memória, pesquisa, proteção e conservação, restauração,

comunicação, produção, dinamização, difusão e fomento” (Lei Orgânica da Cultura ART. 12º).

De acordo com a Lei Orgânica no seu artigo 11, parágrafo segundo:

“Os órgãos e entidades da Secretaria de Cultura, nas suas respectivas áreas de competência, atuarão como unidades auxiliares de gestão do Sistema Estadual de Cultura, provendo os meios necessários ao apoio técnico e administrativo, nos termos previstos nesta Lei e em regulamento”.

O Colegiado é formado por um grupo de pessoas que representa um setor diante a sociedade e do poder público e possui a função de orientar e respaldar as decisões políticas voltada a cada área, essa Política Estadual da Cultura abrange variadas expressões de bens de natureza material e imaterial, sejam eles tomados individualmente ou em conjunto, sendo portadores de referência à identidade, às ações de a memória de diferentes grupos formadores da sociedade. Segundo o capítulo II da Lei Orgânica são 108 grupos e em 2012 foram constituídos os colegiados por área artística, Dança, Música, Teatro, Artes Visuais, Circo, Literatura que faz parte da Diretoria das Artes - DIRART que integra a Fundação Cultural do Estado - FUNCEB. Arquivo e memória, Bibliotecas, Livro e Leitura que estão sob a orientação da Fundação Pedro Calmon, a Cultura Popular, Cultura Afro-brasileira e a Culturas Indígenas, que o Centro de Culturas Populares e Identitárias - CCPI, Museus e Patrimônio Cultural gerenciados pelo Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia - IPAC e a Moda e Design estão sob a orientação da Superintendência da Promoção Cultural - SUPROCULT.¹²

Esses colegiados possuem uma grande importância porque eles dão a possibilidade de ocorrer um posicionamento do Governo e as demandas de uma classe sejam organizadas, apresentadas e politicamente defendidas. A deliberação das políticas públicas da cultura é construída através do pressuposto à democracia e a cidadania cultural, ou seja, a capacidade dos cidadãos intervirem e influenciarem no desenvolvimento destas políticas, um exemplo dessa democracia são os fóruns, os conselhos, os colegiados, as ouvidorias entre outros, são todos os espaços que possibilita a participação e a estimulação da democracia.

¹² <http://www.cultura.ba.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=90>

Na Lei Orgânica é instituído que os Colegiados Setoriais estão conectados com o Conselho da Cultura, como instrumento complementar e colaborativo.

“O Conselho Estadual de Cultura, órgão colegiado do Sistema Estadual de Cultura, tem por finalidade formular a Política Estadual de Cultura, nos termos do art. 272 da Constituição do Estado e de acordo com o estabelecido nesta Lei”. (Lei Orgânica da Cultura ART. 8º).

O colegiado é composto por trinta membros titulares e igual número de suplentes, sendo que dois terços da sociedade civil e um terço de representantes do Poder Público, a indicação dos conselheiros da sociedade civil é feita por meio de eleição, onde atende os critérios de cada segmento cultural.

As principais competências dos membros dos conselhos são: estimular a discussão ampla de temas relevantes para a cultura da Bahia; propor medidas de estímulo, fomento, amparo, valorização, difusão e democratização da cultura; manter intercâmbio com os conselhos de cultura, inclusive municipais, e com instituições culturais públicas e privadas; dentre outros.

A importância do colegiado é propor a implementação de ações e atributos do Conselho Nacional, no lugar institucional a partir do diálogo entre o Estado e a Sociedade. O colegiado discute os aspectos culturais, aspectos relativos à cultura e as formulações e avaliações de políticas em relação a determinado setorial.

O colegiado serve como um lugar institucional de diálogo, cada instância possui o seu definido como dança, teatro, circo, música e artes visuais estabelecendo subsídios para consolidar ações no mercado cultural, tanto de manutenção, preservação e avaliação de políticas culturais.

Percebemos que o papel do colegiado, é satisfazer as necessidades culturais de seus agentes multiplicadores e ajudar no reconhecimento das diversidades culturais que estão presentes na sociedade, o colegiado é um lugar de debates e contribuições entre o mundo da gestão e o fazer artístico, seja em dança, na música ou na moda. O fazer cultural deve fazer parte do plano de realidade da sociedade, acreditamos que essa seja a real função desses órgãos, possibilitar a formulação de ações que desenvolva as políticas pública culturais na sociedade, além de ser um mecanismo de cobrança dos agentes multiplicadores sobre a efetividade dessas ações na sociedade.

2.2 - SETORIAL DE MODA

O Setorial da Moda na Bahia, teve a sua primeira eleição no I Seminário Nacional de Moda, que ocorreu em Salvador no período de 26 a 29 de setembro de 2010. O colegiado de moda é um grande avanço para o segmento de moda. Construir ações para possibilitar uma cultura democrática, ações essa que incentiva uma política de fomento.

O início do Colegiado contribuiu com a discussão sobre o processo criativo de elaboração de propostas para políticas públicas, abordando a identidade cultural da moda, o mercado local, o ensino da moda e a difusão do design de moda nos produtos baianos.

Ticiania Portela, ex-representante no Nordeste do Ministério da Cultura, apontou que a Bahia é um dos principais polos de Moda da região e ainda destacou que o debate entre moda e cultura “é preciso fazer na Bahia um debate de moda enquanto cultura, porque a moda não é apenas glamour. Precisamos dar suporte a esses estilistas e criadores¹³”.

A importância do Colegiado, é apresentar que a moda começou a ser entendido como arte e cultura, fazendo ampliar a compreensão que a relação entre os setores produtores está presente em todos os setores culturais, a partir das interações dos criadores com a cultura popular, arte, literatura, música e etc.

O destaque da compreensão geral que a moda é um setor cultural organizado é muito importante, isso foi definido na II Conferência Nacional da Cultura, que ocorreu no período de 11 a 14 de março de 2010, onde foi levado em consideração que a moda está na cultura e a cultura está na moda, além do setor está no 4º lugar no PIB do país. Por ser um setor muito amplo, nessa conferência, ocorreu a divisão dessa abrangência:

- A) Teatro, cinema, circo, dança (figurino)
- B) Música (figurino, trilha sonora)
- C) Arquitetura (projeto de ambiente e arquitetura da moda)
- D) Cultura popular, indígena, afro-brasileira (influência cultural, ancestralidade, figurino, técnicas artesanais, ambiência)
- E) Artes visuais, digitais (influência estética, recursos técnicos e tecnológicos)
- F) Livro, leitura e literatura (registro, temas, ilustrações)
- G) Museu (conteúdo e expositivo)

¹³ <https://modaeculturabahia.wordpress.com/page/2/>

H) Patrimônio material e imaterial (legitimação da memória dos ofícios)

I) Design (Referência estética e conceitual)

A moda possui uma abrangência muito grande em relação a sua atuação, e deve ser caracterizada como um setor cultural organizado e entender que precisa existir ações pontuais para que se desenvolva cada vez mais, hoje o setorial de moda não conseguiu ainda desenvolver ações que consiga ganhar destaque.

O setorial de moda até hoje na Bahia já teve dois mandatos, até o atual momento não houve a eleição do seu terceiro mandato, porque não se consegue o coro mínimo para a eleição. Até hoje não se conseguiu desenvolver nenhuma ação para fomentar uma política cultural democrática e sua única iniciativa tomada foi a produção do regimento interno, onde sua principal competência é: “ Art.7 - Formulação, implementação, monitoramento e a avaliação de políticas para o desenvolvimento da moda na Bahia, especialmente mediante planos e programas que contribuam com ações estruturantes para o segmento”.

Como as ações do Colegiado não deve ser só do Estado, em conversa com Goya Lopes e Alice, pessoas que já fizeram parte do colegiado, elas retratam que existe uma falta de interesse da sociedade civil para participar efetivamente. Recentemente, não houve uma nova eleição por não se conseguir um coro mínimo para participação.

“Há falta de organização e sinergia. É necessária vontade dos atores de realmente se organizarem e lutarem não obstante o momento de crise. O setor público não está muito focado na questão dos setoriais e sem ajuda desse setor fica difícil. É necessária uma força tarefa muito grande dos atores interessados na moda, que também nesse momento, passam por uma crise que abala o país. É necessárias estratégias para estimular a criação e a produção para uma permanência do setor no mercado”. (LOPES, 2017)

O Colegiado de Moda, possui diversas competências, de acordo com o seu artigo número 8, acompanhar as formulações e promover o diálogo entre a União, o Estado e o Município, são ações necessárias para manter o estímulo do sistema produtivo de moda no estado, a promoção de diretrizes que fortaleçam a diversidade cultural presente na moda são ações que o colegiado deveriam contemplar.

