



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE LETRAS E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, CULTURA E
AMAZÔNIA

LÚCIO DIAS DAS NEVES

O MOVIMENTO DA ZWANGA AFRICAN FASHION
Comunicação e moda ativista como prática decolonial na Amazônia-amapaense

BELÉM
2024

LÚCIO DIAS DAS NEVES

O MOVIMENTO DA ZWANGA AFRICAN FASHION

Comunicação e moda ativista como prática decolonial na Amazônia-amapaense

Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia do Instituto de Letras e Comunicação, Universidade Federal do Pará como parte dos requisitos para obtenção do título de Doutor em Comunicação, Cultura e Amazônia.

Linha de Pesquisa: Comunicação, Cultura e Socialidades na Amazônia.

Orientador: Prof. Dr. Otacílio Amaral Filho.

BELÉM
2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Pará
Gerada automaticamente pelo módulo Ficat, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

D541m Dias das Neves, Lúcio.
O MOVIMENTO DA ZWANGA AFRICAN FASHION :
Comunicação e moda ativista como prática decolonial na
Amazônia-amapaense / Lúcio Dias das Neves. — 2019.
144 f. : il.

Orientador(a): Prof^ª. Dra. Otacilio Amaral Filho
Tese (Doutorado) - Universidade Federal do Pará, Instituto de
Letras e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em
Comunicação, Cultura e Amazônia, Belém, 2019.

1. Amazônia-amapaense. 2. Comunicação. 3.
Decolonialidade. 4. Moda-Ativista. 5. Zwanga. I. Título.

CDD 302.209811

LÚCIO DIAS DAS NEVES

O MOVIMENTO DA ZWANGA AFRICAN FASHION

Comunicação e moda ativista como prática decolonial na Amazônia Amapaense

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia, Instituto de Letras e Comunicação, Universidade Federal do Pará como requisito para obtenção do título de Doutor em Comunicação, Cultura e Amazônia.

Linha de Pesquisa: Comunicação, Cultura e Socialidades na Amazônia.

Orientador: Prof. Dr. Otacílio Amaral Filho.

RESULTADO: APROVADO (X) REPROVADO ()

Data: 20/12/2024

Profº. Dr. Otacílio Amaral Filho
(PPGCOM/UFPA - Orientador)

Profª Dra. Alda Cristina da Silva Costa
(PPGCOM/UFPA – Examinadora Interna)

Profª. Dra. Célia Regina Trindade
(PPGCOM/UFPA – Examinadora Interna)

Profº. Dr. Eudes Vidal Mata
(SEMED/SSA – Examinador Externo)

Profº. Dr. Marcos Vinícius de Freitas Reis
(UFPA – Examinador Externo)

À minha maior fã e meu amor incondicional,
Dona Ana Dias.
Aos meus eternos amores, Ivisson Almeida e
Cleiton Souza (*in memoriam*)

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço a Deus, ao Universo, aos Orixás e a todos e a todas os meus Guias Espirituais.

Aos meus pais, Florival das Neves (*in memoriam*) e, principalmente, à D. Ana, minha eterna companheira de caminhada, fonte de admiração e constante inspiração para que eu possa me encaixar, transcender e sobreviver neste plano terrestre.

Aos professores Eudes Mata (SEMED/SSA) e Marcos Vinícius (UNIFAP), os meus sinceros agradecimentos por fazerem parte da banca examinadora externa; o convite surgiu pelas suas pesquisas, experiências, culturas e vivências na Bahia, Amazônia-amapaense e pesquisas que envolvem a afrobrasileiridade.

Agradeço a todos e todas os técnicos (as) e professores(as) do PPPGCOM/UFPA; vocês são incríveis, mesmo com toda a limitação, perdas e afastamento mediante à pandemia do COVID. Este foi o programa que me senti mais acolhido e pertencido, tanto nas aulas iniciais presenciais quanto nas aulas remotas. Merecem destaque os técnicos Juliana, Rodrigo e o Rafael que sempre foram atenciosos e prestativos, muito antes de ser aprovado no programa. Igualmente destaco os professores e professoras Alda Cristina, Célia Regina (Banca Interna), Lz Cezar, Danila Gentil, Vânia Torres (aulas importantes/fundamentais que contribuíram para a tese), assim, como, o professor Cassius Chai (UFMA), onde realizei disciplina especial no mestrado de Direito.

Aos colegas da turma 2020, gratidão pela convivência durante esses quatro anos, e no ensejo agradeço em especial a Raissa Lennon (parceira de afropesquisa nortista), a queridíssima e revolucionária Talita Baena e a querida/adorável Nair Lima (irmã mais velha do LAPAM) que sempre contribui com todos e todas “Otacilianos”, minhas irmãs, também, do coração.

À minha irmã ancestral Rejane Soares, ao coletivo de mulheres e de homens da afromarca Zwanga African Fashion; vocês são minha identificação e constante fonte de inspiração, afirmação, resistência e, acima de tudo, de estética, realeza e potência – o meu aquilombamento em terras Tucujus, na Amazônia Negra Amapaense. Agradecimentos especiais ao Jorge Menezes que, além de irmão, colega de passarela, foi aquele que fez as entrevistas andar, mobilizou em paralelo e caminhou comigo nas ruas, passarelas e pontes de Macapá; e aos participantes da pesquisa: Eduarda Silva, Eudóxia Ramos, Elane Carneiro, Jair Rodrigues, Jana Luizinho de Oxum, Paulo Roberto e Victória Brazão.

Sou grato ao professor Dr. Alan Ubaiara, meu orientador e principal incentivador para que eu estendesse a pesquisa de mestrado para o doutorado. E não mediu esforços junto ao PROFINT/UNIFAP para que esse desejo fosse transformado em realidade. Recordo que no mesmo dia em que fiz a entrevista para o doutorado na UFPA, pela manhã, segui para o aeroporto e fui defender o mestrado na UNIFAP, à tarde.

Agradeço a Associação das Louceiras do Maruanum (ALOMA), principalmente a sua presidente Tia Marciana, pois abriram as portas para o início das pesquisas na Amazônia Negra Amapaense, onde o lócus de pesquisa do mestrado e o plano de trabalho apresentado ao PPGCom, versaram sobre a louça produzida pelas mulheres quilombolas da região do Maruanum.

Minha eterna gratidão ao meu professor/pai/orientador Otacílio do Amaral Filho, um humilde intelectual amazônida que dedica as suas pesquisas as diversas manifestações culturais da região norte e aos povos da floresta, um ser humano admirável que eu tive a oportunidade de segurar a minha mão durante essa trajetória acadêmica. Professor, o senhor marcou demais o homem, professor, pesquisador “Lúcio” e os seus ensinamentos estarão comigo e nas minhas práticas diárias no ensino, pesquisa, extensão, inovação tecnológica e em todos os espaços sociais que eu partilhar/comunicar.

UBUNTU!!!

Quer saber
Onde eu tô?
Tô no norte do Brasil
Eu tô em Macapá

Dançando marabaixo
Tomando gengibirra
Coisas de nossa origem
Tô falando do Curiaú
Tô no trapiche fortaleza e no quebra-mar
Saboreando um sorvete de cupuaçu
Eu tô no meio do mundo
Do norte para o sul
Indo pra fazendinha comer camarão no bafo
Na volta rampa Santa Inês ou praça Zagury
Comer um charque com farinha e açai

É um paraíso na terra
E nada é igual aqui
Tenho um amor do lado
Tô apaixonado por ti
Arrepiado quando vejo este teu luar
Alucinado com as ondas desse rio-mar
Sentindo o Sol raiando no antigo garapé
A sua bênção meu querido São José

(“Tô Em Macapá”/Nivito Guedes)

RESUMO

A tese faz uma análise sobre a compreensão da experiência comunicativa das mulheres que participaram dos desfiles de moda propostos pela Zwanga nas edições de 2020, 2022 e 2023, bem como de uma pequena amostra dos homens que participaram da edição de 2023. A importância de estudar a Zwanga como lócus de pesquisa doutoral transcende a moda, visto que ela articula a economia criativa, o empreendedorismo, o resgate da autoestima dos afrobrasileiros. A fundamentação teórica teve como base as obras de pesquisadores da Amazônia como Amaral Filho (2016), tendo suas ideias reforçadas em autores como Tarcízio Silva (2020), Joaze Bernardino-Costa, Nelson Maldonado-Torres e Ramón Grosfoguel (2018) e Molefi Kete Asante (2009) que robustecem as ideias sobre decolonialidade com base na cultura local, o racismo, o marabaixo, quilombismo e outras manifestações da cultura afro-amapaense e uma importante aproximação sobre a Zwanga e outras manifestações culturais do Amapá. A pesquisa de comunicação é de natureza básica, tendo como estudo de caso o meio para a investigação sobre as tradições e heranças afroamapaenses que atravessam o movimento da Zwanga. Sob esse enfoque, optamos por uma pesquisa do tipo explicativa e participante – uma vez que o autor faz parte e se conhece neste processo, para estudar fenômenos pontuais, de modo analítico e crítico, referentes ao universo da moda afroempreendedora no Amapá – a experiência da Zwanga. Para coleta e análise de dados foram utilizadas diversas entrevistas abertas com a afroempreendedora e entrevistas semiestruturadas com mulheres e homens que participaram dos eventos de moda e sociais da Zwanga entre o período de 2020–2023.

Palavras-chave: Amazônia-amapaense. Comunicação. Decolonialidade. Moda-Ativista. Zwanga.

ABSTRACT

The thesis analyzed the understanding of the communicative experience of women who participated in the fashion shows proposed by Zwanga in the 2020, 2022 and 2023 editions, as well as a small sample of men who participated in the 2023 edition. Studying Zwanga as a locus of doctoral research transcends fashion, as it articulates the creative economy, entrepreneurship, and the restoration of the self-esteem of Afro-Brazilians. The theoretical foundation was based on the works of researchers from the Amazon como Amaral Filho (2016), tendo suas idéias reforçadas em autores como Tarcízio Silva (2020), Joaze Bernardino-Costa, Nelson Maldonado-Torres e Ramón Grosfoguel (2018) e Molefi Kete Asante (2009) who strengthen the ideas about decoloniality based on local culture, racism, maraçá, quilombismo and other manifestations of Afro-Amapaense culture and an important approach to Zwanga and other cultural manifestations of Amapá . Communication research is basic in nature, using as a case study the means for investigating the Afro-Amazonian traditions and heritages that permeate the Zwanga movement. Under this approach, we opted for an explanatory and participatory type of research – since the author is part of and knows himself in this process, to study specific phenomena, in an analytical and critical way, referring to the universe of Afro-entrepreneurial fashion in Amapá – the experience of Zwanga. For data collection and analysis, several open interviews were used with the Afro-entrepreneur and semi-structured interviews with women and men who participated in Zwanga's fashion and social events between the period 2020–2023.

Keywords: Amazon-Amapá. Communication. Decoloniality. Fashion-Activist. Zwanga.

RESUMÉ

La thèse a analysé la compréhension de l'expérience communicative des femmes ayant participé aux défilés de mode proposés par Zwanga dans les éditions 2020, 2022 et 2023, ainsi que d'un petit échantillon d'hommes ayant participé à l'édition 2023. En tant que lieu de recherche doctorale, il transcende la mode, car il articule l'économie créative, l'entrepreneuriat et la restauration de l'estime de soi des Afro-Brésiliens. La base théorique était basée sur les travaux de chercheurs de l'Amazonie Tarcízio Silva (2020), Joaze Bernardino-Costa, Nelson Maldonado-Torres et Ramón Grosfoguel (2018) et Molefi Kete Asante (2009) qui renforcent les idées sur la décolonialité basées sur la culture locale, et de la décolonialité qui abordent la culture locale, le racisme, le maraçá, le quilombismo et d'autres manifestations de la culture afro-amapaense et une approche importante du Zwanga et d'autres manifestations culturelles d'Amapá. La recherche en communication est de nature fondamentale, utilisant comme étude de cas les moyens d'enquêter sur les traditions et les patrimoines afro-amazoniens qui imprègnent le mouvement Zwanga. Dans cette approche, nous avons opté pour une recherche de type explicatif et participatif – puisque l'auteur s'inscrit et se connaît dans ce processus – pour étudier des phénomènes spécifiques, de manière analytique et critique, se référant à l'univers de la mode afro-entrepreneuriale en Amapá – l'expérience de Zwanga. Pour la collecte et l'analyse des données, plusieurs entretiens ouverts ont été utilisés avec l'Afro-entrepreneur et des entretiens semi-structurés avec des femmes et des hommes qui ont participé aux événements de mode et sociaux de Zwanga entre 2020 et 2023.

Mots Clés: Amazone-Amapá. Communication. Décolonialité. Activiste de la mode. Zwanga.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ALOMA	Associação de Louceiras do Maruanum
CAMUF	Centro de Atendimento à Mulher e à Família
CUFA	Central Única das Favelas
CRAM	Centro de Referência de Atendimento à Mulher
DE	Dedicação Exclusiva
EBTT	Ensino Básico, Técnico e Tecnológico
FECOMÉRCIO	Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
FECEAP	Feira de Engenharia e Ciências do Estado do Amapá
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
GEPEI	Grupo de Estudo, Pesquisa, Extensão e Intervenção Pedagógica em Corporeidade, Arte, Cultura e Educação para as Relações Étnico-raciais com ênfase em Educação Cultural e Escolar Quilombola
GesComIT/Amazônia	Grupo de Pesquisa Gestão, Comunicação e Inovação Tecnológica, com ênfase em Comunidades Tradicionais da Amazônia
IBQP	Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
IFAP	Instituto Federal do Amapá
IMPROIR	Instituto Municipal de Políticas de Promoção da Igualdade Racial
IRME	Instituto Rede Mulher Empreendedora
LAPAM	Laboratório de Pesquisa em Mídia, Cultura e Povos da Amazônia
NEAB	Núcleo de Estudos Afro-brasileiros
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio
PMM	Prefeitura Municipal de Macapá
PPGCom	Programa de Pós Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia
PROFNIT	Programa de Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação
SEMED	Secretaria Municipal de Educação
SEPM	Secretaria de Estado de Políticas para as Mulheres
SNCT	Semana Nacional de Ciência e Tecnologia
SEBRAE	Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SENAC	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial

UNICEF	Fundação das Nações Unidas para Infância
UNIFAP	Universidade Federal do Amapá

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1– Posse como Professor EBTT da Rede Federal.....	19
Figura 2– Oficina Batuque e Marabaixo no fazer pedagógico.....	21
Figura 3 – Equipe científica premiada na FECEAP	22
Figura 4 – Bolsistas realizando pesquisa em campo (Quilombo do Maruanum).....	23
Figura 5 – Rio Maruanum	30
Figura 6 – Tia Marciana finalizando a queima das peças.....	31
Figura 7– Louças secas e já queimadas após a cocção.....	32
Figura 8 – Reunião remota do LAPAM com a presença de Rejane Soares	33
Figura 9 – Mapa Amazônia Legal (2022)	35
Figura 10 – Mapa do Amapá	35
Figura 11– Divisão das cidades do Amapá	36
Figura 12 – Vista de Macapá a partir da foz do Rio Amazonas.....	38
Figura 13 – Autor desfilando para Afromarca Zwanga African Fashion (2023).....	43
Figura 14 – Passagem aérea para realização da entrevista no lócus de pesquisa	45
Figura 15– Entrevista no terreiro do Babalorixá Luiz de Oxum	46
Figura 16 – Entrevista com a Rejane, Eduarda e Vivi na sede da Zwanga.....	47
Figura 17– Pesquisa encaminhada pelo whatsapp.....	48
Figura 18– Imagens de modelos da coleção AYA	53
Figura 19– Afroempreendedora, estilista e fundadora da Zwanga African Fashion, Rejane Soares	54
Figura 20– Logotipo da marca Zwanga African Fashion.....	56
Figura 21 – Framework das barreiras e comportamentos de superação das afroempreendedoras..	58
Figura 22– Logomarca figurativa do Zwanga Fashion Day.....	60
Figura 23– Curso alinhavando negócios	62
Figura 24 – Curso Trançando Negócios	62
Figura 25 – Curso Maquiagem de Pretas para Pretas.....	63
Figura 26 – Lançamento da Coleção Candace: “todo corpo tem realeza”	64
Figura 27 – Te encontro nas passarelas de Palmares.....	66
Figura 28 – Coleção Feminina Sementes de Dandara.....	67
Figura 29 – Coleção Masculina Zumbi dos Palmares	68
Figura 30 – Foto de encerramento da coleção de 2023	69
Figura 31 – Afroperiferia mulheres negras costureiras e suas modelos	69

Figura 32 – Alunas e modelos participantes do Afroperiferia	70
Figura 33 – Mulheres negras participantes do Projeto Afroperiferia	71
Figura 34 – Parceria da Zwanga e da CUFA para a realização do Afroperiferia.....	72
Figura 35 – Publicidade do maior grupo de empresários do ramo de eletrodoméstico do Amapá.....	77
Figura 36 – Desfile de modelo da Zwanga - mulher preta, gorda e periférica.....	107
Figura 37 – Modelo gorda e preta	108
Figura 38 – Entrevista com o assistente social Jorge	111

LISTA DE QUADROS

Quadro 1– Amostra dos(as) entrevistados(as).....	49
Quadro 2 – Categorias de análise	105

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	17
1.1 A Tese em capítulos	27
2 AMAZÔNIA AFROAMAPAENSE E SUA COMPLEXIDADE AFROGEOGRÁFICA E HISTÓRICA.....	29
2.1 A Amazônia-Amapaense: demarcação do território de estudo	29
2.2 Caminho metodológico: procedimentos e métodos.....	41
2.2.1 Procedimento de coleta de dados: entrevistas semiestruturadas	44
2.2.2 Sujeitos participantes.....	49
3 A EXPERIÊNCIA DO MOVIMENTO DA ZWANGA AFRICAN FASHION: O AFROEMPREENDEDORISMO E A RESISTÊNCIA DE REJANE SOARES	50
3.1 Eventos norteadores da pesquisa 2020-2023.....	57
3.1.1 Zwanga Fashion Day, com a coleção “Candace – todo corpo tem realeza (2020) .	60
3.1.2 Te encontro nas passarelas de Palmares: vivência de moda ancestral na Amazônia-amapaense (2023).....	66
3.1.3 Afroperiferia: “Moda, Empreendedorismo e Ancestralidade” (2022)	69
4 ESTUDOS AFROCENTRADOS, DECOLONIALIDADE, COMUNICAÇÃO E SOCIALIDADES NA AMAZÔNIA-AMAPAENSE: DIMENSÃO EPSTEMIOLÓGICA DO ESTUDO.....	75
4.1 Empreendedorismo feminino negro	78
4.1.1 Afroempreendedorismo e comunicação	83
4.1.2 Afroempreendedorismo como paradoxo para o desenvolvimento hegemônico e o desenvolvimento não-hegemônico: ruptura epistemológica decolonial.....	88
4.1.4 A chegada da mão de obra africana na Vila de Macapá.....	98
4.1.5 Hibridismo cultural como produto das diásporas	100
4.1.6 Mídia, construção da identidade e conflitos sociais: dimensões da socialidade afroamapaense	102
5 ANÁLISE DOS DADOS - OS IMPACTOS DECOLONIAIS DO MOVIMENTO DA ZWANGA SEGUNDO O RELATO DOS PARTICIPANTES	105
5.1 O impacto do movimento da Zwanga nas comunidades afroamapaenses.....	106
5.2 A Zwanga e o combate ao racismo e preconceito racial	112
5.3 O afroempreendedorismo e a valorização das heranças afro-brasileiras.....	118
5.4 Afroempreendedorismo feminino negro	122
5.5 Moda afrocentrada.....	128
6 CONCLUSÃO.....	132
REFERÊNCIAS	135
APÊNDICES	142

1 INTRIDUÇÃO¹

*De candace e Aya é meu pensar,
Voz que ecoa no ar.
Sou forte como trovão,
Quebrando todo padrão.*

*Com espírito afroempreendedora,
Trago a trajetória de um povo.
Que não se limita à dor,
Faz da tragédia, renovo.*

*Figurinos e acessórios
Pra bela dama, é notório.
As passarelas, abrilhantar,
Com o retoque do criar.*

*Zwanga é minha marca,
Com ela me reinvento.
Valorizando minha história,
Todo dia, todo momento.*

*Enfrento adversidade,
Com fé e criatividade.
Porque lugar de mulher,
É onde ela quiser.*

*Cores, linhas e máquinas,
São minhas ferramentas.
Visto mulheres de história,
Pra combater toda escória.*

*Abrem alas, abrem alas...
A mulherada quer passar.
Nesse solo tucuju,
Rainhas e deusas, empoderar.*

*Sou Rejane Soares
Mulher afrodesigner.
Com meu turbante sigo avante.
Meu estilo é marcante.²*

Negra Aurea: 03/03/21 às 21h

Existe um provérbio africano chamado *Ubuntu*, que significa “eu sou porque nós somos”... e desde que eu fui tocado pelo ubuntu eu compreendi de modo mais profundo o sentido da negritude na sociedade brasileira. Nessa perspectiva coletiva, eu percebi que é de

¹ A formatação desta tese está de acordo com o Guia de elaboração de trabalhos acadêmicos da UFPA. 2. ed., rev., ampl. e atual. 2019. As citações e referências estão em conformidade com as recentes atualizações das normas ABNT NBR 10520:202 e NBR 6023:2018 (versão corrigida 2 2m 24.09.2020).

² Poema criado por Negra Aurea dedicado a Rejane Soares, a fundadora da Zwanga African Fashion, em 03 mar+. 2021, às 21h. Disponível em: <https://www.recantodasletras.com.br/poesiasdedicatorias/7199935>. Acesso em: 09 jun. 2023.

minha responsabilidade, entendendo a contribuição de outros afro-brasileiros, bem como de pessoas não-negras, também reafirmar minha contribuição na transformação social e combate à discriminação racial em suas diferentes esferas e estruturas.

O sentido do Ubuntu dialoga diretamente com minha experiência e existência enquanto pessoa preta e pobre, morador de bairro popular de Salvador. Fui nascido e criado naquele que já foi considerado o maior bairro negro fora da África — o bairro da Liberdade — (atualmente é o bairro Cajazeiras), localizado na periferia da capital baiana. Ao traçar a minha trajetória como estudante de escola pública e depois como pesquisador, senti na pele o estigma de nascer preto numa sociedade que a todo tempo se apresenta como eurocêntrica, decolonialista, paternalista, homofóbica, transfóbica, racista, sexista, misógina e eivada de preconceito em suas diversas camadas e estruturas. Ainda assim fui mobilizado pelos desafios a me debruçar em minha vida acadêmica e investigar os meandros que constituem essa sociedade tão complexa, que motivou para que eu dedicasse todas as minhas pesquisas focadas no movimento de valorização das heranças e tradições da população afrobrasileira, como ponto de partida para tais discussões/problematizações sociais.

Com a aprovação no concurso para o cargo de professor do componente curricular de Comunicação Social, do Instituto Federal do Amapá (IFAP), no ano de 2017, após a posse (figura 1) no referido cargo, mudo-me para o estado do Amapá. Em solo amapaense, passei a ter contato com as comunidades quilombolas e dos bairros pretos. A partir de então, a necessidade e o desejo de engajamento na mesma linha de pesquisa (cultura negra em seus diversos aspectos) ficaram ainda mais latentes. Frente a essa aproximação com os quilombolas do Amapá, pude constatar a diversidade cultural e a riqueza de informações que havia nesses espaços de resistência. A identificação com a Amazônia-amapaense, com as pessoas, aconteceu de forma imediata e novamente reencontrei meu lugar de experiência.

