

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO-AMERICANOS SOBRE CULTURA E COMUNI-
CAÇÃO

YASMINE ROCHA REIS

***MJournal: Uma Análise da Produção Independente de Igi
Ayedun na Moda Brasileira***

São Paulo
2021

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
CENTRO DE ESTUDOS LATINO-AMERICANOS SOBRE CULTURA E COMUNI-
CAÇÃO

***MJournal*: Uma Análise da Produção Independente de Igi
Ayedun na Moda Brasileira**

Yasmine Rocha Reis

Trabalho de conclusão de curso apresen-
tado como requisito parcial para obtenção
do título de Especialista em Cultura, Edu-
cação e Relações étnico-raciais

Orientadora: Profa. Dra. Alecsandra Matias de Oliveira

São Paulo

2021

AGRADECIMENTOS

À Profa. Dra. Alecsandra Matias de Oliveira, pela máxima confiança, apoio, atenção, carinho e humanidade dentro e fora de sala de aula.

À Maria da Penha, Margarida Maria, Silvia, Aisha, Renata e Lorena. À todas as mulheres negras que vieram antes, que foram e fizeram, e estão presentes no meu aprendizado e construção, todos os dias.

Ao Raphael, pelo convite à expansão de consciência, ao conhecimento, que me levou ao curso, e para outros lugares desde então.

Ao Sérgio, pela amizade, nossa religião devota.

***MJournal*: Uma Análise da Produção Independente de Igi Ayedun na Moda Brasileira¹**

Yasmine Rocha Reis²

RESUMO

Considerando o atual tempo histórico, assolado pela maior crise sanitária global do último século, pelas grandes mobilizações midiáticas antirracistas, e pela efervescência do movimento intelectual, cultural e artístico negro no país; o presente artigo trata sobre o *MJournal*, uma publicação digital independente focada na cultura criativa por meio da moda, artes, design, política e comportamento. Fundada por Igi Ayedun, jovem mulher negra, com vasta carreira editorial na indústria da moda, de múltiplas expertises em pesquisa e curadoria às artes visuais, que tem revolucionado o mercado da comunicação de moda com seu trabalho pautado na pluriversalidade e na territorialização digital, através da criação de novas epistemologias, novas ideias e imagens que cruzam a experiência estética e o pensamento crítico na contemporaneidade. Por conseguinte, como estes contribuem para a construção de um mercado de moda brasileira, de fato, mais representativo, real, possível e independente.

Palavras-chave: Moda, Independente, *MJournal*, Igi Ayedun, Digital.

ABSTRACT

Considering the current historical time, plagued by the greatest global health crisis of the last century, by the great anti-racist media mobilizations, and by the effervescence of the black intellectual, cultural, and artistic movement in the country; this article is about *MJournal*, an independent digital publication focused on creative culture through fashion, arts, design, politics and behavior. Founded by Igi Ayedun, a young black woman, with a vast editorial career in the fashion industry, with multiple expertise in research and curation in the visual arts, who has revolutionized the fashion communication market with her work based on pluriversality and digital territorialization, through the creation of new epistemologies, new ideas and images that intersect aesthetic experience and critical thinking in contemporary times. Therefore, how they contribute to the construction of a Brazilian fashion market, in fact, more representative, real, possible, and independent.

Keywords: Fashion, Independent, *MJournal*, Igi Ayedun, Digital.

RESUMEN

Considerando el momento histórico actual, plagado por la mayor crisis de salud global del último siglo, por las grandes movilizaciones mediáticas antirracistas, y por la efervescencia del movimiento intelectual, cultural y artístico negro en el país; este artículo trata sobre *MJournal*, una publicación digital independiente centrada en la cultura creativa a través de la moda, las artes, el diseño, la política y el comportamiento. Fundada por Igi Ayedun, una joven negra, con una vasta carrera editorial en la industria de la moda, con múltiples conocimientos de investigación y curaduría en las artes visuales, que ha revolucionado el mercado de la comunicación de moda con su trabajo basado en la pluriversidad y territorialización digital, a través de la creación de nuevas epistemologías, nuevas ideas y imágenes que cruzan la experiencia estética y el pensamiento crítico en la época contemporánea. En consecuencia, cómo estos contribuyen a la construcción de un mercado brasileño de la moda, de hecho, más representativas, real, posible y independiente.

Palabras clave: Moda, Independiente, *MJournal*, Igi Ayedun, Digital.

¹ Trabalho de conclusão de curso apresentado como condição para obtenção do título de Especialista em Cultura, Educação e Relações étnico-raciais

² Pós-graduanda em Cultura, Educação e Relações étnico-raciais no Centro de Estudos Latino Americanos sobre Cultura e Comunicação da Universidade de São Paulo - USP; Especialista em Fashion Marketing and Communication pelo Instituto Europeo di Design - IED São Paulo e Graduada em Design-Moda pela Universidade Federal de Fortaleza - UFC.

INTRODUÇÃO	6
1 A QUESTÃO RACIAL NA MODA BRASILEIRA	10
1.1 Breve contextualização	10
1.2 O mercado editorial: quem é a imagem de moda do Brasil	11
1.3 Posturas antirracistas na moda brasileira	13
2 A PRODUÇÃO CULTURAL DE MULHERES NEGRAS NO BRASIL	16
2.1 Novos conceitos teóricos	16
2.2 A interseccionalidade no enfrentamento das questões raciais	18
2.3 As mulheres nas produções dessas novas culturas	20
3 IGI AYEDUN, UMA MILENNIAL NEGRA NA MODA	22
3.1 Apresentação	22
3.2 <i>MJournal</i> e a contribuição na comunicação da moda brasileira	26
3.3 Novas perspectivas, novas imagens de moda	29
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	32
REFERÊNCIAS	34

INTRODUÇÃO

A sociedade brasileira, desde a colonização, desenvolveu mecanismos sofisticados para manter a reprodução de uma estrutura social marcada pela assimetria entre aqueles que fazem parte de um grupo que, historicamente, detém o poder econômico e simbólico – as elites – e aqueles que chegaram mesmo a serem tratados como “coisas” em certo período histórico. Essa estrutura social foi construída sob a base do sistema escravista e ainda é reproduzida, mesmo que debaixo de uma nova roupagem, passados mais de um século desde a abolição. Tal assimetria está relacionada à condição étnico-racial dos indivíduos (CALADO, 2013).

Não por menos, a elite fez uma apropriação simbólica crucial que fortalece a autoestima e o autoconceito do grupo branco em detrimento dos demais, e essa apropriação então, legitima sua supremacia econômica, política e social. Universal. Por outro lado, é o constante investimento na construção de um imaginário extremamente negativo sobre o negro, que destrói sua identidade racial, danifica sua autoestima, culpa-o pela discriminação que sofre e, por fim, justifica as desigualdades raciais (BENTO, 2002).

De acordo com o último relatório do Atlas da Violência 2020 (IPEA, 2020), uma das principais expressões das desigualdades raciais existentes no Brasil é a forte concentração dos índices de violência letal na população negra. Enquanto os jovens negros são as principais vítimas de homicídios do país e as taxas de mortes dessa população apresentam forte crescimento ao longo dos anos, entre os brancos os índices de mortalidade são muito menores, quando comparados aos negros e, em muitos casos, apresentam redução.

Em 2020, o ano em que, literalmente, o mundo parou (e segue parado) pela pandemia da COVID-19, doença causada pelo coronavírus SARS-CoV-2, que mata milhares de pessoas por dia, principalmente negras e pobres, no Brasil e no mundo (GRAGNANI, 2020); pode-se dizer também que é o ano em que vivemos as maiores mobilizações midiáticas antirracistas das últimas décadas.

O assassinato do americano George Floyd, homem negro enforcado sob o joelho de um policial branco de Minneapolis, em 25 de maio de 2020, desencadeou grandes manifestações durante semanas, nos Estados Unidos, com vários protestos nas ruas e nas redes sociais, acompanhados e viralizados pela *hashtag* #BlackLi-

vesMatter (Vidas Negras Importam, em tradução livre), termo usado por famosos e anônimos como forma de apoio ao movimento contra o racismo e para cobrar das autoridades que resguardem vidas negras (ARRUDA, 2020). No Brasil, em 19 de novembro de 2020, véspera do Dia da Consciência Negra, João Alberto Silveira Freitas, 40 anos, foi espancado até a morte por dois seguranças de uma loja do supermercado Carrefour em Porto Alegre (CAMARGO, 2020), provocando revolta entre os brasileiros e protestos com invasões e depredações de unidades do supermercado, em algumas capitais do país (MARINS, 2020). A morte de João Alberto reitera as estatísticas do relatório do Atlas da Violência 2020, onde mostra que, apenas em 2018, os negros representaram 75,7% das vítimas de todos os homicídios; da mesma forma que, as mulheres negras representaram 68% do total das mulheres assassinadas, no Brasil (IPEA, 2020).

Paralelamente, é o mesmo tempo em que vivemos fatos de suma relevância histórica, como: as eleições de 2018, onde a cidade de São Paulo elegeu a candidata Erica Malunguinho, do PSOL (Partido Socialismo e Liberdade), como a primeira deputada estadual negra e trans a ocupar uma vaga na Assembleia Legislativa Paulista (MACHADO, 2018); onde dois anos depois, nas eleições de 2020, elegeu-se também a candidata Erika Hilton, do PSOL, outra mulher negra e trans, como a vereadora mais votada da capital paulista e do país, a primeira a ocupar uma vaga na Câmara da maior cidade do Brasil (VELEDA, 2020).