Uma política de governo é importante para desenvolver a moda e fomentar ações que passem além do edital, possuir um planejamento de curto, médio e longo prazo é

necessário para avançar e contemplar as pesquisas, os novos estilistas e os produtores de moda.

A moda na Bahia carrega uma riqueza cultural e hoje ela se encaixa no campo das Criações Culturais e Funcionais de acordo com a estrutura definida pelo Bahia Criativa, pois se trata um segmento criativo que não só se restringe a natureza cultural, como por exemplo a música, teatro, dança e entre outros. A sua produção resulta em uma riqueza cultural econômica e social, que compreende a dimensão simbólica.

De acordo com o Plano da Secretaria da Economia Criativa, do Ministério da Cultura a moda faz parte do segmento criativo onde existe suas potencialidades e juntamente com as políticas públicas fortalece a Economia Criativa do estado. Hoje é importante destacar que o papel da Economia Criativa, vai além do capital intangível na materialidade e na imaterialidade cultural.

2.3 – INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR – UM BREVE PANORAMA

O curso de Design de Moda foi regulamentado a partir da lei Federal de nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que faz parte das Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para Educação Profissional de Nível Tecnológico. O Designer de acordo com a Lei 4.024/61¹⁴, tem como perfil:

“o profissional que se ocupa do projeto de sistemas de informações visuais, objetos e os sistemas de objetos de uso através do enfoque interdisciplinar consideradas as características dos usuários e do seu contexto social, econômico e cultural, bem como as potencialidades e limitações econômicas e tecnológicas das unidades produtivas onde os sistemas de informação e objetos de usos serão produzidos. ” (Brasil, a Lei 4.024/61)

O curso de Design de Moda atende à demanda de cada região e deve levar em consideração os valores estéticos, simbólicos, ergonômicos e produtivos, utilizando os conteúdos teóricos aplicados às técnicas e os processos de criação propondo soluções criativas e inovadoras. Esses processos devem levar em consideração as implicações econômicas, sociais e antropológicas.

¹⁴ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4024.htm

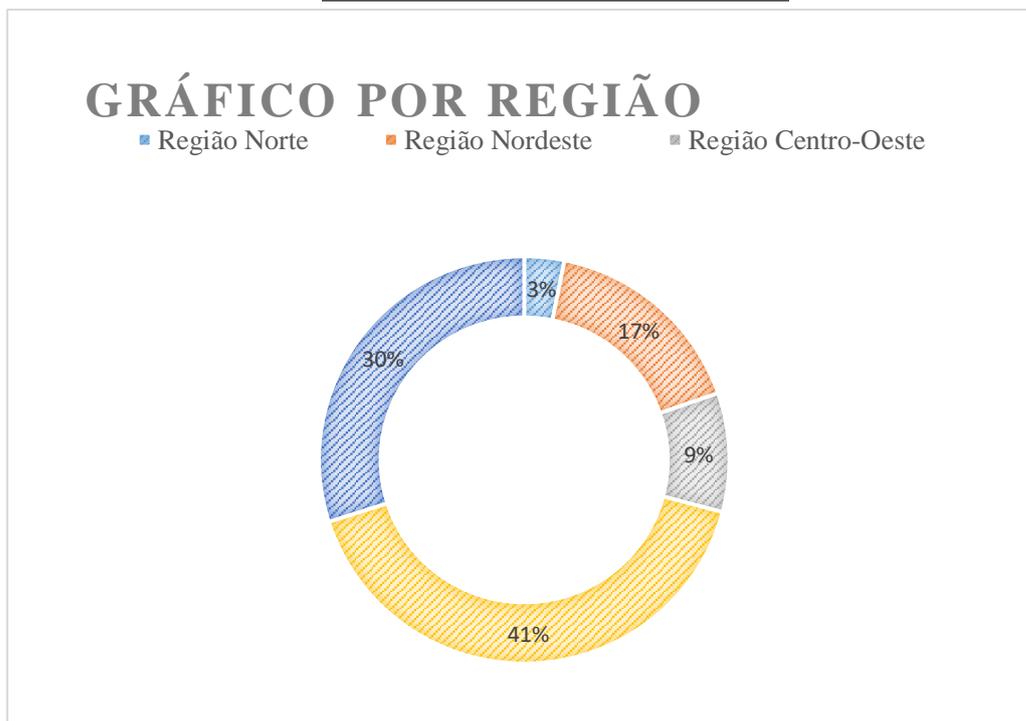
De acordo com o estudo sobre a Economia e Cultura da Moda no Brasil, e os dados do Ministério da Educação sobre o Ensino Superior no Brasil, a região Sudeste sedia 52 Faculdades ou Universidades que têm cursos de graduação na área de moda. A distribuição desses cursos na região é desigual, tendo em vista que o Estado de São Paulo concentra a maioria dos cursos com quase 41% de cursos por região de acordo com o gráfico estabelecido abaixo, e os Estados de Minas Gerais, Rio De Janeiro e Espírito Santo oferecem apenas 12, 5 e 4 opções, respectivamente, de formação superior na área. O Sul do país é a segunda principal região para formação de profissionais do setor, com 30%, sediando 38 cursos, sendo 16 situados em Santa Catarina e 11 no Paraná e no Rio Grande do Sul. A terceira região - Nordeste - oferece 21 cursos em 7 unidades federativas, das quais se destacam Bahia com 6 opções, com Ceará e Pernambuco, com 5 cada.

A região Centro-Oeste, penúltima na classificação quantitativa de graduação da Moda, sedia 12 cursos, dos quais 5 se localizam em Goiás. Por fim, a região Norte, que se destinam aos estados do Pará e do Amazonas, o que poderia explicar a menor proporção das empresas de confeccionados no País. A tabela a seguir quantifica os cursos de Ensino Superior de Moda, Estilismo ou Design de Moda, por região ou por unidade federativa, conforme os dados do Ministério da Educação. Como a região Nordeste em especial Salvador, é a de maior interesse nesta análise, logo após analisei os cursos, de graduação tecnológica (Tabela 2) e cursos livres (Tabela 3).

Tabela 1 - Números de cursos de graduação em Moda, Estilismo ou Design de Moda por região e por estados:

Estado/Região	Graduação
Norte	8
PA	4
AP	2
RO	0
AC	0
AM	0
RR	2
Nordeste	21
BA	6
SE	0
AL	1
PE	5
PB	1
RN	0

CE	5
PI	2
MA	1
Centro – Oeste	12
MS	2
MT	1
GO	5
DF	4
Sudeste	52
SP	31
RJ	5
MG	12
ES	4
Sul	38
RS	11
SC	16
PR	11
Brasil	127



Fonte: MEC - consultado em 2010.

De acordo com a Tabela 1, Salvador possuía seis cursos de Graduação Tecnológica, como essa pesquisa foi feita em 2010, atualizei os dados e para entender a proposta acadêmica de cada curso (Tabela 2), procurei informações com alunos, coordenadores, professores e sites institucionais.

Tabela 2 - Cursos de Graduação Tecnológica

Design de Moda	Centro Universitário Jorge Amado - UNIJORGE ¹⁵
Design de Moda	Universidade Salvador - Unifacs ¹⁶
Design de Moda	União Metropolitana de Educação e Cultura - Unime ¹⁷

Fonte: Produzido pela autora

- UNIJORGE

O curso do Centro Universitário Jorge Amado, tem em sua metodologia a prática como ferramenta de construção de conhecimento, ele é coordenado por Suzana Almeida. Além de possuir laboratórios específicos. Como Ateliê de modelagem e sala de pranchetas. O objetivo do curso é formar seus profissionais para atuar no desenvolvimento e transformação da cultura material através da moda. Segue abaixo as opiniões de alguns alunos formados ou estudantes da Unijorge:

“Jari, eu acho que o curso deixa muito a desejar em vários pontos, não sei se por conta do seu curto tempo não deixa se aprofundar em questões pertinentes, ou o que mais séria, sinto que os alunos não saem de fato preparados para o carente mercado de moda daqui de Salvador...e acredito também que essa falha não é só na unijorge, mas de todo o setor no estado... e sobre a promoção de debates, acho importante sim, debates fomentam crescimento, promove questões importantes e de interesse da população, sobretudo a moda afro brasileira, que tem pouco espaço no âmbito nacional, e que deveria ter mais atenção, justamente por carregar tanto a identidade maioria da população, e portanto é de interesse público”. Priscila Santana, formada em Design de Moda pela Unijorge, 2017.