Figura 1– Posse como Professor EBTT da Rede Federal



Fonte: Arquivo do autor

Em 17 de setembro de 2017 eu passei a residir no Amapá em virtude da classificação em concurso público, antes mesmo da publicação da portaria de nomeação³. Durante esse período de adaptação e mudança da Bahia, eu me aproximei do Núcleo de Estudos Afrobrasileiros (NEAB), da Universidade Federal do Amapá (UNIFAP). Porém, a coordenadora do NEAB, profa. Piedade Videira, se reunia toda semana com os integrantes do seu grupo de pesquisa GEPEI⁴, a fim de fomentar as discussões sobre a temática afrobrasileira e de combate ao racismo.

A partir dessa aproximação eu fui convidado para assumir a Gerência Étnico-Racial, na Secretaria Municipal de Educação de Macapá (SEMED/PMM), sendo que, durante esse período, eu pude conhecer a realidade das comunidades no entorno das 82 escolas pertencentes à rede municipal da área urbana, periurbana e rural de Macapá (incluindo os arquipélagos). Foi um momento mágico e de encontro entre a minha singularidade e as comunidades tradicionais da região amazônica estabelecendo um outro momento identitário, no qual me reconheci também como nortista.

³ BRASIL. Diário Oficial da União. PORTARIA Nº 1.670, DE 12 DE SETEMBRO DE 2018. Disponível em: <<http://www.in.gov.br/web/dou/-/portaria-n-1-670-de-12-de-setembro-de-2018-41230962?inheritRedirect=true>>. Acesso em: 03 nov 2019.

⁴ O Grupo de Estudo, Pesquisa, Extensão e Intervenção em Corporeidade, Artes, Cultura e Relações Étnico-raciais com Ênfase em Educação Quilombola, sob a liderança da Professora Piedade.

Por conseguinte, mobilizaria minhas novas pesquisas para projetos que pudessem contribuir de forma efetiva para a melhoria, o crescimento e a emancipação das populações afro-amapaenses. Portanto fica perceptível meu engajamento como pesquisador na temática afro-brasileira e suas heranças, tradições e complexidades.

Enquanto pesquisador engajado na valoração das heranças afro-brasileiras, destaco como principais contribuições para a sociedade afro-amapaense, durante o período em que estive na gerência étnico-racial, os seguintes itens:

- a) estruturação da meta 15, do Plano Municipal de Educação, decênio (2015-2025), Lei 2.178, no qual a Secretaria Municipal deveria estruturar a pasta de Educação e Diversidade (Campo, Quilombola, Indígena, Gênero e Étnico-Racial);
- b) colaboração na organização da Oficina implementação da lei federal que trata do ensino da cultura afro-brasileira nas escolas⁵;
- c) mobilização, escrita e aprovação da Lei Municipal que determina a reserva de cotistas negros nos concursos públicos da prefeitura, em consonância com a Lei Federal 12.990/14;
- d) oficialização do projeto “Batuque e marabaixo no fazer pedagógico” - da autora eicineira Laura do Marabaixo (figura 2), como forma de combate ao racismo, em duas modalidades: formação de professor e interação com os alunos.

⁵ O Ministério Público do Amapá através da Promotoria de Justiça da Defesa da Educação, que tem como titular o Promotor Roberto Álvares, reuniu nos dias 24 e 29 deste mês, na Complexo Cidadão do Ministério Público do Estado do Amapá da Zona Norte, com representantes dos Conselhos de Educação do Estado e Município (CEE/AP e Cmem); Secretarias de Estado e Municipal de Educação (Seed; Semed); representantes do Ministério Público do Estado do Amapá e dos agentes provocadores da reunião: Núcleo de estudos Afro-Brasileiros da Universidade federal do Amapá – Neab/Unifap, Núcleo de Direitos Humanos e Cidadania Brasileira da Universidade Federal do Amapá – Ndhcb/Unifap e Comissão da Verdade da Escravidão Negra da Ordem dos Advogados do Brasil sessão Amapá – Ceven/OAB-A, bem como, representações do Movimentos Sociais Negros do Estado do Amapá interessadas em implementar a Lei 10.639/03. (Rodrigues Filho, 2017).

Figura 2– Oficina Batuque e Marabaixo no fazer pedagógico



Fonte: acervo pessoal do autor (2018).

Em tempo, em 02 de outubro de 2018, fui nomeado professor do IFAP, com Dedicção Exclusiva (DE) e, durante as dinâmicas das aulas e reunião com outros servidores, ao estabelecer a relação intrínseca com o NEAB/UNIFAP, criamos na base do instituto o Grupo de Pesquisa Gestão, Comunicação e Inovação Tecnológica, com ênfase em Comunidades Tradicionais da Amazônia (GesComIT/Amazônia). Sob minha liderança, reunimos diversos pesquisadores, dentre eles alunos, professores e servidores, tanto do Amapá quanto de outros estados da região Nordeste e Sudeste, nas três linhas de pesquisa. Também desenvolvemos o Projeto “Mãos do IFAP nos lares de Santana”, em que os nossos próprios alunos e servidores do campus fazem a arrecadação de alimentos e, a partir dos dados socioeconômicos dos nossos alunos, fazemos a entrega de uma cesta básica diretamente à família, a fim de ajudar na permanência e evitar a evasão dos nossos alunos que necessitam desse apoio.

Concorremos a editais em que fomos contemplados com dois bolsistas de iniciação científica. A bolsista PIBIC Jr desenvolveu a pesquisa sobre “Comunicação e Inovação Tecnológica em Comunidades Tradicionais da Amazônia – produção visual das Louceiras do Quilombo do Maruanum a partir do curso técnico integrado em Publicidade do Campus Santana/IFAP ”, e o bolsista de Inovação Tecnológica desenvolve a pesquisa intitulada “Manual de indicações geográficas do Amapá: instruções para os primeiros passos”. Ambas pesquisas são aplicadas diretamente na comunidade quilombola do Maruanum, com a

participação ativa da população local, através da Associação de louceiras do Maruanum (ALOMA).

Criamos o projeto embrionário intitulado “Costurando um futuro com a Matemática”, que foi premiado na Feira de Engenharia e Ciências do Estado do Amapá - FECEAP/2019 (figura 3), em primeiro lugar na modalidade Ensino Médio Técnico de Ciências Humanas, e ganhamos a credencial para representar o estado do Amapá na *Science de México*, que aconteceu em setembro de 2020. Este projeto de cunho social tem como proposta usar os métodos matemáticos no aprendizado técnico de Corte e Costura, com as mulheres vítimas de violência doméstica do Centro de Atendimento à Mulher e à Família (CAMUF). Foi desenvolvido a partir os pesquisadores do GesComIT, no qual nossos alunos do ensino superior e ensino médio técnico são os monitores do curso sob a supervisão de professores, tendo como pretensão levar esta formação para outras entidades, associações e cooperativas amapaenses.

Figura 3 – Equipe científica premiada na FECEAP



Fonte: Arquivo do autor

Também, tivemos dois resumos de artigos dos bolsistas de PIBIC Jr. e Inovação Tecnológica aprovados e apresentados na Semana Nacional de Ciência e Tecnologia (SNCT), que aconteceu em outubro de 2019, no Campus Santana do IFAP; com esses mesmos bolsistas (Figura 4) também obtivemos dois artigos completos aprovados para publicação nos Anais da VI Jornada de Iniciação Científica, Edital nº 03/2019/PROPESQ/IFAP, que ocorreu

no dia 25 de outubro. Ambos os trabalhos versaram sobre temas em comunidades tradicionais do Amapá, cultura, processos comunicacionais, socialidades e indicação geográfica como plataforma de inovação nesses territórios.

Figura 4 – Bolsistas realizando pesquisa em campo (Quilombo do Maruanum)



Fonte: Arquivo do autor

Em 2018, para minha felicidade, o PPGCOM/UFPA teve a recomendação da CAPES para formar a sua primeira turma do Doutorado, além do fato de existir entre a UFPA e o IFAP um termo de cooperação que disponibiliza uma vaga em todos os seus programas de pós-graduação (apesar de não ter havido reserva na primeira turma e também na formação desta segunda turma). Neste sentido, desde 2018, eu articulei a minha pesquisa aplicada no Programa de Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação (ProfNIT/UNIFAP) visando a seleção da segunda turma deste doutorado, porquanto atualmente desenvolvo pesquisas nas comunidades tradicionais do Amapá, em especial na comunidade quilombola de Santa Luzia do Maruanum. Esse o lócus de pesquisa apresenta uma riqueza cultural e desenvolve, como segunda fonte de renda, a tecnologia tradicional presente na fabricação das louças e a socialidade através do espetáculo presente nas rodas de marabaixo.

Ao final do ano de 2019, quando estava prestes a defender meu trabalho no mestrado PROFNIT/UNIFAP, resolvi trazer o mesmo lócus/objeto de pesquisa desse mestrado para dar continuidade na tese de doutorado. Mediante a todo o repertório de experiências e trajetórias acadêmicas expostas acima, desenvolvi e apresentei o projeto de tese intitulado: “Das louças às rodas de Marabaixo: os processos comunicacionais no cotidiano histórico e sociocultural

da comunidade quilombola do Maruanum – Amapá”, com a proposta de analisar como as experiências cotidianas vivenciadas pela comunidade quilombola de Santa Luzia do Maruanum, as suas práticas comunicacionais e as rodas de Marabaixo se manifestam como expressões culturais indenitárias/singulares desse território quilombola amazônico.

Também, pretendia analisar como tal notoriedade se expressa no processo de fabricação e confecção das louças produzidas pelas mulheres, segunda renda familiar, e a sua relação para o desenvolvimento local. Queria dar continuidade à pesquisa iniciada (2018-2019), através da entrega do Relatório Técnico com Diagnóstico Propositivo apresentado como produto final para a conclusão do mestrado profissional PROFNIT/UNIFAP, porém com novo enfoque e em outra área do conhecimento – Ciências da Comunicação.

A partir de então, as comunidades quilombolas, especificamente a Comunidade Santa Luzia do Maruanum, doravante Quilombo do Maruanum e as suas manifestações culturais passaram a ser meus objetos de estudo, atenção e pesquisa. Por conta da receptividade e do acolhimento recebido através da Associação de Louceiras do Maruanum (ALOMA), como forma de contribuição social e científica, iniciei através do Mestrado uma pesquisa na referida comunidade. Entendia que precisava levar para a Academia a história e a cultura desse povo e dos seus ancestrais, tema que me credenciou a fazer doutorado do PPGCOM/UFPA. Importante destacar que a afetividade em relação ao objeto/lócus de pesquisa (Mouriceau, 2020) discutida na disciplina Metodologia da Pesquisa em Comunicação, ministrada pela professora Vânia Torres, contribuiu significativamente para melhor entendimento da dinâmica existente entre o pesquisador e a pesquisa, assim como entender a importância para aos agentes locais que o nosso trabalho pode alcançar.

Além das experiências citadas acima, tive no ano de 2017, o encontro fundamental para a elaboração do objeto de estudo desse trabalho que são as heranças afro-amapaenses a partir da moda-ativista do movimento da Zwanga. Na verdade, o contato mais direto com esse movimento aconteceria no bairro Santa Inês, às margens do rio Amazonas — primeiro contato com a afroempreendedora da Zwanga, Rejane Soares. Conforme será melhor detalhado nos próximos capítulos, a experiência da Zwanga será o mote que permitirá a mobilização. Essa organização canalizará o meu interesse, enquanto pesquisador implicado nos estudos afro-brasileiros, para entender os impactos desse movimento através da moda-ativista e sua interface afro-amapaense. Em vista disso, cito o problema desta pesquisa: como o movimento da Zwanga, a partir da publicidade social African Fashion consegue resgatar a herança negra da Amazônia-amapaense em uma perspectiva decolonial frente ao racismo?

Assim sendo, temos como objetivo principal compreender os impactos/efeitos do movimento de moda-ativista Zwanga African Fashion na perspectiva da comunicação, cultura e socialidades na Amazônia. Sob esse propósito, a pesquisa pretende analisar a compreensão da experiência comunicativa das mulheres que participaram dos desfiles de moda e eventos sociais propostos pela Zwanga numa perspectiva decolonial para o enfrentamento ao racismo. Ainda sob esse propósito a pesquisa também tem como objetivos específicos, entender a experiência comunicativa das mulheres nos anos de 2000, 2002 e 2023. Ressalto que utilizaremos uma pequena amostra dos homens que participaram da edição de 2023, quando a designer de moda Rejane Soares, em parceria com o seu esposo Renan Picanço, abriram espaço na passarela de moda com a primeira coleção masculina. Cabe destacar que em 2021 não houve desfile e eventos da Zwanga devido à fundadora ter sofrido um Ataque Vascular Cerebral (AVC)

Dando continuidade, a seguir elencamos os objetivos específicos:

- Sintetizar o contexto sócio-histórico e geográfico da região da Amazônia-amapaense tendo como perspectiva uma interpretação decolonial e afrocentrada da região;
- Discutir a perspectivas dos estudos decoloniais e sua importância para o enfrentamento do racismo e da valorização das heranças culturais africanas na região nortense do Amapá;
- Entender a trajetória do movimento de moda-ativista da Zwanga, tendo como foco a história da afroempreendedora Rejane Soares no combate ao racismo;
- Narrar os depoimentos dos participantes do movimento ativista da afromarca, sob a perspectiva decolonial de valorização das heranças afroamapaenses no combate ao racismo.

Portanto, trabalhamos com a narrativa das experiências combativas e de resistências da Zwanga para enfrentamento do racismo estrutural, tangenciando a originalidade e o resgate da ancestralidade, o protagonismo feminino, e o protagonismo das mulheres afroamapaenses que empreendem — a exemplo das louceiras do Maruanum, das mulheres que dominam as rodas, cantos e toque das caixas de marabaixo, das quebradeiras de castanhas, das que produzem e vendem biojóias a partir das escamas, espinhas e peles de peixe presentes na biodiversidade amazônica amapaense, dentre outras mulheres pretas protagonistas de diversas outras formas empreendedoras e que, muitas vezes, são inviabilizadas pela sociedade, principalmente pelo governo.

Ainda sob o aspecto da metodologia esta pesquisa de comunicação é de natureza básica, tendo em vista as suas características, predominantemente, no que se refere a oferecer uma discussão sobre as condições econômicas, culturais e sociais de afroempreendedoras amapaenses e toda a cadeia que elas movimentam. A abordagem de comunicação básica tem o objetivo de gerar conhecimento sobre um aspecto ou fenômeno da realidade que, neste caso é a ação da afroempreendedora Rejane Soares e o movimento de moda-ativista enquanto aspecto de uma modulação decolonial e afrocentrada de resistência cultural, econômica e disruptiva frente à hegemonia eurocêntrica.

Ainda sobre a abordagem utilizamos o método qualitativo que tem como objetivo entender os aspectos de um fenômeno cultural social. Utilizamos como parte desse processo uma perspectiva descritiva e explicativa sobre a realidade da qual este estudo se debruça, na medida em que tanto esse método quanto essa abordagem nos permitem estabelecer generalizações de forma moderada e voltada para casos particulares. Nesse aspecto, nos valem do Estudo de Caso pela sua natureza particular juntamente com a observação participante, dada a implicação do pesquisador na temática. Quanto aos procedimentos de pesquisa, nos apropriamos da pesquisa qualitativa em comunicação, por ser aquela que mais coaduna com o método e a abordagem que utilizamos neste estudo.

Quanto aos autores destacamos Otacílio Amaral Filho (2020) e Santos (2018) como teóricos para entender os fenômenos histórico e social relacionados à região amazônica. Refletimos junto os teóricos Ângela Davis (2016) e Tarcízio Silva (2020), Joaze Bernardino-Costa, Nelson Maldonado-Torres e Ramón Grosfoguel (2018) e ainda Molefi Kete Asante (2009) sobre as questões decoloniais e afrocentradas e de combate ao racismo, bem como destacamos os teóricos Muniz Sodré (2002), Amaral Filho (2020) e Santos (2021) para entendermos os efeitos de tudo isso na comunicação, na publicidade social, no afroempreendedorismo e na bioeconomia local.

A fundamentação teórica teve como base as obras de pesquisadores da Amazônia que discutem a cultura local, o racismo, o marabaixo, quilombismo e outras manifestações da cultura afro-amapaense e uma importante aproximação sobre a Zwanga e outras manifestações culturais do Amapá. Citamos Amaral Filho (2016) que traz as questões da marca e povos da Amazônia, dentre outros. Para a reflexão sobre o racismo recorremos a estudiosos contemporâneos como: Almeida (2019), Davis (2016), Santos e Vicentini (2020). Sobre decolonialidade e padrão eurocêntrico, busca-se o entendimento sobre as culturas existentes nas Américas Latina e do Sul, na obra de Bernardino-Costa; Maldonado-Torres;

Grosfoguel, (2018), resenha de Silva (2020); Amartine e Queiroz (2022), Asafe (2009), Nascimento (2009), cujos autores trazem uma discussão atualizada sobre Afrocentricidade.

O percurso metodológico se deu a partir de diversas e pequenas entrevistas abertas com a afroempreendedora Rejane Soares (para entender o movimento da Zwanga African Fashion na Amazônia-amapaense), inicialmente, e também a partir da entrevista aberta e semiestruturada com as mulheres que participaram dos eventos de moda e sociais da afromarca em 2000, 2022 e 2023, além de uma amostra reduzida da entrevista realizada com os homens que participaram do movimento da Zwanga a partir de 2023. Tal caminhada de pesquisa de comunicação, de cunho qualitativa e observadora-participante, foi centrada nos sujeitos, conforme nos orienta Gil (2011), sendo disruptiva e com base na perspectiva da decolonialidade.

1.1 A Tese em capítulos

A pesquisa aqui apresentada está dividida em seis capítulos. No primeiro, Introdução, desenhamos a estrutura da tese, com uma prévia da pesquisa doutoral que se iniciou na Amazônia-amapaense com as louceiras do Maruanum e durante as orientações e primeira entrevista com a Rejane Soares. Portanto, houve uma virada e o entendimento de que a Zwanga era o nosso sujeito de pesquisa. Nesta parte delimitamos o campo de pesquisa ao utilizar como marcador o termo “Amazônia-amapaense”, pois, para quem está fora da realidade da região Norte, o Amapá, assim como outros estados desta região, e até mesmo a Amazônia existente nos demais países, são invisibilizados e reduzidos ao estado do Amazônia ou Pará. Além disso, cabe-nos trazer diversos aspectos sobre a publiCIDADE de Macapá, conforme Amaral Filho, (2016, 2020) e Santos (2021) e alguns aspectos comerciais, demográficos, culturais, geográficos religiosos e sociais, além da prévia do que é o movimento da Zwanga.

O segundo capítulo está centrado na “Amazônia afroamapaense e sua complexidade afrogeográfica e histórica” como marcador inicial. Em seguida, na seção 2.1, a Amazônia-amapaense é apresentada enquanto demarcação do território de estudo para, na segunda seção, trilhar o caminho metodológico, com seus procedimentos e métodos alicerçados numa perspectiva decolonial, a coleta de dados com entrevistas semiestruturadas e finaliza apresentando quem são os “sujeitos participantes”.

A experiência do movimento da Zwanga African Fashion revela o afroempreendedorismo e a resistência de Rejane Soares, sendo o carro-chefe do terceiro

capítulo. Este traz alguns dos principais eventos promovidos pela Zwanga que utilizamos como marco temporal para delimitá-la. São estes: Zwanga Fashion Day, com a coleção “Candace – todo corpo tem realeza (2020); Coleção Aya: “Vestindo mulheres com nossas histórias” (2021); Te encontro nas passarelas de Palmares: vivência de moda ancestral na Amazônia-amapaense (2023) e como bônus extra traz o projeto Afroperiferia: “Moda, Empreendedorismo e Ancestralidade” que, por si só, já daria outra tese a ser investigada, pela sua amplitude para os afroamapaenses.

O quarto capítulo traz a dimensão epistemológica dos “Estudos afrocentrados, decolonialidade, comunicação e socialidades na Amazônia-Amapaense:” Nele versamos sobre alguns pontos-chave, como o empreendedorismo feminino negro; o afroempreendedorismo e comunicação; o afroempreendedorismo como paradoxo para o desenvolvimento hegemônico e o desenvolvimento não-hegemônico: ruptura epistemológica decolonial; uma ênfase sobre a Amazônia negra do Amapá, sob um olhar direcionado na história da Amazônia brasileira; rememoramos um trecho da história sobre a chegada da mão de obra africana na Vila de Macapá; trazemos uma breve discussão sobre hibridismo cultural como produto das diásporas e finalizamos abordando sobre a mídia, construção da identidade e conflitos sociais, enquanto dimensões da socialidade afroamapaense.

Fechando este bloco, por fim, o **quinto capítulo** apresenta uma análise dos dados — os impactos decoloniais do movimento da Zwanga segundo o relato dos participantes, expressos em cinco categorias:

- Impacto do movimento da Zwanga nas comunidades afroamapaenses;
- Zwanga e o combate ao racismo e preconceito racial;
- Afroempreendedorismo e a valorização das heranças afro-brasileiras;
- Afroempreendedorismo feminino negro;
- Moda afrocentrada.

Importante destacar que esta é a primeira pesquisa doutoral que versa sobre a Amazônia Negra Amapaense, a partir do olhar do movimento realizado pela afromarca Zwanga African Fashion, através da sua fundadora Rejane Soares. Logo, não teve a pretensão de dar conta da totalidade, mas de deixar esse legado como proposta inicial para futuras pesquisas. Que a Zwanga continue a espelhar um movimento decolonial frente ao racismo e preconceito, assim como sirva de inspiração para outros pesquisadores e outras pesquisadoras.

2 AMAZÔNIA AFROAMAPAENSE E SUA COMPLEXIDADE AFROGEOGRÁFICA E HISTÓRICA

Neste capítulo serão discutidos, em linhas gerais, alguns aspectos que julgamos importantes para entendermos as condições sociais e geográficas, culturais e econômicas que subsidiam o contexto do afroempreendedorismo e o movimento da Zwanga, tendo como foco a experiência da afroempreendedora Rejane Soares nesta pesquisa de base disruptiva. Apresentaremos as principais iniciativas relacionadas às práticas regionais de base ancestral (tanto de herança africana quanto de herança indígena), promovidas e produzidas por afroempreendedoras dos grupos populares da Amazônia-amapaense. Ressalvo que não tivemos a intenção de alcançar toda a experiência de afroempreendedorismo da região, mas, aquelas que julgamos serem mais relevantes para este trabalho.

Ao tratar da Amazônia-amapaense, reconhecemos a importância da experiência das louceiras do Maruanum e sua relação com o território, onde o rio que leva o mesmo nome está situado como ponto de partida.