Um tempo, em que apesar dos grandes cortes públicos orçamentários e baixos investimentos na cultura e na educação, observamos a produção editorial de Djamila Ribeiro, uma filósofa negra, ganhar notoriedade nacional e internacional. (GALVANI, 2019); assim como, é notório o reconhecimento da produção artística negra nas artes visuais com a premiada exposição *Histórias Afro-Atlânticas*, uma mostra coletiva realizada pelo Museu de Arte de São Paulo (MASP) em parceria com o Instituto Tomie Ohtake, em 2018, eleita como a melhor exposição do ano pelo *New York Times* (FILHO, 2018). É o tempo da maior crise sanitária global do último século, porém, também é o tempo do crescente movimento da produção intelectual, artística e cultural negra do país.

O presente artigo está inserido no campo de estudo da moda, lugar onde a branquitude³ detém os espaços de poder e estão na centralidade da produção, criação e execução de grande parte da imagem de moda nacional. Em contrapartida, notamos uma efervescência da produção cultural, artística e intelectual negra no país, que alça o campo da moda como agente transformador, possibilitando a criação de novas ideias, novas narrativas, novas imagens. Um espaço propício e fundamental para que o protagonismo negro seja muito mais efervescente.

Por conseguinte, observamos que esses novos agentes produtores estão transformando o campo da moda. Percebemos que esses agentes trabalham principalmente com o objetivo de se comunicar de forma mais direta e horizontal com a realidade da sociedade brasileira.

Isto posto, apresenta-se Igi Ayedun, jovem mulher negra, artista multimídia, autodidata, com vasto repertório no mercado editorial de moda nacional e internacional, com diversas *expertises* em pesquisa e curadoria de conhecimento às artes visuais; que no ano da pandemia da COVID-19 vem revolucionando as formas de comunicação e de criação no mundo digital através do *MJournal*, primeira publicação digital mensal com foco em dispositivos móveis dedicada à cultura criativa por meio da moda, das artes, *design*, política e estilo de vida.

Considerando a moda como lugar de tensão e conflito que pode trazer possibilidades de transformação e superação do racismo e do preconceito, nesse sentido, parte-se da seguinte problematização: como uma mulher negra pode criar novos paradigmas, novas práticas e novas imagens na moda brasileira? Mais: De que maneiras o *MJournal*, como uma produção editorial independente, performa na contemporaneidade brasileira para a construção de novos protagonismos e subjetividades artísticas?

A importância deste artigo justifica-se pela compreensão das formas pelas quais Igi Ayedun exerce sua autonomia, em pleno anos de 2020, construindo e produzindo narrativas confluentes, agregando diversos corpos-sujeitos e subjetividades à novas possibilidades de existência e de resistência; e como essas colaboram

³ Criado pela psicóloga e ativista brasileira Cida Bento, o termo branquitude é um conceito referente aos traços da identidade racial do branco brasileiro a partir das ideias sobre branqueamento, em que se pode entender a projeção do branco sobre o negro; nascida do medo, cercada de silêncio e detentora de privilégios. É um dos temas mais recorrentes quando se estuda as relações raciais no Brasil (BENTO, 2002).

abrindo novos espaços aos que estão aí e porvir, na moda, na arte e na contemporaneidade.

Desse modo, a pesquisa está estruturada em três capítulos. No primeiro capítulo, a questão racial na moda brasileira, traz-se uma breve contextualização para o entendimento da questão racial no mercado editorial de moda no Brasil, como posturas antirracistas para o enfrentamento do racismo nessa indústria.

No segundo capítulo, a produção cultural de mulheres negras no Brasil, abordam-se conceitos teóricos fundamentais para analisar a produção de novas culturas a partir da perspectiva, da autonomia e da subjetividade negra como o feminismo negro, quilombismo, descolonização de conhecimento e interseccionalidade; e exemplos de quem está movendo a cultura através das suas produções individuais e coletivas.

No terceiro e último capítulo, Igi Ayedun, uma *millenial* negra na moda, discorre-se sobre a atuação de Igi Ayedun e o *MJournal*, sua publicação independente; e no que essa contribui para a comunicação de novas perspectivas e novas imagens da moda brasileira.

Por fim, entende-se que o presente artigo colabora para a construção de novas discussões a respeito da moda como campo social e político, responsável pela desconstrução do preconceito e do racismo na criação e na produção de imagem de moda brasileira; possibilitando a criação de novas narrativas, conceitos e linguagens que impactam diretamente a sociedade, onde já não há mais espaço para passar ao largo dessas questões. E para o fomento de novos agentes de transformação no enfrentamento desses em suas práticas diversas. Pois, como trata Grada Kilomba (2019, p. 13, grifo da autora): “*só quando se reconfiguram as estruturas de poder é que as muitas identidades marginalizadas podem também, finalmente, reconfigurar a noção de conhecimento: Quem sabe? Quem pode saber? Saber o quê? E o saber de quem?*”

1 A QUESTÃO RACIAL NA MODA BRASILEIRA

1.1 Breve contextualização

O ano é 2021. Falar sobre diversidade, representatividade e inclusão não é mais um assunto desconhecido. É questão inerente aos muitos movimentos sociais, políticos, culturais e de gênero que podemos acompanhar no enfrentamento às estruturas vigentes que negligenciam acessos, espaços, direitos e respeito aos grupos minorizados no país. Consideram-se pertencentes a esses grupos, negros, indígenas, mulheres e LGBTQIA+, mas a lista se estende. No entanto, o presente artigo abordará especificamente, a população negra.

Para tratar a representatividade é preciso haver representação, ou seja, o sujeito ver-se representado em algum tempo-espaço, na sociedade. Logo, a comunicação tem um papel fundamental na construção (e manutenção) da imagem, da beleza e do padrão expostos. A indústria midiática, com suas diversas plataformas de exposição, tem profunda influência na propagação das identidades, narrativas e estereótipos desses grupos, no caso, de negros e negras.

Assim, observar as imagens que uma sociedade tem produzido pode ser um meio para compreender quais problemáticas estão orbitando sua esfera e quais assuntos estão na ordem do dia. Para além de toda e qualquer superficialidade que possa revestir uma espécie de primeira camada sobre cada uma delas, observá-las com profundidade pode permitir que se entenda maiores contextualizações.

As revistas de moda, apesar da crise econômica e o próprio formato do negócio (lembramos aqui que as publicações impressas têm sofrido com o domínio do consumo da *internet* e mídias digitais), são bons exemplos para se fazer observações imagéticas, pois dão uma mostra do conteúdo em circulação e destacam os protagonistas escolhidos para representar um editorial. Ainda que, possivelmente, não se compre mais um exemplar ou não se folheie uma revista por inteiro, as capas costumam ficar no inconsciente coletivo, fixadas em uma esfera de prestígio social, e influenciam diretamente no campo do comportamento e do consumo de uma e/ou várias gerações (ESPECIAL: O QUE O IMPRESSO TEM QUE O DIGITAL NÃO PODE OFERECER? FFW, 2019).

Como as publicações de moda no Brasil sinalizam e/ou podem sinalizar para o público as grandes questões que tensionam a sociedade contemporânea, elas tor-

nam-se ponto crucial que revela de quem são os corpos-sujeitos escolhidos, literalmente, para estampar suas capas e vender publicamente essas chamadas, entre publicidades, jornalismo e tendências. Existe, então, representatividade negra nesse espaço midiático? Existindo, o que essa presença evoca como destaque e reflete quem está no comando dessa representação e criação de imagem, consequentemente, o que e como ela se comunica?

1.2 O mercado editorial: quem é a imagem de moda do Brasil

Segundo Ferreira (2004), a dicotomia entre Jornalismo e Publicidade é questionada por diferentes teóricos da comunicação. As duas áreas ocupam o mesmo espaço comunicacional e interagem na formatação do veículo. Ainda que profissionais da área afirmem que não há interferência entre os dois universos, a mensagem no contexto geral, veiculada nos meios, acaba produzindo uma linha editorial específica.

No caso de publicidades que apresentam pessoas afrodescendentes ou de outros grupos minorizados, por exemplo, não existe uma preocupação editorial em verificar as incoerências de discursos. Ou costuma não haver, tamanhas as atrocidades “despercebidas” que já foram e ainda são veiculadas no meio publicitário, como reitera o autor: *“Não são raros os casos em que uma matéria de denúncia de racismo pode vir imediatamente acompanhada por uma publicidade que cria estereótipos ou simplesmente ignora esses grupos”* (FERREIRA, 2004, p. 22).

Agora, quando tratamos da representação negra através da imagem, especificamente, em capas de revistas, essa problemática se torna ainda mais questionável, sobretudo, pela dominação imagética eurocentrada, como demarcador social que, muitas vezes, acaba por reforçar o *status quo*⁴ do negro dentro da sociedade brasileira; definitivamente, ainda fora do pertencimento dessa atmosfera em destaque. É algo *“como se o poder, manifestado através dos meios de comunicação, não permitisse outra visão do negro”* (FERREIRA, 2004, p. 24).

⁴ *Status quo* é uma expressão do latim que significa “estado atual”. Está relacionado ao estado dos fatos, das situações e das coisas, independente do momento. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/status-quo/>>. Acesso em: 6 fev. 2021.

O mercado editorial de moda não é um cenário diferente ou menos distante da indústria midiática publicitária, pelo contrário, é outra importante ferramenta que engrena (e impõe) a poderosa máquina da comunicação.