“Rapaz.... Minha opinião, é a seguinte, o curso para o tempo de duração proposto é bom, algumas matérias deixaram a desejar mas faria novamente. Acho interessante sim, seria uma forma de promover um conhecimento maior sobre a nossa cultura”. Maíra Campos, formada em Design de Moda pela Unijorge, 2017.

Quando procuramos saber a opinião dos profissionais formados pela Unijorge, sobre a relação das instituições de ensino profissional com as ações das políticas públicas:

“Tem que ter na verdade uma mão lava a outra era para caminhar os dois juntos mas o problema até no papel pode-se colocar pros dois

¹⁵ <http://www.unijorge.edu.br/cursos/graduacao-presencial/design-de-moda.html>

¹⁶ <http://www.unifacs.br/graduacao-tecnologica/design-de-moda/>

¹⁷ <http://www.unime.edu.br/Paginas/Detalhes-do-Curso.aspx?CD=156&Curso=Design%20de%20Moda>

andar juntos são as cabeças que estão envolvidas que vão tá ali a vamos fazer isso vamos batalhar essa questão da moda pra que quem está no mercado vá ajudar quem vai entrar no mercado não ajuda o nosso mercado está ruim e as pessoas querem se safar cada um pro teu não é que se lenhe o outro você não tendo ou você vai brigar pro você ou você usa a sua força para lutar por você ou você vai lutar por mais eu vi um monte de coisa no último evento de moda que eu fui e fiquei decepcionado sai na metade”. Luis Claudio, formado em Design de Moda pela Unijorge, 2017.

- UNIFACS

A universidade Salvador - Unifacs, o seu curso de Design de Moda, possui graduação de dois anos e é coordenado por Virgínia Saback, que atua no mercado há 30 anos e é professora das disciplinas Pesquisa de Moda e Desenvolvimento de Coleção. O curso é voltado para gestão de moda e possui em sua grade disciplinas como Antropologia e Cultura, Linguagem Visual, Desenvolvimento social e humanos e entre outros. O objetivo do curso é motivar e desenvolver o mercado de moda e preparar os novos profissionais, impondo padrões de qualidade de forma eficiente com o domínio de conhecimentos específicos de gestão. Segue abaixo as opiniões de alguns alunos formados ou estudantes da Unifacs:

“Eu estudo na Unifacs. Sinceramente... lá não discute isso. Pois, ainda há um preconceito quanto a moda afro-brasileira. Sou negra e me visto diferente e voltado para modelos afros e, ver-se o preconceito com os professores e relação a moda afro. Eles querem falar de grifes com embasamentos voltado para alta corte ou alta costura e não procuram estudar a moda afro brasileira. Infelizmente! É uma pena. Mas acho que não vai acabar. Tem muita gente talentosa se destacando aqui em Salvador como a Carol Barreto. O problema è esse, promover as relações com as instituições fazendo que a moda com um bem cultural”. Aline Oliver, estudante da Unifacs, 2017.

“O curso não aborda isso, é pouco tempo para muita coisa! Aprendemos o mais importante e relações culturais ficam por meio do próprio aluno, caso ele queira fazer algum trabalho nesse tema. Eu mesmo fiz vários trabalhos assim, inclusive meu tcc aborda também. Eu abordei o soteropolitano, religião, costumes, dialetos, pontos turísticos”. Eldes Franco, estudante da Unifacs, 2017.

- UNIME

O curso da Unime é coordenado por Ana Paula dos Santos e possui duração de dois anos. A sua estrutura curricular possui uma gama de matérias, o principal objetivo do curso é proporcionar uma formação tecnológica para exercício profissional capacitando seus alunos para elaborar projetos que abranjam os critérios do segmento e as etapas do processo de criação e produção. Em sua grade curricular tem matérias como Comunicação e Marketing em meios digitais, Histórias e Acepções do Design, Homem, Cultura e Sociedade e entre outros. O curso prioriza os valores culturais da sociedade e contemporânea e oferece aos seus estudantes a capacidade de atuar nas mais diversas áreas que a moda proporciona.

Como as outras instituições, tentamos o contato com a faculdade e não conseguimos, partimos para a outra saída, e entrar em contato com os estudantes e ex-estudantes da UNIME, só que não tivemos o retorno.

A Tabela 3, logo abaixo é apresentado uma pequena lista de cursos livres que algumas instituições oferecem em Salvador. No Senac Aquidabã, possui uma gama de cursos específicos para cada área que a Moda oferece, mas nenhum desses cursos possuem uma ligação com o Setorial de Moda ou com as Faculdades. Esse diálogo seria interessante por que proporcionaria uma ampliação do conhecimento dos alunos que estão sendo inserido no mercado de trabalho.

Já a Escola de Arte, Moda e Gastronomia não tivemos nenhum retorno. Mas é importante como dado quantitativo para essa pesquisa porque assim é percebido o quando o mercado está crescendo em relação aos cursos oferecidos.

Tabela 3 - Cursos Livres

Cursos de Planejamento e desenvolvimento de coleção de moda e consultoria de Imagem, desenho estilizado de moda, marketing e empreendedorismo em moda	Senac Aquidabã
---	----------------

Consultoria de Imagem, Desenho e Pintura, Customização de Fantasia, Oficina de Costura - Para Iniciante, Modelagem + Costura - Intermediário, Modelagem Plana básica feminina, Visagismo, Visual Merchandising com Ênfase em Vitrines de Moda, Moda x Internet - Foco em vendas, Branding: gestão da marca de Moda, Marketing e Moda	Escola Baiana de arte, moda e gastronomia
--	---

Fonte: Produzido pela autora

O mercado de Moda, possui um potencial muito grande, pois é uma área que possui vários nichos no mercado e cada vez os profissionais especializam-se para tratar de um público específico, buscando entender as suas características. Acreditamos que essa busca pela especialização deve estar direcionada ao desejo do profissional, por isso entender as ações das políticas culturais.

Analisando a proposta de cada curso e escutando a opinião desses profissionais formados e estudantes das Instituições de Ensino Superior, é importante perceber que existe a necessidade que haja em algum momento um debate sobre as políticas culturais em sala, para que ocorra uma ligação com a Moda Afro-Brasileira ou qualquer estilo que remeta uma identidade cultural de uma localidade.

2.5 – EVENTOS

Os principais eventos que possuem a temática afro-brasileira em Salvador, ocorrem no mês de novembro, onde é comemorado o Dia da Consciência Negra, que foi instituído pela lei de nº 12.519¹⁸, em 10 de novembro de 2011. Por ser reconhecida como a cidade que possui a maior população negra fora da África, esses eventos que atuam com a estética negra é uma forma de reconhecimento de uma luta que sempre está sendo destacada hoje em dia.

Muitos desses eventos possuem o objetivo de criar um espaço através do fomento do empreendedorismo étnico, para gerar um espaço de visibilidade aos profissionais da

¹⁸ Art. 10 .É instituído o Dia Nacional de Zumbi e da Consciência Negra, a ser comemorado, anualmente, no dia 20 de novembro, data do falecimento do líder negro Zumbi dos Palmares.

moda negra. Esses eventos, servem para assumir o conceito estático da moda, que por sua vez era muito caracterizado por ser algo folclorizado e hoje carrega uma simbologia de afirmação ocupando um espaço de visibilidade que antes não era permitido. O indivíduo negro contemporâneo está cada vez mais valorizando as suas raízes e criando maneiras de mostrar a beleza que existe por ser negro.

Esbocei dois principais eventos que ocorreram em novembro de 2016, colhendo informações que encontrei nas postagens de jornais e perfil do Facebook de cada um deles.

- **Afro Fashion Day**

O Afro Fashion Day entrou para o calendário de Salvador. Ele representa para o CORREIO sair das páginas e ambiente digital para viver experiências com o leitor. A gente quer sempre investir nesse tipo de projeto que tenha identidade com a nossa terra e com a nossa marca”, destaca o gerente de Mídias Digitais e Marketing do CORREIO, Fábio Góis¹⁹



Imagem 5: Banner do projeto “Afro Fashion Day”

Fonte: Correios²⁰

O time de 74 modelos e convidados - Empoderamento, identidade negra, moda, música e atividades de formação ainda mais fortes. É essa a proposta da segunda edição do Afro Fashion Day (AFD). O Afro Fashion Day é uma realização do CORREIO com patrocínio do Shopping da Bahia, HapVida e Faculdade da Cidade, apoio do Senac e Eudora e apoio institucional da prefeitura de Salvador.