2.1 A Amazônia-Amapaense: demarcação do território de estudo

O Rio Maruanum, localizado no estado do Amapá, na região Norte do Brasil, nasce no município de Amapá (interior do estado) e deságua na baía do Marajó, sendo um afluente importante da bacia hidrográfica amazônica, com margem nas comunidades ribeirinhas e quilombolas, sendo parte do modo de vida tradicional dessas populações — inclusive, servindo como fonte de alimentação, transporte e espiritualidade. Assim, o Rio Maruanum tem grande importância para a população local, não apenas como transporte ou como fonte de recursos, mas, principalmente, porque a comunidade local desenvolveu, ao longo de séculos de ocupação, sofisticados conhecimentos de uso e manejo dos recursos do rio baseados na dependência e no respeito aos ciclos naturais, a partir dos quais se constitui um modo de vida. O processo de produção das louceiras do Maruanum compreende as etapas de retirada do barro, preparo do antiplástico, preparo da argila, modelagem da peça, secagem, polimento, queima e acabamento.

Figura 5 – Rio Maruanum

Fonte: arquivo do autor (jan./2020)

A população dessa região tem na sua base formativa diversos grupos étnicos descendentes dos grupos indígenas que já a habitavam, e os remanescentes de pessoas escravizadas trazidos da África – século XVII, para construção dos fortes do Curiaú e de Macapá. Sobre esse véis, vale destacar o que pontua Coiroló (1988) acerca da constituição da população amapaense a qual se origina a partir de uma base multiétnica, composta sobretudo por grupos indígenas originários da região e descendentes de africanos que foram escravizados e trazidos para o Amapá no século XVII, especialmente, para a construção dos fortes do Curiaú e de Macapá. Essa formação populacional marca profundamente a identidade cultural e social da região, refletindo uma mistura de saberes, práticas e resistências que atravessam gerações.

Assim, Coiroló (1988) define que essa miscigenação não resultou apenas na homogeneidade, pois gerou uma rica diversidade de expressões culturais, com forte presença de tradições afro-amapaenses e indígenas, que reverberam atualmente nos modos de vida, influenciando as formas de organização social e as manifestações culturais do povo amapaense, uma vez que: “A população amapaense resulta da confluência de diferentes matrizes étnicas e culturais, especialmente indígenas e africanas, que, ao longo dos séculos, construíram uma identidade própria marcada pela resistência e pela diversidade.”. Ainda de acordo com a autora todo esse processo histórico de formação identitária foi importante para o

surgimento de territórios étnico-culturais, como o Quilombo do Curiaú, que se tornou um símbolo de resistência, ancestralidade e afirmação política.

A partir desse entendimento, vale destacar que as atividades realizadas na comunidade do Maruanum eram divididas por gênero, onde cabia aos homens as atividades de caça, pesca, lavoura e criação de gado e as atividades femininas eram a preparação dos alimentos, lavoura, cerâmica e alfabetização dos adultos. As atividades que reuniam os dois gêneros eram o momento das festas, das cerimônias religiosas e das atividades em mutirão que consistiam na colheita da mandioca e na preparação dos derivados de tubérculos, sendo comercializados na feira os sacos de farinha de mandioca; beiju seco e beiju molhado; garrafas de tucupi; abacaxis; pimenta malagueta; e as panelas, potes, fogareiros, torradores de café, frigideiras e alguidares feitos de cerâmica (Coirolo, 1988).

As mulheres da comunidade quilombola do Maruanum desenvolvem, através das suas mãos, diversas peças de barro a partir da argila existente nesse território. Trata-se de uma técnica tradicional e centenária amapaense herdada ao longo das gerações, através dos laços maternos/familiares.

Figura 6 – Tia Marciana finalizando a queima das peças



Fonte: Arquivo do autor (2024)

Figura 7– Louças secas e já queimadas após a cocção



Fonte: arquivo do autor

Segundo a tradição oral contada por moradores antigos da comunidade quilombola do Maruanum, fala-se que alguns ribeirinhos passeavam de barco e um deles perguntou qual o nome desse local cheio de Anuns? E de imediato lhe responderam que aquele lugar que mais se parecia com um mar de Anus (um gênero de aves) era o Maruanum (mar + de + anus = Maruanum).

Acima, destaca-se parte da visualidade da minha publiCIDADE⁶ Macapá, sendo que o lócus da pesquisa foi a Comunidade Quilombola de Santa Luzia do Maruanum, que preserva a tradição da cultura afro-brasileira no seu cotidiano, através das rodas de marabaixo, mantendo a herança viva na produção das louças, em que seguem todo um ritual místico, desde a retirada da matéria-prima na natureza até a confecção final das peças.

Importante destacar que o conceito *publiCIDADE* é utilizado pelo autor e professor Lz⁷ na dinâmica das suas aulas e das suas publicações/produções. Ele entende que a cidade, a partir do ponto de vista da comunicação publicitária, pode ser considerada um “produto” [...] como uma publicidade que deve ser divulgada, propagada e anunciada como o “lugar” que o público alvo da divulgação deve conhecer e, na maioria das vezes, comprar, principalmente

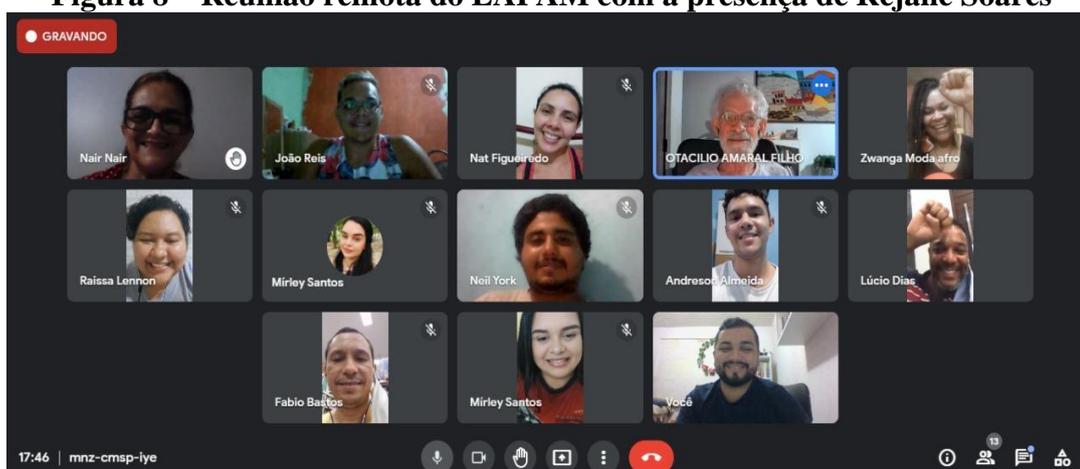
⁶ O conceito de "publiCIDADE" proposto por **Luiz LZ Cezar Silva dos Santos** é uma reflexão crítica sobre a relação entre publicidade, cidade e consumo. Em seu artigo *Uma publiCIDADE amazônica como signo do consumo contemporâneo*, ele propõe a análise da cidade como um espaço permeado por signos publicitários que influenciam e refletem as práticas de consumo da sociedade urbana. Santos utiliza o termo "publiCIDADE" para destacar a presença e o impacto da publicidade na construção da identidade urbana e na dinâmica social das cidades contemporâneas. Essa abordagem permite compreender a cidade não apenas como um espaço físico, mas como um território simbólico onde as marcas e as mensagens publicitárias desempenham um papel central na formação de sentidos e na organização das relações sociais. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/view/189173> Acesso em: 13 abr 2025.

⁷ Luiz LZ Cezar Silva dos Santos é Professor de Comunicação - Publicidade e Propaganda – na FaCom/ILC/UFPA e do PPGCOM/UFPA. Autor do livro “publiCIDADE na Belém da belle époque entre os anos de 1870 e 1912”.

como um lugar turístico”. (Santos, 2021, p. 2). Dentre as várias possibilidades que essa nomenclatura possa oferecer, o autor refere que a ideia de publiCIDADE abrange ainda o estudo das cidades como fenômenos históricos, espaços urbanos e rurais, bem como signos de consumo e ambiências para os processos midiáticos. Tendo por base uma cidade amazônica, Lz Santos (2021, p. 10) então destaca que “[...] o importante é o estudo, a pesquisa que será feita sobre os diversos lugares, espaços, recantos da imensidão desse vasto mundo amazônico”.

Feito esse aparte, com o desenvolvimento das reflexões oriundas dos encontros e discussões advindas dos encontros realizados no Grupo do Laboratório de Pesquisa em Mídia, Cultura e Povos da Amazônia (LAPAM) (Figura 8), e ao cursar as disciplinas obrigatórias, inclusive uma disciplina externa no mestrado em Direito da Universidade Federal do Maranhão (UFMA)⁸, em comum acordo com o orientador prof. Dr. Otacílio Amaral Filho, o foco da pesquisa fora ampliado no intuito de abranger outros segmentos e comunidades da população afro-amapaense. Assim, surgiu uma nova proposta, em 2020.2, que passou a ser “O (afro) marketing dos produtos e manifestações populares da Amazônia negra amapaense”, pois, desta forma, daria continuidade à pesquisa com as Louceiras do Quilombo do Maruanum em um dos capítulos da tese e também poderia dedicar outros capítulos para outras possibilidades, dentre elas, um capítulo dedicado à Zwanga African Fashion, que produz moda para a população negra local.

Figura 8 – Reunião remota do LAPAM com a presença de Rejane Soares



Fonte: Arquivo do autor.

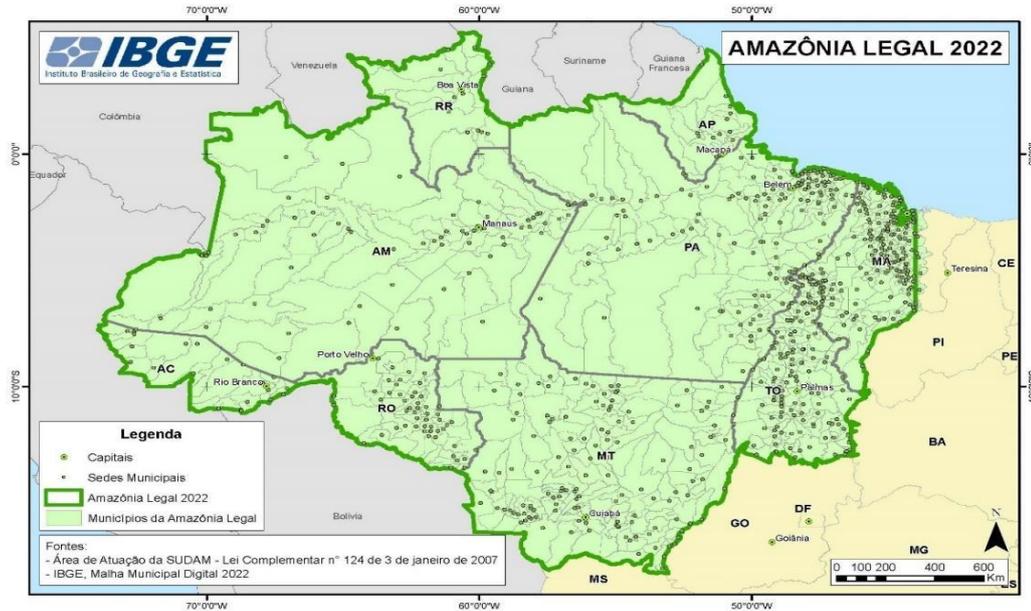
⁸ Disciplina Geopolítica, Institucionalidades e Desenvolvimento, ministrada pelo professor Chai Guimarães e, que gerou a publicação, junto com o meu orientador Prof. Otacílio, do artigo intitulado “Expressão psicossocial do poder nacional: midiaticização e a identidade do negro da Amazônia-amapaense no contexto da democracia brasileira”, no Caderno do Programa Nacional de Cooperação na Amazônia (PROCAD/Amazônia), em 2021.1.

Por conseguinte, durante os encontros do LAPAM e após a proposta do Prof. Otacílio para que começássemos a escrever sobre o objeto e, posteriormente, publicar parte da pesquisa, surge outra vertente ao fazer uma entrevista com a ativista, estilista e afroempreendedora Rejane Soares (fundadora da Zwanga). Percebe-se que, na verdade, o movimento proposto pela marca, e o seu envolvimento no enfrentamento das questões raciais, trabalho e autoestima com as mulheres negras, o empoderamento feminino, a resistência e ousadia de não aceitar o padrão imposto pela mídia brasileira e pela sociedade local e utilizar as mídias sociais para promover e vender suas produções, por si só, constituía a minha tese. Portanto, em 2021.1, novamente mudamos o foco da pesquisa que passou a ser “A publicidade social e o movimento da Zwanga African Fashion na Amazônia negra amapaense: comunicação, ancestralidade, identidade, pertencimento, ativismo e empoderamento negro feminino”.

O Rio Amazonas, além de ser o mais extenso, é o rio mais caudaloso do mundo e tem sua origem a partir da nascente do Rio Apurímaque na Cordilheira dos Andes no sul do Peru, e recebe diversos afluentes da Bolívia, Equador, Colômbia e Venezuela (bacia amazônica) para a sua formação no território brasileiro. Contudo, também fazem parte da floresta amazônica internacional os países sul-americanos Guiana, Guiana Francesa e Suriname.

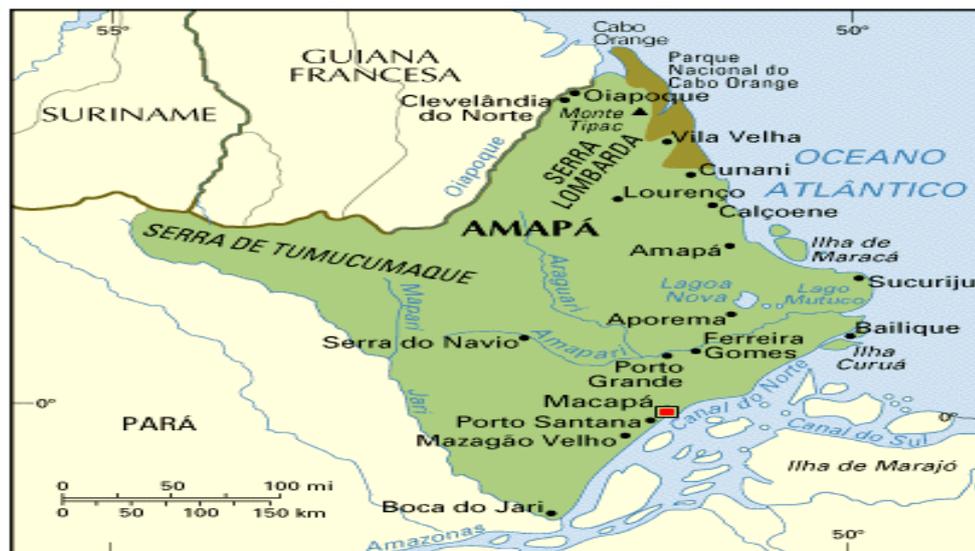
No Brasil, a floresta amazônica é composta pelos sete estados da Região Norte (Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins), além de parte dos estados de Mato Grosso (Centro-oeste) e Maranhão (Nordeste). A Amazônia Legal é uma região é composta por 772 municípios, correspondentes à área de atuação da Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia (SUDAM) delimitada em consonância ao Art. 2º da Lei Complementar n. 124, de 03.01.2007. Foi estabelecida com o objetivo de definir a delimitação geográfica da região política de atuação da SUDAM, tendo como finalidade promover o desenvolvimento incluyente e sustentável de sua área de atuação e a integração competitiva da base produtiva regional na economia nacional e internacional. (IBGE, 2022)

Figura 9 – Mapa Amazônia Legal (2022)



Fonte: IBGE (2022)

Figura 10 – Mapa do Amapá



Fonte: GeoGeral (2017).

Situado nesse território brasileiro, a pesquisa desenvolvida está localizada geograficamente no Platô das Guianas – Amazônia Oriental, exatamente em Macapá e região metropolitana, capital do Amapá. Esse Estado foi constituído a partir do desmembramento do estado do Pará, em 1943, quando foi criado o Território Federal do Amapá (TAF). Em 1988, com a promulgação da Constituição Federal do Brasil, foi elevado a estado da Federação. O nome que deu origem ao nome do estado, segundo a língua tupi, significa “lugar de chuva” (ama, “chuva” e “paba”, lugar de estância, morada). Também no tupi moderno tem o significado de “terra que acaba” ou “ilha” e, segundo os aruaques, o significado de “amapá”

vem do amapazeiro, espécie de árvore dessa região, sendo que 72% do estado são áreas de conservação, terras indígenas e terras remanescentes de quilombo. O Amapá possui 16 cidades: Amapá, Calçoene, Cutias, Ferreira Gomes, Itaubal, Laranjal do Jari, Macapá, Mazagão, Oiapoque, Pracuuba, Pedra Branca do Amapari, Porto Grande, Santana, Serra do Navio, Tartarugalzinho e Vitória do Jari.

Figura 11– Divisão das cidades do Amapá



Fonte: Gráfica Design (2017). Editado: por GeoGeral (2017).

Macapá é a capital do estado do Amapá, que fica situado no extremo norte do Brasil. É praticamente uma ilha, como defendem diversos geógrafos, que está isolada do restante do país pelo Rio Amazonas (sul e parte do sudeste), do estado do Pará e do Suriname pelo Rio Jari (por todo sudoeste), das Guianas Francesas pelo Rio Oiapoque (noroeste) e banhada pelo Oceano Atlântico (ao norte e nordeste).

Tucuju⁹, ou simplesmente cidade de Macapá¹⁰, é a única capital do Brasil a ser banhada pelo Rio Amazonas e possui uma população de aproximadamente 442.933

⁹ Etnia indígena que habitava a margem esquerda da foz do Rio Amazonas, onde atualmente localiza-se a cidade Macapá, capital do estado do Amapá.

¹⁰ A toponímia é de origem Tupi, como uma variação de "*macapaba*", que quer dizer lugar de muitas bacabas, uma palmeira nativa da região.

habitantes, de acordo com o censo do IBGE (2022). Situada ao sudeste do estado, é também a única capital estadual brasileira que não possui interligação por rodovia a outras capitais, sendo a via fluvial e via aérea os principais meios de entrada e saída. Outra característica peculiar, ela é a única capital do país situada abaixo da linha do Equador.

Subdivide-se em zonas Central, Norte, Leste, Oeste e Sul, além das zonas urbanas que se limitam com a região Metropolitana, que é composta pelos municípios de Santana (segunda cidade mais populosa e onde se localiza a região portuária do estado) e Mazagão (novo e velho) — juntas elas possuem uma área de 6.407 km².

Segundo o Censo (IBGE, 2022) a população residente do Amapá é formada por 733.759 mil habitantes. 65,2% se autodeclararam pardos: 478.971 (antes 439.741 – crescimento de 9,7%); 21,4% se autodeclararam brancos: 157.022 (antes 160.487 – diminuição de 2,2%); 11,8% se autodeclararam pretos: 86.662 (antes 58.268 – crescimento de 48,7%); 1,5% se autodeclararam indígenas: 11.334 (antes 7.411 – crescimento de 52,9%); e 0,1 se autodeclarou amarela. Sendo assim, as populações pretas e indígenas foram as que mais aumentaram, seguida da população parda, e houve redução da população branca. (G1 Globo AP, 2023)

A autodeclaração no censo do IBGE (2022) revela que 77,1% da população do Amapá são pretos e pardos, através do seguinte resultado (G1 Globo AP, 2023):

- 65,3% pardos;
- 21,4% brancos;
- 11,8% negros;
- 1,5% indígenas;
- 0,1% amarelo;

Tais dados contrariam as imagens midiáticas publicadas que insistem em afirmar que a região norte brasileira é habitada, em sua maioria, por indígenas. Na verdade, há necessidade de atualização dessa população no IBGE, os quais se consideram na atualidade como “povo originário”.

Figura 12 – Vista de Macapá a partir da foz do Rio Amazonas



Fonte: G1 Globo (2022).

Dentre as principais atrações turísticas da publiCIDADE de Macapá está o Forte de São José, a orla fluvial de Santa Inês, o recém-inaugurado Bioparque Zoobotânico, o balneário do Quilombo do Curiaú (região alagada pelo rio Amazonas durante nove meses do ano), a Fazendinha, as diversas praças espalhadas pela capital, a igreja São José de Macapá, o Teatro das Bacabeiras, o Museu Sacaca, para citar alguns.

Na economia, destaca-se o comércio, além do extrativismo, da agricultura e indústria. Porém, é importante destacar que a capital tem um enorme potencial para desenvolver uma plataforma de turismo e de exploração de tecnologias tradicionais, a exemplo das louças produzidas no quilombo do Maruanum, os manejos de mel nas comunidades tradicionais, o artesanato, as biojoias produzidas a partir das escamas, espinhas e couros dos peixes nativos da região, o grude da gurijuba que é supervalorizado no mercado europeu, a importação da castanha do Brasil e do açaí, dentre outros potenciais.

Dentre as manifestações culturais da capital destaca-se o Marabaixo¹¹, a mais autêntica manifestação da cultura popular afro-brasileira e a festa de São Tiago que é realizada em Mazagão Velho, onde todos os anos encenam a Guerra dos Mouros (a exemplo da Paixão de

¹¹ Manifestação da cultura popular afro-brasileira existente apenas no estado do Amapá. “O Marabaixo é uma forma de expressão elaborada pelas comunidades negras do estado do Amapá, manifestada especialmente por meio da dança e das cantigas denominadas *ladrão*, espécie de poesia oral musicada a partir dos toques das caixas, instrumentos de percussão produzidos pelos próprios tocadores. [...] A dança é executada por homens, mulheres e crianças, formando um círculo que se movimenta ao ritmo dos tocadores e das cantadeiras. Ao universo do Marabaixo incluem-se alimentos e bebidas servidas durante as apresentações, por exemplo, o cozidão (caldo de carne e legumes) e a gengibirra, produzida a partir da cachaça e do gengibre, ambos servidos nos Marabaixos de Macapá e de algumas comunidades; além do beiju cica, feito à base de mandioca e do chocolate, produzido com cacau regional, servidos no Marabaixo da Festa do Divino Espírito Santo em Mazagão Velho. (IPHAN, 20185, p. 6-7).

Cristo em Nova Jerusalém – PE), além das tradicionais festas ligadas aos santos da igreja católica, com destaque ao Círio de Nazaré e o carnaval do Amapá, que é realizado no sambódromo, com desfiles das escolas de samba, similares ao carnaval do Rio de Janeiro e São Paulo, e as bandas que embalam a folia na Av. FAB e na cidade de Santana.

Uma das principais representações simbólicas de Macapá é a fé nos santos católicos, em especial a São José, o padroeiro da cidade, e que também leva o seu nome para a Fortaleza São José de Macapá – umas das principais atrações turísticas, além da catedral, ruas e avenidas de Macapá. Em especial, cabe destacar a devoção dos macapaenses ao Divino Espírito Santo e à Santíssima Trindade; entretanto, cada comunidade do estado do Amapá possui um santo padroeiro diferenciado.

Ressalta-se que a cidade foi batizada de Vila de São José de Macapá, e todos os anos, no dia 04 de fevereiro, é comemorado o aniversário de Macapá, primeiramente com a celebração da missa na Catedral que leva o seu nome e, em seguida, muita roda de Marabaixo e festejos – em seu aniversário a prefeitura decreta feriado local.