Noutra importante faceta, Stephanie Ribeiro (2019) salienta o quanto é simbólico que *"mesmo com a crescente representação de negros em seus editoriais, dada a pressão dos ativistas, esses profissionais negros sejam totalmente ausentes de qualquer cargo de decisão e poder, ou até mesmo de garantia salarial fixa"*. Em contrapartida, há quem defenda a diversidade na moda, pela presença de modelos negras em capas de revistas, editoriais, campanhas e desfiles. Numa perspectiva positiva de que, mesmo parecendo que não, o mercado vai aos poucos avançando nesse entendimento e impulsionando o crescimento do setor (BASTOS, 2015).

Inquestionavelmente, a representação negra na indústria midiática, publicitária e editorial de moda perpassa, mais que a própria veiculação dessa, por como e por quem cria, produz e propaga a imagem dessa tal representatividade.

O polêmico aniversário de 50 anos de Donata Meireles, ex-diretora de estilo da Vogue Brasil, uma das publicações de moda mais renomadas do país, numa festa luxuosa em Salvador, em fevereiro de 2019, gerou questionamentos pela decoração temática alusiva ao período colonial escravocrata, onde ela apareceu em fotos sentada em uma cadeira ao lado de mulheres negras com trajes tradicionais de baianas do acarajé. Essas imagens marcaram o evento e foram interpretadas como uma representação de uma senhora cercada por mucamas, remetendo ao período da escravidão. As imagens foram postadas nas redes sociais com a *hashtag* #doshow50.

Para o jornalista Kauê Vieira (2019), o caso de Donata Meireles revela certa fetichização de parte da chamada elite brasileira de “brincar” com elementos da cultura negra. *"Como se a negritude estivesse à venda ao lado de uma bolsa de grife"*, compara. O antropólogo Hélio Menezes (2019) publicou uma longa análise sobre a cadeira utilizada por Donata em seu perfil no *Facebook*, onde retrata a tradução da amplitude do poder negro e, por isso, enfatiza que:

O símbolo é forte demais, negro demais, ancestral demais para ser profanado por sinhozinha moderna, socialite-diretora descafeinada de revista de moda. 'Não é possível', pensei comigo, 'ela não pode estar fazendo isso'. Mas como não poderia, se o desuso, posse e destruição de símbolos negros por mãos brancas é ato simbólico-prático corriqueiro desde que os primeiros colonizadores europeus pisaram em África? Há quem chame isso de “apropriação cultural”; acho o termo ambíguo, despistador, por isso o

chamo pelo seu nome próprio: racismo estrutural, profanação cultural, apagamento de autoria e autoridade negras (MENEZES, 2019).

A fala faz refletir sobre ondas geradas pelo empoderamento negro. "*Não temos o mensageiro, mas ultimamente 'ser do axé' ou 'afro qualquer coisa' se tornou moda*", completa Kauê Vieira (2019).

Na época, a então diretora da Vogue, através de uma publicação no seu perfil do *Instagram*, se justificou dizendo que não se tratava de uma ode à escravidão, mas sim uma celebração ao Candomblé. Poucos dias depois da repercussão envolvendo sua festa de aniversário, na Bahia, Donata Meirelles pediu demissão da Vogue Brasil. Em nota, a revista lamentou o ocorrido e afirmou que esperava que o debate gerado servisse de aprendizado (PROPMARK, 2019). A publicação buscou se reposicionar quanto à questão do racismo e representatividade, contudo, segue apresentando certa distância no tratamento e na imagem dessa representatividade. A presença negra nas suas capas e conteúdos publicados, vale-se ainda de estereótipos pouco reais ou humanizados de negros, assim como de pessoas também pertencentes e consumidoras do nicho propagado de moda, beleza, estilo de vida e cultura.

Não à toa, Tatiana Nascimento (2021) é contundente, quando afirma que a branquitude é atingida positivamente pelo racismo. Que diferentemente do que se costuma pensar, pessoas brancas não estão ilesas às políticas coloniais de racialização. Para as pessoas brancas o mecanismo age de forma diferente da racialização negra, indígena, amarela, cigana. Para pessoas negras, os estereótipos racistas – que são os de racialização, ao mesmo tempo processo e produto – determinam papéis sociais subalternizados, ruins, depreciativos, negativos. Para pessoas brancas, estereótipos de racialização são associados a aspectos sociais positivos: beleza, ciência, arte, riqueza, limpeza, ordem, civilização, pureza.

Conseqüentemente, depreende-se que o mercado editorial de moda no Brasil é também responsável pela criação e desenvolvimento de uma imagem que não somente propaga, como mantém, lucra e se beneficia com a equivocada ideia de representatividade, inclusão, diversidade e antirracismo; devidamente exposta em vários meios de comunicação.

1.3 Posturas antirracistas na moda brasileira

No geral, a associação entre moda e pessoas negras se dá por escândalos de racismo que vez ou outra surgem envolvendo nomes de profissionais, marcas e revistas de moda acusados de discriminação na escolha de modelos, de utilização inapropriada e desrespeitosa de elementos de culturas africanas ou afro-brasileiras; na denúncia quanto à ausência de criadores negros nas passarelas e revistas; na falta de preparo de maquiadores para trabalhar em rostos negros; na grande diferença salarial entre profissionais negros e brancos da indústria da moda, entre várias outras situações que vem sendo denunciadas, especialmente nas redes sociais, como nos perfis do *Instagram* Moda Racista (deletado após ação judicial movida pelo estilista Reinaldo Lourenço), Moda Racista Vive, Racismo na Moda e Pretos na Moda (LIMA; BONADIO, 2020).

Em resultado das denúncias como as mencionadas e em meio ao cenário de mobilizações antirracistas internacionais motivadas pelo caso George Floyd, a edição da São Paulo Fashion Week – principal evento de moda do País – SPFW N50, que aconteceu entre 4 e 8 de novembro de 2020, em diálogo com o Coletivo Pretos na Moda, determinou que 50% da(o)s modelos fossem negra(o)s ou indígenas e estabeleceu valores mínimos de cachê e critérios de conduta e respeito a tais profissionais. O resultado foi uma semana de moda, que mesmo virtual, apresentou uma pluralidade maior de corpos e aparências. Ainda assim, vale ressaltar que as grandes marcas não apresentaram desfiles nessa edição.

Desde junho de 2020, dezenas de modelos e profissionais dos bastidores da indústria da moda decidiram encampar unânime o combate antirracista nas redes sociais. Na esteira dos recentes protestos antirracistas pelo mundo, eles relataram abusos nos bastidores de desfiles, campanhas e grifes de peso da moda. O ex-casal de estilistas Reinaldo Lourenço e Gloria Coelho foram os primeiros expostos no *Instagram* da modelo Thainá Santos. Comportamentos como desprezo nas seleções, olhares enviesados dos estilistas e comentários sobre negros “não se encaixarem no perfil da marca” eram recorrentes nos relatos, aponta o jornalista Pedro Diniz (2020).

Logo surgiram contas nas redes sociais, como a Moda Racista, primeiro perfil criado para publicar relatos de práticas racistas e preconceituosas na moda, que reuniu denúncias sem incluir a versão do lado acusado. Marcas brasileiras como El-lus, Le Lis Blanc, Animale, Riachuelo e Ratier, além do ex-casal de estilistas e seus

produtores, entraram na mira dos *posts* anônimos. Reinaldo Lourenço entrou na Justiça para tirar a página do ar. Não conseguiu, mas ganhou o direito de saber a identidade do autor, que excluiu a conta. No entanto, outros dois perfis foram criados, o Moda Racista Vive e o Racismo na Moda que ainda recebem denúncias (DINIZ, 2020).

Na movimentação do debate, as modelos que fizeram as denúncias recentes criaram o coletivo Pretos na Moda, para lutar contra o que entendem como uma indústria calcada em dinheiro, poder, contatos e elitismo, reivindicando direitos como equidade salarial em relação às *tops* brancas, explica Pedro Diniz (2020) que também considera que:

A ausência de negros nas passarelas não é novidade no país. O que se soube agora foi como essa falta de representatividade se desenrola nas coxias desde que essa indústria se viu obrigada a rever, aos olhos da lei, a imagem branca demais que vendia a um país de ascendência indígena e africana (DINIZ, 2020).

O retorno da revista Elle Brasil, outra renomada publicação de moda no país, em novo formato com foco no digital, em maio de 2020, traz mudanças significativas no que tange ao combate antirracista no mercado editorial de moda (MONTEIRO, 2020). Além de pautas, matérias e editoriais que permeiam outras diversidades de culturas, comportamentos, estéticas e estereótipos, em especial pessoas negras, elenca uma equipe diversa e inovadora no setor feita por mulheres negras, entre colunistas e colaboradoras, como a filósofa Djamila Ribeiro, a arquiteta Joice Berth, a mestra em moda Hanayrá Negreiros e a produtora Isis Vergilio; e a primeira editora negra de moda do país, Suyane Ynaya (PRADO, 2021).

Já o Projeto Moda Preta é uma iniciativa de sete jovens de diferentes estados brasileiros que se movimentaram durante a quarentena para falar de moda de forma não estereotipada. A ideia foi criar diversos conteúdos que falassem de moda, individualidade, expressão e, principalmente, quebrassem o estereótipo de que pessoas negras só podem falar sobre racismo ou ganhar atenção apenas no mês da consciência negra. O grupo cria desafios para conversar sobre moda de uma forma bem atual, abordando consumo consciente, *styling* e dando dicas para se expressar com o que se tem em casa. Outro ponto interessante do projeto é que ele começou como um desafio rotativo, que ia passando semanalmente pelo perfil de cada participante no *Instagram*, numa forma dinâmica e nova de divulgar o trabalho de todos os integrantes (OLHAELLE: PROJETO MODA PRETA, 2020).