¹⁹<http://www.correio24horas.com.br/single-bazar/noticia/segunda-edicao-do-afro-fashion-day-tera-70-modelos-e-50-marcas/?cHash=f36b5b21decd9b565072e81b94c33721>

²⁰ <http://www.correio24horas.com.br/single-entretenimento/noticia/correio-celebra-cultura-africana-com-afro-fashion-day-no-pelourinho/?cHash=e083ca83bb18d4546b11511eed59838b>

- **Mercado Iaô**²¹

Atividades culturais variadas e apoio à economia criativa foram destaque na abertura da nova temporada do Mercado Iaô, neste domingo (4), no bairro da Ribeira, em Salvador. Realizado pela Associação Fábrica Cultural, entidade fundada pela cantora e compositora Margareth Menezes, a iniciativa reuniu um conjunto de expositores de artesanato, artes plásticas, gastronomia, música e literatura, na área de uma antiga fábrica, com programação ao longo do dia. A Secretaria de Promoção da Igualdade Racial (Sepromi) participou desta nova edição.



Imagem 6: Banner do projeto ‘Mercado Iaô’
Fonte: Dois Terços²²

“O Mercado Iaô tem um trabalho consolidado na inclusão social e produtiva de diversos profissionais e famílias da Cidade Baixa. Vale o nosso reconhecimento, inclusive, à cantora e empreendedora Margareth Menezes, uma das principais responsáveis pelo projeto. A iniciativa tem possibilitado a visibilidade e comercialização de produtos confeccionados por artistas negros. Por meio da ação o mercado ganha mais força, com uma grande diversidade de elementos da moda afro e acessórios com temas nas religiões de matriz africana”, ressaltou a titular da Secretaria de Promoção da Igualdade Racial (Sepromi), Fabya Reis, após prestigiar o evento neste domingo, cuja programação contou com apresentação da cantora Maria Bethânia, além da própria Margareth, anfitriã da atividade.

²¹<http://www.sepromi.ba.gov.br/2016/12/1255/Mercado-lao-promove-inclusao-social-e-produtiva-da-populacao-negra.html>

²² <http://www.doistercos.com.br/salvador-ganha-mercado-iao-a-partir-deste-domingo-14/>

O projeto busca criar estratégias que viabilizem o acesso dos empreendedores individuais ou coletivos da economia criativa ao mercado.

Eventos como esses estabelecem a criação de espaços para que ocorra um intercâmbio de conhecimento sobre a cultura afro-brasileira, transcrevendo a riqueza e a diversidade desse povo. Ter essa dimensão é uma oportunidade significativa para a valorização e disseminação da cultura negra. É considerável que esses eventos deveriam ocorrer não só em novembro, e sim sempre, porque a criação desses espaços estabelece a consagração de um mercado atuante hoje possibilitando a disseminação de uma cultura vigente.

CAPÍTULO III - A MODA AFRO-BRASILEIRA NA BAHIA

Até aqui, fizemos uma caracterização da moda de forma a entender o lugar da moda étnica. Neste capítulo entendemos que a moda é um fenômeno social, econômico e cultural de grande produção simbólica, além de ser uma grande ferramenta de grande importância para a construção da nossa identidade, através da maneira que usamos a roupa e mostramos que nós somos, de onde viemos, onde vamos ou gostaríamos de ir. A roupa se tornou parte de uma história que transcreve uma determinada cultura, quando o estilista explora os elementos culturais de uma determinada etnia, ele valoriza e reafirma a identidade desse povo. No caso analisado é a cultura afro-brasileira, que possibilita um processo de transmissão de informação e identificação de um grupo tornando a vestimenta um elemento de instrumento e significação entre a cultura e os grupos sociais.

3.1. A MODA AFRO-BRASILEIRA

A moda afro-brasileira, possui aspirações locais das práticas e experiências cotidianas de pessoas comuns que se conectam com os prazeres, memórias e tradições de um povo, ela permite uma autonomia no que se diz mudar e inventar a maneira do indivíduo aparecer, sendo um dispositivo de reconhecimento social que se configura como uma relação de regulação entre o indivíduo e a regra social. A moda afro-brasileira,

se contextualiza como um instrumento de liberdade permitindo ao indivíduo uma ruptura nos padrões sociais estabelecidos, mas também possuindo a sua tradição e sua carga simbólica.

Elementos como tradições culturais, símbolos, manifestações culturais e artísticas, são inspirações para as criações em moda dos estilistas que produzem esse segmento, as referências locais se tornaram uma identidade representativa de um determinado grupo social. É importante valorizar essa diversidade de criação que a moda afro-brasileira possui, pois ela atravessa fronteiras e possui a capacidade de carregar elementos subjetivos que existem na moda, seja cultural ou não. Entender que a moda afro-brasileira é carregada de simbologias e elementos que fazem parte de uma expressão coletiva é um mecanismo que possui a capacidade de transmitir uma história de vida.

Esse estilo possui muitos elementos que vão além da moda, os estilistas que se dedicam a esse segmento carregam uma simbologia que faz parte de sua história de vida tornando-se inspiração para a criação da sua coleção. A sua história de vida, seus ideais, suas origens e entre outros são subsídios que comprovam que a moda afro-brasileira não é uma tendência e sim uma construção que está voltada a valores sociais e pessoais em forma de um produto. Assim é possível identificar a valorização das matrizes africanas e perceber um resgate das crenças e costumes dos nossos antepassados através da roupa, fazendo com que haja um fortalecimento do contexto cultural que estamos inseridos.

A moda é tratada como um fenômeno social capaz de distinguir a sociedade por contextos culturais diferentes e a moda afro-brasileira se fixa na cultura baiana, sendo um suporte da comunicação de outras culturas como a indígena ou africana, construindo assim sua própria identidade plural.

“A moda afro se apresenta como um importante alicerce da cultura afro-brasileira, além de permitir que através da roupa é possível perceber a miscigenação que ocorreu na formação do nosso país, elementos africanos, do indígena e portuguesa, mas não somente essas e sim todas as que fazem parte da nossa base cultural”. (HAGER,2016)

Os múltiplos aspectos culturais que proporcionaram aos estilistas da moda afro-brasileira desenvolverem narrativas que engloba e referência um determinado grupo étnico, no caso da questão abordada é o da referência às raízes culturais africanas e brasileira, tornando um segmento identidade própria.

De acordo com Hager 2016, o segmento da moda afro-brasileira está inserido na moda étnica como observado na imagem 7, o mercado de segmento da moda brasileira está dividido em três segmentos:



Imagem 7: Divisão dos segmentos

Fonte: Hager, 2016 , pág. 99.

O mercado de Moda brasileira está subdividido em segmentos que podem ser moda praia; moda *plus-size*²³; moda festa; moda *streetwear*²⁴ e entre outros, já a moda étnica é um desses segmentos que pode engloba diversos estilos relacionado a algum grupo étnico. A moda afro-brasileira, está inserida na moda étnica porque referência as raízes culturais Africana e Brasileira, transformando-se um segmento de identidade própria.

A moda afro-brasileira está em ascensão no mercado brasileiro, em 2012 foi criada a Associação Nacional de Moda Afro-Brasileira - ANAMAB²⁵, que tem como objetivo fortalecer, incentivar o desenvolvimento da moda afro no Brasil. Além de fomentar o desenvolvimento de políticas públicas para a cultura e promover a cadeia produtiva em questão. No Brasil, esse nicho de mercado está cada vez mais em ascensão, de acordo com a tabela número 5, podemos perceber o número de marcas que compõem esse

²³ A moda plus size é direcionada para pessoas, especialmente mulheres, que usam roupas acima do padrão convencional usado nas lojas, que usam roupas de tamanho acima do 44 e calçados acima do 39. A quantidade de potenciais clientes das roupas GG é, ao mesmo tempo, oportunidade e desafio, já que atuar nesse nicho exige uma compreensão sobre o público, suas necessidades, anseios, percepções e comportamentos.

²⁴ O *streetwear* é a moda que vem das ruas e começou há cerca de vinte anos com os skatistas. O estilo é acima de tudo despojado, cheio de originalidade, atitude e basicamente jovem por causa de sua ousadia.

²⁵ http://associacaodamodaafrobrasileira.blogspot.com.br/p/quem-somos_13.html

mercado. No tópico adiante foi enfatizado três figuras identitárias da Bahia que faz parte desse segmento.