Baseado na fé e nos milagres realizados por Nossa Senhora de Fátima, todos os anos é celebrado o Círio de Nazaré. Contudo, em função da pandemia, o público não seguiu a imagem de perto por dois anos. A festa sofreu modificações para evitar aglomerações em meio à pandemia da Covid-19. A tradicional procissão pelas ruas se reduziu em quatro carreatas pela cidade. Houve apenas a missa do Círio, restrita às famílias que fizeram doação do manto, e chamadas imagens peregrinas circularam em determinadas regiões do Centro, para que os fiéis pudessem momentaneamente render suas homenagens.

Igualmente nas comunidades têm os festejos para São José, o santo padroeiro, seguido do momento pagão, e regado a comidas típicas, caldos de carne de búfalo, bebidas regionais e muita roda de marabaixo. Durante o ciclo do marabaixo também ocorre o ritual de “corte do mastro”, onde as famílias tradicionais e os devotos dessa manifestação afro-amapaense se reúnem e fazem a derrubada do mastro, em uma das Áreas de Proteção Ambiental (APA), localizada no Quilombo do Curiaú, zona norte da capital e principal berço das manifestações culturais do Amapá, e plantam outra muda no local – atuam diretamente e em consonância com a manutenção e preservação da biodiversidade local. Trata-se do momento de honra e homenagem à Santíssima Trindade e ao Espírito Santo, que são simbolizados no tronco da árvore, que é retirada e enfeitada com murtas, ervas aromáticas que os festeiros acreditam trazer bons fluídos, boas energias e renovação.

O marabaixo está intrinsecamente ligado à construção e existência da cidade de Macapá no século XIII, a partir do destacamento militar, como nos alude o prof. Ednaldo:

O Marabaixo é um exemplo de sincretismo religioso ocasionado pela resistência negra, proporcionado pelos eventos desumanos da escravatura no período colonial brasileiro, em que os sujeitos negros se reinventavam para cultuarem seus deuses em meio à hegemonia do catolicismo e às repressões da Coroa portuguesa (Santos, 2018, p. 245).

O povo negro, o marabaixo (assim como a música local¹², os ladrões de marabaixo) e a cidade de Macapá fazem parte da mística e da maior manifestação artística e cultural do Amapá, desde a sua existência. Vale ressaltar que no dia 20 de maio de 2017, durante a reunião do Conselho Consultivo do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), em Belém do Pará, o marabaixo foi reconhecido como patrimônio cultural imaterial do Brasil, em votação unânime.

Como vivemos num país colonialista e, por mais que a existência do racismo em suas diversas faces e nuances seja negado, invisibilizado, ou retratado a partir do ângulo conveniente, principalmente daqueles que não sofrem ou sofreram os estigmas desse racismo na pele, torna-se de vital importância essa discussão, a exemplo da pesquisa realizada por Tarcízio Silva (2020) intitulada “Racismo algorítmico em plataformas digitais: microagressões e discriminação em código”. É importante ter presente que, ao se falar sobre comunidades tradicionais da Amazônia, povos da floresta, quilombismo (Nascimento, 1980). O conceito de quilombismo, segundo o autor se caracteriza como uma categoria política e cultural que remete às práticas, valores e resistências dos quilombos — comunidades formadas por descendentes de escravizados fugitivos que estabeleceram formas de organização e resistência durante o período colonial e pós-colonial indo vai além da simples ideia de resistência armada ou território livre; pois se refere a um projeto de construção de uma sociedade alternativa, baseada na autonomia, na solidariedade, na organização coletiva e na reafirmação da identidade negra. Assim, há a necessidade de identificar como os processos comunicacionais da mídia amapaense (numa escala local inicialmente) se relacionam com essa temática e/ou como reforçam positivamente ou negativamente a identidade étnica na sociedade afroamapaense.

Nessa perspectiva, trazemos o movimento da Zwanga que faz o mesmo resgate histórico e cultural, sob o olhar do afroempreendedorismo voltado para o mercado que envolve a bioeconomia e o afro-ativismo, conforme algumas discussões resgatadas na minha pesquisa de mestrado intitulada “Indicações geográficas do Amapá: mestria das louças

¹² Conhecida localmente como MPA – Música Popular Amapaense.

produzidas no quilombo do Maruanum” (Neves, 2020) — base par adentramos na pesquisa sobre a afromarca.

2.2 Caminho metodológico: procedimentos e métodos

A saber, conforme o referido na introdução, a natureza desta pesquisa em comunicação teve o enfoque qualitativo por entendermos que a sua finalidade científica é gerar um conhecimento sobre a dimensão de um fenômeno social, valorizando as percepções, experiências e significados atribuídos pelos sujeitos envolvidos, uma vez que o enfoque qualitativo permite compreender a complexidade dos processos comunicacionais em contextos específicos, explorando aspectos subjetivos e contextuais que não podem ser reduzidos a números ou generalizações estatísticas (Denzin; Lincoln 2006).

Neste sentido nos apropriamos de procedimentos de pesquisa como o levantamento bibliográfico o qual se constitui como um processo de busca, seleção e análise de publicações já existentes sobre um determinado tema, com o fito de reunir o conhecimento produzido, identificar lacunas, conceitos-chave, principais autores e debates relevantes (Gil, 2011). Assim, essa etapa permite fundamentar teoricamente o estudo, contextualizar o problema de pesquisa e evitar duplicações desnecessárias, contribuindo para a construção de um referencial sólido. para sustentarmos a dimensão epistemológica trazendo outros estudiosos para dialogarem com as teorias aplicadas nesta investigação.

Além disso, nos apropriamos da pesquisa de cunho explicativo, cujo objetivo principal é explicar as causas e os efeitos das relações entre variáveis, aprofundando a compreensão do “porquê” e “como” algo acontece. Esse tipo de pesquisa geralmente parte de hipóteses e é mais estruturada, podendo utilizar métodos qualitativos, quantitativos ou ambos. como uma forma de elencarmos analiticamente diferentes estudos para entendermos as relações de causas e consequências de um determinado fenômeno (Gil, 2011). Igualmente nos apropriamos da pesquisa descritiva a qual embora não explique as causas dos fenômenos, no permite identificar padrões, tendências e relações existentes, o que se constitui como um importante método para descrevermos os relatos dos sujeitos que estão envolvidos com o movimento afroativista da Zwanga.

A pesquisa em comunicação permite de forma cirúrgica, de certa forma, flagrar, e assim extrair esse processo de convivência das novas formas com formas tradicionais de sociabilidade (Muniz Sodré, 2002). Interessa investigar o objeto à luz deste campo do conhecimento, tal como propõe Muniz Sodré, a partir da vinculação humana, comunitária,

que hoje ocorre no âmbito de uma relação geral, que é estabelecida pela mídia. Assim, cabe refletir em que medida as formas das relações estabelecidas implicam naquilo a que o autor denomina de *ethos* — o espaço cognitivo, com toda a extensão e conexões, onde ocorrem as formas de relacionamento com o outro, a realização e ação humanas, e com a própria singularidade do indivíduo, as formas simbólicas, a sensibilidade, a cultura. (Muniz Sodré, 2002).

Já o enfoque qualitativo tem como finalidade conhecer/interpretar/compreender uma realidade social específica, compreender atitudes, movimentos, inspiração, motivações, dentre outras características e comportamentos de um grupo de pessoas, partindo de um ponto de vista subjetivo, conforme Chizzotti (1998, p. 79)

A abordagem qualitativa parte do fundamento de que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, uma interdependência viva entre o sujeito e o objeto, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito. O conhecimento não se reduz a um rol de dados isolados, conectados por uma teoria explicativa; o sujeito-observador é parte integrante do processo de conhecimento e interpreta os fenômenos atribuindo-lhes um significado.

Neste sentido, compreendermos que o foco deste estudo está direcionado à articulação dos acontecimentos que identificam e caracterizam um determinado fenômeno social e possibilita a leitura da realidade em questão, já que apresenta aspectos da realidade de forma que favorece o entendimento do que se propõe analisar. Assim, nos apropriamos também do procedimento de pesquisa no qual o autor é observador-participante, o qual não se limita a ser apenas um espectador externo, mas se insere na realidade investigada, interage com os sujeitos, vivencia situações e, ao mesmo tempo, registra e analisa o que observa. para compreender de maneira mais singularizada os aspectos e os meandros que constituem o histórico da afroempreendedora Rejane Soares e o ativismo da Zwanga em território amazônico amapaense, uma vez que o pesquisador está implicado e também faz parte do movimento proposto pela afromarca.

Figura 13 – Autor desfilando para Afromarca Zwanga African Fashion (2023)



Fonte: Arquivo do Autor (2023)

Sobre a pesquisa participante, Silva (1991) entende que está pode ser, como o próprio nome diz/sugere, necessariamente, a implicação/participação do autor dentro do contexto, grupo, cultura, coletivo e movimento que está a estudar, assim, como os sujeitos que fazem parte do processo da pesquisa.

Articulamos, também, como procedimento, a pesquisa participante cujo objetivo principal não se restringe a estudar uma realidade, mas sim busca compreendê-la e transformá-la junto com os participantes (Brandão, 1991). Além disso, essa pesquisa valoriza o saber local, o diálogo e a construção coletiva do conhecimento, sendo muito usada em comunidades, movimentos sociais, educação popular e saúde coletiva. em razão do engajamento pessoal, identitário e social do pesquisador que se reconheceu na dinâmica do tema e nos sujeitos da pesquisa. Neste sentido, mantivemos a perspectiva disruptiva na pesquisa ao quebrar com o paradigma da falsa-neutralidade subjetiva, que nega o direito ao pesquisador de estabelecer um vínculo humanizador com os sujeitos e com o contexto de

estudo, já que a pesquisa disruptiva se constitui como uma forma de pensar ou agir que desconstrói padrões estabelecidos, modelos tradicionais ou formas convencionais de compreender e fazer algo, propondo, com isso, mudanças radicais, inovadoras e transformadoras, que frequentemente provocam reações, instabilidade ou a necessidade de adaptação (Jenkins, 2008).

Por fim, para organização da coleta de dados utilizamos a técnica de entrevistas abertas e semiestruturadas que combinam perguntas abertas, numa visão disruptiva, a fim de permitir que o entrevistador possa ir além das respostas pré-obtidas. O entrevistador pode conduzir a conversa de acordo com os seus objetivos e dar ao entrevistado a liberdade de poder se expressar favorável ou não ao tema, de acordo com o seu olhar (Gil, 2011).

O cenário de investigação se refere à afromarca Zwanga African Fashion, que comercializa vestimentas e adereços vinculados à cultura africana e afro-brasileira no estado do Amapá, Brasil.

Consideramos como critérios de inclusão dos participantes desta pesquisa aqueles e aquelas que participaram de todas ou de alguma das edições dos desfiles da Zwanga African Fashion, ou participou de algum dos eventos ou cursos oferecidos pelo movimento da Zwanga, na Amazônia-amapaense.

A coleta de dados será dividida em duas fases. Na primeira, fase utilizamos diversas entrevistas presenciais com a Rejane Soares, na sede da Zwanga e, por conta da pandemia de COVID, outros depoimentos colhidos pelo WhatsApp. Nessa fase foi elaborado, submetido, aprovado e publicado o artigo “Zwanga African Fashion, moda negra da Amazônia Amapaense para o mundo: ancestralidade, ativismo, pertencimento e empoderamento feminino”, no 16º Colóquio de Moda (2021), fruto dessas primeiras entrevistas com a fundadora da Zwanga. Estas também serviram de base para formular as perguntas semiestruturadas da segunda fase de coleta de dados com os participantes previamente escolhidos, conforme citado acima.

2.2.1 Procedimento de coleta de dados: entrevistas semiestruturadas

Para a coleta dos dados, utilizamos cinco perguntas com respostas livres das entrevistadas e dos entrevistados, para analisarmos a efetividade do movimento da Zwanga para o combate ao racismo e ao preconceito na sociedade da Amazônia-amapaense. Também se revelou o impacto das apresentações para os afroamapaenses que participaram dos eventos

promovidos pela marca, a exemplo da moda ativista afrocentrada e do empreendedorismo negro feminino em 2020, 2022 e 2023.

Para aplicação da entrevista houve a necessidade de realizá-las com 12 mulheres que participaram dos eventos promovidos pela Zwanga, durante o período proposto — as coleções de 2020, 2022 e 2023 — e com 4 homens que participaram do desfile da coleção 2023, de forma inédita e em parceria com o Renan, esposo da afroempreendedora. Por essa razão, conforme figura 14 abaixo, do dia 13 ao dia 18 de setembro de 2024, houve a necessidade (já anunciada há um mês) de deslocamento de Aracaju, a fim de realizar as entrevistas pessoalmente.

Figura 14 – Passagem aérea para realização da entrevista no lócus de pesquisa

Declaração de embarque
Comprovante de voo executado



Contratado Prestador de serviço		
Nome Empresarial Azul Linhas Aéreas Brasileiras S.A.	Endereço sede Avenida Marcos Penteado de Ulihôa Rodrigues, n° 939 - Edifício Castello Branco Office Park Torre Jatobá - 9º andar Alphaville Município de Barueri, Estado de São Paulo. CEP 06460-040.	Data Barueri, 19 / 09 / 2024
CNPJ 09.296.295/0001-60		

Contratante Consumidor		
Reserva TH7NRF	Nome Completo LUCIO NEVES	CPF TudoAzul 67115098549

Trecho para Macapá		
Origem Aracaju (AJU)	Destino Macapá (MCP)	Número do voo 4034
Partida às 02h37	Chegada às 13h32	Realizado em 13 / 09 / 2024

Trecho para Aracaju		
Origem Macapá (MCP)	Destino Aracaju (AJU)	Número do voo 4235
Partida às 03h58	Chegada às 12h12	Realizado em 18 / 09 / 2024

Fonte: Arquivo do autor (2024)

Contudo, infelizmente, houve diversos contratemplos para que pudéssemos reunir o coletivo das mulheres e dos homens no espaço colaborativo na sede da Zwanga, desde a própria demanda pessoal da Rejane (e a própria agenda da Zwanga) até uma cirurgia que a sua genitora teve que se submeter. Como nossa pesquisa, desde a essência, é disruptiva e visa quebrar padrões de análise e coleta dos dados, a alternativa foi ir de casa em casa realizar a pesquisa. No dia 14 de setembro fui ao bairro de Santa Rita e entrevistei o Jorge (Toty), que é enfermeiro; posteriormente fomos juntos ao terreiro do Babalorixá Luiz de Oxum, onde fomos recebidos como convidados e aproveitamos o momento para nos aquilombarmos

(figura 15). Enquanto estávamos no terreiro, o Jair se juntou a nós e também nos forneceu a sua entrevista. Vale ressaltar que ambos participaram dos eventos promovidos pela afromarca e foram modelos, tal como o pesquisador, na coleção 2023. Fiquei de entrevistar outros dois modelos no dia 15 de setembro, mas, por conta dos seus compromissos dominicais com seus familiares, infelizmente não consegui fechar a amostra, por não os encontrar.

Figura 15– Entrevista no terreiro do Babalorixá Luiz de Oxum



Fonte: Arquivo do autor (2024)

Para entrevistar as meninas, devido à dificuldade explicitada anteriormente, no penúltimo dia consegui encontrar a Rejane Soares na sede da Zwanga e fizemos mais uma coleta de 40 minutos de sua fala, para própria apresentação, bem como da afromarca. Nesse ensejo, entrevistamos a trançista Eduarda, que foi aluna da primeira turma do curso de Tranças promovido pelo movimento da Zwanga e estava a fazer o cabelo da própria fundadora. Em seguida, tentamos entrevistar a Vivi (figura 16) que, por ser tímida, assinou o termo de consentimento de uso da imagem para a pesquisa, e se comprometeu em nos encaminhar por escrito a resposta da entrevista de nossas perguntas abertas.

Figura 16 – Entrevista com a Rejane, Eduarda e Vivi na sede da Zwanga



Fonte: Arquivo do autor (2024)

Em seguida, ainda neste último dia em Macapá, conseguimos ir até o bairro Marabaixo e entrevistamos outra participante e modelo da afromarca, a Yalorixá e professora da Rede Federal Elane Carneiro, que fechou as entrevistas presenciais. Contudo, como não foram fechadas as entrevistas com todos os participantes de ambos os sexos, por conta do retorno para Aracaju, utilizamos a ferramenta do WhatsApp para coletar as demais amostras escritas, por áudio ou vídeos curtos.

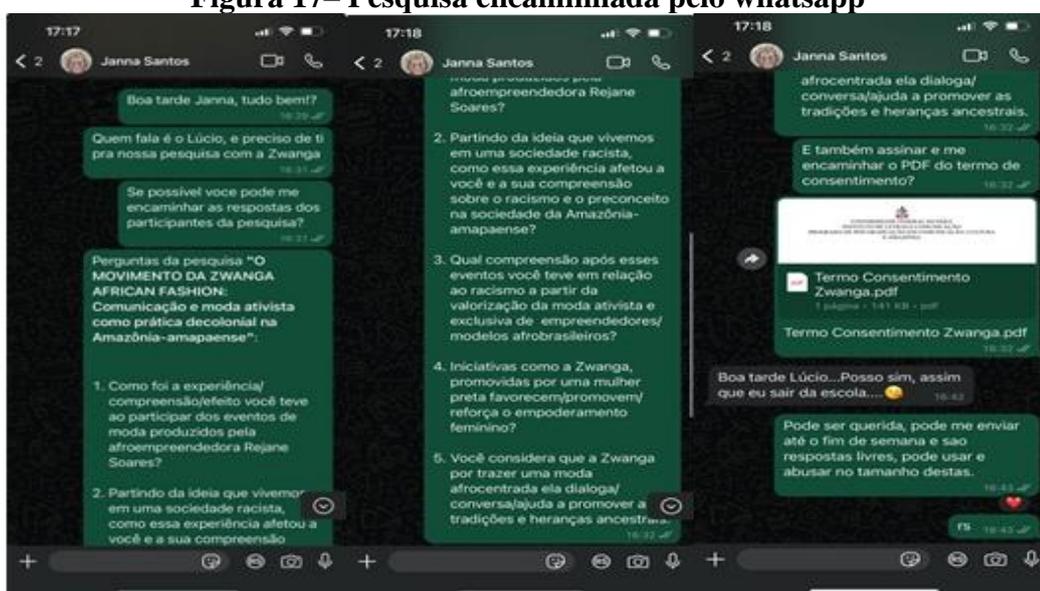
Tendo em vista não termos atingido o número suficiente de participantes, abrimos a segunda parte para a coleta de dados das participantes do movimento da Zwanga, pois também não conseguimos entrevistar as modelos que participaram do desfile da Coleção 2023. Assim, ao retornar para Aracaju, enquanto iniciava o árduo processo de transcrição das falas, visto que não usei apenas o gravador do celular para coletar as amostras e nenhum dos aplicativos encontrados eram gratuitos, utilizamos o *Google docs* para nos auxiliar na transcrição.

Iniciamos ligando a função de “transcrição por voz” e, ao ligar o áudio do aparelho do celular, o *google docs* fazia automaticamente a transcrição, mas travava de imediato. Pelo fato de usarmos muitos termos afro-brasileiros, africanos, afro-latinoamericanos, a tecnologia transcrevia errado. Então, para dar conta de uma transcrição fidedigna, passamos a ouvir e falar para o *google docs* todas as amostras e corrigi-las no momento em que falhava ou traduzia a palavra com erro; isso nos gerou uma demanda extra para dar conta da parte metodológica.

Apesar disso, tivemos um lapso de pensamento ao recordar que a entrevistada Vivi tinha dificuldade de responder às perguntas durante a gravação (quando estivemos na sede da Zwanga) e, após assinar o termo de consentimento, ficou de nos encaminhar as suas respostas por escrito. A partir dessa suposta dificuldade e pelo fato desta pesquisa ser disruptiva do início ao final, nos descolonizamos e passamos a utilizar a ferramenta do WhatsApp como canal para coletarmos as amostras e os termos pendentes. Sendo assim, solicitamos à afroempresária Rejane Soares que nos encaminhasse o contato das meninas para participarem da entrevista; assim conseguimos encaminhar as cinco perguntas e o termo através do desse aplicativo. (figura 17). Para facilitar a inserção dos dados (devido a todo esse problema de traduzir as primeiras pelo *google docs*), solicitamos o envio das respostas por escrito, às seguintes perguntas:

- 1) Como foi a experiência/compreensão/efeito você teve ao participar dos eventos de moda produzidos pela afroempreendedora Rejane Soares?
- 2) Partindo da ideia que vivemos em uma sociedade racista, como essa experiência afetou a você e a sua compreensão sobre o racismo e o preconceito na sociedade da Amazônia-amapaense?
- 3) Qual compreensão, após esses eventos, você teve em relação ao racismo a partir da valorização da moda ativista e exclusiva de empreendedores/modelos afrobrasileiros?
- 4) Iniciativas como a Zwanga, promovidas por uma mulher preta favorecem/promovem/reforça o empoderamento feminino?
- 5) Você considera que a Zwanga, por trazer uma moda afrocentrada, ela dialoga/conversa/ajuda a promover as tradições e heranças ancestrais.

Figura 17– Pesquisa encaminhada pelo whatsapp



Fonte: Arquivo do autor (2024)

2.2.2 Sujeitos participantes

Enquanto pesquisador engajado com as questões afrocentradas, busquei pessoas reais, com suas trajetórias marcadas pelas questões que envolvem a negritude no Brasil. Além disso, os participantes convidados para relatar os impactos do movimento da Zwanga em suas vidas foram predominantemente formados por mulheres negras com faixas etárias variadas e pertencentes às classes populares. Utilizamos também o depoimento de homens pretos que, de algum modo, estão articulados com o movimento da Zwanga e com a complexidade do histórico da negritude pobre do Brasil, mais precisamente no norte da Amazônia-amapaense.

As entrevistas foram realizadas com uma amostra bem reduzida, tanto de homens quanto mulheres, o que não deslegitima a lisura, o rigor e a cientificidade dos dados, tendo em vista que utilizamos o estudo de caso, o que nos permitiu um fechamento amostral com dados ricos em significados e elucidativos do objeto de estudo ao pesquisador que foram ao encontro das necessidades suscitadas pelos objetivos da pesquisa.

Quadro 1– Amostra dos(as) entrevistados(as)

GÊNERO	QUANTIDADE	FAIXA ETÁRIA
Mulheres	6	20 a 50 anos
Homens	4	30 a 51 anos

Fonte: elaborado pelo autor

Importante ressaltar que a pesquisa tinha margem para analisar a resposta de outros sujeitos da pesquisa, mas devido ao tempo para defesa da tese, a distância entre Aracaju e Macapá, além do tempo de estadia do pesquisador na Amazônia-amapaense e principalmente os altos valores de passagens aéreas para o deslocamento, hotel e transporte, fechamos com essa amostra reduzida essa parte da aplicação das entrevistas semiestruturadas, contudo, sem comprometer a sua análise.

No capítulo seguinte faremos um breve passeio sobre a história da Estilista e Afroempreendedora Rejane Soares e como se deu o início do movimento da Zwanga African Fashion no Amapá; como a Zwanga se transformou em tese de doutorado e alguns principais destaques/eventos ao longo do período de análise, 2020~2023.

3 A EXPERIÊNCIA DO MOVIMENTO DA ZWANGA AFRICAN FASHION: O AFROEMPREENDEDORISMO E A RESISTÊNCIA DE REJANE SOARES

“Moda autoral e artesanal que conecta os corpos com a ancestralidade africana!”
Feito no Amapá/Show Fashion/Sustentabilidade (Zwanga).