Por fim, entende-se que, os espaços hegemônicos da moda, marcados pelo racismo do chão de fábrica à produção editorial, insistem na fetichização das expressões das culturas de matriz africana e na desumanização dos corpos negros. Contudo, profissionais negros da moda, principalmente mulheres, proliferam por caminhos alternativos, produzindo moda em novas imagens como estética política, expressão de identidade e pluralidade das culturas negras tradicionais e urbanas. Como também podemos perceber na atuação e na produção de Igi Ayedun e do *MJournal*, sua publicação editorial independente, cerne deste artigo.

2 A PRODUÇÃO CULTURAL DE MULHERES NEGRAS NO BRASIL

2.1 Novos conceitos teóricos

Ao compreender a moda como um campo social e político que mantém estruturas racistas e preconceituosas, assim como um agente transformador de novas abordagens, ideias e posturas, consideram-se alguns conceitos teóricos fundamentais para analisar a produção de novas culturas e imagens a partir da perspectiva, da autonomia e da subjetividade negra, tais como: o feminismo negro, quilombismo, descolonização de conhecimento e interseccionalidade.

Para Sueli Carneiro (2018), uma das maiores autoras do feminismo negro no Brasil, são suficientemente conhecidas as condições históricas que construíram a relação de coisificação dos negros em geral, e das mulheres negras em particular. A consciência dos limites da concepção feminista tradicional para contemplar a temática específica das mulheres negras conduziu à construção de uma plataforma de luta que tratasse simultaneamente das dimensões particulares de gênero e das questões gerais colocadas pela questão racial em nossa sociedade.

Haja vista a condição de mulher e negra, o papel histórico que as mulheres negras desempenham em suas comunidades; a comunidade de destino colocada para mulheres e homens negros pelo racismo e discriminação, impedem que os esforços organizacionais das mulheres negras possam se realizar separados da luta geral de emancipação do povo negro (CARNEIRO, 2018).

Portanto, o feminismo negro na sociedade brasileira se traduz em tríplice militância contra os processos de exclusão decorrentes da condição de raça, sexo e

classe. Ou seja, por força das contradições que o ser mulher negra atribui, recai sobre elas a responsabilidade de carregar politicamente bandeiras históricas e consensuais do movimento negro, do movimento de mulheres e somar-se aos demais movimentos sociais voltados para a construção de um novo projeto de sociedade; baseada nos valores da igualdade, solidariedade, respeito à diversidade e justiça social, conclui a autora.

Beatriz Nascimento (2018) deixou contribuições fundamentais para pensar a História do Brasil a partir da perspectiva da autonomia e da subjetividade negra. Através do conceito de quilombismo, ela apresenta uma nova forma de pensar os quilombos, tratando-os como sistemas alternativos sociais e políticos baseados em valores próprios, distintos dos valores dominantes da época, onde explica:

“Quem é quilombo”? O que é quilombo hoje? É a busca de pelo menos um conceito, de um fato histórico, de uma lembrança, de uma ideologia, de uma lenda, de um homem chamado Zumbi de Palmares. É um estar só, é um estar em fuga, é estar empreendendo um novo limite para sua terra, para seu povo e para você (NASCIMENTO, 1989).

A historiadora enfatiza que *"é preciso a imagem para recuperar a identidade. Tem-se que tornar-se visível. Porque o rosto de um é o reflexo de outro, o corpo de um é o reflexo do outro, e em cada um o reflexo de todos os corpos"*. Portanto, o quilombismo vem a tratar que *"o quilombo é memória que não acontece só pros negros, acontece pra nação; porque o movimento não é negro, o movimento é da história"* (NASCIMENTO, 1989).

Contemporânea, a artista interdisciplinar Grada Kilomba (2019) aborda o conceito da descolonização do conhecimento. Trata esse como um desafio às formas dominantes da produção de conhecimento, ensino e aprendizagem que seguem no mesmo molde perpetuado pela colonialidade de nossos povos, ao afirmar que esses apenas espelham as relações de poder sociais, raciais e de gênero; e propõe a retomada do lugar de fala, da voz negra, que fora silenciada ao longo da história. Para contar sua própria história, a partir do centro, como verdadeira protagonista que é, e não mais como objeto posto às margens como sempre o fora.

Que histórias são contadas? Como são contadas? E quem as conta? É necessário desconstruir para construir novas práticas, novas linguagens e novas imagens. É urgente descolonizar para conhecer. E é preciso saber para aprender com a história como, de fato, ela é de verdade.

Por fim, a mestra e doutoranda Carla Akotirene (2018) apresenta o conceito de interseccionalidade, pensado como uma categoria teórica que destaca múltiplos sistemas de opressão, em particular, articulando raça, gênero e classe. Desse modo, a interseccionalidade permite uma maior compreensão acerca das desigualdades raciais existentes. Logo, esse conceito assume um papel fundamental na luta do feminismo negro, ao considerar que a experiência do ser mulher é particular, pelas condições de vida e relações de poder e, que por isso é importante analisar as questões de maneira interseccional e não isoladamente; como também é necessário pensar estratégias tendo em vista a superação das várias opressões, buscando transformar a realidade individual e coletiva.

É por pensar que novas epistemologias possam dar conta das experiências, especificidades, narrativas históricas de mulheres e homens negros, que esses conceitos são utilizados para o desenvolvimento deste artigo.

2.2 A interseccionalidade no enfrentamento das questões raciais

Em 1989, Kimberlé Crenshaw publicou em inglês o artigo "Desmarginalizando a Intersecção de Raça e Sexo: Uma Crítica Feminista Negra da Doutrina de Antidiscriminação, Teoria Feminista e Políticas antirracistas" (em tradução livre)⁵, inaugurando o termo interseccionalidade. Em 1991, descreveu na publicação "Mapeando as margens: interseccionalidade, políticas de identidade e violência contra mulheres de cor", a localização interseccional das mulheres negras e sua marginalização estrutural, abordando à teoria crítica da raça e o conceito provisório de interseccionalidade.

Desde então, o termo discerne o paradigma teórico e metodológico da tradição feminista negra, "*promovendo intervenções políticas e letramento jurídicos sobre quais condições estruturais o racismo, sexismo e violências correlatas se sobrepõem, discriminam e criam encargos singulares às mulheres negras*" (AKOTIRENE, 2018, p. 53-54).

A autora ainda salienta que, frequentemente e por engano, pensamos que a interseccionalidade é apenas sobre múltiplas identidades. Entretanto, antes de tudo, a interseccionalidade é lente analítica sobre a interação estrutural em seus efeitos

⁵ Título original: "*Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics*".

políticos e legais. Por isso, evidencia como e quando mulheres negras são discriminadas e estão mais vezes posicionadas em avenidas identitárias, promotoras de barreiras raciais e sexistas, que farão delas vulneráveis à colisão das estruturas e fluxos modernos. Ela exemplifica, quando observa que:

Se, de um lado, nem todas as mulheres foram excluídas das indústrias e nem todos os negros foram excluídos do mercado de trabalho, somente a análise interseccional destacou a forma com que as mulheres negras sofrem a discriminação de gênero, dando múltiplas chances de interseccionar esta experiência. Quando ausentes os letramentos interseccionais para as abordagens feministas e antirracistas, ambos reforçam a opressão combatida pelo outro, prejudicando a cobertura dos direitos humanos (AKOTIRENE, 2018, p. 60).

Controversa e perversamente, apesar dos direitos humanos permitirem acesso irrestrito, independente de raça, sexo, nacionalidade, etnia, idioma, religião ou qualquer outra condição, as mulheres negras estão diante dos expedientes racistas e sexistas das instituições públicas e privadas por lhes negarem trabalho e, depois, o direito humano de serem reclamantes das discriminações sofridas. A interseccionalidade instrumentaliza os movimentos antirracistas, feministas e instâncias protetivas dos direitos humanos a lidarem com as pautas das mulheres negras (AKOTIRENE, 2018, p. 57).

Outra importante consideração a se fazer, é para o fato de que, além da violência atravessar as raças, classes e gerações, as queixas das mulheres negras sofrem estigmatização pelos aparelhos do Estado, devido, no geral, serem moradoras de espaços considerados perigosos, identificados como pontos de tráfico de drogas pelas mídias televisivas, principalmente. Além disso, o machismo garante aos agressores de mulheres, delegados, juízes e ativistas de direitos humanos o encontro de iguais, porque a polícia que mata os homens no espaço público é a mesma que deixa as mulheres morrerem dentro de suas casas. O desprestígio das lágrimas de mulheres negras invalida o pedido de socorro político, epistemológico e policial, sintetiza Akotirene (2018).

Em "Mulheres, Raça e Classe", de Angela Davis (2016), apresenta-se uma tradução linear e complementar para o conceito de Interseccionalidade. De acordo com a filósofa Djamila Ribeiro, que assina o prefácio dessa edição, a obra é relevante para que se entenda as nuances das opressões. Ao iniciar tratando da escravidão e de seus efeitos, da forma pela qual a mulher negra foi desumanizada, há a dimensão da impossibilidade de se pensar um projeto de nação que desconsidere a cen-

tralidade da questão racial, logo que as sociedades escravocratas foram fundadas no racismo. Ademais, Davis (2016) destaca a necessidade da não hierarquização das opressões, o quanto é preciso considerar a intersecção de raça, classe e gênero para possibilitar um novo modelo de sociedade.

Considerando as definições de Akotirene (2018) e Davis (2016), entende-se a interseccionalidade como um fator inerente e indispensável ao protagonismo no enfrentamento das questões raciais no Brasil, por mulheres negras que desenvolveram e desenvolvem tecnologias de sobrevivência e manutenção da vida, como agentes de transformação na sociedade, inclusive liderando a produção de novas culturas, novos protagonismos, novas práticas e identidades.