Tabela 4 - Estilistas da moda afro-brasileira

Moda Arte e Design	Enia	Belo Horizonte/BH
TC Arte	Makota Kizandembu	Belo Horizonte/MG
Chica da Silva	Marcial Avila	Belo Horizonte/MG
Botuafrica	Mônica Nador/Renato Imbroisi	Bocatu/SP
Bazafro	Lydia Garcia	Brasília/DF
Moyó Atelie	Deia Talemungogo/Yuri Tawaresi	Brasília/DF
Criolê	Isabel Cristina	Hortalândia/SP
Empório Afro Moda	Fatima Negran	Rio de Janeiro
Balaco	Julia Vidal	Rio de Janeiro/RJ
Pretto Básico	Marcio Vaz	Rio de Janeiro/RJ
Boutique Crioula	Michele Fernandes	Rio de Janeiro/RJ
Ifá Veste	Sarái Reis	Salvador/ Bahia
Monica Anjos	Monica Anjos	Salvador/Ba
N'Black	Najara Black	Salvador/Ba
By Yosh	Washinton José	Salvador/BA
Marcia Ganem	Marcia Ganem	Salvador/BA
Katuka Africanidades	Renato Carneiro	Salvador/BA
Goya Lopes	Goya Lopes	Salvador/BA
Negrif	Madalena Cardoso	Salvador/BA
Descorração	Luma Nascimento	Salvador/Ba
Moda Africana,	Yomi Sufian e Adriana Sufian	Salvador/Ba
Negrita	Roupa de Menina	Salvador/Ba
Roupa de Menina	Lara Luz	Salvador/Ba
Preta Rainha	Debora	São Paulo/SP
Xongani Arte com Tecido	Cris Mendonça e Ana Paula	São Paulo/Sp
Pegada Preta	Cynthia Mariah	São Paulo/SP
Candanes Moda Afro	Ana Neves	São Paulo/SP
Baobá-Brasil	Tenka Pinha Silva	São Paulo/SP

Fonte: Hager, 2016²⁶

²⁶ Atualizado em 2017, a partir de sites de busca

O grande motivo pelo qual esse mercado continua crescendo é porque os estilistas que criam peças e adornos apresentam características da moda afro-brasileira e acabam produzindo alternativas que não se limita ao universo das tendências globalizadas destacando-se pela busca da identidade ligada à sua cultura. O estilo afro-brasileiro é composto por peças de possuem altas referências de forma inovadora e seus consumidores procuram roupas que carregam uma simbologia.

A Designer e empresária Goya Lopes, afirma que a “valorização da moda afro-brasileira, é uma questão de política de afirmação da identidade brasileira e que o caminho para o seu reconhecimento é muito longo para percorrer”.²⁷

A construção de significados e sentidos em torno da diversidade cultural que o estilo afro-brasileiro apresenta é devido a compreensão que a representatividade e influência da cultura de matriz africana possui sobre nós, favorecendo um desenvolvimento de uma moda contemporânea, cheia de personalidade que influencia e contribui para renovação e transformação da sociedade.

3.2 - FIGURAS IDENTITÁRIAS DA MODA AFRO-BRASILEIRA NA BAHIA

A- MADÁ - NEGRIF

A marca Negrif (imagem 8) surgiu em 2001, criada por Madalena Cardoso, mais conhecida como Madá. Suas peças são para o segmento infantil, feminino e masculino, com referências estéticas nos africanos. Atualmente a loja tem em São Paulo e no Rio de Janeiro. Segundo a estilista não existe uma referência na moda baiana, por que bebemos em outras fontes:

“Como falei, a gente bebe em outras fontes, então não é uma referência baiana [...] pesquisamos os cortes de roupas africanos e transformo isso para a nossa realidade.” (Madá, 2016)

Para a empresária a inspiração da moda na Bahia são as ruas, as mulheres que tem ancas largas, que possuem peitos fartos, que sobe e desce os ônibus e precisam se sentir

²⁷ <http://atarde.uol.com.br/muito/noticias/1787191-alem-da-moda>

confortável. Essa é a sua inspiração local, observar as pessoas que estão nas ruas, seus hábitos e cultura.



Imagem 8: Logomarca da empresa Negrif
Fonte: Facebook ²⁸

A proprietária da marca desenvolve projetos culturais com o grupo Filhos do Congo, da Boca da Mata, onde possui o objetivo de levar a essa comunidade a produção de um desfile de moda, viabilizando a participação das crianças como modelo, além da produção do evento Iemanjá, entidade da crença religiosa do candomblé onde é retratada através de estampas com características negras, com lábios grossos e cabelo Black (imagem 9).



Imagem 9: Representação da imagem de Iemanjá

²⁸<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=108636312831813&set=a.104235956605182.1073741826.100010563333958&type=3&theater>

Fonte: Reprodução Facebook²⁹

Para entender a sua relação com o Setorial de Moda de Salvador, a designer aponta que o individualismo presente no mercado não favoreceu a existência do setorial:

“Como falei, as coisas aqui caminham muito individualmente, fui a algumas reuniões, mas percebi que não ia dá em nada, pois aqui em salvador cada um segue o seu caminho e pronto”. (Madá, 2016)

Ainda foi destacado as ações da Economia Criativa e da Economia Solidária onde suas ações são importantes porque geram um reconhecimento para o mercado criando mecanismos para a orientação jurídica, financeira e sobre a qualidade do produto para que ele seja inserido no mercado.

O estilo da marca Negrif, carrega uma simbologia da cultura afro, mas o que retratado é o que visto no dia a dia, como a sua principal inspiração é a estética da mulher negra (imagem 10), existe a busca pela valorização da imagem da mulher na sociedade. Entender que a falta de ações de políticas culturais não desfavorece a possibilidade de produção de projetos culturais na sociedade.



Imagem 10: Representação da mulher

Fonte: Ingrum³⁰

²⁹ <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=383295068699268&set=pb.100010563333958.-2207520000.1488753839.&type=3&theater>

³⁰ http://www.imgrum.org/media/1085856988067863189_546127629

B - GOYA LOPES

Goya Lopes Design Brasileiro, é a marca que leva o próprio nome da proprietária Goya Lopes (Imagem 11). Em 1986, criou a marca Didara com o objetivo de usar uma padronagem nas estampas com símbolos africanos. Para Goya Lopes, a moda afro-brasileira embora seja muito influenciada pelas referências africanas, ela apresenta em sua produção elementos contemporâneos. Oferecendo produtos com aspectos funcionais, que dialogam com a matriz africana e elementos enriquecidos e transformados pelo contato com a cultura brasileira.



Imagem 11: Goya Lopes **Fonte:** Facebook³¹

Goya apresenta em suas coleções a possibilidade de representatividade com peças que compartilham a sua experiência de vida e sentimentos que constitui a identidade que ela trabalha. Pessoas que usam a sua marca, são aquelas que respira a sua cultura. A estética da marca transita pela ancestralidade da africanidade e da afro-brasilidade (Imagem 12), onde é respeitada a solidariedade e o cotidiano do negro no Brasil, além de apresentar elementos que referencia a culinária e a religião.

³¹<https://www.facebook.com/goya.lopes/photos/pb.327529997389197.-2207520000.1487765847./907117606097097/?type=3&theater>



Imagem 12: Estética da Marca
Fonte: Instagram³²

Goya participou da formação do Setorial de Moda Nacional do Minc e foi membro do Colegiado Setorial, por dois mandatos, ela acredita que para ocorrer ações no âmbito político cultural é necessário o interesse do setor público:

“Participei da formação do Setorial de Moda Nacional no MINC desde 2009, fui membro deste colegiado no 1º e 2º mandato, como titular do criativo de 2011 a 2014. Participei da construção das metas para os próximos 20 anos. Fui coordenadora da 1ª eleição no Setorial da Bahia. Políticas públicas são construídas quando o setor público e o setor interessado se unem e constroem uma única agenda e lutam para a realização e manutenção do que foi projetado. É necessárias ações que abranjam o material e o imaterial, o respeito e a memória dos saberes e fazeres tradicionais e contemporâneo e a sustentabilidade”.
(LOPES,2016)

Além de ser membro da ANAMAB, associação que foi criada em 2012, onde contempla toda cadeia criativa e produtiva do empreendedorismo afro-brasileiro com o objetivo de fomentar o desenvolvimento de políticas públicas para a cultura e desenvolver toda cadeia produtiva da moda afro-brasileira.

Em nosso bate-papo, Goya esclareceu a importância do reconhecimento da moda afro-brasileira e não afro-baiana, por conta das referências do afro que é muito forte e abrange um segmento no mercado que é encontrado em todo o Brasil.

