

A INTERCULTURALIDADE NA INDÚSTRIA DA MODA: A INFLUÊNCIA EURO-AFRICANA NO VESTUÁRIO AFRO-BAIANO

Jean Gabriel Emidio dos Santos*

Resumo: Esse estudo qualitativo, de cunho bibliográfico tem por objetivo abordar a comunicação existente entre moda e cultura, um processo de integração que é responsável pela criação de tendências e estilos, através da interculturalidade, visto que, isso ocorre por linguagem visual, motivada pela necessidade de indivíduos que querem expressar sua identidade, através de influências étnicas. A pesquisa também aborda a influência da globalização nos vestuários, a forma como a indústria da moda contribui para a propagação de produtos provenientes de outras culturas, criando uma difusão entre elas. A relevância deste trabalho está na análise da influência euro-africana presente na identidade da moda afro-baiana, a maneira como os estilos se difundiram para se adaptarem a um contexto social. Concluiu-se que a interculturalidade se faz presente na indústria da moda, dentro de um processo de interligação entre as identidades culturais, permitindo trocas que se misturam e dialogam entre si por meio das composições nos vestuários.

Palavras-chave: Afro-baiano. Moda. Cultura. Globalização. Identidade.

Abstract: This qualitative, bibliographical study aims to discuss the existing communication between fashion and culture, an integration process that is responsible for the creation of trends and styles, through interculturality, since this occurs through visual language, motivated by the need of individuals who want to express their identity, through ethnic influences. This research also addresses the influence of globalization on clothing, the way in which the fashion industry contributes to the propagation of products from other cultures, creating a diffusion between them. The relevance of this work lies in the analysis of the Euro-African influence present in the identity of Afro-Bahian fashion, the way in which styles have spread to adapt to a social context. It concludes that interculturality is present in the fashion industry, within a process of interconnection between cultural identities, allowing exchanges that mix and dialog with each other, through clothing compositions.

Keywords: Afro-Bahian. Fashion. Culture. Globalization. Identity.

Introdução

A moda representa uma das maiores indústrias do cenário global, cuja complexidade vai além do conceito mercadológico, pois está intimamente ligada a diferentes culturas. Ela é responsável por propagar os aspectos que distinguem as etnias e formar identidades dentro de um contexto social, através de uma dinâmica constante de tendências.

* Bacharel em Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), Ilhéus, BA, Brasil. E-mail: jeangabrielemidio@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6114-9330>

A moda é uma ferramenta de comunicação entre culturas, visto que cada etnia traz sua identidade expressa em muitos aspectos culturais. Os vestuários são símbolos de representatividade de um povo; é através deles que um indivíduo pode reafirmar sua origem.

Considerando que a cultura também está no ato de vestir-se, a moda possibilita seu intercâmbio, pois há acessibilidade para a utilização de indumentárias em qualquer lugar ou momento, surgindo assim a propagação de tendências mescladas aos diferentes estilos. Essa integração entre diferentes grupos possibilita trocas interculturais fomentadas pela indústria da moda, onde as culturas se entrelaçam e estabelecem uma comunicação.

Desse modo, o objetivo dessa pesquisa qualitativa de cunho bibliográfico é abordar a interculturalidade na indústria da moda, discutindo acerca da interferência da globalização nesse âmbito e a forma como as vestes influenciam o comportamento de um indivíduo, além de ser um fenômeno que implica em propagar e mesclar culturas. Também se analisa a influência euro-africana na composição de vestuários da moda afro-baiana, as modificações e a preservação dos estilos relacionados às questões religiosas, étnicas e culturais e a identidade de um povo que adaptou diferentes estéticas no decorrer da sua história, para contextualizá-las à sua realidade.

Para alcançar o objetivo estabelecido, este artigo, inicialmente, disserta sobre a moda e a comunicação entre culturas. Em seguida, traz uma abordagem sobre a influência da globalização na moda. E por fim, analisa a influência euro-africana existente na moda afro-baiana, seguido dos resultados e conclusões da pesquisa.

Moda: Comunicação entre culturas

Dantas (2008) afirma que a comunicação, tendo como viés a cultura, não traz um enfoque pautado somente nos meios, mas também nas mediações. Portanto, o ato de mediar seria estabelecer uma base em comum entre duas partes, determinando uma espécie de inter-relação. Desse modo, essas mediações estabelecem um processo de comunicação, no qual o ser humano pode representar a si e todo o seu entorno, formulando produções e trocas de sentidos.

O ato de vestir-se carrega consigo uma série de significados culturais referentes à determinada civilização. Sendo assim, quando uma pessoa utiliza qualquer peça do vestuário de origem estrangeira, ela estará portando um enredo que transmite, instantaneamente, informações convertidas em linguagem visual, permitindo possíveis interpretações.