2.3 As mulheres nas produções dessas novas culturas

Compreendendo que as mulheres negras são as principais agentes de transformação da sociedade nos mais diversos campos, particularmente no que tange à produção e à continuidade do movimento ascendente cultural, intelectual e artístico negro no Brasil, faz-se relevante destacar alguns nomes atuantes que têm promovido novos cenários em áreas como a educação, política, moda, música e arte.

Djamila Ribeiro é Mestra em Filosofia Política, autora dos livros *best-sellers* "Lugar de Fala", "Quem tem medo do Feminismo Negro?" e "Pequeno Manual Antirracista", com destaque constante nas listas de livros mais vendidos no país; traduzidos e publicados também em francês, italiano e espanhol; e professora do curso de Jornalismo na PUC-SP. É coordenadora do Selo Sueli Carneiro e da Coleção Feminismos Plurais que, em dois anos, publicou nove livros de oito autoras e autores negros, com reflexões críticas, preço acessível e linguagem didática; e lançou uma plataforma de cursos e aulas *online*. É colunista do jornal Folha de S. Paulo e da revista Elle Brasil; e considerada pela BBC uma das 100 mulheres mais inspiradoras e influentes do mundo, em 2019. Impactando diretamente o debate público e democratizando o acesso ao conhecimento, Djamila Ribeiro se consolida como uma voz fundamental na luta antirracista e autora consagrada entre os maiores intelectuais brasileiros, frisando: "*como negra, não quero ser mais um objeto de estudo, e sim o sujeito de pesquisa*".⁶

⁶ Disponível em: <<https://websitedjamila.wixsite.com/sitedjamilafinal/biografia>>. Acesso em: 16 mar. 2021.

A pernambucana Erica Malunguinho é artista, educadora, Mestre em Estética e História da Arte. Eleita a primeira deputada estadual transexual negra do Brasil, em 2018, pelo PSOL-SP, em 2020, é considerada pela Organização das Nações Unidas (ONU) uma das cem pessoas negras mais influentes do mundo, no *ranking* Os Maiores Influenciadores Afrodescendentes (MIPAD, sigla em inglês), como personalidade reconhecida no segmento "Política e Governança" e, também, a primeira mulher transexual da história a entrar na lista (BARBADELLA, 2020). Com uma extensa área de atuação política, explica que "*a diferença de tá na institucionalidade, ali na Assembleia, é que a gente sistematiza tudo isso que a gente faz no cotidiano e transforma em prática política institucional, em símbolo*" (CANAL BRASIL, 2020). Erica é ainda idealizadora e gestora do quilombo urbano Aparelha Luzia que rapidamente tornou-se conhecido como um dos espaços culturais negros mais influentes e importantes do Brasil; observa-o como plataforma, lugar de sociabilidade onde os corpos negros estão livres e em segurança, um espaço que possibilita horizonte para que as utopias pretas possam fluir, frutificar outras coisas (AFRONTA!, 2017 a).

As gêmeas Tasha e Tracie Okereke, de 23 anos, são *djs*, estilistas, produtoras culturais, ativistas, blogueiras, influenciadoras digitais e *mc's* (KAUANI, 2019). Em 2014, criaram o *blog Expensive \$hit*, com produções de moda e beleza feitas com peças customizadas e de brechó, de até vinte reais, reflexões sobre a vida do jovem de periferia e pesquisas sobre a cultura negra (MARQUES, 2020). Em 2015, veio o reconhecimento internacional, quando foram as primeiras brasileiras a sair no portal *Afropunk* e, em 2016, fizeram um documentário da revista britânica *i-D*.⁷ Como projeto de descentralização, passaram a realizar festas no bairro periférico onde moram, ao invés de irem para o centro, levando o interesse que geram de volta para sua área. Outro importante aspecto observado pelas irmãs na vida e em seus trabalhos é que: "*Fora a questão racial o que te define como uma pessoa inferior perante a sociedade é sua vestimenta, a sua estética*". Por isso, defendem "*o nosso trampo é pra quem é de quebrada, quem anda do jeito que quer poder transitar onde quiser*" (AFRONTA! 2017 b), e que portanto, o seu trabalho é para autonomia intelectual e de autoestima do favelado.

Djamila, Erica, Tasha e Tracie, Igi Ayedun são mulheres negras, latino-americanas no protagonismo de novos capítulos da história do país e da sociedade, no qual

⁷ Disponível em: <<https://www.hellomoto.com.br/tasha-e-tracie-okereke-as-irmas-que-viraram-it-girls-da-quebrada-hc/>>. Acesso em: 17 mar. 2021.

a resistência, a sobrevivência e a manutenção da vida não resumem mais suas existências. O contrário. Vivas, ativas e vivazes, transbordam suas potências e seus conhecimentos em práticas, da esfera individual para a coletiva, gerando um incalculável e positivo impacto social.

3 IGI AYEDUN, UMA *MILLENNIAL* NEGRA NA MODA

3.1 Apresentação

Mulher negra contemporânea, 30 anos, paulistana e nômade residente no mundo, Igi Ayedun é artista multimídia, *designer* criativa de conteúdo e imagem, empresária, editora de moda, confluenciadora⁸ digital. Com uma sólida carreira nacional e internacional, tem *expertises* diversas na moda, na arte, na comunicação, na educação; com trabalhos nos setores editorial, televisivo e publicitário, em posição de concepção e liderança, sempre aplicando a seus trabalhos uma visão interdisciplinar aprofundada.

Figura 1: Autorretrato de Igi Ayedun



Fonte: Reprodução Instagram @igiayedun

⁸ O termo confluenciadora é utilizado para caracterizar o trabalho de Igi Ayedun na Internet, segundo análise da autora da pesquisa, baseado na ideia da “Era das Confluências” na comunicação, onde considera-se e trabalha com possibilidades pluriversais de existência.

Em 2018, junto a Samuel de Saboia e Lucas Andrade, fundou a Escola Efêmera AEAN (Ambiente de Empretecimento da Arte Nacional), escola gratuita direcionada para artistas negros e LGBTQIA+ que oferece aulas de performance, artes visuais e outros, a partir de uma perspectiva decolonial (MASTROBUONO, 2020).

Em 2019, sob o conceito “*Y se beleza fosse um ritual?*”, lançou a Aye, marca de cosméticos naturais africanos para pele, cabelo e aromaterapia 100% artesanal, sem testagem animal e feito no Marrocos. Sem estoque, com fabricação por demanda de compra; venda sazonal em respeito ao tempo de safra dos componentes utilizados; e com fórmulas customizáveis que podem ser utilizados com outros produtos orgânicos.⁹

Além disso, está à frente do desenvolvimento da sua carreira como artista. Desenvolve um trabalho com pigmentos naturais entre a pintura e o tingimento, que foi exposto na Europa, entre 2019 e 2020.¹⁰ Fez residência artística em Marrakech, no Marrocos, sendo a primeira mulher da história de Marrakech a trabalhar em um curtume Berbere (MASTROBUONO, 2020). E faz parte de um dos mais importantes projetos culturais do país nesse ano; é uma das artistas convidadas para a produção de obras que ilustram o livro “Enciclopédia negra, biografias afro-brasileiras”, de Flávio Gomes, Jaime Lauriano e Lilia Schwarcz, lançado recentemente pela Companhia das Letras, que traz retratos de personagens históricos negros feitos por artistas negros, que também serão expostos na Pinacoteca do Estado de São Paulo, de abril a outubro de 2021.¹¹

No que tange à moda, campo de estudo do presente artigo, ainda que muito nova, Igi Ayedun tem uma carreira editorial na indústria da moda de quinze anos, passando por muitos estágios de uma redação, entre o conteúdo e a produção de imagem, o que lapida sua trajetória comercial. Ainda trabalha com as duas áreas de maneiras diferentes, por meio de ações comissionadas, análises de mercado ou desenvolvimento de estratégias que cruzam a experiência estética e o pensamento crítico. Explica que é apaixonada pela moda porque ela torna acessível sua pesquisa e

⁹ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BxM94iOnItK/>>. Acesso em: 26 mar. 2021.

¹⁰ Disponível em: <<https://MJournal.online/quem-faz>>. Acesso em 26 mar. 2021.

¹¹ COMPANHIA DAS LETRAS. Lançamento do livro “Enciclopédia negra”, com Flávio Gomes, Jaime Lauriano e Lilia Schwarcz. Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=pWASk-XEKbTQ>>. Acesso em: 30 mar. 2021.

porque sem ela não conseguiria comunicar seu trabalho para muitas pessoas, e a relaciona com arte: "*Existe na moda contemporânea um gene de mobilização popular que acabou se perdendo da arte y me sinto bem em poder me relacionar com as duas coisas porque uma coisa acaba viabilizando a outra*"¹² (MASTROBUONO, 2020).

É apontada pela publicação *V Magazine*, do *Visionaire Group*, como um dos talentos mais notáveis de sua geração. Foi por muitos anos codiretora e responsável pela internacionalização da extinta revista independente U+MAG. Em longa data no mercado de moda entre São Paulo e Paris, acumula colaborações e trabalhos para vários veículos e marcas importantes, tais como, Elle, L'Officiel, Rede Globo, I-D magazine, Saint Laurent, C&A, Mesa Company, Coca-Cola, Nike, Melissa, Flagcx, Nivea, Natura, École Spéciale d'Architecture, O Estado de S. Paulo, Next Models, BOX1824, Vicunha Têxtil, entre outros.¹³

Criou o Matutas Shop (MSHOP), um *e-commerce* de conteúdos digitais avulsos e/ou por assinatura, grupos de estudos e análises sobre moda, tendências, comportamento e cultura, a preços acessíveis. Em pleno ano de 2020, com a pandemia de COVID-19 em curso, provocando inseguranças de várias ordens, fundou o *Ayedunis Bank*, um banco digital com moeda própria – o Ayeduni (AY\$) – dentro do Matutas Shop, para estimular e transformar qualquer reserva em dinheiro em créditos acumulativos para compra de Matutas, compilados de conteúdos e materiais exclusivos da plataforma. 60% das vendas mensais arrecadadas a partir do Ayedunis Bank foram revertidas para um movimento de impacto social que ajudasse comunidades em situação de vulnerabilidade social no Brasil.