Neste capítulo trataremos de discutir o objeto de estudo pelo qual todo o trabalho está relacionado e que é a experiência produzida e promovida por Rejane Soares¹³ e a afromarca Zwanga. Faremos uma breve discussão que relaciona a criação da marca com a história de vida da fundadora. É condição *sine qua non* abordar a experiência da afroempreendedora e a condição de mulher preta nortista e amazonense.

Utilizar a afroempreendedora e designer Rejane como objeto de pesquisa, na verdade, não foi nossa decisão inicial. Comecei a pesquisar a cultura negra desde quando eu sai do bairro da Liberdade. Na verdade, eu sempre dediquei minhas pesquisas à população negra e, quando eu cheguei à Amazônia-amapaense, em 2017, e tomei posse como professor do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico (EBTT) do Instituto Federal do Amapá (IFAP), criamos o grupo de pesquisa no qual eu sou coordenador, o GesComIT/Amazônia¹⁴, no qual passei a pesquisar as comunidades amazônicas, os povos da floresta como aborda Amaral Filho (2016) em sua obra “Marca Amazônia: o marketing da floresta”.

A partir dessa imersão, eu levei como objeto de investigação para o mestrado (PROFNIT/UNIFAP¹⁵), as louceiras do Maruanum. Era aquela questão da identificação do território com uma indicação de procedência, de indicação geográfica, e também levei como proposta no projeto, para estudar o doutorado, as louceiras do Maruanum como carro-chefe. Assim, iria ampliar, não só as louceiras do Maruanum, mas a questão do afroempreendedorismo para todo o Amapá. Então, delimitamos quais seriam os objetos/sujeitos da pesquisa.

Retomando o tema, é importante ressaltar que a rica diversidade da Amazônia-amapaense inspira arte, moda, acessórios e gera impacto na economia de comunidades tradicionais combinando biomateriais, saberes tradicionais e desenvolvimento sustentável,

¹³ Mulher negra, líder e empreendedora negra brasileira, reconhecida por sua atuação no movimento afroempreendedorismo e na promoção da cultura afro-amapaense. Criadora da afromarca **Zwanga**, ela utiliza a moda como ferramenta de resistência e afirmação da identidade negra, resgatando elementos da ancestralidade africana e valorizando as mulheres negras da Amazônia. Sua trajetória inspira e fortalece a luta por representatividade, autonomia e valorização das culturas afro-brasileiras

¹⁴ Grupo de Pesquisa em Gestão, Comunicação e Inovação Tecnológica, com ênfase em comunidades tradicionais da Amazônia.

¹⁵ Mestrado profissional em Propriedade Intelectual e Inovação Tecnológica/Universidade Federal do Amapá.

como é o caso das artesãs que trabalham com peles e espinha de peixe na Amazônia, através do tratamento de resíduos do pescado, em geral descartado de forma incorreta, transformando a pele de peixe em couro para produção de bolsas e acessórios.

Exemplo de sustentabilidade é o Quilombo Mel da Pedreira — localizado no município de Macapá-AP a uma distância de 50 km da zona urbana. A comunidade é composta por 25 famílias, com uma média aproximada de 115 pessoas, distribuídas em uma área de 2.629,0532 hectares. O Quilombo Mel de Pedreira foi oficialmente reconhecido como remanescente de quilombo em 2007, pela Fundação Cultural Palmares. pela Fundação Cultural Palmares. A comunidade enquanto produtora natural de mel de abelhas, alia o saber tradicional relacionado à coleta do mel, visando ao fortalecimento da renda familiar. A reprodução das abelhas nativas dos tipos urucu-cinza ou urucu-cinzenta e jurupara ajuda a promover o processo de polinização das frutas, aumentando, dessa forma, a produção frutífera da comunidade.

Outro destaque importante é o Cultivo do abacaxi em Porto Grande — localizado na região central do Estado, a 108 quilômetros de Macapá — que foi declarado Patrimônio Cultural de Natureza Imaterial do Amapá (Lei 3.004/2024). Porto Grande foi oficialmente reconhecida no dia 26 de novembro de 2024, com a Indicação Geográfica (IG) do tipo Indicação de Procedência (IP), conferida pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) como produtora de abacaxi.

Já Vila de Mazagão Velho (Região Metropolitana de Macapá) — berço da cultura amapaense, qual possui raízes profundas que remontam à antiga colônia portuguesa de Mazagão, no Marrocos, a qual deixou de colônia em 1769, quando cerca de 2.092 habitantes foram realocados, com 1.855 seguindo para Belém, no Brasil, em 1770. Com isso, em 1773 a Vila estabeleceu-se na região do rio Mutuacá, fundando Mazagão Velho. Essa localidade é um lugar repleto de encantos e rico em manifestações culturais. Este é um território quilombola, onde, na segunda quinzena de julho ocorre a tradicional Festa de São Tiago — um retrato das batalhas travadas entre mouros e cristãos que, em 2024, completa 247 anos de encenação. A Festa de São Tiago, trazida da África no século 18, remonta à fundação da Vila de Mazagão Velho pela Coroa Portuguesa em 1770. É um espetáculo como acontece em Nova Jerusalém-PE. Assim, a Vila de Mazagão Velho representa a fusão de tradições africanas e portuguesas, consolidando-se como um dos principais núcleos culturais do Amapá e um elo vital na construção da identidade regional.

Nessa riqueza cultural, realçamos a afroempreendedora Rejane Soares, que semeia em terras férteis o movimento da Zwanga como uma multiplicadora da criatividade no Brasil,

sendo reconhecida como um importante designer de moda do Amapá, valorizada, sobretudo, por sua contribuição ao empreendedorismo negro no Brasil. A afroempreendedora, aos 43 anos de idade, mãe de três filhos e avó de dois netos, busca promover com seus projetos um resgate da herança ancestral africana, de suas raízes e de sua identidade de mulher negra, aproximando outras mulheres negras através de oportunidades de qualificação profissional para aquelas que vivem nas áreas periféricas, o que faz de sua marca um instrumento contundente de combate ao racismo e de resgate cultural, posto que a Zwanga — a primeira marca de moda afro do estado do Amapá — possui visibilidade nacional e tem parcerias com diversas marcas como: ONU Mulher, Fundo Elas, O Boticário, lojas Renner, Rede Nacional dos Afros Empreendedores, Fundo Agbara e Fundo Baobá. O projeto Afro Mulher conta com a parceria da Fundação Marabaixo, Mercado dos Medicamentos, Brasil Medicamentos e Sebrae.

Rejane Soares começou sua carreira e ascensão nos movimentos de empoderamento de mulheres negras vendendo peças em praças de Macapá, o que passou a ser realizado posteriormente em um quiosque em um shopping local. Devido à alta demanda, Rejane Soares transferiu a loja para sua residência, onde promoveu mais de 500 oficinas de turbantes e 170 eventos entre palestras, rodas de conversa e seminários em todos os 16 municípios do Amapá. Para incentivar o empreendedorismo entre afroempreendedores locais, para em 2017, ser reconhecida como uma das mulheres negras mais influentes do Brasil pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

Atualmente, Rejane Souza é a representante da Rede Brasil de Afroempreendedoras e Afroempreendedores (REAFRO), com um banco de dados de mais de 8.000 mulheres cadastradas, visando qualificação e geração de renda para mulheres negras da Amazônia.

Assim sendo, entendemos a importância, a seriedade e a responsabilidade de fazer deste o nosso escopo de trabalho doutoral. Quando começamos a produzir os artigos para poder cumprir os requisitos do programa, eu escolhi a Zwanga para ser o primeiro artigo, e o primeiro capítulo, ou um dos primeiros capítulos que seria investigado para poder iniciar tanto a publicação dos artigos exigidos no regimento, como, também, para a produção de um dos capítulos a ser investigado na tese.

Em decorrência, quando iniciei essa primeira entrevista pelo WhatsApp com a Rejane, construímos o primeiro artigo sobre a afromarca e o publicamos, posteriormente. Em uma das orientações que eu tive com o professor Otacílio, discutimos as possibilidades e potencialidades de pesquisa. Constatamos então que se tratava de um novo objeto de pesquisa doutoral — a Zwanga, com suas nuances — porquanto a afromarca não era só um

capítulo; era justamente todo o movimento que poderia estar sintetizando, simbolizando a discussão a partir de uma tese de doutorado que exige comunicação e socialidade dentro da Amazônia. Então, por fim, eu consegui encaixar a questão afrobrasileira, afroamapaense, afroamazônida no doutorado em comunicação e cultura e Amazônia, por estar tratando e discutindo sobre os povos da floresta.

Através de entrevista realizada pelo aplicativo WhatsApp, houve o primeiro contato em relação à pesquisa com a Zwanga, através da afroempreendedora, há mais de uma década, estilista e idealizadora da marca Rejane Soares (figura 18), que sempre atuou na política e no ativismo negro social. Ela nos conta que a Zwanga African Fashion é o resultado do que muitos consideram um surto de “loucura”. Rejane Souza nos conta que a Zwanga African Fashion se constitui como uma marca de moda afro fundada em 2016 sendo que o termo "Zwanga" significa "reencontro com as origens africanas", refletindo o compromisso da marca em valorizar a herança ancestral por meio da moda, a partir de projetos sociais voltados para a capacitação de mulheres negras e periféricas, oferecendo cursos de costura, tranças e maquiagem profissional, com o objetivo de promover a autonomia financeira e a autoestima das participantes, incluindo-as nos desfiles da marca, valorizando modelos com deficiência, mulheres trans, religiosas de diferentes crenças e representantes de diversas idades, buscando, com isso, representar a pluralidade da sociedade e reforçar a importância da representatividade na moda, com coleções que celebram a cultura africana e a identidade negra, como a coleção "AYA", lançada após a recuperação de Rejane Soares de um AVC, com uma coleção que contou com 50 peças, das quais 10 eram conceituais, enfatizando a superação e a força das mulheres negras.

Figura 18– Imagens de modelos da coleção AYA



Fonte: <https://chatgpt.com/c/67fbada4-feb8-8003-97b6-43b5506479cb>

Rejane Souza acrescenta que a marca é produto de inquietações as quais, durante muito tempo, a incomodaram, quando o quesito era moda. Destaca ainda que pelo fato de ser gorda e preta, e gostar de tecidos com cores vibrantes e estampas coloridas, nunca se sentiu representada. Quando ia às lojas, geralmente não encontrava algo que a agradava e, em muitos momentos, sentiu-se discriminada e sofreu preconceitos. Assim, foi pensando numa marca que atendesse ao público, com as características do povo amazônico amapaense, que a Zwanga African Fashion surgiu.

Figura 19– Afroempreendedora, estilista e fundadora da Zwanga African Fashion, Rejane Soares



Fonte: <https://www.facebook.com/zwangafricanfashion/photos/2854714081324605> (2021).

Rejane conta que, logo após a criação da marca abandonou o gabinete e foi para a Praça Veiga Cabral, no centro de Macapá, com uma sacola de retalhos e começou a produzir as suas primeiras peças, em respeito à sua ancestralidade, ao homem e à mulher preta que, em grande parte da história da moda, foram marginalizados e invisibilizados. Conta também que viu no segmento moda afro, grande possibilidade de inclusão, ascensão social e econômica com o empreendedorismo, uma vez que na época era um nicho pouco explorado.

Soares afirma que, a partir do movimento proposto pela Zwanga, se autorreconhece, passa a perceber a beleza afro-brasileira existente em si e nos seus pares e hoje se apresenta como uma afroempresária gorda e, sobretudo empoderada. Revela que a essência do movimento Zwanga African Fashion, reside no reconhecimento da necessidade do trabalho coletivo, em favor da resistência, autoafirmação, exaltação da herança africana a partir da

cultura e manifestações locais, a exemplo do Ciclo do Marabaixo e da Festa de São Tiago, já citados.

A problemática surge pela adoção da moda afro-brasileira como estratégia política, econômica e coletiva no vestir, o denunciamento, indo de encontro ao racismo institucional e estrutural de uma população estigmatizada e seus desdobramentos (Santos; Vicentini, 2020).

Assim, diante da proposta do *afromarketing* Zwanga African Fashion, questiona-se: o movimento contra-hegemônico, provocado através da publicidade social, realizado na e para população amapaense através do surgimento da marca Zwanga contribui para o enfrentamento do racismo em suas diferentes formas e estruturas em nossa sociedade? A Zwanga comunica o fortalecimento das raízes afro-brasileiras e o sentimento de identidade, ancestralidade, pertencimento, aceitação, empoderamento negro feminino, autoestima e igualdade racial?

Sob esse enfoque, num ímpeto de rebeldia e transgressão, Rejane resolveu criar as suas próprias roupas, cuidar do seu cabelo crespo e fazer turbantes como satisfação pessoal e para se apresentar nos espaços públicos, por se identificar com as vestimentas utilizadas pelos seus antepassados da África e afro-brasileiros, assim, como, os afro-caribenhos, afro-latinos e afro-americanos. Santos e Vicentini, (2020, p. 28) esclarecem que “o termo *moda afro-brasileira*, bem como todo esse segmento, vem sendo explorado desde os anos 2000 e é um nicho de mercado composto por vestimentas e acessórios coloridos, alegres, que misturam diversas informações culturais, simbólicas e religiosas”. As autoras trazem uma abordagem bastante significativa sobre a moda afro-brasileira “[...] como um vestir político que ressignifica o conceito de luta e resistência a partir da diáspora africana e reafirma a rica contribuição dessa população no fazer da moda brasileira” (p. 16).

Em meio a esse cenário de ressignificação de conceitos, tradições, atitudes, modos de fazer e propostas dessa moda, foi inevitável ocorrer de imediato uma identificação e satisfação pessoal, que levou à minha implicação como pesquisador, tornando-se para mim e, posso afirmar, por outras mulheres amapaenses, um segmento de moda autoidentificado. Essa tecitura complexa e imersa de significados levou a afroempreendedora a produzir peças de roupas sob encomenda, depois abrir uma loja num *shopping center* do Amapá. Contudo, o ponto comercial não foi o ideal, tendo em vista que a dinâmica do shopping tem horário de fechamento e abertura, o que confrontava com os horários da afroempreendedora que, por ser mãe solo, não dispunha de tempo para atender a essa exigência.

Assim, partiu para construir o seu próprio atelier na varanda de sua casa, a produzir o desfile anual da Zwanga Fashion em parceria com outros afroempreendedores amapaenses. Isso lhe permitiu ter visibilidade e identificação com outros afroempreendedores brasileiros;

de modo que a afroempreendedora ganhou o prêmio nacional de Afroempreendedorismo, que se apresenta como uma iniciativa que visa reconhecer e valorizar a contribuição de empreendedores negros para a economia brasileira, destacando suas trajetórias, inovações e impactos sociais, por meio de iniciativas e programas que celebram e apoiam o afroempreendedorismo. Além disso, a Zwanga Fashion busca combater a estrutura do racismo estrutural em suas diferentes formas apresentadas na sociedade amapaense, como elemento que integra a organização econômica e política social (Almeida, 2019).

Figura 20– Logotipo da marca Zwanga African Fashion



Fonte: <https://www.facebook.com/zwangafricanfashion/photos/3920381548091181> (2021).

Atualmente, a marca Zwanga African Fashion está presente nas principais mídias sociais e desenvolve uma publicidade social muito forte e agressiva sobre moda negra, ativismo, empreendedorismo feminino, afroempreendedorismo e valorização da cultura local, a exemplo do *marabaixo* (a mais autêntica manifestação da cultura afrobrasileira, presente apenas no estado do Amapá), do *batuque* e dos ladrões de marabaixo, que são fortemente presente no cotidiano da Amazônia Amapaense (Neves, 2020). Contrapondo a ideia mercadológica de uma identidade amazônica local totalmente diferente de uma identidade amazônica global — a identidade própria construída por sociabilidade (Amaral Filho, 2016, p. 126) — este movimento proposto pela Zwanga resgata a realidade das comunidades quilombolas e do povo preto amapaense através de suas estampas e polo de produção.

Segundo definição da fundadora: “Zwanga é o reencontro com as origens africanas, e que valoriza nossa herança ancestral através da moda”. Num outro viés, uma proposta aos efeitos negativos dos estereótipos, dos preconceitos e da exclusão social — problemas ainda recorrentes na atualidade. A estereotipia, a sua lógica de colonialidade e seus efeitos através da publicização, papel desempenhado pelo raciocínio essencialista, no que tange aos estigmas sociais de raça, trazem no seu bojo um processo de atualização da propaganda capitalista que separa de forma valorativa não só os conceitos, mas as novas sociabilidades e discursos como forma de dominação silenciosa (Amaral Filho, 2016, p. 83).

3.1 Eventos norteadores da pesquisa 2020-2023

A cada ano que passa, as mulheres conquistam novos papéis na sociedade e caminham rumo ao protagonismo em diversos mercados de atuação. E no empreendedorismo não é diferente. Hoje, o Brasil é o sétimo país com o maior número de mulheres empreendedoras. O dado é de um levantamento do Monitoramento de empreendedorismo global ou GEM (sigla do inglês *Global Entrepreneurship Monitor*) realizado com 49 nações. Ao todo, são mais de 24 milhões de brasileiras tocando negócios próprios, gerando empregos e movimentando a economia.

Embora os números mostrem uma maior participação feminina no universo empreendedor — resultado de mais oportunidades para elas —, ainda há um longo caminho a ser percorrido para que as mulheres tenham o seu potencial valorizado. Sobre essa vertente, a figura 20 apresenta uma síntese dos achados que envolvem as barreiras enfrentadas por mulheres afroempreendedoras considerando comportamentos de superação e sentimentos acometem essas mulheres ao longo de seu percurso.

Figura 21 – Framework das barreiras e comportamentos de superação das afroempreendedoras



Fonte: Aguiar (2022, p. 66)

Pensando nas mulheres negras, precisamos cada vez mais criar estratégias e oportunidades que permitam a inserção e o crescimento de negócios que já existem em espaços como a periferia. A pandemia evidenciou tudo isso através de números, de relatos informais, e das matérias nos meios de comunicações.

As mulheres empreendedoras negras foram o segmento mais afetado pela pandemia do novo coronavírus entre todos os grupos de empreendedores brasileiros. Essa realidade foi identificada com base em uma pesquisa realizada pelo Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), em parceria com a Fundação Getúlio Vargas, e divulgada em 03 de agosto de 2020. Os dados revelaram que as empresas lideradas por mulheres negras tinham maior dificuldade de funcionar de modo virtual e conseguir empréstimos bancários em razão do CPF negativado (dentre aquelas que pediram empréstimo 58% tiveram o crédito recusado). Por outro lado, esse levantamento apontou que os pequenos negócios liderados por esse grupo representavam a maior proporção entre as empresas que ainda permaneciam com a atividade interrompida (Agência Brasil, 2020).

A pesquisa ouviu 6.470 donos de pequenos negócios de todos os estados e do Distrito Federal, entre os dias 25 e 30 de junho. Os dados indicaram que enquanto 36% das empreendedoras negras estavam com a atividade interrompida temporariamente, essa proporção caía para 29% entre as empresárias brancas e 24% entre os homens brancos (entre os homens negros, a proporção é de 30%). (Agência Brasil, 2020).

O Sebrae explica essa dificuldade enfrentada pelas mulheres negras para manter suas atividades, pelo fato de que, em parte, os seus negócios só conseguem operar de forma presencial (27%). Comparando-se com as mulheres brancas, a proporção cai para 21%. Entre os empreendedores brancos, o segmento representa 20% e entre os empresários negros, o percentual é de 25%. É preciso ressaltar que, muitas vezes, o empreendedorismo é apontado como solução para os desempregados do Brasil.

Há quem acredite na tese de que basta abrir um negócio, ter força de vontade e se beneficiar de diversas vantagens. Vale dizer: mulheres empreendedoras tiveram mais dificuldades do que os homens na pandemia. Segundo a pesquisa do Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME), “Empreendedoras e seus Negócios 2020”, realizada pela Plano CDE com o apoio da ONU Mulheres, apesar dos efeitos nos comércios serem comuns para ambos os gêneros, a gestão do tempo criou uma dificuldade extra para as mulheres. Cerca de 20% das empreendedoras relataram que tiveram mais dificuldades para organizar as tarefas e 17% em conciliar trabalho e família, enquanto esse problema apareceu para aproximadamente 10% dos homens. Uma das conclusões da pesquisa é que, psicologicamente, as empreendedoras foram mais afetadas do que seus pares do sexo masculino. A pesquisa mostra que as mulheres têm conseguido ser mais resilientes com seus negócios durante a pandemia, procurando alternativas estratégicas e não apenas pontuais. Isso acontece porque, geralmente, a mulher é a principal responsável pela casa e, portanto, precisa cuidar das tarefas do lar e do próprio negócio (Oréfice, 2020).

O Projeto Zwanga Fashion Day (figura 20), que buscou fomentar o empreendedorismo das mulheres negras, conhece bem essas dificuldades. Na periferia, especialmente para mulheres negras, empreender significa fazer sacrifícios. E a pandemia só agravou essa situação. Agora, com a volta ao novo normal, precisamos dar um passo, mesmo que seja pequeno, para incentivar novas iniciativas ou a adoção de mudanças estratégicas para que os negócios sobrevivam em meio à crise.

A título de exemplo, podemos destacar o foco deste trabalho, a Zwanga African Fashion, que existe desde 2016, e organizou eventos que comprovam a existência de negócios informais conduzido por mulheres negras. Para ajudá-las, foi necessário adaptar-se ao cenário pandêmico, para continuar fornecendo apoio. Transmissões ao vivo, webnário, mentorias virtuais, articulação de cestas básicas, produção e doação de máscaras e álcool em gel foram articulados para troca de informações e outras diversas ações foram realizadas para atender às necessidades mais básicas, haja vista que a situação ficava mais difícil com o passar do tempo.

A Zwanga entende que a periferia está “no limite do fio”, porque as dificuldades se agravaram ainda mais com a segunda onda da Covid-19. Contudo, enxergaram um futuro promissor para o setor de eventos, porque entendia que as pessoas iriam querer sair, mais do que nunca, quando a pandemia estivesse mais controlada. E assim o setor de eventos iria se recuperar da crise. Daí um dos inúmeros motivos para a consolidação deste projeto.

Na Zwanga são acolhidas mulheres de várias regiões da cidade e do estado. Contudo, vale dizer, a mulher preta e da periferia empreende desde cedo, mesmo trabalhando. A maioria empreende na dor, não porque quer, mas para completar renda. Mesmo trabalhando, empreende por necessidade. Há que se ater ao fato de quando se empreende não faz só o que gosta. As dificuldades vivenciadas no empreendedorismo são diversas e a busca por meios alternativos que fortaleçam a empresa durante tempos de crise é imprescindível. Muitas vezes a prolongação da jornada é extensiva e intensa. Ainda, sobre escala de trabalho, a mulher tem que empreender e chefiar a casa. Então, pesa mais, porque há contas para pagar e, ao mesmo tempo, precisa empreender.

Rejane Soares ressalta alguns aspectos do empreendedorismo:

Trabalhamos com recortes de micro e nano negócios, onde, não-raro, a mulher não se vê como empreendedora e gestora de seu próprio negócio. Entretanto, sabemos que não basta apenas apostar na expectativa das pessoas; acreditamos que o setor público e outros atores devam criar soluções a curto e médio prazo, como parcerias com quem já conhece as periferias, além de organizar eventos que integrem diversos setores da sociedade.