A moda também é vista como instrumento de comunicação entre culturas, expressando comportamentos, desejos, preferências e situações sazonais de maneira coletiva ou individual. Considerando que essa expressão acontece dentro de uma linguagem não verbal, ela se apresenta por um sistema de símbolos que descrevem panoramas culturais. Essas articulações são mantidas pela interação existente nas mudanças ou conservações da indústria *fashion*. Mendes (2013) afirma que há outra forma de o homem se comunicar [...] “através do seu vestuário, este tipo de ferramenta dispensa apresentações ou tradutores” (Mendes, 2013, p. 54). Desse modo, as roupas emitem mensagens explícitas de quem as usam, e a linguagem verbal torna-se desnecessária, facilitando o reconhecimento identitário de diferentes civilizações. Em eventos com participações de representantes internacionais, por exemplo, as cores chamativas e estampas geométricas podem sinalizar a origem de tribos africanas, enquanto a sobreposição de tecidos é comum entre os árabes. Ademais, as vestes também anunciam clima, poder aquisitivo, ideologia de vida, crenças e religiões. A interpretação depende do que está sendo transmitido, analisando-se a circunstância.

A compreensão sobre a relação entre moda, cultura e comunicação vai além das questões mercadológicas. É necessário entender como esses três elementos influenciam o comportamento humano, seja pela necessidade de seguir uma tendência ou optar por possuir singularidade. Conforme Mendes (2013), a “moda tornou-se o ponto de conexão entre os vários indivíduos de uma determinada sociedade, apontando semelhanças e ao mesmo tempo distinguindo-os uns dos outros – a partir de uma ilimitada plataforma de conjugações de peças de vestuário o indivíduo pode ser quem quiser” (Mendes, 2013, p. 42). A conexão desses três elementos possibilita a mediação entre sociedades, embora possa induzir à polarização. Ao mesmo tempo em que atua como ferramenta comunicativa estabelecendo união através de tendências, a moda tem a capacidade de individualizar a expressão cultural.

O cenário da moda propõe mudanças constantes, estimulando as pessoas a buscar o novo e a vivenciar a diversidade. Um único indivíduo pode assumir diferentes identidades, utilizando as variadas opções de produtos para compor algo comum ou diferenciado. A

acessibilidade a itens de regiões distantes facilita a metamorfose de estilos e tendências. A identidade de uma sociedade não é definitiva, ela se fragmenta pelo mundo, dando origem a outras percepções, interligadas por uma ramificação de sentidos. Alves (2017) reforça essa ideia ao afirmar que “entendemos a moda como parte dessas teias de significado, na medida em que se entende ainda que o universo da moda, suas roupas e sua indústria também influenciam um modo de se comportar, de aparecer e de ser” (Alves, 2017, p. 3). Assim, a moda vista como cultura, transmite traços do comportamento humano, uma vez que mantém ligações estreitas de comunicação entre o corpo e o vestuário.

Portanto, a moda enquanto veículo de comunicação entre culturas, não expressa somente identidades e valores de um grupo, mas também atua como mediadora de interações interculturais. E através desse processo de comunicação da sua dinâmica, é que se compreende a relação estabelecida entre moda e interculturalidade.

Moda e interculturalidade

A indústria da moda carrega uma gama de significados em suas produções, ultrapassando a mera confecção de roupas, Como destaca Pedroni (2019, p. 2, tradução nossa), “seu significado vai além dos limites do mundo têxtil, o que nos permite descrever a natureza onívora do fenômeno da moda”. De acordo com esse autor, a moda está associada à indústria cultural, onde temáticas culturais passam por transformações em processos industriais, remodelando criações intelectuais em produtos para o consumo. Essa produção pode ser considerada passiva, pois cria falsos desejos nos consumidores através da publicidade, que tem a finalidade de estimular o contentamento mediante a compra.

Com a reestruturação produtiva, a mercantilização da cultura e o surgimento da imprensa, lançaram-se no mercado inúmeras novidades, as quais intensificaram cada vez mais o consumo de massa. Para tanto, era necessário que se aprimorassem os mecanismos de venda. Assim, entre marcas, butiques, grifes e confecções, prevalecerá a ordem de criar, produzir e vender, e quem se encarregará desta última função será a publicidade (Trinca, 2004, p. 7).

Desse modo, pode-se compreender que a indústria da moda possui mecanismos para criar produtos culturais, sendo eles responsáveis em conectar etnias, por meio da expressão individual, que busca construir a própria identidade visual.

A moda é um veículo de interligação entre os povos e suas respectivas culturas, levando em consideração que os vestuários transportam signos que se comunicam por uma linguagem visual. Quando as sociedades se integram, elas passam a se relacionar de forma mútua. A interculturalidade na indústria da moda se evidencia nessa interação entre os diferentes grupos étnicos, que conversam e se entrelaçam.

Segundo Canclini (2004), a sobreposição de etnias, populações de cidades ou países, passa a fazer parte de um mundo intercultural globalizado. Diante das diferenças culturais, a interculturalidade propõe o paralelismo e a junção, no momento em que esses grupos se relacionam através de intercâmbios, implicando em negociação, confronto e concessões recíprocas. Nesse ato, o ambiente multicultural é abandonado para dar espaço ao conceito intercultural.