Também ofertou o curso de criação e desenvolvimento de imagem de moda através do método Mesa, uma experiência de aprendizagem – ainda pouco explorada no Brasil – para construir imagem de moda para multiplataformas; e um grupo de estudos com consultoria e acompanhamento de *design* de moda para interessados em expandir os conhecimentos de criação e *design* de produto para vestuário e

¹² A troca da letra "e" pelo "y" na escrita de Igi Ayedun é um símbolo de reconhecimento de identidade latino-americana, segundo a sua descrição na seção "Quem faz o *MJournal*". Disponível em: <<https://MJournal.online/quem-faz>>. Acesso em: 31 mar. 2021.

¹³ Disponível em: <<https://MJournal.online/quem-faz>>. Acesso em 26 mar. 2021.

acessórios em geral; em ambos, para cada inscrição paga disponibilizou uma bolsa integral para pessoas em situação de vulnerabilidade social.¹⁴

Não somente, ainda em 2020, fundou o *MJournal*, publicação digital que analisa e informa acontecimentos que impactam a indústria criativa e a HOA, organização artística liderada por artistas com sede em São Paulo, dedicada à arte contemporânea latino-americana; um lugar que combina narrativas de artistas emergentes com comunicação, exposição, educação, práticas de estúdio e experiência de vendas.¹⁵

Moda, arte, política, cultura, comunicação, sociedade. Igi Ayedun é mesmo uma polímata das humanidades. Uma mulher artista que performa suas produções em diversas linhas de trabalho interseccionando criatividade, estratégia e pesquisa, sempre com um olhar crítico na contemporaneidade. Que inova, empreende, atravessa as barreiras dos territórios digitais, e reflete que hoje, a era da comunicação não é mais sobre a influência, mas sim, sobre a “Era das Confluências”. Sobre de fato entender que marcas e instituições também têm que ser capazes de criar fluxos, de criar trânsitos, de criar caminhos de informação, de expressão, e que as pessoas façam parte desses meios (AYEDUN, 2021). É sobre pensar: como se expande? Como se conecta? Como se interage?

Uma *millennial*¹⁶ negra na moda, marcante para além da sua fascinação pela cor azul, como também pela atuação na construção de novas epistemologias, tecnologias e imagens que possibilitam a condição da vivência, da existência e da representatividade de corpos dissidentes e marginalizados na pluriversalidade. Indubitavelmente, Igi Ayedun é um dos nomes mais expoentes dessa geração à frente do movimento efervescente intelectual, artístico e cultural negro do país; que assertiva, afirma: “*Não tenho essa pressa de acontecer, ser descoberta, bombar porque... Veja bem, não é bem assim que as coisas realmente funcionam. Não quando se é preciso fazer história*” (MASTROBUONO, 2020).

¹⁴ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/B8KNQ44n7qe/>>. Acesso em: 30 mar. 2021.

¹⁵ HOA TOUR. Disponível em: <<https://hoatour.art/MANIFESTO>>. Acesso em: 31 mar. 2021.

¹⁶ Conhecida também como Geração Y, *Millennials* é como são chamados os jovens entre 25-40 anos que assumem nova posição de poder na sociedade, dentre outros aspectos, cresceram com a *internet*, com a popularização das redes sociais e a explosão dos *smartphones*; movimentam a política levantando bandeiras de causas sociais, tais como, a do antirracismo, da sustentabilidade e da equidade de gêneros e abrem caminhos para novas mudanças. (VEJA, 2020)

3.2 *MJournal* e a contribuição na comunicação da moda brasileira

O meio ou processo, do nosso tempo – a tecnologia eletrônica – vem mudando a forma e a estrutura dos padrões de interdependência social e todos os aspectos da nossa vida pessoal. Ele nos obriga a reconsiderar e reavaliar, praticamente, cada ideia, cada ação e cada instituição que antes nos pareciam estabelecidas. Tudo está mudando, e mudando drasticamente, explica McLuhan e Fiore (2018).

É impossível entender as mudanças sociais e culturais do mundo sem saber como as mídias funcionam. Sendo assim, a juventude entende instintivamente o ambiente de hoje. Ela vive miticamente e em profundidade. Essa é a causa do grande estranhamento entre as gerações. Guerras, revoluções, insurreições civis são interfaces contidas nos novos ambientes criados pelos meios eletrônicos de informação (MCLUHAN; FIORE, 2018).

Considerando que o meio é a mensagem, indispensável e fundamental para a compreensão do tempo em que vivemos, analisa-se o Matutas Journal (*MJournal*) como uma das ideias mais disruptivas da comunicação e da mídia de moda dos últimos tempos.

Idealizado por Igi Ayedun, o *MJournal* surge em maio de 2020, como uma expansão das Matutas, uma mídia independente em formato de uma publicação *mobile* quinzenal. Segundo Igi, é um espaço onde queria discutir com mais franqueza as coisas que acontecem no planeta e que possuem uma influência direta ou indireta na indústria criativa, com foco em moda, arte e cultura estética. Numa explicação mais detalhada, pontua:

Aqui, te conectaremos com discussões relevantes publicadas por quem a gente confia y não só isso: despertaremos um olhar mais global sobre o nosso meio de forma que cada informação alimente os seus processos de criatividade, revelaremos conversas intimistas com pessoas que já estão pensando no novo mundo, criamos um alerta para as narrativas que necessitam ser visibilizadas, apresentamos o trabalho de novos artistas, incluímos as criações de novos profissionais imagéticos y apoiamos a NOVA moda brasileira, compartilhando o que o pensamento jovem deseja y realiza de hoje ao amanhã.¹⁷

Outra característica importante do *MJournal* é que cada edição faz parte de uma cadeia de estrutura chamada “liderança associada de conteúdo”, na qual um movimento de impacto social traz diálogos abertos que “*fomentam a dinâmica de*

¹⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B_vW5jVnVgr/>. Acesso em: 3 abr. 2021.

*construção de quem quer (re)distribuir privilégios na nossa missão dissidente incansável de restituição de direitos*¹⁸, destaca Igi.

Inicialmente, a publicação digital custava R\$ 5,99, *download* avulso no Matutas Shop, ou através da assinatura por US\$ 1 (um dólar), na plataforma *Patreon*. A partir do lançamento da segunda edição, em junho de 2020, o *MJournal* virou *MJournal.online*, iniciando um novo formato, mais vivo, *online*, interativo, atualizável semanalmente, *mobile* – cabendo também em *desktop* e em *smart tv* – e gratuito, graças ao financiamento coletivo que passou a sustentar a estrutura da mídia.¹⁹

Hoje, o *MJournal* conta com um expediente enxuto, formado por sete profissionais, todos em posição de liderança: Igi Ayedun (fundadora e líder de criação e conteúdo); Lucas Fernandes (líder de produção); Gabriela Campos, Jessica Amorim e Ana Rodarte (líderes de reportagem); Juca (líder de *design* e projeto gráfico) e Ananda (líder de tradução). Em uma plataforma própria que hospeda também o MShop, MNow, MPro e MTalks, todos produtos publicados pela empresa M Jornal Digital Ltda. Com sete edições publicadas desde seu lançamento, dividido entre as seções de moda, comportamento, imagem, sociedade, cultura, ensaios e cadernos especiais, o *MJournal*, é publicado em português, inglês e, em breve, francês.²⁰

¹⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B_vW5jVnVgr/>. Acesso em: 3 abr. 2021.

¹⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CA_LgGoHWZa/>. Acesso em 3 abr. 2021.

²⁰ *MJOURNAL.ONLINE*. Disponível em: <<https://MJournal.online/quem-faz/>>. Acesso em: 4 abr. 2021.

Figura 2: Algumas capas das edições do MJournal



Fonte: Reprodução MJournal.online (site)

Da esquerda superior à direita inferior, as seguintes capas e títulos das edições: Ed.001: "Nós decidimos o que será diferente"; Ed.002: "Ação além poética, que nenhuma experiência estética nos aprisione"; Ed.003: "Portas trancadas, fronteiras abertas"; Ed.004: "Flor de cem, raiz de mil"; Ed.005: "Y que venha o amanhã"; Ed.006: "O começo do fim"; Ed.007: "Uma imagem cura mais do que mil palavras".

Com apenas cinco meses, o *MJournal* conquistou patamares que nenhuma outra publicação editorial independente de moda alcançou antes. Em outubro de 2020, a empresa de Igi Ayedun se tornou uma das empresas da FLAGCX, maior grupo de comunicação da América Latina. Formalizando a sua existência como "uma das mais frescas publicações de moda do Brasil, com sede em São Paulo, Paris e Nova York y uma nova ventania dos novos tempos do se pensar moda, arte, sociedade y cultura em raízes bem fincadas na reconstrução do novo mundo", afirmou Igi em comunicado oficial no seu perfil do Instagram.²¹ E, então, passou a adotar o seguinte release:

²¹ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CG8RsCnHcKC/>>. Acesso em: 4 abr. 2021.