3.1.1 Zwanga Fashion Day, com a coleção “Candace – todo corpo tem realeza (2020)

Figura 22– Logomarca figurativa do Zwanga Fashion Day



Fonte: arquivo da Zwanga (2019).

O projeto Zwanga Fashion Day teve como principal objetivo fortalecer as práticas afroempreendedoras e criar novas possibilidades para pequenos negócios femininos, visando a construção de uma rede de qualificação profissional para mulheres negras (pretas e pardas) residentes nas áreas de periferias de Macapá, com destaque sobre:

- Fortalecer as práticas empreendedoras, visando estabelecer uma rede permanente de discussão, propostas, ações e projetos voltados para afroempreendedoras no âmbito do universo da moda;
- Diagnosticar a carência de qualificação, a fim de buscar mecanismo para ajudar terem mais organização, eficiência nos seus procedimentos produtivos;
- Promover a disseminação da cultura da moda afro no estado, principalmente nas periferias do amapá;
- Programar ações que promovam a divulgações dos afroempreendimentos criados a partir das atividades do projeto, para seu fortalecimento;
- Promover apoio à criação de cursos de capacitação empreendedora para as participantes do projeto;
- Desenvolver ações para estimular o desenvolvimento de fundos rotativos;
- Fazer divulgação dos dados levantados pelo banco de dados do projeto;
- Organizar um calendário de eventos, feiras e amostra da produção afro do município, após o projeto;
- Promover uma melhor preparação das afroempreendedoras, mostrando canais que permitam melhor acesso dos financiamentos, fundos e créditos para a estruturação do seu negócio.

A principal meta foi qualificar profissionalmente 90 mulheres negras das periferias, a fim de torná-las mais eficientes em seus procedimentos produtivos e na manutenção do próprio negócio, teve a oferta dos seguintes cursos:

- Curso Alinhavando Negócios – qualificar 30 mulheres negras na Gestão de Negócios da Moda, Construção de Coleção de Moda e curso de Corte e Costura, Confecção de minicoleção por cada aluna, que ganharão kit de material para construção da mesma, finalizando com desfile de moda “Passarelas da Cuba de Asfalto” com a produção feita pelas mulheres negras participantes do curso.

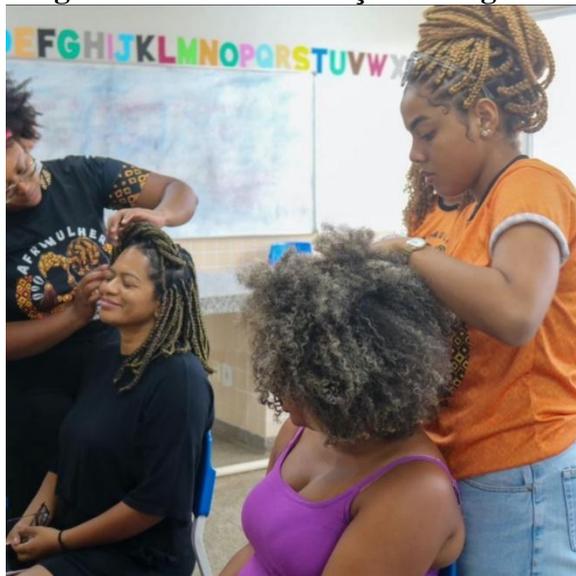
Figura 23– Curso alinhavando negócios



Fonte: Arquivo do autor

- Curso Trançando Negócios – Preparar profissionalmente 20 trançistas na Gestão de Negócio de Tranças, Postura Profissional, Habilidades, Tipos de Tranças e Aplicações, finalizando com um espaço de demonstração dos aprendizados no curso, na Tenda da Beleza Baixada Pará;

Figura 24 – Curso Trançando Negócios



Fonte: Arquivo do autor

- Curso Maquiagem de Pretas para Pretas – Formar profissionalmente 10 maquiadoras negras, profissionais especialistas em pele negra. O curso contará com aulas teóricas e

práticas, com demonstrações de técnicas desenvolvidas divididas em cinco módulos: tipos de pele negra e mestiça; tom sobre tom de pele negra e mestiça; principais características da pele negra e mestiça; colorimetria (nível básico); dicas de biossegurança e atendimento. Finaliza com demonstrações do aprendizado no curso na Tenda da Beleza Baixada Pará;

Figura 25 – Curso Maquiagem de Pretas para Pretas



Fonte: Arquivo do autor

- Oficina Saberes e Fazeres Ancestrais – Fortalecer 20 artesãs negras moradoras das periferias, na Gestão de negócios; Posturas digitais e o uso das redes sociais; Apresentação dos pequenos negócios; Comportamento em feiras e exposições. Finaliza com a Feira Igarapé das Mulheres, onde as mesmas vão receber kit de material de embalagens e banners personalizados.

Dentre as metas está implantar e implementar o Banco de Dados das Mulheres Afroempreendedoras das Periferias de Macapá, onde se terá o perfil e as informações, a fim de organizar outras formações e fazer indicações profissionais para empresas que buscam mão de obra qualificada nas áreas de atuação do Projeto Zwanga Fashion Day.

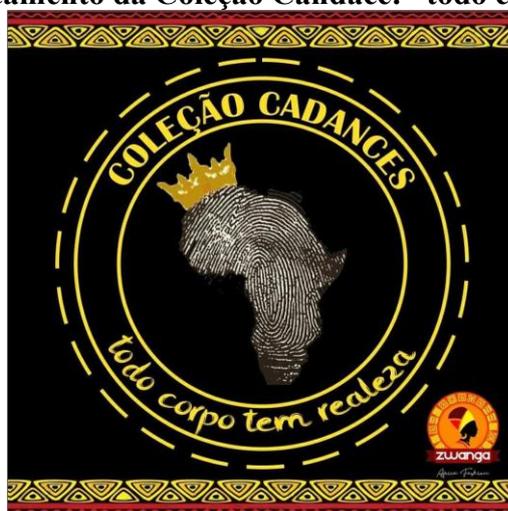
Além dos produtos e parceiros o projeto pretende abarcar:

- 30 Profissionais da Modacom – suas coleções de moda com 10 *looks* apresentadas em desfile “Passarelas da Cuba de Asfalto”;

- 20 trancistas preparadas para atuar no mercado local, apresentadas no espaço Tenda da Beleza Negra;
- 20 Artesãs qualificadas para na Oficina Práticas de Cuidados com “meu negócio de artesanato”, apresentadas em formato de Feira “Igarapé das Mulheres” no encerramento do Projeto;
- 10 maquiadoras formadas e prontas para atender a clientes da pele negra;
- Oficina de Construção de Plano de Negócio, abertura de CNPJ dos negócios criados a partir do projeto.

O público beneficiário, de forma direta, foi de 90 mulheres negras moradoras de área de periferia de Macapá e, de forma indireta, 300 modelos no curso da área de moda, 20 modelos no curso de trancistas, 10 modelos no curso de maquiadora, as famílias, os pequenos negócios das áreas de periferias contabilizando um movimento na economia, aproximadamente, de mais de 10 mil reais, atingindo mais de 20 mil mulheres (clientes, apoiadores, filhos, maridos, donos dos comércios, sistema de transportes etc.), onde houve o lançamento da Coleção Candace: “todo corpo tem realeza”(figura 24).

Figura 26 – Lançamento da Coleção Candace: “todo corpo tem realeza”



Fonte: arquivo da Zwanga (2020).

Como impacto social esperado, acredita-se que esses resultados foram alcançados, a partir da formulação de parcerias técnicas (estado, universidade, sociedade civil) e através da ampliação e aprimoramento das capacidades, conhecimentos e habilidade, que priorizassem o foco em:

- Reforço de capacidade das empreendedoras convidadas para a segunda edição do projeto;
- Dar visibilidade aos produtos manuais e artesanais produzidos a partir da ancestralidade;
- Formatação técnica de lideranças femininas na gestão do seu negócio;
- Contribuir estrategicamente para o reconhecimento do mundo dos negócios de moda existentes na periferia e da presença do afroempreendedorismo feminino;
- Realizar desfile dos produtos criados pelas costureiras;
- Construir espaços de intercâmbio com investidores e apoiadores locais, regionais e nacional;
- Estimular outras ações de construção de espaços voltados para o afroempreendedorismo;
- Dar visibilidade e afirmar a importância do trabalho feminino na moda para a economia local;
- Criação da loja colaborativa virtual e, se possível, física para venda das produções feita pelas mulheres;
- Criação da rede de mulheres negras na moda da periferia;
- Loja colaborativa/solidária das mulheres envolvidas no projeto.

A sustentabilidade da proposta para as atividades desse projeto e, principalmente, o processo de mentorias técnicas devem ocorrer de forma contínua, através das parcerias já firmadas para o projeto com órgãos que trabalham com a autonomia financeira da mulher e o enfrentamento à violência, como Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac), Instituto Municipal de Políticas de Promoção da Igualdade Racial (IMPROIR), Secretaria de Estado de Políticas para as Mulheres (SEPM/AP), Instituto Federal do Amapá (IFAP), Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (Fecomercio), O Boticário, Quem disse Berenice, Centro de Referência de Atendimento à Mulher (CRAM), Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI).

O grande risco para o projeto é o não comprometimento dos parceiros ou das mulheres selecionadas. Caso venha acontecer de algum parceiro declinar, a Zwanga buscará outros parceiros, editais públicos e privados, dentre outros. Caso alguma das participantes/contempladas se afaste do projeto, recorrerão ao nosso banco de dados e, caso necessário, será feita nova seleção para oportunizar outras mulheres participarem do projeto.

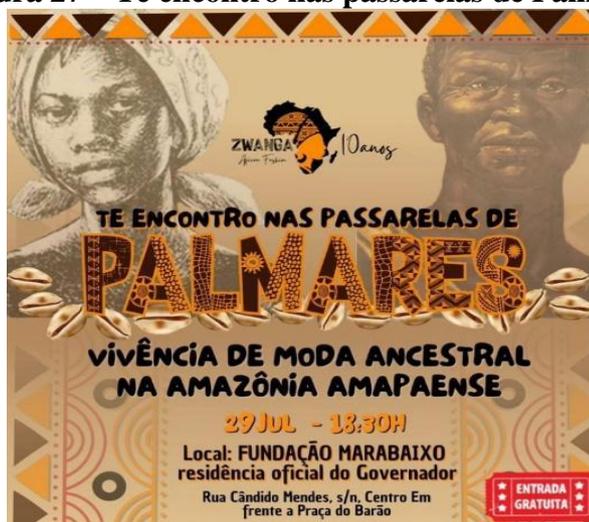
Os resultados esperados, através do Zwanga Fashion Day, foram:

- Aumento da rentabilidade econômica dos arranjos produtivos das empreendedoras preparadas pelo projeto;
- Fortalecer a cidadania das mulheres negras beneficiados pelo projeto garantindo-lhe acesso à formação continuada através dos parceiros.
- Fortalecer o trabalho em rede dentro da periferia de Macapá com o foco no empreendedorismo feminino;
- Iniciar uma cadeia produtiva de produção, distribuição, comercialização de produtos artesanais focados na cultura negra local;
- Dinamizar o crescimento econômico individual e coletivo de todas as envolvidas no projeto.

3.1.2 Te encontro nas passarelas de Palmares: vivência de moda ancestral na Amazônia-amapaense (2023)

*Se quer ir rápido vá sozinho.
Se quer ir longe vá acompanhado.
(Provérbio africano)*

Figura 27 – Te encontro nas passarelas de Palmares



Fonte: Instagram da Afromarca (2024)

Após 10 anos promovendo os eventos de moda e empreendedorismo feminino, para esta coleção a Zwanga partilhou a realização do evento, pela primeira vez, em parceria com o governo do estado do Amapá, através da Fundação Marabaixo¹⁶. O Zwanga Fashion Day de

¹⁶ Fundação Estadual de Políticas de Promoção da Igualdade Racial do Amapá.

2023 fez um mergulho na Serra da Barriga-AL, e exaltou a resistência do Quilombo do Palmares para essa coleção.

Trouxe como novidade a “Coleção Feminina: Sementes de Dandara” (figura 26), ao considerar que Dandara é um aquilombamento feminino ancestral que inspira, que fortalece, que permite entender a força, as dores e a forma como as mulheres decidem viver! “Nossa princesa não é Izabel!! A nossa tem nome e é a inspiração da nossa coleção feminina dos 10 anos de trabalho” ressalta Rejane Soares. Ela considera que a figura na forma de Dandara representa um elo entre a ancestralidade e a moda contemporânea, onde inspirou suas criações a trazerem à tona toda riqueza cultural e a diversidade das tradições amapaenses. Exaltar a força, a resistência e a beleza presentes nas raízes africanas e afro-brasileiras tem sido a tônica do movimento da Zwanga, além de valorizar cada aspecto histórico que moldou a identidade da Amazônia negra amapaense.

Figura 28 – Coleção Feminina Sementes de Dandara



Fonte: Instagram da Afromarca (2024)

Pela primeira vez, a afroempreendedora abriu a possibilidade e trouxe para as passarelas a “Coleção Masculina - Zumbi do Palmares” (figura 27). A estilista traz os seguintes questionamentos: “Apesar de ser lembrado basicamente no 20 de novembro, decidimos mergulhar para conhecer como era esse período através das nossas histórias reais?”

Como era esse lugar que não se conta como foi de verdade? O que até hoje está enraizado e passa de geração para geração através do que decidimos vestir?”

Sobre a coleção masculina, Rejane ressalta que a ideia vingou somente quando o seu parceiro Renan entrou na sua vida e falou “eu assumo a moda masculina, porque eu acho que precisa ter”. Então, ele adentrou no projeto como estilista e afroempreendedor e se juntou ao coletivo que une mulher preta, gorda, de periferia, mulher que tem celulite, estria, peito caído e incorporou a moda masculina. A coleção recém-inaugurada celebrou a liderança e a coragem de Zumbi dos Palmares, assim como outras referências ancestrais, que foram símbolos de resistência contra o processo de sequestro e escravidão dos nossos antepassados. A coleção misturou elementos urbanos com detalhes rústicos amazônicos, numa verdadeira fusão entre tradição e modernidade.

Figura 29 – Coleção Masculina Zumbi dos Palmares



Fonte: Arquivo do autor (2024).

Evento que homenageou Zumbi dos Palmares e Dandara, marcou o lançamento da coleção masculina nos eventos da Zwanga e trouxe essa essência do homem preto para fortalecer a moda existente e o afroempreendedorismo negro feminino, abrindo as portas para futuros projetos da afromarca que envolvesse o público masculino.

Figura 30 – Foto de encerramento da coleção de 2023



Fonte: Arquivo do autor (2023)

3.1.3 Afroperiferia: “Moda, Empreendedorismo e Ancestralidade” (2022)

Figura 31 – Afroperiferia mulheres negras costureiras e suas modelos



Fonte: Instagram da Zwanga (2024)

Realizado pela marca Zwanga African Fashion, o #zwangafashionday é um projeto que busca dar visibilidade para criadores de moda afroartesanal e autoral no estado do Amapá, além de dar visibilidade para atores invisíveis da cadeia da moda no estado, através de um processo de formação, desfiles, divulgações e rodadas de negócios que venham valorizar a moda afro como afroempreendedorismo feminino. Em parceria com a Central Única das Favelas (CUFA) do Amapá, nesta segunda edição teve-se o propósito de envolver diretamente 330 mulheres negras, sendo 30 mulheres costureiras participantes do projeto Mães da Favela e cada costureira teria 10 modelos negras moradoras da área da costureira envolvida no projeto, totalizando 300 modelos (figura 30). As costureiras receberam formação na área de designer de moda, marketing e publicidade de moda, dentre outras áreas de formação, com o objetivo de fortalecer seus negócios, além de um kit de material para criação e confecção de 10 *looks* por cada mulher, que foram apresentados no encerramento, com o desfile de peças no mês de maio de 2022.

Figura 32 – Alunas e modelos participantes do Afroperiferia



Fonte: Instagram da Zwanga (2024)

O projeto Afroperiferia é um espaço de afetividade, que busca fortalecer e potencializar a cadeia de moda afro invisível existente no estado do Amapá, através de vivências que despertam o afeto ancestral africano. Usando as passarelas para viabilizar a independência financeira e emocional, promove emancipação socioambiental, geração de renda, inclusão produtiva e desenvolvimento econômico para mulheres negras.

Figura 33 – Mulheres negras participantes do Projeto Afroperiferia



Fonte: Arquivo do autor (2022)

As mães estão acostumadas a cuidar de todo mundo, mas quando elas precisam, quem cuida delas? Esse questionamento é mais profundo quando se trata de mulheres que são mães, geralmente chefes da família, e vivem a realidade da vulnerabilidade social. Foi pensando nelas que a Central Única das Favelas (CUFA) criou o projeto Mães da Favela (figura 32) voltado às mães que vivem em comunidades e foram muito afetadas com a pandemia de Covid-19. Assim, formou-se a parceria Zwanga/CUFFA para atender as mães participantes desse projeto.

O principal objetivo do projeto Afroperiferia em parceria com a CUFA foi despertar para a geração de renda que já vem movimentando a cadeia produtiva invisível na moda que existe nas periferias, promovendo a evidenciação do trabalho já realizado pelas mulheres pretas costureiras que estão no Projeto Mãe da Favela – CUFA/AP. Neste, 300 mulheres pretas modelos, moradoras nas áreas de riscos e vulnerabilidade social, foram contempladas, buscando combater a invisibilidade das mulheres pretas periféricas do Amapá,

Figura 34 – Parceria da Zwanga e da CUFA para a realização do Afroperiferia



Fonte: Arquivo do autor (2022)

Dentre as principais atividades e os objetivos a serem alcançados, destacam-se:

- Potencializar e fortalecer os negócios de mulheres pretas que costuram na periferia;
- Estimular a autonomia financeira das mulheres;
- Reconhecer o protagonismo das mulheres costureiras pretas;
- Oportunizar para as 30 mulheres contempladas o acesso a informações e formações relacionadas ao universo da moda;
- Fomentar o afroempreendedorismo feminino através da produção de uma coleção com 10 *looks* criados e costurados pelas costureiras contempladas no projeto;
- Alimentar a cadeia invisível da moda autoral e artesanal que existe no amapá;
- Criação da loja colaborativa virtual e, se possível, física para venda das produções feitas pelas mulheres;
- Reunir e preparar 10 mulheres pretas como modelos, para cada coleção que será apresentada, perfazendo o total de 300 modelos das periferias para sejam modelos das costureiras do projeto;
- Criar a rede de mulheres negras da moda nas periferias do Amapá;
- Formar parcerias para que as contempladas continuem recebendo formação continuada para o seu negócio de costura;

O perfil do público desejado através dessa parceria foram:

- Mulheres negras costureiras;
- Mulher negra participante do Projeto Mães da Favela;
- Moradoras de áreas de risco e vulnerabilidade social;
- Mulher negra que sustenta a família com costura ou a costura é a renda extra;
- Mulher negra mãe solo;
- Disponibilidade para participar de toda programação do projeto.

Para que os resultados sejam alcançados, vamos nos empenhar na formulação de parcerias técnicas, ampliar e aprimorar capacidades, conhecimentos e habilidades priorizando o foco em:

- Reforço de capacidade das empreendedoras convidadas para a segunda edição do projeto;
- Dar visibilidade aos produtos manuais e artesanais produzidos a partir da ancestralidade;
- Formação técnica de lideranças femininas na gestão do seu negócio;
- Contribuir estrategicamente para o reconhecimento do mundo dos negócios de moda existentes na periferia e da presença do afroempreendedorismo feminino;
- Construir espaços de intercâmbio com investidores e apoiadores locais, regionais e nacional;
- Estimular outras ações de construção de espaços voltados para o afroempreendedorismo;
- Dar visibilidade e afirmar a importância do trabalho feminino na moda para a economia local.
- Criação da Rede de Mulheres Negras na moda da Periferia;
- Loja Colaborativa/solidária das Mulheres envolvidas no projeto;

Conforme discutido acima, deixamos nítida a importância social, cultura e econômica do afroempreendedorismo promovido por Rejane Soares, e a superação das complexidades que envolvem o empreendedorismo promovido por uma mulher negra e da classe popular; ao mesmo tempo, evidenciamos o movimento de resistência e de resgate contínuo da herança e das tradições afro-brasileiras próprias do norte amazonense.

A Rejane considera que, se ela foi transformada a partir daquilo que faz/realiza, a partir daquilo que ela produz, outras mulheres também têm condições de fazer isso, que é exatamente o que ela fez desenvolvendo através do movimento da Zwanga muito antes de

2020. A afroempreendedora também ressalta a importância de ouvir os relatos dos modelos, da revolução positiva que a Zwanga causa nas pessoas e nas suas histórias, pois trabalha com pessoas reais, com modelos Tucujus, da Amazônia-amapaense:

É emocionante. Exatamente, por exemplo, quantas coisas de preto tu fala que tu ri como nós estamos rindo, de felicidade, de poder ver que não é só dados, não é só estatística negativa, não é só corpo sendo tirado da ponte, não é só morte, não são nossos filhos pretos morrendo que precisam andar na rua com todo cuidado, se tu tá de bicicleta, tu tem que tá sem fones, tu tem que, tu não vai correr, tem toda uma, hoje em dia tem toda uma estratégia pra te educar o teu filho, pra que ele não seja parado pela polícia e tudo o que mais (trecho da entrevista com Rejane Soares).

Considera que é “gostoso” sentar e falar de um movimento que você entende que as pessoas estão se reconectando com a sua história e com o poder que existe no fator de ser uma pessoa preta, seja homem ou seja mulher, em qualquer território que ele esteja localizado.

No próximo capítulo discutiremos alguns estudos e teorias que fundamentam o campo epistemológico que norteia nosso trabalho.

4 ESTUDOS AFROCENTRADOS, DECOLONIALIDADE, COMUNICAÇÃO E SOCIALIDADES NA AMAZÔNIA-AMAPAENSE: DIMENSÃO EPSTEMIOLÓGICA DO ESTUDO

No presente capítulo serão discutidas as principais abordagens teóricas e epistemológicas que se relacionam diretamente com o afroempreendedorismo e o movimento da Zwanga. De certo que os estudos denominados como decoloniais e afrocentrados consiste em um processo de resistência e valorização de conhecimentos e saberes que, historicamente, estiveram marginalizados ou folclorizados pelo conhecimento dito científico. Destarte, este trabalho é produzido sob uma implicação — estabelecer uma crítica disruptiva ao paradigma eurocentrado, patriarcal e voltado para a valorização apenas do conhecimento de uma elite branca frente a outras epistemes, que são tão legítimas e carregadas de complexidades e história, tais como as africanas e afro-brasileiras.

Em se tratando do norte do Brasil, no imaginário popular, não é perceptível a dimensão afrocentrada, tendo em vista outra perspectiva civilizatória tão importante quanto a afro-brasileira que é a dimensão dos povos da floresta. Mais à frente, isso fica evidente, a partir dos dados que serão apresentados, posto que a Amazônia-amapaense é também carregada da dimensão afro, sem necessariamente negar ou oprimir os processos civilizatórios das outras matrizes culturais, das outras matrizes étnicas que compõem e constituem a sociabilidade das populações próprias da região Norte do Brasil.