³² <https://instanonymous.com/m/BQqKJSuD866>

Em sua gestão no colegiado foi feito um regimento e um plano de metas que possui a projeção de 20 anos. Como o setorial está no seu terceiro mandato, a única ação executada foi a reformulação de alguns critérios que favorecesse o segmento:

“O seminário Nacional de 2010, teve 150 pessoas e eu fui moderadora depois disso o que aconteceu nesse seminário, teve a eleição, e nesse seminário tínhamos que eleger 15 pessoas e 15 titulares e 15 suplentes e eu fui uma das eleitas, fiquei com o eixo criativo. Esses 6 anos que se passaram, tomamos posse em março de 2011, ficamos dois anos e pouco fizemos uma nova eleição em 2014 e eu fui reeleita e fizemos um plano nacional de metas para os próximos 20 anos, em 2015 tivemos uma nova eleição e entregamos esse plano ao novos eles ficaram de reaproveitar, porque muita gente queria começar tudo de novo. Que é mal do brasileiro. O mal do brasileiro é assim: não consegue pegar o que o outro tem e da continuidade, tem que jogar fora e começar tudo de novo, então eles conseguiram porque tinham uma brecha, e esse papel já está em nível público”. (LOPES, 2016)

O estilo da marca Goya Lopes é uma tendência de moda ligada ao étnico e a sua principal referência é o afro, a estética que a estampa proporciona desenvolve um produto que possibilita que seja contada uma história.

C- NBLACK

Najara Black, é a proprietária da marca Nblack que possui características *street style* (definida como moda de rua, caracterizada por sua autenticidade e proporcionar um visual contemporâneo) demonstrada na imagem 13, sendo uma das inovadoras desse estilo de moda afro-urbana na Bahia.



Imagem 13: Estética *street style*

Fonte: Facebook³³

A marca existe há mais de 12 anos, e o seu público-alvo são os afrodescendentes. As principais características das peças produzidas pela marca são as estampas de frases de efeitos em blusas e vestidos (Imagem 14), onde é criada uma atmosfera de afirmação da identidade e apresentando uma modernização da utilização das características das raízes africanas.



Imagem 14: Roupas da Nblack

Fonte: Divulgação³⁴

³³<https://www.facebook.com/302935086390588/photos/a.339331406084289.99513.302935086390588/1557586580925426/?type=3&theater>

³⁴ <http://soumaislive.com.br/index.php/2017/02/16/nblack-abre-espaco-para-customizacao-de-abadas/>

A marca possui o papel de empoderar e levantar a autoestima do seu público, além de procurar ser sempre o diferencial entre a maioria das marcas afro existente. A Nblack, possui loja no Rio de Janeiro e em São Paulo e já participou de eventos como o Premio Mulher de Negócios Sebrae em 2014 e da Feira Preta de São Paulo e Brasília.

Najara destaca a importância das feiras a cidade, mais aponta que hoje em dia há um desfavorecimento para os empresários, porque não ocorre uma curadoria para selecionar os produtos a serem vendidos:

Ela ainda acredita que existe muita gente boa no mercado e aceita que a sua marca seja uma inspiração para os novos produtores de moda no mercado, mais o que está acontecendo, é que muitos estão copiando os seus produtos ou invés de produzir coisas novas. Isso acaba tornando um mercado com produtos repetitivos e sem criatividade.

A marca participou do Afro Fashion Day, e aponta que eventos como esse é bem “bacana”, mas que poderia ser feita muita coisa legal só que por conta da falta de investimento o evento não possui uma abrangência maior.

3.3 - O FUTURO DA MODA ÉTNICA

O étnico que é referenciado na moda, vem de tudo que não é estático, por causa das múltiplas referências de etnias existente hoje. A diversidade de diferentes posições do mundo oferece a moda e favorece a busca por diversas referências, hoje é possível destacar em uma só blusa, dois segmentos de estilo étnico.

A moda étnica mescla a criatividade com a pesquisa com o pressuposto de efetivar uma afirmação de uma cultura, esse material serve como um subsídio para uma criação da coleção de moda. Toda essa pesquisa refere-se ao patrimônio material e imaterial de uma cultura e o público que consome esse segmento, não está preocupado com a tendência e sim com as informações que as grandes revistas de moda apresentam, mas a sua preocupação é com que o produto vai apresentar características de sua identidade, de suas crenças.

A diversidade brasileira influencia cada estilista que faz parte do segmento da moda étnica, pois a partir do estudo sobre a cultura faz enxergar que há possibilidade das mais diversas para a confecção de sua coleção, essa dinâmica é importante para perceber o quanto a cultura influencia na moda e vice-versa. Os hábitos de consumo e o

comportamento dos indivíduos dentro da sociedade faz com que o estilista compreenda as necessidades e gostos do seu público-alvo.

Entender que a cultura possui simbologias distintas, para a moda étnica é importante, pois sem a cultura esse segmento não existiria. Por isso é fundamental oferecer mecanismos de preservação para subsidiar a cultura. Entendemos que a moda brasileira é um reflexo da hibridização cultural, porque às referências da cultura africanas que permeiam o processo de criação tornam os produtos original e miscigenado. Estudar os aspectos da cultura afro-brasileira, que carregam em dos seus pilares da cultura africana se manifestam na moda com cultura material de representação.

Podemos concluir que a moda étnica é um meio de preservação da cultura. Pois elas interagem com as mais distintas culturas, seja ela de um grupo ou ação, cada vez mais os designers de moda estão desenvolvendo uma produção consciente e dando orgulho a sua origem, onde mesma a criatividade e pesquisa ganhando cada vez mais o reconhecimento do mercado. A moda étnica deve ser vista como uma manifestação da cultura material, pois para chegar ao produto final ocorre um percurso muito grande, além de propor a discussão e materialização de cultura imaterial.

3.4 - O PAPEL DO ESTADO NA MODA

As primeiras rodas de conversa sobre a atuação do Estado na moda foram em 2010, com o Colegiado Setorial de Moda. Em seu regimento descreve que é dever do Estado:

- “I – Debater, analisar, acompanhar, solicitar informações e fornecer subsídios ao CNPC para a definição de políticas, diretrizes e estratégias relacionadas a Moda;
- II – Elaborar e revisar o Plano Nacional de Moda e, acompanhar e avaliar suas diretrizes;
- III – Promover o diálogo entre poder público, Moda, sociedade civil e os agentes culturais, com vistas a fortalecer a economia da cultura e a circulação de ideias, de produtos e de serviços, assegurada a plena manifestação da diversidade das expressões culturais;
- IV – Propor e acompanhar estudos que permitam identificação e diagnósticos precisos da cadeia produtiva, criativa e mediadora relacionada ao setor;
- V – Promover pactos setoriais que dinamizem os arranjos produtivos relacionados ao setor nos planos nacional, regional e local;

VI – Incentivar a criação de redes sociais que subsidiem a formulação, a implantação e a continuidade de políticas públicas no respectivo setor”. (Art. 3º)³⁵

Essas ações servem como mecanismos para fomentar a área da moda. Seja economicamente, profissionalmente e culturalmente. A partir desse momento foi percebido que moda possui uma grande relação com a cultura, onde ela é o ponto inicial de mudança de uma sociedade. A política tornou-se um instrumento utilizado para alcançar os objetivos culturais, fortalecer e incentivar o mercado cultural, possibilitando ao empreendedor afro-brasileiro se desenvolver para transformar a sua realidade cultural e social.

Compreender que a moda faz parte do contexto cultural de uma determinada localidade é importante, por que ocorre a preservação a cultura desse local além de fortalecer a sua economia, pois os produtos desenvolvidos demonstram a diversidade cultural. Cabe ao Estado promover o desenvolvimento de profissionais que trabalham com a moda Afro-brasileira, com qualificação técnica, subsídios para pesquisas e produção de seminários, ações como essa para começar o entendimento que a moda afro-brasileira é moda cultural com um potencial de imagem muito grande.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante das referências levantadas nesse trabalho, podemos afirmar que a moda afro-brasileira é um segmento que está em ascensão no mercado e faz parte da nossa cultura, por isso é necessário que se tenha mais ações de reconhecimento do Governo do Estado e também de valorização dos empresários que não se unem para criar mecanismos para fortalecer o mercado. A intenção foi compreender a moda como um produto cultural e um indicador do diálogo entre as políticas públicas e a sociedade civil, seja ela entre os empresários ou as instituições, responsáveis pela formação qualificada da moda.