Com base nessa exposição a vários contextos culturais, pode-se afirmar que “a interculturalidade também permite ampliar horizontes, dando lugar às diferenças e apontando ao enriquecimento e mudança contínua” (Weissmann, 2018, p. 7-8). Desse modo, nota-se que a interculturalidade contribui diretamente para a dinâmica constante presente nas tendências do mundo da moda.

A moda traz consigo uma dinâmica cheia de significados determinantes na caracterização de um indivíduo, permitindo tanto a distinção quanto a representação de um coletivo no âmbito social. Nesse contexto, inicia-se um intercâmbio entre culturas, devido à necessidade de expressão identitária influenciada por outros povos. O indivíduo busca uma base para se sentir inserido ou ter semelhança a um grupo, e essa representatividade é sustentada pela estética, que visa compor uma identidade construída por elementos característicos de uma ideologia.

Glüher (2016) afirma que a identidade se modifica de acordo com as exigências de uma cultura e está estreitamente relacionada ao ambiente externo, vivenciada no imaginário social e perpassada entre os indivíduos. A distinção de grupos e pessoas é moldada pelo convívio na sociedade, de modo a criar aspectos que os assemelham e os distinguem. A identidade cultural é a junção entre identidade e saberes da cultura, onde o indivíduo tem a

percepção de identidade à medida que sofre influências da cultura do ambiente no qual ele está integrado.

A procura da autoafirmação e ancestralidade possibilita que o indivíduo agregue ao seu modo de vida, traços de uma determinada população para produzir sua identidade. Sendo assim, a moda oferece diferentes opções de inspiração para criar um estilo. Quando não há diversidade dentro de uma organização social, ocorre o interesse por novidades provenientes de outras regiões.

Na contemporaneidade, existem sociedades mais abertas às inovações e aquelas mais conservadoras. Silva (2013) define que a decisão de se manter tradicional é resultado de um segmento político-religioso, limitando o processo de aceitação a outras tendências, onde apenas alguns produtos da moda são inseridos. Isso acontece de maneira sutil para que não ocorra perda dos padrões originais, algo visível nos costumes de países do oriente médio, onde a mulher nativa desses territórios adequa lentamente seus trajes com inspirações europeias sem perder sua originalidade. Sobre isso, Silva (2013, p. 75) afirma que, “uma vez que o homem tem contato com a informação sobre o novo, passa a desejá-lo e a querer apropriar-se do que vê, e isso remodela seu costume, sua aparência e seu modo de pensar”. Apesar de incluírem outros elementos ao modo de vestir, ainda haverá referenciais fixos em suas origens.

Segundo Campos, Gomes e Sousa (2013), os vestuários possuem peculiaridades nas cores, texturas, estampas, hábitos e crenças, associados a um contexto histórico. Esses aspectos são fortes indicadores das essências culturais e servem de inspiração na confecção de produtos da indústria têxtil, uma vez que essas simbologias se tornam seus principais marcadores de distinção. Consequentemente, quando se transporta esses detalhes para qualquer parte do mundo, eles sinalizam sua origem específica devido à impregnação dos signos nas culturas referidas.

Para Mendes (2013), os signos têm o poder de representar elementos vinculados a determinadas referências. Portanto, conceitos associados a religiões, arquiteturas, objetos e mitologias, participam do intercâmbio cultural, carregando uma gama complexa de sentidos, até mesmo na simples prática de serem colocados em peças do vestuário de outros países. O uso de signos na moda étnica resgata as raízes e vivências cotidianas de tempos passados.

As três respectivas figuras apresentadas abaixo ilustram interações interculturais na indústria da moda, através de simbologias presentes em produções distintas.

A estampa dos incas pode ser vista na figura 1, em roupas e acessórios com bordados geométricos abstratos, intercalados com animais e seres mitológicos.

Figura 1 - Estampa inca



Fonte: Brasil Eco Fashion Week, 2023

A influência grega na contemporaneidade está visivelmente na estampa clássica dos meandros, bustos de guerreiros e dos deuses, como mostra a figura 2. A famosa marca italiana de moda Versace possui o logotipo com a face da Medusa.

Figura 2 – Logotipo da marca Versace



VERSACE

Fonte: NOFAKE, 2023.

Na figura 3, pode-se observar que os tecidos indianos ganham visibilidade por terem cores acentuadas, desenhos dourados e a presença de seres sagrados. Além disso, existe a criação de bijuterias inspiradas em joias da Índia.

Figura 3 - Tecido e bijuterias indianas



Fonte: Lory Aguiar, 2014.

Levando em consideração todos esses aspectos citados, percebe-se que um único signo retirado desses trajes e acessórios e posto em outra sociedade não deixaria de corresponder a sua matriz.