Os dados revelam que ser preto no estado do Amapá é algo bem comum. Porém, apesar de serem maioria, ainda são poucos os espaços de poder e tomada de decisões que ocupam. Essa realidade se repete também nas peças publicitárias produzidas pela mídia local, nas propagandas e estratégias de marketing utilizadas pelo comércio amapaense para divulgar e vender os seus produtos. Geralmente, as campanhas publicitárias de moda utilizam em suas peças, e na seleção de modelos, o padrão eurocêntrico e decolonial, que destoa da realidade do seu público, que tem biotipos e preferências bastante diferentes daqueles apresentados nos catálogos de moda.

Observa-se também que não há a devida valorização das manifestações culturais da Amazônia amapaense. Na verdade, essa se dá na lógica hegemônica de dominação, retroalimentada pela produção capitalista de interesses e produtos a partir da cultura, já que a lógica do capitalismo tende a transformar práticas, inclusive as de resistência e afirmação identitária, em mercadoria. Essa concepção não se diferencia no caso do afroempreendedorismo, haja vista que as empreendedoras negras buscam não somente

oportunidades de negócio, mas também visibilizar suas culturas, histórias e identidades, o que acaba sendo um desafio significativo diante de um mercado que constantemente exige adaptação, inovação e, muitas vezes, diluição de ideais em favor da comercialização.

Nesse sentido, movimentos como a Zwanga entre outras lutas decoloniais, que emergem no contexto do afroempreendedorismo, buscam desconstruir as narrativas históricas e culturais impostas pelo colonialismo. Assim, o afroempreendedorismo na moda inevitavelmente se depara com as pressões mercadológicas, que impõem um estilo mais comercial e adaptável ao consumo de massa, o que pode desvirtuar o caráter decolonial e radical dessas práticas, transformando-as em produtos consumíveis e distantes da luta social, de modo que ao expandir seus negócios, muitas afroempreendedoras como Rejane Souza se veem obrigadas a abrir mão de certos princípios em prol de uma maior aceitação e competitividade no mercado, o que contradiz a luta antirracista e a moda ativista, que visa promover uma mudança estrutural e cultural, e não se tornar uma mercadoria que, embora tenha boas intenções, não atenda mais ao seu propósito político original.

Por isso, a luta de mulheres negras como Rejane Souza visa assegurar a autonomia e a essência política dentro de um mercado capitalista que demanda uma constante vigilância e estratégia por parte das afroempreendedoras para que elas possam manter os princípios que norteiam esse movimento da moda afro, de modo que essas iniciativas não apenas reflitam as culturas negras, mas também promovam práticas que reverberem suas demandas por justiça social e igualdade, o que exige uma vigilância constante sobre as pressões do mercado, a fim de garantir que os objetivos políticos e culturais não sejam sacrificados em nome do lucro, o que se apresenta como um desafio para manter a essência de resistência e autonomia sem se perder nas lógicas mercadológicas dominantes.

É nessa vertente que essa valorização, veiculada na publicidade local, fica subjugada aos interesses de negócios culturais e políticos (figura 33). A moda pode ressignificar o consumo e trazer soluções para alcançar a sustentabilidade, a representatividade racial, a equidade e a inclusão, além de poder de decisão. A falta desse conhecimento de possibilidades, revela o abismo a ser transposto quando se trata de dar visibilidade, voz e incentivo na Moda, de como os consumidores negros se identificam e se aproximam de suas singularidades culturais, sendo mais tendentes a adquirir produtos de uma marca cuja publicidade reflete positivamente sua raça/etnia, de forma que pessoas sintam esse pertencimento, e estejam envolvidas e engajadas.

Parece também que desconhecem o poder do mercado de produto e serviços voltados para a população afro-brasileira, que tem se expandido nos últimos anos, “é possível notar que

essa maneira de se vestir está ganhando cada vez mais espaço no guarda-roupa da população negra brasileira, reafirmando o contato com as tradições e os modos de vida de seu povo ancestral” (Santos; Vicentini, 2020, p. 28).

Figura 35 – Publicidade do maior grupo de empresários do ramo de eletrodoméstico do Amapá



Fonte: Área desembarque do aeroporto de Macapá (2024)

Mediante a experiência de Rejane Soares, enquanto afroempreendedora amapaense, surgiu a necessidade de entender o histórico que subsidia o empreendedorismo negro, principalmente frente as propagandas comerciais (acima), que utilizam bastante a imagem das manifestações culturais negras quando estas são a seu favor. Nesse sentido, é fulcral buscar alguns nexos que nos ajudem a situar o esforço dessas mulheres em gerar valor ao seu próprio trabalho como parte de uma herança ancestral que é compartilhada por gerações de mulheres pretas enquanto uma via de resistência e empoderamento, tal qual a ação promovida atualmente por Rejane. É nítido que a ação afroempreendedora feminina constitui um enfrentamento à desigualdade de gênero entrelaçada pelas transformações das relações sociais e econômicas e que tendem a inspirar outras mulheres.

Portanto, a seguir, trazemos alguns aspectos históricos da articulação e ressignificação que a mulher africana e afro-brasileira promoveu no regime escravocrata a partir de sua ação ativa na economia colonial e imperial, e não mudança da relação senhor-escravo com a compra das alforrias de si mesmas e de outros escravizados.

4.1 Empreendedorismo feminino negro

A conquista do papel da mulher para sua independência, sem que homens delegassem papéis e funções para seus corpos, é marcada por luta histórica que se estende até a modernidade (Salvagni; Canabarro, 2015). O poder feminino sobre seu próprio corpo, composto por tomadas de decisões e vontades, ainda geram debates e questionamentos sobre a independência da mulher. A diferença entre os sexos ainda está associada a questões biológicas, mas, ao refletir sobre as diferenças entre gêneros, pode-se associar às questões sociais, bem como às diferenças entre as relações e interações sociais e as oportunidades, principalmente ao se tratar do mercado de trabalho (IBGE, 2024). É seguindo essa lógica que Simone Beauvoir (1980) cita no segundo volume do seu livro “O segundo sexo” a seguinte passagem: “Não se nasce mulher, torna-se mulher”.

A emancipação feminina tem gradativamente ocorrido, porém desprovida de igualdade e equidade frente aos homens e, sendo assim, sem a isenção de seus papéis em lugares historicamente femininos, ou seja, a mulher na atualidade deve lidar com a esfera doméstica, familiar, profissional e social. Embora façamos uma ressalva nesse aspecto, uma vez que, de fato, a mulher ocupou os lugares sociais, há que se ter em mente os estigmas do feminino na cultura, impostos por meio da opressão que ainda pesa sobre as mulheres silenciadas pela violência colonial, com todas as suas dificuldades em se desvencilharem dos laços que as prendem aos limites e convenções históricas impostos. Como bem infere Djamilia Ribeiro (2019, p. 25) sobre esse tema “Existe um olhar colonizador sobre nossos corpos, saberes, produções e, para além de refutar esse olhar, é preciso que partamos de outros pontos. De modo geral, diz-se que a mulher não é pensada a partir de si, mas em comparação ao homem”.

É além da emancipação; é luta permanente como mostram os autores das epistemologias do sul. Lutas históricas como a marcha das mulheres em Versalhes, em 1789 na França, a rebelião na fábrica em Nova York, em 1857, o papel da mulher nas rebeliões brasileiras e na Amazônia fazem parte dessa realidade em movimento.

Essa forma de emancipação que o capitalismo trouxe com a cultura do consumo precisa ser apropriada e reinterpretada, inclusive do ponto de vista dos negócios do empreendedorismo, que é parte deste objeto de estudo, e que deságua atualmente no que está sendo chamado de bioeconomia (a chamada nova economia), que tem como base a sustentabilidade e o consumo já parido pelo capitalismo financeiro.

Voltando para a atualidade, identificamos, que as mulheres são a maioria dos desempregados do país e menos da metade das brasileiras em idade de trabalhar está ocupada.

É o que revelam os números do levantamento da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2021. A distribuição de mulheres desocupadas no 4º trimestre de 2021 é superior à de homens, representando 54,4% no total, traduzindo a desigualdade entre os gêneros. Em momentos de crise a mulher perde o emprego com mais facilidade e acaba se inserindo um pouco mais na informalidade.

Essa disparidade também é expressiva na remuneração salarial, afinal homens conseguem promoções e cargos de chefia de maneira mais efetiva, pois mulheres começam a empreender devido à falta de oportunidade de emprego com 90,8% em comparação ao sexo masculino, segundo o relatório da *Global Entrepreneurship Monitor – GEM*, divulgado pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP).

No entanto, ao adicionar o recorte racial neste assunto, é possível constatar que muitas mulheres negras ainda encaram suas vidas com o mesmo dilema de um mundo escravocrata, pois, apesar da data 8 de março de 1917 ser um marco na história como avanço no direito para mulheres, o ato é tratado com essa visão hegemônica e monolítica do que é ser mulher, ou seja, sem recortes de raça ou etnia. Ribeiro (2019, p. 46) ressalta sobre importância das mulheres negras se autodefinirem. “Essa necessidade de autodefinição é uma estratégia importante de enfrentamento a essa visão colonial. [...] mulheres negras vêm historicamente produzindo saberes e insurgências”. Sojourner Truth, abolicionista afro-americana, escritora e ativista dos direitos da mulher, afirma “desde muito tempo as mulheres negras vêm lutando para serem sujeitos políticos e produzindo discursos contra hegemônicos” (Ribeiro, 2019, p. 16). A escritora também disserta sobre o enfrentamento da universalização da categoria mulher, pois esta exclui as interseccionalidades a sua volta.

Ao publicar uma pesquisa voltada para estatística de gênero, incluindo o recorte racial, o IBGE destacou:

O recorte por cor ou raça indica, por sua vez, que as mulheres pretas ou pardas estavam mais envolvidas com o trabalho doméstico não remunerado que as mulheres brancas (1,6 hora a mais), enquanto para os homens a cor ou raça declarada não afetou a dedicação a essas atividades. Historicamente, esse padrão se repete, evidenciando a clivagem por gênero na realização das atividades de cuidados e/ou afazeres, porém a diferença entre mulheres por cor ou raça mostra ampliação entre 2016 e 2022. (IBGE, 2024, p. 2-3).

Diante o exposto, conseguimos enxergar que a entrada da mulher negra no empreendedorismo, apesar de difícil, se faz necessária, pois este também é uma ferramenta de

contribuição para o combate ao racismo, com foco também no empoderamento feminino preto. Todavia, esta afirmativa defendida pela Fundadora do Movimento Black Money, Nina Silva, e ratificada pelo estudo denominado afroempreendedorismo Brasil, publicado pela revista Forbes em 2021, e desenvolvido pela *RD Stations* em parceria com “Inventivos e o Movimento Black Money”¹⁷ destaca que o afroempreendedorismo brasileiro é majoritariamente feminino e solitário. A pesquisa foi realizada com 1.016 pessoas e considerou 701 respostas – 61,5% da amostra refere-se a mulheres e 36,4% a homens.

Em se tratando de empreendedorismo, enquanto o processo de identificar, criar, desenvolver e implementar oportunidades, superar desafios, podemos olhá-lo sob diversos ângulos e teorias. Como não é nosso foco, vamos nos ater objetivamente ao conceituado por alguns que se debruçam sobre o tema. No portal do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae)¹⁸ encontramos que “Empreendedores são agentes de inovação, que melhoram a qualidade de vida das pessoas, que impulsionam o crescimento econômico e que contribuem na transformação social. [...] É um processo dinâmico que requer dedicação, perseverança e a capacidade de aprender com os desafios. (Sebrae/SC, 2023).

O empreendedor deverá identificar oportunidades e transformá-las em negócios. Isso pode ocorrer com base em uma solução criada frente a alguma necessidade dos consumidores, podendo ser um produto ou serviço, alicerçado em um conhecimento ou habilidade específica. Então, inovação e empreendedorismo andam juntos quando se trata de gerar empregos, aumentar a competitividade e a produtividade e melhorar a qualidade de vida da população. “[...] são essenciais para enfrentar os desafios globais, como as mudanças climáticas, a escassez de recursos naturais e a crescente desigualdade social” (Sebrae, 2023).

Por outro lado, para se empreender há que se ter motivação. A motivação é elemento diferencial do comportamento empreendedor, posto que diante de uma mesma circunstância, as pessoas a observam de ângulos diferentes —cada indivíduo percebe de forma diferenciada

¹⁷ Afroempreendedores Brasil — pesquisa realizada pela RD Station em parceria com Inventivos e Movimento Black Money, a fim de analisar as características do empreendedorismo negro, para entender como elas podem diferir em suas formas e desafios do que comumente conhecemos quando não há um recorte específico de raça. O Movimento Black Money é um hub de inovação para inserção e autonomia da comunidade negra na era digital junto a transformação do ecossistema empreendedor negro, com foco em comunicação, educação e geração de negócios pretos. Tendo como diferencial o fomento do letramento identitário e do mindset de inovação ao ecossistema afroempreendedor. Disponível em: <https://movimentoblackmoney.com.br/sobre/>. Acesso em 12 jul. 2024.

¹⁸ SEBRAE. **O papel da inovação e do empreendedorismo no desenvolvimento econômico**. Atualizado em 20/05/2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-papel-da-inovacao-e-do-empreendedorismo-no-desenvolvimento-economico,8358781563028810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 12 mai. 2024.
SEBRAE/SC. **Mas afinal, o que é empreendedorismo?** 08 nov. 2023. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empreendedorismo>. Acesso em: 12 mai. 2024.

o que está à sua volta. Chiavenato (2007) afirma que a motivação sempre irá diferir de uma pessoa para outra — esta é singular e intrínseca a cada um; por isso, está diretamente ligada a questões pessoais para satisfazê-las, seja por oportunidade ou necessidades. Já Corrêa e Vale (2014), ao enfocarem empreendedores oriundos de camadas de baixa renda, que se projetaram no mundo empresarial, e conseguiram estabelecer uma rede de relações, revelam que esse empreendedor está imerso em um dado contexto social e observam a perspectiva que o distingue como um indivíduo detentor de certos atributos pessoais diferenciados — “Seu desempenho seria, conseqüentemente, influenciado ou condicionado pela natureza das suas redes de imersão social, mas também por aquela de seus atributos pessoais” (Corrêa; Vale, 2014, p. 78)

É nesse contexto diferencial que a Zwanga African Fashion se enquadra, ao afirmar que “seu foco não é fazer fortuna, é cuidar das pessoas”. Ela explica que seu trabalho não é apenas fazer moda. É empreendedorismo social (G1 Globo.com, 2022). Rejane faz o alerta sobre o intercâmbio de ancestralidade africana por conta da exportação de suas peças para fora do Brasil, como Guiana Francesa e Japão.

Uma marca que corresponde para além do seu fim esperado; assim a Zwanga se enquadra no conceito descrito por Brouard e Larivet (2011 *apud* Silva; Moura; Junqueira, 2015, p. 123), ao se referir ao empreendedorismo social enquanto “[...] conceito que representa uma variedade de atividades e processos para criar e sustentar valor social, utilizando abordagens empreendedoras e inovadoras e constrangidas pelo ambiente externo.”

Empreender com viés social encadeia inúmeros debates e questionamentos, sejam em esferas públicas ou privadas, pois engloba um modelo de negócio onde o foco para lucro se une à busca de igualdade e de raça e gênero, adicionada às esferas sociais. Logo, essa ação, ao ser realizada por mulheres negras, cujo foco é propiciar impactos sociais agregando valor à sociedade e aliando retorno financeiro, o eco desta ação torna-se mais estridente. Ângela Davis, num encontro internacional sobre feminismo negro e decolonial em Cachoeira, foi sábia ao proferir que defende o poder de transformação da mobilização: “Quando a mulher negra se movimenta, toda a estrutura da sociedade se movimenta com ela, porque tudo é desestabilizado a partir da base da pirâmide social onde se encontram as mulheres negras, muda-se a base do capitalismo”. (EL PAIS, 2017, online).

Alinhado com as ideias defendidas por Angela Davis, em suas obras e discursos, que destacam a importância da liderança coletiva das mulheres negras na transformação social, enfatizando que o empoderamento dessas mulheres não se baseia em carisma individual, mas na força das intervenções coletivas e no apoio às comunidades em luta, a professora Zélia

Amador de Deus¹⁹, (2020) afirma que o empoderamento de mulheres negras na Amazônia passa pelo reconhecimento da ancestralidade, pela valorização das culturas afro-amazônicas e pela ocupação de espaços de poder. Ela enfatiza que a luta dessas mulheres é também por autonomia, dignidade e visibilidade, enfrentando as múltiplas opressões de gênero, raça e classe que historicamente as marginalizaram.

Nesse sentido, Zélia Amador de Deus (2020) acrescenta que é essencial não só para o empreendedorismo da mulher como para seu empoderamento social, articular teoria e prática antirracista, valorizando os saberes ancestrais afro-amazônicos e o protagonismo das mulheres negras na resistência aos processos de colonialidade, rompendo com as formas de silenciamento e a exclusão a que esses corpos foram historicamente submetidos, a partir de uma epistemologia comprometida com a justiça social, a equidade e a valorização das identidades subalternizadas, reafirmando, fortalecendo, assim, as políticas de incentivo à inserção de mais mulheres — especialmente negras, indígenas e ribeirinhas — na pesquisa científica, promovendo um campo do saber comprometido com a diversidade e com a transformação social.

Quanto à cultura do consumo que atravessa as práticas econômicas que infringem essas mulheres afroempreendedoras na contemporaneidade, discutimos que elas geram impactos positivos na economia local, a partir do momento em que passam a inserir no mercado local a sua produção, ao tempo que em consomem o que produzem. Não obstante, há que se referir sobre um exemplo bastante evidente, que gera nossa reflexão: as castanheiras colhem, tratam, produzem o óleo que já é vendido na essência da sua matéria-prima a uma grande multinacional. Esta, por sua vez, produz grande parte de sua linha de cosméticos a partir desse óleo, mas, em contrapartida, com o valor da revenda desse litro, as castanheiras não conseguem comprar um kit contendo três sabonetes da linha “Eco”.

Dentre as afroempreendedoras, que participam do movimento da Zwanga, existem aquelas que produzem biojoias a partir das escamas e espinhas de peixe, louças onde a matéria-prima é colhida uma vez por ano e tem todo um preparo ancestral para produção das louças, outras trabalham com o mel das abelhas melíponas (abelhas sem ferrão que produzem uma ou duas vezes, no máximo, a cada ano). Essas mulheres também fortalecem a moda afrocentrada, decolonial, artesanal, autoral e amazônica trabalhando com costura e tinturas a partir da matéria-prima disponível na floresta. Ainda produzem os seus instrumentos de

¹⁹ A professora **Zélia Amador de Deus** é uma das principais referências no debate sobre o empoderamento de mulheres negras na Amazônia. Nascida no território quilombola de Mangueiras, na Ilha do Marajó (PA), Zélia construiu uma trajetória marcada pela militância antirracista, pela atuação acadêmica e pelo protagonismo na valorização das identidades negras amazônicas.

marabaixo em harmonia com o meio ambiente, a agricultura familiar, dentre outros, num movimento circular e sustentável, trazendo o protagonismo feminino e a valorização dos bens e serviços ambientais provenientes dos conhecimentos tradicionais e dos povos da floresta, por meio da bioeconomia e sustentabilidade.

De acordo com o estudo bibliométrico o termo *bio* é bastante ambíguo, porém existem três categorias, a saber: biotecnológica, biorrecursos e bioecologia — ambos se encaixam na proposta afroempreendedora da Zwanga, mas o que mais a define são os biorrecursos:

Baseia-se na introdução de inovações de produtos provenientes da natureza, que são a principal fonte de criação de excedentes econômicos: inovação em materiais naturais; manejo e boas práticas extrativistas, redução e aproveitamento de resíduos; sistemas de uso em cascata das mesmas matérias-primas e opções similares (Costa *et al*, 2022, p. 4)

Apoiado pelo Sebrae, o movimento da Zwanga oferece cursos de qualidade, feiras que reúnem diversos afroempreendedores, cursos voltados para mulheres negras, periféricas, de área de ponte, ribeirinha e quilombolas. Elas têm a oportunidade de divulgar as suas produções durante as edições dos desfiles de moda da Zwanga anualmente, além de possuir um espaço colaborativo na sede da afromarca, que pode ser utilizado para a criação, confecção das peças, ministrar e participar de cursos, além de uma rede estratégica que liga a Zwanga às associações quilombolas, ribeirinhas e com os governos municipais e estadual, além do Instituto Federal, Universidade Estadual e Universidade Federal do Amapá, através dos diversos afro-pesquisadores que estão inseridos com a causa e o pesquisadores que são sensíveis a esse movimento de resistência.

4.1.1 Afroempreendedorismo e comunicação

O sufixo afro carrega consigo um significado identitário, em especial para a população negra. Unido à palavra empreendedorismo, carrega a celebração de atividades comerciais não excludentes e com valorizações étnicas, culturais advindas das raízes africanas, pois esse termo afirma identidade afrocentrada, valores e pertencimento, sendo estes alinhados com a mesma visão de Zwanga African Fashion. Podemos ainda adicionar a igualdade de gênero e das diversas formas de combate ao racismo e preconceito na Amazônia-amapaense:

“Afroempreendedorismo” é um termo que ainda não possui conceito definido, sendo interpretado de modos distintos por autores e entidades governamentais. Há uma disparidade de definições, especialmente entre os marcos legais sobre o assunto e os agentes e grupos comerciais envolvidos com a área. Ademais, praticamente não há pesquisa jurídica que dimensione as nuances do afroempreendedorismo a partir das experiências de longa duração da população negra, como o racismo e as reinvenções de África nas Américas (Amartine; Queiroz, 2022, p. 02).

O termo Afroempreendedorismo é novo e possui inúmeros significados, de acordo com autores, figuras públicas, estabelecimentos e órgãos. Por exemplo, para Nascimento (2018, p. 1), afroempreendedorismo é uma estratégia de enfrentamento à vulnerabilidade econômica e social da população negra, já que esse é o segmento social mais afetado pelas transformações do mercado de trabalho. Nos estudos de Lima e Benevides (2018), as autoras ressaltam que antes é necessário compreender a trajetória histórica das dificuldades de inserção dessa parcela da população nas diversas esferas da sociedade, e inferem: “[...] entende-se por afroempreendedor(a), o empresário(a) que autodeclara-se negro(a) e realiza as atividades pertinentes à prática do empreendedorismo” (Lima; Benevides, 2018, p. 18). No entanto, para o Sebrae, a Associação Nacional dos Coletivos de Empresários e a Rede Brasil Afroempreendedor (REAFRO) não existem distinções entre os seguintes termos: afroempreendedor, o empreendedor (a) afro, empreendedor afro-brasileiro e empreendedor negro.

Nascimento (2018), por sua vez, afirma que existe diferenciação categórica entre o afroempreendedor e o empreendedor negro (autodeclarado). No caso do afroempreendedorismo em sua maioria, é bastante presente a luta contra o racismo, no sentido da visibilidade positiva da identidade negra, do empoderamento estético e identitário da população afro-brasileira e de ressignificação do que é ser negro em nosso país. Nesse sentido, o afroconsumo é uma estratégia de enfrentamento à vulnerabilidade econômica e social. Estimulam o consumo de produtos e serviços oferecidos por empreendedores negros para valorizar e fortalecer a identidade étnica afro-brasileira e africana (Nascimento, 2018, p. 2). O intuito é promover estratégias de geração de renda e igualdade de oportunidades para a comunidade afro-brasileira alicerçadas em práticas e relações sociais originárias no respeito às raízes étnicas. O empreendedorismo fomentado por pessoas negras combate ao racismo institucional, socioeconômico, cultural, pois, além de ampliar a rede de empregabilidade para essa população, gera representatividade em seus produtos, ocupam espaços em cargos gerenciais e nos veículos de comunicação.