MJournal é a primeira publicação digital mensal com foco em dispositivos móveis, dedicada à cultura criativa por meio da moda, artes, design, política e estilo de vida. A fim de celebrar a expansão da era mobile, MJ promove uma maneira fácil de absorver conhecimento e informação desenvolvendo uma conexão entre leitores da Geração Z, Millennials e a sociedade contemporânea. O MJ também é uma loja de conteúdo que oferece experiências multimídia como cursos online, streaming, tendências estéticas + pesquisa de comunicação para impulsionar uma nova geração de negócios CDN interativos (AYEDUN, 2021).

Com isso, além de fundadora, CEO, proprietária e sócia-majoritária do *MJournal*, aos 30 anos de idade, Igi Ayedun é a primeira mulher negra *publisher*²² da indústria da moda brasileira.

Compreendemos, então, que o *MJournal*, enquanto veículo digital independente de moda, cuja linha editorial em nada segue a tradição das grandes publicações do meio, mantenedoras e reprodutoras de padrões eurocêtricos, opera como o meio e a mensagem de uma época histórica. Efervescente do nosso tempo. Onde a contemporaneidade urge pela construção de novos protagonismos, novas linguagens, novas imagens e novas tecnologias baseadas em epistemologias decoloniais; isto é, alicerçadas na disrupção necessária para a elaboração de novas narrativas pluriversais a serem comunicadas, principalmente quando tratamos das representatividades dissidentes e marginalizadas da sociedade, como a população negra, LGBTQIA+ e periférica, por exemplo.

3.3 Novas perspectivas, novas imagens de moda

De acordo com Achille Mbembe (2018), estamos no exato momento em que a História e as coisas se voltam para os negros, e em que a Europa deixou de ser o centro de gravidade do mundo. O pensamento europeu, no século XX, foi posto em xeque por críticos como Abdias do Nascimento, Franz Fanon, bell hooks, Lélia Gonzalez etc., hoje, ele voltou a perder força na narrativa e, logo, em outras esferas sociais. "*Efetivamente, esse é o grande acontecimento, ou melhor diríamos, a experiência fundamental da nossa época*" (MBEMBE, 2018, p. 11).

Somos totalmente questionados por todos os meios. Eles são tão abrangentes em suas implicações pessoais, políticas, econômicas, estéticas, psicológicas, morais, éticas e sociais que não deixam nenhuma parte nossa intacta, inatingida ou

²² *Publisher* é uma palavra da língua inglesa que significa "aquele que publica". Quando trata-se de mídia e comunicação, é uma pessoa ou empresa que atua como veículo para a publicação do conteúdo. Disponível em: <<https://negociossc.com.br/blog/como-criar-conteudo-de-marca-com-um-publisher>>. Acesso em: 4 abr. 2021.

inalterada. Por isso, nenhum entendimento de mudança social e cultural é possível sem saber de que forma as mídias operam como ambientes. Todas as mídias são extensões de alguma faculdade humana – psíquica ou física (MCLUHAN; FIORE, 2018).

Igi Ayedun (2021) reflete que, a partir do momento em que se começa a entender esse espaço digital, o espaço virtual como um território em que se tem indivíduos, que se tem pessoas, interagindo com isso e sendo agentes, não só pacientes dessas ferramentas, mas, agentes dessas ferramentas, também consegue-se entender a formação de processos de territorialização. Nos quais o corpo é território. Por isso, então, é relevante também entender a forma de se pensar, de se fazer, de se projetar ou de interagir: quais são os aspectos que esses corpos, como novos territórios, estão culminando, explorando e, esperando desse lugar.

Isto posto, a ideia da pluriversalidade, trabalhada por Igi em suas produções, é sobre o pensamento universal, de uma hegemonia que se utiliza como instrumento de poder para controlar e demarcar territórios, que já não faz mais sentido na época do mundo em que vivemos. Sendo assim, existe uma sensibilidade e liberdade nesse processo, porque é possível transcender as próprias possibilidades de existência, de comunicação, de interação, para além daquilo que o sistema colonial e neoliberal materialista impõe para se viver (AYEDUN, 2021).

Figura 3: Fotos da seção Imagem: Vida Entre Brechas, ED.007, do *MJournal*.online. Da esquerda para a direita: Foto 1: Luara Souza e Maykalla Marcelina, vestem 'Brusinhas Top' Use VP (@use_vp) de Vicenta Perrotta com beleza assinada por João Francavilla; Foto 2:: Lino Calixto e Eli Nunes.



Fonte: Reprodução *MJournal*.online (site)

Quando analisamos a construção, a produção e a comunicação do *MJournal* desenvolvidas a partir de uma ideia, primordialmente, pluriversal, de outras possibilidades que sejam mais abertas e não-designadas por um poder hegemônico que está em crise, a contemplar outros corpos-sujeito-território, é possível captar a relevância que a experiência estética provoca através das novas imagens de moda criadas, e o quanto essas contribuem para um novo tempo no mercado editorial de moda brasileira. Real, plural, possível e mais independente. A digitalização, nesse caso, é e pode ser uma resposta para isso. De oferecer mesmo a possibilidade de pessoas transitarem entre muitas verdades, entre muitas condições de existência.

O mundo está mudando e a imagem se torna, cada vez mais, o principal pilar de comunicação da sociedade. Não há mais imagem sem experiência. *"A era da imagem se tornou o lugar onde vivemos. Em tempos em que quase tudo é dito pelo o que se vê, criar imagem de moda é falar através dos olhos"* (MJOURNAL, 2021).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Olhar apenas para os fatos que acontecem no Brasil e no mundo, de uns anos para cá, não responde totalmente ao porquê de as pautas raciais estarem figurando nos assuntos da ordem do dia da opinião pública brasileira. É uma questão bem mais antiga, de ordem colonial, dos tempos da colonização e da escravidão. O racismo opera com engrenagens sofisticadas e altos investimentos para a manutenção da branquitude como sistema reprodutor de preconceitos, fobias, abusos, intolerâncias, desrespeitos e deslegitimidades; detentor de privilégios e legitimador de todos os demarcadores sociais, econômicos e culturais, quando se trata de raça, classe e gênero, principalmente, quando não é o imposto pela sua normatividade.

De candidatas negras transexuais eleitas às questões de discriminação no enredo de novelas, da importância da representatividade em revistas de moda à aceitação do cabelo crespo em *reality show*: questões nacionais que se parecem e se relacionam a questões globais, desde que a crítica ao padrão branco hegemônico universalizador ganhou força com a geração contemporânea, sobretudo, através das mídias digitais. Afinal, não é possível entender a época, sem entender os meios da época.

Diante da maior crise sanitária global do último século, causada pela pandemia da COVID-19, não só o mundo, a sociedade, a política e a economia, mas a moda e suas relações foram postas em xeque, em um tempo histórico também, pelas maiores mobilizações midiáticas antirracistas do planeta; e precisam ser repensadas, reavaliadas e reconstruídas com urgência.

É possível existir como um veículo de moda em meio a discussões de ordem tão mais urgentes? É possível pensar a moda através de uma plataforma de comunicação inserida nos mais plurais contextos sociais, políticos e culturais da nossa época, em pleno “aceleracionismo” digital no comportamento, nos novos formatos de negócios, nos pensamentos e na estética?

Igi Ayedun, jovem mulher negra, de apenas 30 anos de idade, mostra que não somente é possível, como também o faz, e realiza com requintes tecnológicos disruptivos característicos de uma geração que tem pressa pela urgência da transformação. Da ação. Do movimento. E das possibilidades de existência e de (sobre)vivência num mundo em crise.

Através do *MJournal*, uma publicação digital independente focada na cultura criativa, criada em 2020, Igi Ayedun alça a moda como agente transformador que possibilita a criação de novas ideias, novas narrativas, novas práticas e novas imagens no mercado editorial da moda brasileira. Com a produção de novas epistemologias decoloniais que contemplam a pluriversalidade e a territorialização digital, desenvolve linguagens e estratégias que impactam diretamente a sociedade e a ordem ultrapassada tradicional dos meios de comunicação padrão.

Por conseguinte, Igi Ayedun performa na moda e na contemporaneidade como agente transformadora, catalisadora na construção de novos protagonismos e subjetividades artísticas por meio do *MJournal*, como um espaço, um meio e uma mensagem fundamental para a continuidade da experiência efervescente do movimento intelectual, cultural e artístico negro, promovendo profundas transformações de ordem revolucionária, nesse tempo histórico.

REFERÊNCIAS

AFRONTA! Erica Malunguinho. Netflix, 2017. Temporada 1 (13 min) (a).

AFRONTA! Tasha e Tracie Okereke. Netflix, 2017. Temporada 1 (14 min) (b).

AKOTIRENE, Carla. **O que é interseccionalidade**. Belo Horizonte: Letramento: Justificando, 2018.

ARRUDA, Jessica. Black Lives Matter: entenda movimento por trás da hashtag que mobiliza atos. **UOL Universa**, 3 jun. 2020. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2020/06/03/black-lives-matter-conheca-o-movimento-fundado-por-tres-mulheres.htm>>. Acesso em 27 out. 2020.

AYEDUN, Igi. In: **Hood Talks: “Real. Digital. Virtual” - Spacial Chat**. 17 mar. 2021. Gravação de áudio digital. Acervo particular.

BARDELLA, Ana. Erica Malunguinho é 1ª trans em lista de influenciadores da ONU: “Honrada”. **Uol Universa**. 10 out. 2020. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2020/10/10/erica-malunguinho.htm>>. Acesso em: 16 mar. 2021.

BASTOS, Higor. O momento das modelos negras na moda mundial. **Portal Geledés. Entretenimento**. 22 mai. 2015. Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/o-momento-das-modelos-negras-na-moda-mundial/>>. Acesso em: 14 jun. 2019.