Assim, a moda não apenas promove a interculturalidade, conectando diversas etnias e tradições, mas também participa ativamente do processo de homogeneização cultural, facilitado pela rápida disseminação de informações e estilos. Esse fenômeno demonstra como a moda, ao operar dentro das dinâmicas da globalização, contribui para a formação de novas identidades culturais que, embora enraizadas em tradições específicas, são constantemente moldadas e influenciadas pelo intercâmbio global.

A Influência da globalização na moda

A globalização cria uma rede de acoplamento cultural baseada no processo de exportação e importação, utilizando tendências e estilos diversificados, movida pela demanda dos consumidores que possuem a necessidade de compor sua própria identidade por meio da aquisição de produtos da moda. “A globalização trouxe para a moda a capacidade de antecipar essa individualização coletiva, graças ao excesso e rapidez de informação e renovação, bem

como à capacidade de detectar grupos socioculturais.” (Albieri; Toniol, 2020, p. 3). Trata-se de um fenômeno global sustentado pelo dinamismo da indústria têxtil.

De acordo com Cardim (2011), a moda como produto cultural e social, foi uma das principais fomentadoras do desenvolvimento de transmutação cultural acelerada na esfera internacional contemporânea. Esse desenvolvimento se intensificou no começo do século atual, tornando a moda uma das primeiras promotoras da globalização. Entretanto, a moda continua vinculada à expressão de liberdade e às trocas interculturais, tanto no processo criativo quanto no consumo.

Os vestuários ressaltam o multiculturalismo através da incorporação de tendências que unem todas as populações do mundo, com conceitos agregados aos artigos de venda para consumidores que procuram uma imagem social. Assim, vê-se que as culturas não são vistas separadamente no cenário global, mas sim como um todo composto por diversas partes e canalizado pelo ciclo de renovação, aliado aos mecanismos de publicidade que contribuem para a disseminação.

As culturas hoje se encontram mescladas, dialogam entre si e, para muitos estudiosos, têm se tornado homogeneizadas, recebendo assim, uma nova nomenclatura “culturas” não sendo mais possível referir-se a elas como uma coisa una, heterogênea. Este fator foi possibilitado pela intensificação do processo de globalização que proporcionou o encurtamento das distâncias e a propagação, em escala mundial, da narrativa dos meios de comunicação, grandes responsáveis por ligarem pessoas das mais diversas partes do mundo (Sousa, 2013, p. 4).

As sociedades também participam da globalização de maneira inconsciente, muitas vezes sem saber a origem ou a utilidade de determinados elementos inseridos em seus cotidianos. Essa mescla de identidades viabiliza inúmeras produções da moda. Por exemplo, o enaltecimento dos cabelos crespos e penteados com turbantes por grupos sociais variados visa a autoafirmação afrodescendente; o uso de quimonos em outros países; acessórios feitos com sementes, penas de aves e pinturas corporais que passaram a ser referências de estilos inspirados pela cultura indígena, como ilustrado na figura 4.

Figura 4 – Elementos da cultura indígena

Fonte: Ali Gonçalves, 2021.

As propagações banalizaram indumentárias que antes eram consideradas estranhas. Todavia, as relações entrelaçadas geraram fluidez da produtividade no meio socioeconômico e criativo, promovendo a massificação cultural. Observa-se, portanto, que a cultura de massa não é imposta, mas oriunda das “próprias pessoas, no processo de socialização e compartilhamento de símbolos, valores e práticas, criam os mesmos elementos que são absorvidos e difundidos pelas instituições sociais, justamente por serem aceitos pelos indivíduos” (Dulci, 2015, p. 86). O consumo e a produção desses símbolos são gerados pela própria sociedade que os idealiza, com o intuito de projetar as preferências com que se identifica. Essa difusão ocorre pelas interpretações de grupos que encontram semelhanças e peculiaridades em culturas opostas às suas, absorvendo conjuntos de símbolos para a criação de novas tendências.

Nesse cenário, surge a moda afro-baiana, refletindo não somente a confluência de influências globais e locais, mas também reafirma sua singularidade através da preservação e reinvenção de símbolos sagrados e estéticos, demonstrando a continuidade e resistência da cultura afro-brasileira em meio às transformações impostas pela globalização.

A influência euro-africana na moda afro-baiana

Segundo Santos e Vicentini (2020), a moda afro-brasileira possui uma herança cultural africana, transportada por negros escravizados que atravessaram o Oceano Atlântico. Essa herança se manifesta através das tradições, costumes, religiosidade, saberes populares, ancestralidade, costuras de roupas e tecidos, nós, bordados, cores quentes e fortes, saias rodadas e joias artesanais, como ilustrado na figura 5.

Figura 5 - Moda Afro-baiana



Fonte: Correio, 2021.

Portanto, a moda afro representa fundamento para a cultura afro-brasileira, pois como afirma Harger (2016, p. 3) “pode transmitir por meio da roupa a mistura que tivemos em nosso país, principalmente a africana, indígena e portuguesa, mas não somente essas, e sim todas que fazem parte de nossa base cultural”. Esse contexto histórico permite compreender que a moda afro-baiana é símbolo de resistência, resgate e de recriação no processo de composições do vestuário, diante a uma realidade vivida no decorrer dos anos.