A moda afro-brasileira carrega elementos que remetem à cultura dos negros, como foi apresentado no decorrer deste artigo, as suas simbologias estéticas que são produzidas e reproduzidas pelos estilistas favorecem a afirmação do que se acredita e é caracterizada

³⁵<http://www.cultura.gov.br/documents/10907/0/Regimento+Interno+Moda/2980962f-d896-4736-b16e-c9faff65da6a?version=1.0>

para a roupa, esse é um nicho no mercado consegue estabelecer e definir um grupo na sociedade, que antigamente essas indumentárias eram usadas em um cunho religioso, hoje já possui a característica de valorização de uma identidade.

Por se tratar de uma moda cultural, carece de ações dos órgãos públicos, mesmo com a tentativa de existência do Setorial de Moda, faltam ações que fomentem o mercado, dando ao designer de moda subsídios para promover um crescimento significativo. Entendemos que deveriam existir relações entre as ações do Setorial com as instituições de ensino superior, pois os futuros profissionais saberiam quais mecanismos existem na área, que ajudariam no fomento da moda, seja no segmento afro-brasileiro ou não.

A moda proporciona à cultura um reencontro com a sua identidade, no caso apresentado uma identidade étnica que passa por um processo de condição histórica condicionando a afirmação do que se é negro, a partir da dinâmica de pertencimento que favorece a construção de um grupo social. E esse grupo social estabelece uma relação de aceitação através da procura pelo diferencial que carrega uma simbologia e reafirme as suas crenças.

A referência étnica possibilita a moda uma narrativa de informações que são construídas a partir de uma influência cultural e histórico, que por sua vez consegue um lugar simbólico a partir da ideologia de uma conscientização social que concede ao um indivíduo uma auto identificação de um grupo e permite que o situe-se dentro de um sistema de relações.

Entender que a origem da moda afro-brasileira ocorre através da miscigenação de uma moda baiana e africana é possibilitar que o desenvolvimento de uma moda negra ganhe uma visibilidade que antes não conseguia. A produção de eventos que favorecem essa temática é importante, mais que isso, não ocorra somente no mês de novembro, e sim, acompanhe o calendário de eventos de moda, porque esse é um segmento que a mídia ainda não reconhece como uma identidade de moda Brasileira.

A moda pode ser um objeto privilegiado para entender as relações entre cultura e política, pois como foi reconhecida a moda tece uma teia de instâncias que carrega símbolos das singularidades individuais e coletivas da sociedade contemporânea, por isso pensar em uma política cultural de moda ocorrerá o favorecimento do mercado a manutenção para preservação das referências que foram adquiridas com o tempo.

Pensar nessa política, é pensar em um estado democrático que oferece novas possibilidades de interação com a cultura que é permeado pela pluralidade e pela diversidade das trocas culturais que a moda desenvolve.

Os eventos de moda apresentados servem como exemplo do papel que a moda tem em proporcionar a difusão da diversidade de estilos que em uma sociedade possui. Cada vez mais isso está presente nas ruas pessoas com características próprias que, acreditamos que as ações culturais no segmento de moda concentram-se muitos em desfiles ou produtos reforçando a ideia do negócio, possuímos uma diversidade tão grande de estilos que deveria existir uma pesquisa de mapeamento para garantir uma preservação dessa diversidade.

A importância desse trabalho para a formação em Comunicação, em primeiro lugar foi entender que a roupa que usamos carrega uma história e podemos dizer muita coisa para a sociedade do que acreditamos. E compreender a necessidade de entender quais são as políticas públicas que o Estado oferece para subsidiar a diversidade da moda na Bahia, que é caracterizada por algo que é uma relação entre a identidade a cultura.

Conclui-se que esse estudo demonstra a moda afro-brasileira possui um potencial latente de referência e inovação. Em estudos futuros espera-se gerar uma reflexão sobre o que está sendo feito a respeito do tema, uma vez que o Setorial analisado está parado, embora, cada vez mais surgem novas marcas cada vez mais criativas e inovadoras.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

A cor do sol inspira este vestido curto África africana!! Vista Goya Lopes!! Disponível em:< <https://instanonymous.com/m/BQqKJSuD866>>_Acessado dia 24 de fevereiro de 2017.

AGENCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. **Investir em moda plus size é oportunidade para pequenas empresas.** Disponível em:< <http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asp/uf/NA/investir-em-moda-plus-size-e-oportunidade-para-pequenas-empresas,96db01c6ab4e5510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acessado dia 01 de março de 2017.

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. **Mercado Plus Size É Oportunidade Para Empreendedores Da Moda.** Disponível em <<http://revistapegn.globo.com/Banco-de>

ideias/Moda/noticia/2016/09/mercado-plus-size-e-oportunidade-para-empresendedores-da-moda.html>. Acessado dia 05 de março de 2017.

ALICE, Maria. **As ações do setorial de moda em Salvador**. Salvador, 10 de fevereiro de 2017. Entrevista a Jarimara Costa.

AMEE. **O que é Streetwear Feminino?**

ANAMAB. **Associação Nacional Da Moda Afro-Brasileira**. Disponível em:<http://associacaodamodaafrobrasileira.blogspot.com.br/p/quem-somos_13.html> Acessado dia 06 de janeiro de 2016.

CAMPOS, Maíra. **Opinião sobre o ensino superior de moda em Salvador**. 05 de março de 2017. Entrevista a Jarimara Costa.

CARDOSO, Madalena. **A moda afro-brasileira**. Salvador, 24 de dezembro de 2016. Entrevista a Jarimara Costa.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura**. São Paulo: Annablume, 2005.

CLAUDIO, Luis. **A moda afro-brasileira**. Salvador, 16 de fevereiro de 2017. Entrevista a Jarimara Costa.

COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural**. São Paulo: Iluminuras, 1997.

Colegiados Setoriais de Cultura. Disponível em: <<http://www.cultura.ba.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=90>> Acessado em 06 de dezembro de 2016.

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988. Disponível em:

<<http://www.cultura.gov.br/documents/10907/963783/Constitui%C3%A7%C3%A3o+Federal+da+Cultura.pdf/9185e6c0-1cca-4ccd-a109-89f116ae2c9d>>

COR E ESTILO. **Entrevista com Madá Negri**. Disponível em: <https://coreestilo.com/moda-afro-brasileira/entrevistas/1006-2/>

COUTINHO, Genilson. **Salvador ganha Mercado Ião a partir deste domingo (14)**. Disponível em:< <http://www.doistercos.com.br/salvador-ganha-mercado-iao-a-partir-deste-domingo-14/>> Acessado dia 24 de fevereiro de 2017.

CRUZ, Gabriela. **Correio celebra cultura africana com Afro Fashion Day no Pelourinho**. Disponível em: <<http://www.correio24horas.com.br/single-entretenimento/noticia/correio-celebra-cultura-africana-com-afro-fashion-day-no-pelourinho/?cHash=e083ca83bb18d4546b11511eed59838b>> Acessado dia 24 de fevereiro de 2017.

CULTURA BA. **Incentivo a Projetos Culturais.** Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/incentivofiscal>> Acessado dia 27 de janeiro de 2017.

CULTURA BA. **Regimento Colegiado Setorial de Moda e ata aprovação.** Disponível em: <http://www.cultura.ba.gov.br/arquivos/File/Regimento_Colegiado_Setorial_de_Moda_e_ata_aprovacao.pdf> Acessado dia 15 de novembro de 2016;

CULTURA BA. **Regimento Interno Do Colegiado Setorial De Moda Conselho Nacional De Política Cultural.** Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/documents/10907/0/Regimento+Interno+Moda/2980962fd896-4736-b16e-c9faff65da6a?version=1.0>> Acessado dia 10 de novembro de 2016.

FACEBOOK. **Festival “A Cena Tá Preta”.** Disponível em: <<https://www.facebook.com/acenatapreta/>> Acessado dia 24 de fevereiro de 2017.

FACEBOOK **Goya Lopes Design Brasileiro.** Disponível em: <<https://www.facebook.com/goya.lopes/photos/pb.327529997389197.-2207520000.1487765847./907117606097097/?type=3&theater>> Acessado dia 24 de fevereiro de 2017.

FACEBOOK. **N e g r i f !** Disponível em: <<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=108636312831813&set=a.104235956605182.1073741826.100010563333958&type=3&theater>> Acessado dia 24 de fevereiro de 2017.

FACEBOOK. **Nossa cremosa Sabina arrasou na escolha do Dress.** Disponível em: <<https://www.facebook.com/302935086390588/photos/a.339331406084289.99513.302935086390588/1557586580925426/?type=3&theater>> Acessado dia 24 de fevereiro de 2017.