BENTO, Maria Aparecida S. Branqueamento e Branquitude no Brasil. In: CARONE, Iray; BENTO, Maria Aparecida S. (Orgs.). **Psicologia social do racismo – estudos sobre branquitude e branqueamento no Brasil**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2002, p. 25-58.

CALADO, Maria da Glória. **Escola e enfrentamento do racismo: as experiências das professoras ganhadoras do Prêmio Educar para a igualdade racial**. São Paulo, 2013. 217p. Tese (Doutorado em Psicologia da Educação) – Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, 2013.

CANAL BRASIL. Erica Malunguinho debate representatividade na política. **Programa TransMissão**. 4 jun. 2020. YouTube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=-cSFEL2to0I>>. Acesso em: 16 mar. 2021.

CAMARGO, Cristina; SPERB, Paula. Homem negro morre após ser espancado por seguranças do Carrefour em Porto Alegre; veja cenas. **Folha de S. Paulo**. 20 nov. 2020. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2020/11/homem-negro-morre-apos-ser-espancado-por-seguranças-do-carrefour-em-porto-alegre.shtml>>. Acesso em: 11 jan. 2021.

CARNEIRO, Sueli. **Escritos de uma vida**. Belo Horizonte. Letramento, 2018.

DAVIS, Angela. **A liberdade é uma luta constante**. Tradução: Heci Regina Candiani. São Paulo: Boitempo, 2018.

DAVIS, Angela. **Mulheres, raça e classe**. Tradução: Heci Regina Candiani. São Paulo: Boitempo, 2016.

DINIZ, Pedro. À flor da pele - Indústria da moda vira o novo alvo da luta antirracista, e tops negras lideram denúncias. **Folha de S. Paulo**. São Paulo. 2 de jul. 2020. Ilustrada.

ELLE BRASIL. Vol 1. 1ª edição. São Paulo: Papai Editora, 2020.

ESPECIAL: O QUE O IMPRESSO TEM QUE O DIGITAL NÃO PODE OFERECER? **FFW**, 2019. Disponível em: <<https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/especial-o-que-o-impresso-tem-que-o-digital-nao-pode-oferecer/>>. Acesso em: 9 mar. 2021.

FERREIRA, Ricardo Alexino. Quando a imprensa branca fala da gente negra: a visão eurocêntrica da imprensa na cobertura de afrodescendentes. In: CARRANCA, F.; BORGES, R. S. (Orgs.). **Espelho Infiel: o negro no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2004, p. 19-27.

FILHO, Antonio Gonçalves. Exposição do Masp é eleita a melhor do ano pelo New York Times. **O Estado de S. Paulo**. Cultura / Artes. 7 dez. 2018. Disponível em: <<https://cultura.estadao.com.br/noticias/artes,exposicao-do-masp-e-eleita-a-melhor-do-ano-pelo-new-york-times,70002637412>>. Acesso em: 19 fev. 2021.

GALVANI, Giovanna. Djamila Ribeiro ganha prêmio holandês por produção cultural de destaque. **Carta Capital**. Sociedade. 5 set. 2019. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/sociedade/djamila-ribeiro-ganha-premio-holandes-por-producao-cultural-de-destaque/>>. Acesso em: 19 fev. 2021.

GRAGNANI, Juliana. Por que o coronavírus mata mais as pessoas negras e pobres no Brasil e no mundo? **BBC News Brasil**, 12 jul. 2020. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-53338421>>. Acesso em: 27 out. 2020.

IPEA – INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Atlas da Violência 2020**. Brasília: Ipea, 2020.

KAUANI, Kendra. Tracie e Tasha: Como as irmãs expandiram da moda para o Rap. *Per Raps*. 30 ago. 2019. Disponível em: <<https://perraps.com/materias/tracie-e-tasha-como-as-irmas-expandiram-da-moda-para-o-rap/>>. Acesso em: 17 mar. 2021.

KILOMBA, Grada. **Memórias da plantação - Episódios de racismo cotidiano**. Tradução Jess Oliveira. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019.

LIMA, Dulcilei da Conceição; BONADIO, Maria Claudia. Afromoda: o uso das roupas e das aparências em corpos políticos. **Revista dObra[s]**. Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda. N. 30. Set-Dez 2020. p. 9-13. Disponível em: <<https://doi.org/10.26563/dobras.i30.1232>>.

MACHADO, Livia. SP elege sua primeira deputada transgênera. **G1 SP**. Eleições 2018 em São Paulo. 8 out. 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/eleicoes/2018/noticia/2018/10/08/sp-elege-sua-primeira-deputada-estadual-transsexual.ghml>>. Acesso em: 19 fev. 2021.

MARQUES, Marina. Gêmeas fazem sucesso com blog de moda e beleza voltado para a periferia. **Claudia Online**. 17 fev. 2020. Disponível em: <<https://claudia.abril.com.br/moda/gemeas-fazem-sucesso-com-blog-de-moda-e-beleza-voltado-para-a-periferia/>>. Acesso em: 17 mar. 2021

MARINS, Carolina. et al. Protestos por morte de João Alberto têm tensão e quebra-quebra em capitais. **UOL São Paulo**. 20 nov. 2020. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2020/11/20/protestos-por-morte-de-joao-alberto-tem-tensao-e-quebra-quebra.htm>>. Acesso em: 11 jan. 2020.

MASTROBUONO, Barbara. Conversa com Igi Ayedun. **SP-Arte 365**. 1 jun. 2020. Disponível em: <<https://www.sp-arte.com/editorial/conversa-com-igi-ayedun/>>. Acesso em: 21 mar. 2021.

MCLUHAN, Marshall; FIORE, Quentin. **O meio é a mensagem: um inventário de efeitos**.. Tradução: Sergio Flaksman. São Paulo: Ubu, 2018.

MBEMBE, Achille. **Crítica da razão negra**. São Paulo: N-1 Edições, 2018.

MENEZES, Hélio. **A cadeira da foto**. 9 fev. 2019. Facebook. Hélio Menezes. Disponível em: <<https://www.facebook.com/heliomenezes/posts/10218994711804254>>. Acesso em: 8 fev 2021.

MJOURNAL. **MTalks live na Blueland ed. 006**, 5 fev.2021. Stories post, Instagram. *MJournal*.online. Acesso em: 5 fev. 2021. Acervo particular.

MONTEIRO, Gabriel; OYAMA, Patrícia. Retrospectiva 2020. **Elle Brasil**, 2020. Disponível em: <<https://elle.com.br/podcast/retrospectiva-2020>>. Acesso em: 9 mar. 2021.

NASCIMENTO, Maria Beatriz. **Beatriz Nascimento, Quilombola e Intelectual: Possibilidade nos dias da destruição**. São Paulo: Editora Filhos da África, 2018.

NASCIMENTO, Tatiana. A branquitude é atingida positivamente pelo racismo. 9 fev. 2021. **Instagram**. **Tatiana Nascimento**. Disponível em: <<https://www.instagram.com/tatiananascimento/>>. Acesso em: 9 fev. 2021.

#OLHAELLE: PROJETO MODA PRETA. **Elle Brasil**, 2020. Disponível em: <<https://elle.com.br/moda/olhaelle-projeto-moda-preta>>. Acesso em: 9 mar. 2021.

ORÍ. Direção de Raquel Berger. Angra Filmes; Fundação do Cinema Brasileiro.. São Paulo, 1989. 90 min. Disponível em: <<https://drive.google.com/file/d/1PBQutnbr-gakx63IUUD8qOgIM2wKVId4n/view>>. Acesso em: 5 out. 2020.

PRADO, Thaís. Sevirologia, periferia e moda: conheça Suyane Ynaya a nova editora da Elle Brasil. **Mundo Negro**. Disponível em: <<https://mundonegro.inf.br/sevirologia-periferia-moda-conheca-suyane-ynaya-a-nova-editora-da-elle-brasil/>>. Acesso em: 9 mar. 2021.

PROPMARK. Donata Meirelles pede demissão da Vogue Brasil. 14 fev. 2019. Disponível em: <<https://propmark.com.br/mercado/donata-meirelles-pede-demissao-da-vogue-brasil/>> Acesso em: 29 mar. 2021.

RIBEIRO, Stephanie. Acabou o racismo: fizeram um editorial de moda com pretos. **Universa UOL**. 6 mar. 2019. Disponível em: <[https:// universa.uol.com.br/colunas/2019/03/06/acabou-o-racismo-fizeram-um-editorial-de-moda-com-pretos.htm](https://universa.uol.com.br/colunas/2019/03/06/acabou-o-racismo-fizeram-um-editorial-de-moda-com-pretos.htm)>. Acesso em: 6 fev. 2021.

VELEDA, Raphael. Vereadora mais votada, Erika Hilton reage ao racismo: “Basta de nos matar”. **Brasil. Metrôpoles**. 20 nov. 2020. Disponível em: <<https://www.metro-poles.com/brasil/vereadora-mais-votada-erika-hilton-reage-ao-racismo-basta-de-nos-matar>>. Acesso em: 19 fev. 2021.

VEJA. A geração dos millennials molda o mundo e abre caminho para mais mudanças. Youtube. 16/10/2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=No-au9G_drl4>. Acesso em 31 mar. 2021.

VIEIRA, Kauê. Como a representação da cadeira torna a festa da Vogue ainda mais racista. **Hypeness**. Disponível em: <<https://www.hypeness.com.br/2019/02/como-a-representacao-da-cadeira-torna-a-festa-da-vogue-ainda-mais-racista/>>. Acesso em: 8 fev. 2021.