A moda afro-baiana evoca um sentimento de orgulho, proteção, resistência e camuflagem. O trabalho dos produtores é julgado pelos critérios de produção, promoção e crítica positiva, pois estão fora do alcance da maioria deles. Os indivíduos que basicamente reivindicam serem negros conectam e incorporam um passado antigo à performance diária de moda. As instituições da Diáspora herdaram muito das estéticas africanas por meio de um comportamento mimético e estabeleceram uma resistência à estética dominante. (Gonçalves, 2008 p. 60)

A moda afro-baiana não apenas celebra as raízes culturais, mas também reinventa e adapta elementos tradicionais, promovendo uma identidade única e dinâmica dentro do cenário contemporâneo.

Portanto, ao refletir a herança cultural africana e as influências europeias na moda afro-baiana, destaca-se como um espaço de resistência e recriação identitária. Essa fusão de elementos é particularmente evidente nas composições vestimentares influenciadas pelo candomblé, onde símbolos sagrados e estéticos se entrelaçam, criando uma indumentária carregada de significados culturais e históricos.

Influências do candomblé nas composições dos vestuários

Gonçalves (2008) afirma que as identidades culturais africanas, na maioria das vezes, são representadas por bases sagradas. A confecção da roupa afro-baiana incorpora elementos visuais e simbólicos do candomblé. Os orixás influenciam diretamente na estética afrodescendente, de modo que conceitos estéticos utilizam o sagrado no processo de criação e reinvenção. Isso inclui o uso de cores específicas e joias ritualísticas como fios de contas, correntes em prata, ouro e alpaca, argolas, pulseiras e turbantes, que se tornam elementos distintivos dos orixás.

A influência europeia é muito notória na vestimenta do Candomblé. Luz (2016) relata que o bordado de *richelieu* em saias, batas e panos da costa são geralmente usados por pessoas que possuem cargos na religião. Durante o período da escravidão, as negras escravizadas confeccionavam esses bordados para grandes senhoras da sociedade, o que as tornaram mais poderosas em termos econômicos. A cultura europeia, por ser hegemônica, inseriu elementos como os bordados de *Richelieu* nos trajes afro-baianos. Esses trajes eram utilizados somente em ocasiões especiais, ressaltando simbolismos de identidade, resistência e liberdade. Ainda, Luz (2016) afirma que a indumentária de Candomblé teve origem na junção de elementos da estética africana e elementos da moda europeia, sofrendo adaptações para adequar-se ao contexto cultural. Contudo, a confecção do *Richelieu*, que teve origem na Europa no século XV, mais precisamente na França, exemplifica essa influência, como ilustrado na figura 6.

Figura 6 - Vestimenta do Candomblé bordada em *richelieu*



Fonte: Ricardo Prado

Contextualizando com os relatos históricos descritos, nota-se que o uso dessas roupas eram símbolos de riqueza e poder, fruto da dedicação do trabalho manual. Santos (2021) argumenta que “[...] a indumentária religiosa utilizada no templo/terreiro, nos rituais e festas públicas, teria, até os dias de hoje, acompanhado as modas da realeza, cortesãs e plebeias portuguesas e europeias vigentes no século XIX” (Santos, 2021, p. 114) A imagem 7 ilustra esses elementos mencionados nas composições.

Figura 7 - Vestimenta do orixá Oxum



Fonte: Wikipédia, 2008.

Nessa imagem, pode-se ver a influência euro-africana, evidenciada pelo uso de anáguas, tecidos finos e bordados, saias volumosas com amarrações de laços, uso de miçangas, búzios e fios de conta.

Segundo Santos (2021), houve uma popularização dos tecidos africanos, tornando-os cada vez mais presentes nos terreiros. Esses tecidos são usados não apenas na confecção de trajes dos adeptos, mas também para as indumentárias dos orixás. Além disso, preservam os costumes euro-africanos nos modos de costura e desenvolvimento. Para os candomblecistas, o uso desses tecidos é um ato político, sinalizando que existem outras formas de se vestirem, além das convencionais. De modo que possibilitam uma estética que poderá ser usada fora dos ritos religiosos, especialmente com as estampas euro-africanas de tecidos *wax prints hollandais*.

A incorporação de elementos do candomblé nas composições vestimentares afro-baianas exemplifica a profundidade simbólica e a resistência cultural inerente à moda afrodescendente. Essa prática, que mescla influências africanas e europeias, não se limita à escolha de tecidos e bordados, mas estende-se também aos adereços e acessórios que complementam essas vestimentas.