FRANCO, Eldes. **Opinião sobre o ensino superior de moda em Salvador.** 16 de fevereiro de 2017. Entrevista a Jarimara Costa.

FUNDAÇÃO CULTURAL BA. **LEI Nº 12.365 DE 30 DE NOVEMBRO DE 2011.** Disponível em: <<http://www.fundacaocultural.ba.gov.br/colegiadosssetoriais/LEI-ORGANICA-BAHIA.pdf>>, Acessado dia 28 de janeiro de 2017.

GAMA, Priscila. **Moda Negrif.** Disponível em: <<http://ziriguidumvitoria.com.br/moda-negrif/>>; Acessado em 17 de fevereiro de 2017.

GELEDES. **Afro Fashion Day:** Marcas baianas celebram Consciência Negra com desfile em evento realizado pelo Correio. Disponível em: <<http://www.geledes.org.br/afro-fashion-day/#gs.oLk2f5A>> Acessado dia 24 de fevereiro de 2017.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade.** (Apresentação e capítulo 1). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

GLOBO. **Lei Rouanet na moda:** Ministério da Cultura aprova incentivo a desfiles brasileiros – veja repercussão. Disponível em: <<http://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2013/08/lei-rouanet-na-moda-ministerio-da-cultura-aprova-incentivo-desfiles-brasileiros-veja-repercussao.html>> Acessado em 03 de dezembro de 2016.

GODART, Frédéric. **A sociologia da Moda.** São Paulo: Editora Senac, 2010.

GUIA FEMININA. **Roupas Africanas.** Disponível em <<http://guiafeminina.com.br/roupas-africanas/>> Acessado em 17 de fevereiro de 2017.

HALL, Stuart. **A identidade Cultural na Pós modernidade.** Rio de Janeiro. DPHA 2006.

HARGER, Patrícia Helena. **O segmento de Moda Afro-Brasileira: Conceitos, Estrutura e Narrativas.** ModaPalavra E-periódico Ano 9, n.18, jul-dez 2016. ISSN 1982-615x.

Incentivo a Projetos Culturais. Disponível em <<http://www.cultura.gov.br/incentivofiscal>> acessado em 25 de dezembro de 2016.

HISTORIA BRASILEIRA. **Zumbi dos Palmares.** História Brasileira. Disponível em:< <http://www.historiabrasileira.com/biografias/zumbi-dos-palmares/>> Acessado dia 18 de janeiro de 2017.

INSTITUTO INICIATIVA CULTURAL. **Economia e Cultura da Moda no Brasil.** São Paulo: Ministério da Cultura/ Instituto Iniciativa Cultural, 2011. Disponível em: <http://www.iniciativacultural.org.br/wp-content/uploads/2011/01/Pesquisa-Economia-e-Cultura-da-Moda-2012.pdf>

KALIL, Gloria. **Fashion Marketing - Relação da Moda Com o Mercado.** Editora: SENAC SÃO PAULO.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: A moda e o seu destino nas sociedades modernas.** São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LOPES, Goya. **A moda afro-brasileira.** Salvador, 25 de janeiro de 2017. Entrevista a Jarimara Costa.

LUVIZOTTO, CK. **Cultura gaúcha e separatismo no Rio Grande do Sul [online].** São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. 93 p. ISBN 978-85-7983-008-2. Available from SciELO Books .

MARQUES, Tat. **O que é Streetwear Feminino?** Disponível em < <http://tat-marques.blogspot.com.br/2012/09/o-que-e-streetwear-feminino.html>>. Acessado dia 05 de março de 2017.

MASCARENHAS, Fabiana. **Além da Moda.** Disponível em:< <http://atarde.uol.com.br/muito/noticias/1787191-alem-da-moda>. > Acessado dia 06 de janeiro de 2016.

MODA E CULTURA BAHIA. **Instituto Mauá Fecha Parceria Com Organizadores Do Encontro De Moda E Cultura Da Bahia.** Disponível em: <<https://Modaeculturabahia.Wordpress.Com/Page/2/>>> Acessado Em 06 de Dezembro De 2016.

NAJARA. **A moda afro-brasileira.** Salvador, 04 de fevereiro de 2017. Entrevista a Jarimara Costa.

NEIVA, Tânia; **O que é Tendência de Moda;** Disponível em <http://tanieineiva.com.br/2012/05/09/o-que-e-tendencia-de-moda/>. Acessado dia 20 de janeiro de 2017;

OLIVEIRA Ana Cláudia Mei. Alves de. **Por uma semiótica da moda.** In. Castilho Kathia Galvão Daiana (org). A moda do corpo o corpo da moda. São Paulo: Ed. Esfera. 2002, p 126-134.

OLIVER, Aline. **Opinião sobre o ensino superior de moda em Salvador.** 05 de março de 2017. Entrevista a Jarimara Costa.

PARANHOS, Verena Paranhos. **Segunda edição do Afro Fashion Day terá 70 modelos e 50 marcas.** Disponível em: <<http://www.correio24horas.com.br/single-bazar/noticia/segunda-edicao-do-afro-fashion-day-tera-70-modelos-e-50-marcas/?cHash=f36b5b21decd9b565072e81b94c33721>> Acessado dia 24 de fevereiro de 2017.

PINTEREST. **Roupas Temáticas.** Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/322922235760367541/>>; Acessado em 17 de fevereiro de 2017.

POUTIGNAT, P.; STREIFF-FENART, J. **Teorias da etnicidade.** SP: UNESP, 1998. Presidência da República, Casa Civil. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4024.htm> Acessado dia 10 de janeiro de 2017.

RAÇA BRASIL. **NEGRIF: moda e cultura;** Disponível em <[afro-brasileirahttp://racabrasil.uol.com.br/cultura-gente/182/negrif-moda-e-cultura-afro-brasileira-296161-1](http://racabrasil.uol.com.br/cultura-gente/182/negrif-moda-e-cultura-afro-brasileira-296161-1)>. Acessado dia 22 de novembro de 2016.

SANTANA, Priscila. **Opinião sobre o ensino superior de moda em Salvador.** Salvador, 05 de março de 2017. Entrevista a Jarimara Costa.

SEPROMI BA. **Mercado Ião promove inclusão social e produtiva da população negra.** Disponível em:< <http://www.sepromi.ba.gov.br/2016/12/1255/Mercado-Iao-promove-inclusao-social-e-produtiva-da-populacao-negra.html>> Acessado dia 24 de fevereiro de 2017.

SIGNIFICADOS. **Significado de Efêmero.** Disponível em: <<https://www.significados.com.br/efemero/>> Acessado em 15 de janeiro de 2017.

SOU MAIS LIVE. **NBlack abre espaço para customização de abadás.** Disponível em: <<http://soumaislive.com.br/index.php/2017/02/16/nblack-abre-espaco-para-customizacao-de-abadas/>> Acessado dia 24 de fevereiro de 2017.

TRINDADE, Claudia. **Relevância da Moda afro-brasileira.** Disponível em <<http://associacaomodaafrobrasileira.blogspot.com.br/2012/10/relevancia-da-moda-afro-brasileira.html>> Acessado dia 17 de janeiro de 2017.

UNIFACS. **Design de Moda.** Disponível em: <<http://www.unifacs.br/graduacao-tecnologica/design-de-moda/>> Acessado dia 18 de janeiro de 2017.

UNIJORGE. **Cursos - Graduação Presencial.** Design de Moda. Disponível em: <<http://www.unijorge.edu.br/cursos/graduacao-presencial/design-de-moda.html>> Acessado dia 18 de janeiro de 2017.

UNIME. **CST em Design de Moda.** Disponível em: <<http://www.unime.edu.br/Paginas/Detalhes-do-Curso.aspx?CD=156&Curso=Design%20de%20Moda>> Acessado dia 18 de janeiro de 2017.

UOL. **Marta Suplicy: Moda é cultura.** Disponível em: <<http://m.folha.uol.com.br/opiniao/2013/08/1333615-marta-suplicy-moda-e-cultura.shtml>> Acessado em 03 de dezembro de 2016.

VASONE, Carolina **Gilberto Gil promove, oficialmente, a moda ao status de cultura para o governo brasileiro.** Disponível em: <<http://mulher.uol.com.br/moda/noticias/redacao/2007/04/18/gilberto-gil-promove-oficialmente-a-moda-ao-status-de-cultura-para-o-governo-brasileiro.htm>>;

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e sociedade.** Tradução de Leônidas H. B. Hegenberg, Octany Silveira da Mota e Anísio Teixeira. São Paulo: Editora Nacional, 1969.