Adereços e acessórios

De acordo com Gonçalves (2008), as joias de crioula influenciam a moda afro-baiana até os dias de hoje, representando símbolos de beleza, autoafirmação, riqueza e poder desde o período escravocrata. Essas joias percorriam África, Europa e América, mas sua confecção na Bahia sofria sincretismo, visto que os negros não podiam copiar os modelos europeus. Dessa forma, esses adereços ganharam características de elementos africanos, passando a ser chamados de “joias de crioula”.

Esses adornos não eram usados apenas como ornamentos, mas tinham uma forte representatividade religiosa, especialmente no contexto do candomblé. Como Gonçalves (2008, p. 66) explica, “[...] Os adereços africanos tinham uma ligação muito forte principalmente com o candomblé. Os balangandãs funcionavam como verdadeiros amuletos de proteção. Eram compostos de vários símbolos como: signos, animais, flores, figas.” Esses

adereços foram inseridos também na moda afro-baiana como acessórios estilizados, demonstrando o aspecto característico de recriar produtos que se associam às identidades culturais.

Silveira (2018) relata que turbantes, pulseiras, argolas, fios-de-conta e alpercatas (sandálias rasteiras de couro) são acessórios que compõem a vestimenta do candomblé e das baianas que comercializam produtos nas ruas. O visual dessas composições é repleto de simbolismo, que esboçam as influências africanas e europeias que sofreram releituras ao longo da história.

O turbante é um acessório muito utilizado na moda afro-baiana. Além de fazer parte dos trajes das religiões de matriz africana, ele foi muito difundido como tendência estética e como símbolo de representatividade étnica. Contudo, pode-se dizer que “[...] para muitos, a peça possui uma função de afirmação da identidade negra que vai além da simples tendência, sendo inclusive chamado de “coroa”, como forma de empoderamento.” (Diniz; Vilela, 2016, p. 6) Sendo assim, o uso do turbante ultrapassa as questões estéticas e assume a qualidade de símbolo identitário.

As manifestações artístico-culturais dos blocos afro como Ilê Aiyê, Malê DeBalê e afoxés, também utilizam adornos que afirmam suas identidades em festas do carnaval baiano. Esses incluem penteados com tranças, acessórios com búzios, palhas, miçangas e turbantes com diferenciadas amarrações, elementos que podem ser vistos na figura 8.

Figura 8 - Deusas do Ébano do bloco Ilê Aiyê



Fonte: André Frutuôso, 2019

Com base na figura 8 e no contexto da moda afro-baiana, percebe-se que os acessórios e adereços não são inseridos no vestuário dos indivíduos apenas como produtos estéticos, mas também por agregarem valor de representatividade da identidade cultural negra.

Considerações Finais

Com base nos estudos, pode-se afirmar que a moda influencia as etnias a aderirem outras culturas, visando à expressão identitária para estabelecer autoafirmação num processo coletivo ou individual dentro da dinâmica de tendências que promovem trocas de símbolos e seus significados presentes nos vestuários.

Dessa forma, moda e cultura se associam como instrumentos de comunicação entre os povos. Os trajes oferecem uma linguagem visual, emitindo hábitos, comportamentos, crenças, e contexto histórico, facilitando seu reconhecimento por estar impregnado de suas origens. A interculturalidade se faz presente na indústria da moda, dentro de um processo de interligação entre as identidades culturais, permitindo trocas que se misturam e dialogam entre si por meio das composições nos vestuários.

Nesse sentido, percebe-se que o fenômeno da globalização possibilita a mescla de estilos e tendências, o que contribui para unir um complexo de identidades diversificadas, sob o dinamismo do consumo que propaga o vestuário e acessórios além das questões mercadológicas.

A moda afro-baiana exemplifica toda a temática abordada neste estudo. A influência euro-africana demonstra o entrelaçamento entre culturas que originaram um novo estilo estético por meio de intercâmbios culturais, cercados de simbologias e contextos históricos. Esses intercâmbios fomentaram a releitura para a criação de novas tendências representativas dos indivíduos, utilizando a dinâmica da moda para moldar identidades que se adequam à realidade social.

Portanto, os resultados obtidos neste estudo, permitem compreender a indústria da moda como uma indústria cultural, que esboça aspectos de uma sociedade homogênea, que dialoga com as estéticas das diferentes identidades culturais sob uma perspectiva dinâmica de estilos e tendências. As abordagens permitem concluir que um único indivíduo pode assumir

diversas identidades através do vestuário, considerando a moda como um viés de liberdade, onde a escolha de auto expressão visual ultrapassa qualquer aprovação social. Tal ato resulta na difusão de grupos étnicos e propõe a individualização de estéticas, criando assim um espaço intercultural.

Referências

AGUIAR, Lory. **Modelos e Dicas de Roupas Femininas Indianas Online**. 2014. Disponível em: <<https://modafeminina.biz/moda-primavera-verao/roupas-femininas-indianas>>. Acesso em: 28 out. 2024.

ALBIERI, Sara; TONIOL, Ana Paula Nobile. O fast-fashion como fenômeno econômico-cultural: moda e globalização. In: **Brazilian Journals of Business**. Paraná. v. 2, n. 3. p. 1-12, jul., 2020. Disponível em: <<https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BJB/article/view/13697>>. Acesso em: 14 nov. 2022.

ALVES, Larissa. Moda, cultura e comunicação: um diálogo entre comportamento, corpo e expressão. In: **Anais do 13º Colóquio De Moda**. 2017, p. 1-12, São Paulo, 2017. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202017/COM_ORAL/co_4/co_4_MODALIDADE_CULTURA_E_COMUNICACAO.pdf>. Acesso em: 02 mai. 2018.

CAMPOS, Amanda Queiroz; GOMEZ, Luiz Salomão Ribas; SOUZA, Richard Perassi Luiz de. O sistema cultural da moda. In: **ALCEU**. Santa Catarina, v. 14, n. 27, p. 33-47, jul./dez. 2013. Disponível em: <<http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/3alceu27.pdf>>. Acesso em: 02 mai. de 2018.

CANCLINI, Néstor García. Teorías de la Interculturalidad y fracasos políticos. In: CANCLINI, Néstor García. **Diferentes, Desiguales y Desconectados: Mapa de la Interculturalidad**. Barcelona: Gedisa, p. 13-26, 2004. Disponível em: <<https://oibc.oei.es/uploads/attachments/123/garcia-canclini-nestor-diferentes-desiguales-y-desconectados-mapas-de-la-interculturalidad.pdf>>. Acesso: 31 de out. 2022.

CARDIM, Valter Carlos. **Moda e Performance: Razões e Raízes Históricas**. In: **Anais do IV Congresso Internacional de Pesquisa e Design**. n. 6, p. 1-5, 2011. CIPED. Disponível em: <https://www.academia.edu/49654412/Moda_e_Performance_Raz%C3%B5es_e_Ra%C3%ADzes_Hist%C3%B3ricas?auto=citations&from=cover_page>. Acesso em: 10 out. 2022.

CORREIO. **Marcas locais, idealizadas por empreendedores afrodescendentes, se destacam no cenário nacional**. 2021. Disponível em:

<<https://www.correio24horas.com.br/correio-afro/a-vez-do-protagonismo-negro-na-moda-baiana-0321>>. Acesso em: 29 out. 2024.

DANTAS, José Guibson Delgado. Teoria das mediações culturais: uma proposta de Jesús Martín-Barbero para o estudo de recepção. In: **Anais do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**. N. 10, 2008, São Luís. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2008/resumos/R12-0015-1.pdf>>. Acesso em: 31 out. 2022.

DINIZ, Ana Luiza Fernandes Pereira; VILELA, Andréa de Paula Xavier. **Coroa dos Oprimidos: Design de Moda e Identidade em Comunidades**. In: **Anais do 12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**. 12, 2016. Belo Horizonte. Disponível em: <<http://pdf.blucher.com.br/s3-sa-east-1.amazonaws.com/designproceedings/ped2016/0265.pdf>>. Acesso em: 13 out. 2022.

DULCI, Luciana Crivellari. Globalização, moda e a cultura do consumismo. In: **Revista dObras**. v. 8, n. 17, p. 81-89. 2015. Disponível em: <<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/13/13>>. Acesso em: 03 jun. 2018.

FRUTUÔSO, André. **Daniele Nobre já havia sido princesa do bloco por três vezes**. 2019. Disponível em: <<https://www.correio24horas.com.br/salvador/persistencia-apos-oito-derrotas-secretaria-executiva-vira-deusa-do-ile-aiye-0219>>. Acesso em: 29 out. 2024.

GLÜHER, Augusto Garcia. **Cultura e Moda na Contemporaneidade: O Território Identitário**. Dissertação (Mestrado em Design de Moda). Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa. Lisboa, Portugal. 151 f. , 2016. Disponível em: <<https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/13443/1/Cultura%20e%20Moda%20na%20contemporaneidade%20FINAL.pd>>. Acesso em: 14 nov. 2022.

GONÇALVES, Ali. 2021. Pintada à mão, Emília antecipa moda de verão com estampas indígenas. In: **Campo Grande News**. Disponível em: <<https://www.campograndenews.com.br/lado-b/diversao/pintada-a-mao-emilia-antecipa-moda-de-verao-com-estampas-indigenas>>. Acesso em: 29 out. 2024.

GONÇALVES, Veruska Barreiros. **Moda Afro-baiana: Comunicação e Identidade Através da Estética Afro**. Dissertação (Mestrado em Estudos Étnicos e Africanos). Universidade Federal da Bahia. Salvador, Bahia. 124 f., 2008. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/handle/ri/23958>>. Acesso em: 10 nov. 2022.

HARGER, Patricia Helena Campestrini. O segmento de moda afro-brasileira: Conceitos, Estruturas e Narrativas. In: **ModaPalavra e-periódico**. n. 18, p. 1-25, jun. 2016. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/journal/5140/514054175007/>>. Acesso em: 20 out. 2022.

KUNPI: uma jornada pela moda Inca e Pré-Inca. In: **Brasil Eco Fashion Week**. 2023. Disponível em: <<https://brasilecofashion.com.br/kunpi-uma-jornada-pela-moda-inca-e-pre-inca/>>. Acesso em: 28 out. 2024.

LANARO, Janaina Thais; VAILATI, Jariane. A influência de trajes indianos sobre marcas ocidentais. In: **Anais do 10º Colóquio de Moda**, n. 7, 2014. Rio Grande do Sul. Rio Grande

do Sul, 2014. p. 1-11. Disponível em:

<<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202014/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO3-CULTURA/CO-EIXO-3-A-INFLUENCIA-DOS-TRAJES-INDIANOS-SOBRE-MARCAS-OCIDENTAIS.pdf>>. Acesso em: 16 jun. 2018.

LUZ, Denise Pacheco. **A Hierarquia no Terreiro de Candomblé Demonstrada Através da Indumentária**. Trabalho de Conclusão de Curso (Pós-graduação em religiões e Religiosidades Afro-Brasileira: Política de Igualdade Racial em Ambiente Escolar). Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, 22 f., 2016. Disponível em:<<https://repositorio.ufjf.br/jspui/bitstream/ufjf/11028/1/denispachecoluz.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2022.

MENDES, Plácida. **A importância da linguagem do vestuário e a influência da globalização sobre a mesma**. Dissertação (Mestrado em Design de Moda) - Universidade da Beira Interior Faculdade de Engenharia. Covilhã, Portugal. 130 f. , 2013. Disponível em: <https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/1724/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20Final_PI%C3%A1cida%20Mendes.pdf>. Acesso em: 03 jun. 2018.

NOFAKE. **Grupos da Marca**. 2023. Disponível em: <<https://nofake.com.br/a-historia-da-versace/>>. Acesso em: 29 out. 2024.

PEDRONI, Marco; PÉREZ, Curiel. Pesquisa em moda: mudança, comunicação e indústria. In: **Revista Prisma Social**, Sevilha, n. 24, p. 1-8. Jan. 2019. Disponível em: <<https://idus.us.es/handle/11441/102926>>. Acesso: 31 out. 2022.

PRADO, Ricardo. **Alta costura afro baiana**. 2018. Disponível em: <<https://soteropolitanosculturaafro.wordpress.com/2008/09/16/identidade-ancestral/>>. Acesso em: 29 out. 2024.

SANTOS, Maria do Carmo Paulino; VICENTINI, Claudia Regina Garcia. Moda afro-brasileira: o vestir como ação política. In: **Revista dObras**. v. 15, n. 30, p. 15–38, 2020. Disponível em: <<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1233>>. Acesso em: 17 out. 2022.

SANTOS, José Roberto Lima. **Indumentárias de orixás: arte, mito e moda no rito afro-brasileiro**. Dissertação (Mestrado em Artes). Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho. São Paulo. 468 f., 2021. Disponível em:<<https://repositorio.unesp.br/handle/11449/216975>>. Acesso em: 6 nov. 2022.

SILVA, Emanuelle Kelly Ribeiro da. Moda, informação e cultura In: **IARA Revista de Moda, Cultura e Arte**. São Paulo, v. 6, n. 1, p. 66-89. 2013. Disponível em: <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/05_IARA_vol6_n1_Artigo.pdf>. Acesso em: 03 jun. 2018.

SILVEIRA, Carina Santos. **Experiência Emocional de Usuários com Imagens da Estrutura Vestimentar Afro-baiana**. Tese (Pós-graduação em Artes Visuais da Escola de Belas Artes). Universidade Federal da Bahia. Salvador, Bahia. 396 f., 2018. Disponível em:<<https://repositorio.ufba.br/handle/ri/29413>>. Acesso em: 13 out. 2022.

SOUSA, Lima de. O processo de hibridação cultural: prós e contras. In: **Temática**. Paraíba. v. 9, n.3, p. 1-8. 2013. Disponível em:
<<http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/tematica/article/view/21983/12102>>. Acesso em: 17 jun. 2018.

TRINCA, Tatiane Pacanaro. Moda e indústria cultural: uma relação concisa. In: **Revista de Iniciação Científica da FFC**. São Paulo. v. 4, n. 3, p. 1-11. 2004. Disponível em:
<<https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/ric/article/view/99>>. Acesso em: 31 out. 2022.

WEISSMANN, Lisette. Multiculturalidade, transculturalidade, interculturalidade. In: **Construção psicopedagógica**. São Paulo. v. 26, n. 27, p.1-16. 2018. Disponível:
<http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-69542018000100004>. Acesso: 12 out. 2022.

WIKIPÉDIA. **Ficheiro**: 2008 agboro e yagba 072.JPG. 2008. Disponível em:
<https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:2008_agboro_e_yagba_072.JPG>. Acesso em: 29 de out. 2024.