Os dados revelam que ser preto no Estado do Amapá é majoritário. Contudo, apesar dos números expressivos, ainda são poucos os espaços de poder e de tomada de decisões. Esta realidade se repete também nas peças publicitárias produzidas pela mídia local, nas propagandas e estratégias de marketing utilizadas pelo comércio amapaense para divulgar e vender os seus produtos.

Nesse momento há que se fazer um parêntese para uma importante reflexão. Sob o enfoque afrocêntrico de Molefi Kete Asante (2009), há que se ter em mente que os africanos foram “deslocados” em seus aspectos culturais, psicológicos, econômicos e históricos; portanto, para qualquer tipo de avaliação se faz mister contextualizar as suas condições em qualquer fundamentadas em uma localização centrada na África e sua diáspora. “O africano, portanto, deve ser consciente, estar atento a tudo e procurar escapar à anomia da exclusão (Asante, 2009, p. 95).

Retomando o assunto, geralmente as campanhas publicitárias de moda utilizam em suas peças e na seleção de modelos, o padrão eurocêntrico, que destoa da realidade do seu público, que tem biotipos e preferências bastante diferentes daqueles apresentados nos catálogos de moda.

Autores como Oliveira (2018) e Nascimento (2018), entram em consensualidade ao retratar o afroempreendedorismo para além de apenas um empreendimento gerenciado por pessoas autodeclaradas negras ou pardas. Inferem que é uma forma de alcançar resultados políticos, ideológicos e explicar as dores e belezas de seu povo. Deste modo, no sentido contra-hegemônico, Asante (2009) revela a importância de categorizar o termo afrocentricidade, definindo como:

[...] essencialmente à proposta epistemológica do lugar. Tendo sido os africanos deslocados em termos culturais, psicológicos, econômicos e históricos, é importante que qualquer avaliação de suas condições em qualquer país seja feita com base em uma localização centrada na África e sua diáspora [...] a afrocentricidade é um tipo de pensamento, prática e perspectiva que percebe os africanos como sujeitos e agentes de fenômenos atuando sobre sua própria imagem cultural e de acordo com os seus próprios interesses humanos (Asante, 2009, p. 23).

Neste sentido, observa-se que não há a devida valorização das manifestações culturais da Amazônia negra amapaense, demonstrando falta de conhecimento das possibilidades que a inclusão de elementos culturais, através do empreendedorismo feminino negro, pode trazer para o comércio local, uma vez que, por se sentirem representadas, reforçam a ideia de pertencimento, identidade e são impelidas a consumir os produtos. O mercado midiático deixa

implícita a mensagem que quem produz as peças midiáticas locais desconhece o poder do mercado de produto e serviços voltados para a população afro-brasileira, que possui crescente expansão nos últimos anos. Nessa lógica, Santos e Vicentini (2020, p. 28) explicam que “[...] essa maneira de se vestir está ganhando cada vez mais espaço no guarda-roupa da população negra brasileira, reafirmando o contato com as tradições e os modos de vida de seu povo ancestral”.

Por outro lado, há que se ressaltar o fato de que a Amazônia foi referida com vários atributos, que vão desde de "inferno verde" a "celeiro do mundo", conforme a perspectiva e o momento do discurso midiático aí imbricados. Atualmente, sua publicização gira em torno de sua importância para o equilíbrio ambiental mundial e pelo valor de sua biodiversidade, propagados mundialmente, conforme se cristalizam o interesse pelos investimentos, no sentido de tirar proveito do seu grande potencial simbólico. É fato que essa publicização da floresta amazônica e suas diferentes nuances vêm galgando espaço midiático nos últimos anos.

A partir de uma perspectiva “mediatizada” da Amazônia, Amaral Filho (2016) salienta que o termo Amazônia se transformou em marca ao agregar valor econômico aos produtos e serviços fidelizando aqueles consumidores que se identificam com o símbolo que a Amazônia representa: biodiversidade, desenvolvimento sustentável, ecologia, índios, populações tradicionais, floresta — tudo aquilo que a mídia e o discurso político têm construído. Assim, Amaral Filho (2016) vai tecendo suas reflexões sobre o que gerou a marca Amazônia, o valor simbólico que ela representa — o Marketing da Floresta:

Nessa perspectiva, a Marca Amazônia funciona como um subterfúgio em que esconde ou revela à medida do interesse criado nos processos de simulação da narrativa midiática ora como o "inferno verde", ora como o "celeiro do mundo", ora como paraíso tropical, numa escolha entre externalidades negativas como o desmatamento e as queimadas e afirmativas como a maior biodiversidade do planeta. De um lado a Amazônia monolítica herança do conhecimento *decolonial* com a sua floresta e as suas riquezas advindas do extrativismo atendendo o capitalismo global e de outro uma Amazônia que parece moderna das empresas de mineração, da grande indústria madeireira, das hidrelétricas monumentais, das fazendas de gado, do agronegócio como a pesca industrial e o plantio de soja e que os dados oficiais mostram por uma perspectiva essencial de crescimento econômico, embora o desmatamento admitido para estas atividades, conflite, de forma paradoxal, com o próprio conceito de desenvolvimento defendido pelas políticas do Estado Brasileiro e do mercado global. (AMARAL, 2016, p. 86)

No que se refere especificamente à marca Zwanga estão sendo elaborados estudos para identificar na contemporaneidade uma perspectiva compreensiva do afroempreendedorismo e protagonismo negro feminino, a fim de decodificar como a moda opera nos processos de conhecimento e encenação, a partir de uma perspectiva comunicacional, e como esses processos identitários e afrocentrados reverberam no cotidiano, na estética, no modo de se vestir e nas diversas formas de combate ao racismo e preconceito, na Amazônia-amapaense. Santos e Vicentini (2020), apontam que ao se utilizar de tais marcadores sociais em detrimento ao padrão eurocêntrico, o discurso de gênero, raça, sexualidade, dentre outros “não somente operam como elementos de identificação, mas articulam-se às matrizes produtoras das desigualdades” (p. 45-46).

Destarte, tratamos sobre a publicidade social e o movimento contra-hegemônico da Zwanga em contraposição à mídia amapaense e às produções publicitárias locais, que destoam de grande parte da população parda e preta dessa região amazônica. É importante então, novamente, remetermos à reflexão de Amaral Filho (2016), em sua obra “Marca Amazônia: o marketing da floresta”, considerando sua percepção sobre a essência dessas comunicações, ou a quintessência da ação publicitária, que traz a reciclagem no cerne do sistema de capital com base na seguinte perspectiva:

[...] a entrada de lixo não mais como parte da produção a ser eliminada, mas como um novo produto pronto pra ser reutilizado. As tecnologias de reciclagem avançam não mais como um modo de eliminação de efeitos indesejados, mas como prática lucrativa que pode estar presente em quase tudo que é produzido pelo capitalismo e para isso é necessário um público-alvo consistente que está sendo formado de forma gradual em uma ação educativa, cuja pedagogia tem como base o tripé do capitalismo natural, ou seja, a cidadania, a responsabilidade social e o consumo de produtos ecologicamente corretos como “forma de administrar de forma eficiente a produção de bens” com o intuito de reduzir ao máximo o desperdício de gente e buscar duplicar a riqueza e reduzir pela metade o uso dos recursos (Costa, 2006, p. 81 *apud* Amaral Filho, 2016, p. 81-82)

O trabalho desenvolvido pela afromarca Zwanga segue proposta decolonial, visto que o labor de base desenvolvido por Rejane tem como principal objetivo conectar a atualidade com a história ancestral verdadeira e demonstrar, através das peças, o que poucos conhecem sobre as mulheres negras, unindo o comércio e a moda local como contrapartida ao apresentado nas mídias tradicionais. As novas tecnologias e o alcance orgânico da internet, em especial as redes sociais, são ferramentas utilizadas para promover a publicidade social dos produtos, projetos, ações sociais e prospecção de parceiros. Através do portfólio digital da

Zwanga é possível comprovar as atividades desenvolvidas por meio da primeira marca de moda afro no Amapá. A Zwanga não possui o foco exclusivo para tendência de moda; seu pilar é resistência, porque cada coleção carrega uma realidade identitária que não possui espaço relevante na mídia tradicional local, por conseguinte, sendo reflexo da mesma relevância para sociedade.

4.1.2 Afroempreendedorismo como paradoxo para o desenvolvimento hegemônico e o desenvolvimento não-hegemônico: ruptura epistemológica decolonial

Quando se trata de pensar as questões que envolvem a população negra no Brasil, é importante considerar, sobretudo, a dinâmica e os arranjos sociais produzidos pela colonização e, por sua vez, a reprodução da lógica escravagista colonialista expansionista, em diferentes âmbitos da vida social na formação do povo brasileiro, bem como seus impactos para a população afro e ameríndia. Neste sentido, a reprodução do modo de operar a economia política, a existência e a relação com a natureza e a produção e a construção do conhecimento também terão influência da dinâmica colonial.

Reconhecendo, portanto, os desdobramentos do processo de colonialidade e sua expansão geopolítica nas Américas e, por que não dizer, os desdobramentos do originário projeto de modernidade, ao trazer o século XVI enquanto marco histórico, apontamos para o sociometabolismo gerador da fundação da sociedade brasileira colonial, que necessariamente também nos sinaliza para pensarmos os aspectos opostos e as forças populares que se impuseram contraditoriamente à violência da diáspora afro-americana. E é sobre essas forças que podemos identificar uma diversidade de movimentos de resistência de toda ordem. Movimentos que perpassam por resistência às violências físicas culturais, políticas, e epistêmicas, no que tange ao tratamento dado pelos colonizadores às diferentes epistemologias cunhadas nos saberes e fazeres ancestrais dos diversos povos do continente africano (Bernardino-Costa; Maldonado-Torres; Grosfoguel, 2018).

Sendo assim, situamos o conceito de decolonialidade, embora reconheçamos que é vasto em sua literatura e amplo em sua conceituação, mas enfocamos principalmente o aspecto comum dessa definição que é evoca para a elaboração de uma longa tradição de resistência das populações afro-indígenas. Além disso, a decolonialidade também deve ser compreendida como um conceito acadêmico e político, comprometido com a elucidação histórica da colonialidade e suas repercussões negativas no apagamento dos processos de luta, reorganização, produção e ressignificação dos diferentes conhecimentos afro-ameríndios ao

longo da formação densa, tensa e dinâmica desses povos nas Américas, principalmente no Brasil (Bernardino-Costa; Maldonado-Torres; Grosfoguel, 2018).

Ao pensarmos sobre a relação entre colonialidade e decolonialidade, a partir dos estudos de Bernardino-Costa, Nelson Maldonado-Torres e Ramón Grosfoguel (2018), observamos que à medida em que se problematiza colonialidade, em paralelo questiona-se toda uma estrutura imposta e naturalizada. Academicamente se produz um pensamento constituído por uma resistência afrodiáspórica que, por sua vez, precisa estar engajada com a transformação dos aspectos coloniais que se perpetuam na história e na sociedade. Nesse movimento epistemológico, político e acadêmico é que encontramos a deocolonialidade e o pensamento afrodisaspórico. É, sobretudo, o cotejo entre as dimensões epistemológicas do colonizador e do colonizado.

Outro aspecto importante a considerar sobre a colonialidade e a deocolonialidade, é o reconhecimento que essas definições não são meramente conceitos acadêmicos descolados da realidade histórica da formação do Brasil até os dias atuais, mas, certamente, construções epistemológicas que representam campos de poder, isto é, forças construídas a partir de produções intelectuais que buscam manifestar um conjunto de elementos e suas dimensões no desmembramento do passado e suas repercussões para o presente na sociedade. Nesse aspecto, julgamos importante evocar também o conceito de hegemonia, próprio da obra gramsciana, enquanto uma categoria de análise responsável por apontar para a complexidade do universo construído pela ação dos colonizadores no processo de espoliação dos continentes fora da Europa.

A colonialidade criou sobre os diferentes povos uma espécie de superestrutura hegemônica de sociedade, com a intenção de impor a concepção unitária e monolítica de mundo, tendo na força do estado europeu monárquico, proto-capitalista o ente maior de regulação da vida e suas diferentes práticas. Neste sentido, Yuri Brunello esclarece que:

A hegemonia é a capacidade revelada por um ou mais grupos sociais de dirigir outros grupos sociais através do consentimento. Tornar-se hegemônico significa conseguir uma posição de supremacia na sociedade, passando a dominá-la através da força, das instituições do Estado e do governo político. Numa hegemonia dinâmica, ao lado dos grupos dominantes e dirigentes, há grupos sociais antagônicos que tentam alcançar essa condição de direção intelectual e moral, mas, se não conseguem um consentimento majoritário em relação aos grupos dirigentes, continuam sendo submissos. (Brunello, 2007)

Esta noção de hegemonia, enquanto uma grande estrutura articulada com dimensões culturais, políticas, econômicas, religiosas e epistemológicas possibilita a compreensão do entendimento da estratificação, sendo que a partir dela a sociedade é produzida. Portanto, se de um lado há uma hegemonia, há de ser produzido paralelamente um movimento de forças correlacionadas contrárias à supremacia imposta. E é neste movimento que a contra-hegemonia é colocada para representar as lutas, embates e os movimentos contrários ao sistema imposto pela colonialidade ao longo da formação da América, particularmente na formação do Brasil, em sua maioria, sobre os diferentes povos ameríndios e diversidade de povos oriundos do continente africano, violentamente trazidos pelo tráfico transatlântico.

Por outro lado, a ingerência dos mecanismos de lutas e adaptação dos afro-ameríndios frente à supremacia da sociedade colonial europeia de base ibérica portuguesa, identificada desde o primeiro momento da chegada navegadores ao Brasil evidencia “um enfrentamento entre dois mundos” que se estranharam e se espantaram entre si. Situação em que, ao longo da formação e do encontro desses diferentes povos e suas tensões, fica evidente o reconhecimento das duras condições dos escravizados e a destituição das possibilidades de manifestação de sua cultura de origem, bem como o impedimento (ao menos oficial) das formas de comunicação originárias de suas diferentes linhas e matrizes culturais que perpassam pelo ato de dispersão das comunidades e famílias de escravizados nas fazendas coloniais. Isso trouxe repercussão no apagamento da distinção de suas etnias, sendo as diferentes formas de sociabilidade marcadas intencionalmente em sua distinção entre escravizados e senhores.

Ademais, a decolonialidade e o pensamento afrodispórico têm um potencial, enquanto uma episteme ligada a um projeto político de valoração e comprometimento com a população afro-brasileira — um compromisso de gerar avanços nas discussões afrocentradas dentro da Academia. Nesse viés, entendemos que essas discussões precisam alcançar outras dimensões da sociedade — desdobramentos que possam criar uma intervenção na realidade geopolítica nacional. Trata-se de um projeto político pautado por uma teoria crítica e afrocentrada, para oferecer possibilidades de ampliação sobre as dimensões de inclusão étnico-racial que funcionem como um arranjo econômico, acadêmico e cultural das forças que entram em jogo para o desenvolvimento das práticas sociais e para o empoderamento econômico dessas populações.

Dentre as estratégias utilizadas pelos diversos indígenas e, mais tarde, pelos diferentes povos africanos, elencamos algumas das mais violentas, tais como o suicídio, as sabotagens as lavouras e canaviais, as fugas para a formação de quilombos, assassinatos ou sequestro de

senhores, até as menos violentas, mas não menos estratégicas, a exemplo da conversão ao catolicismo, a formação de confrarias e irmandades e as parcerias econômicas para comprar alforrias. Destacamos dentre as relações escravagistas, a criação de um tipo de sistema de ganho de rua urbano que, por sua vez, possibilitava a circulação econômica encabeçada por homens, mas principalmente por mulheres pretas (escravizadas ou libertas). Essa condição permitiu a pretos e pretas principiar um movimento de apropriação e acumulação do excedente que não ficava para seu proprietário, quando eles e elas, ainda estavam sem suas alforrias. Essas atividades foram fundamentais para a formação urbana do comércio e para o trabalho de rua nas cidades urbanas.

Segundo a historiadora Cecília Soares (1996), para os escravizados e escravizadas poderem desempenhar suas tarefas de ganho tinham que pagar ao seu senhor diárias ou um tipo de pagamento semanal que eram obrigados a lhe entregar. Essa atividade desenvolvia uma espécie de circulação econômica entre os pretos e pretas, uma tarefa das mais fáceis, pois dependiam de várias condições como as físicas, geográficas entre outras. A estes, eram atribuídos um alto valor de mercado em relação aos outros escravizados, principalmente por conta da produtividade que sua ocupação trazia de retorno ao seu senhor. Entretanto, apesar da intensa exploração imposta pelo senhor, isto não impediu aos escravizados a possibilidade de conduzir o seu próprio ganho, longe do controle direto do senhor. Nesse aspecto, conforme o referido pela autora, era um dos principais caminhos para sua conquista da alforria.

Ademais, para a escrava liberta, após pagar os tributos municipais sobre os produtos de sua venda, os ganhos ficavam totalmente para si. Embora as diferenças dos produtos determinassem o nível do retorno financeiro sobre o ganho, havia uma espécie de promoção a pequenos comércios sendo essas ações deliberadamente produzidas por mulheres pretas (Soares, 1996).

Nesse sentido, as mulheres pretas vendedeiras integravam um pequeno comércio urbano retirando com isso sua própria sobrevivência e até alavancando algum tipo de prosperidade. A saber, esse tipo de atividade não era estranha aos negros e negras escravizadas, uma vez que as sociedades africanas possuíam o comércio destinado às mulheres, enquanto atividade econômica proveniente da Costa ocidental da África (Soares, 1996).

Essas mulheres pareciam possuir a semente para as futuras empreendedoras da contemporaneidade, já vindas da África com esse saber, posto que desde lá eram consideradas excelentes comerciantes — apresentavam as habilidades necessárias para o desenvolvimento de boas relações comerciais. Eram pessoas que conseguiam, em sua movimentação nas

freguesias à época do Brasil imperial, vender seus produtos e serviços para diferentes atores daquela sociedade. Eram mulheres consideradas como astutas pelo seu “tino” pelo comércio (Soares, 1996).

Em vista do histórico de desenvolvimento comercial, podemos compreender que, na contemporaneidade, a marca Zwanga African Fashion pode ser compreendida como uma das diversas herdeiras dessa tradição comercial oriunda da África e expandida aqui no Brasil. Eram pretas escravizadas ou libertas que, mesmo vivendo em condições desfavoráveis causadas pela colonização e pela escravidão no período Imperial, não se paralisaram ou se impediram de promover o segmento comercial que foram os trabalhos de canto ou ganho, principalmente nos centros urbanos das cidades no período do Império no Brasil. Talvez esteja nessas práticas ancestrais as raízes do protagonismo e empoderamento econômico afrocentrado das mulheres pretas, bem como o afroempreendedorismo feminino, conceito a ser discutido mais à frente nos próximos capítulos.

A presença dessas mulheres no passado fazia total diferença tanto para a resistência e o desenvolvimento de práticas combativas à escravidão quanto para um entendimento diferenciado e até mesmo estético dos padrões de vestuários que identificavam os escravizados. As mulheres ganhadeiras inauguravam a valoração da sua ancestralidade, na medida em que manifestavam em cores e tecidos a diferenciação daquelas vestimentas de sacos opacos e sem o colorido próprio dos escravos, conforme aponta Soares (1996).

Wetherell assinala que os mercados, de modo geral, eram dos lugares mais pitorescos da cidade, onde encontrou "montanhas de legumes, frutas, etc. ..., a sombra de esteiras, - algumas delas formando uma espécie de cabana e outras apenas amarradas a algumas varas e formando como teto". Sob esses toldos sentavam-se as vendedoras. Vestiam trajes do mesmo modelo, mas de fazendas de variadas cores, colorindo o cenário urbano. (Soares, 1996, p. 62)

Sendo assim, a tentativa de invisibilidade dos padrões das diferentes estéticas dos diversos povos do continente africano, enquanto uma marca da imposição hegemônica da colonialidade e a escravidão sobre os corpos e sobre as práticas culturais, religiosa, epistemológica e estética, contraditoriamente, seguia combatida pela engenhosidade das mulheres de ganho, que não somente promoveram a circulação comercial, mas estrategicamente faziam circular o seu patrimônio ancestral, presente nos saberes e fazeres representados em seus produtos e serviços.

Para as mulheres pretas do século XIX, criar caminhos e estratégias de sobrevivência, através das práticas comerciais, foram fundamentais para o combate à estrutura escravagista

na contemporaneidade. Tais iniciativas, como o afro empreendedorismo, são fundamentais também para combater a vigente estrutura de racismo estrutural, em todas as dimensões, mas principalmente no que se refere ao campo econômico e de política social.

É nesse sentido que a mobilidade dos corpos femininos das mulheres pretas também representou as articulações políticas à época que, por sua vez, escondiam o indício das novas relações de trabalho que se estabeleciam a partir de uma autonomia de acumulação, mesmo que minimamente por algumas dessas mulheres.

As iniciativas atuais do empreendedorismo feminino preto não foram muito diferentes do tempo das mulheres ancestrais já citadas neste estudo; colaboram também como instrumento de mudanças de paradigmas, uma vez que advogam, através do tensionamento, para essas mulheres o direito jurídico, político e, principalmente, econômico à sua ascensão social e ao crescimento financeiro e pessoal.

Assim como no passado, a necessidade de motivação financeira, bem como o desejo em oferecer novos produtos aliados à prosperidade na realização dos negócios são fatores que talvez expliquem a presença de tantas mulheres pretas empreendendo nos dias atuais.

A sociedade brasileira é marcada por uma desigualdade racial que vai determinar a mobilidade social de pretos mestiços e brancos no Brasil. A presunção da modernidade em poder racionalizar os comportamentos racistas, na verdade, nada mais fez do que falsear as evidências e as ações do racismo, enquanto parte estrutural do pensamento colonizador, com teorias de embranquecimento ou de falso apaziguamento das tensões entre diferentes etnias e grupos sociais, como a invenção do mito da democracia racial.

Considerando as mudanças no sistema metabólico colonial para o republicano e, por consequência, com o advento da sociedade industrial moderna seguido pelos avanços da tecnologia e ampliação do capitalismo ao longo do planeta, a estrutura de poder continuou criando estratégias para a manutenção do poder e dos privilégios das camadas dominantes constituídas pelas famílias coloniais. Com os novos arranjos estruturais, perpetuariam a manutenção do poder na sucessão de suas gerações, em detrimento do empobrecimento dos negros, agora não mais escravizados, mas assalariados que buscavam a oportunidade de ascensão social na era do grande capital liberal.

Nesse contexto, a colonialidade e os desdobramentos com a escravidão determinariam a permanência da estrutura racialista, sendo observados os efeitos da colonialidade do poder na conformação de nossa estrutura social e institucional, em sua forma sistemática de exclusão dos sujeitos racializados da ordem social, uma sociedade marcada por fenômenos de desigualdade de classe, com o fenômeno do racismo estrutural (Almeida, 2019). Mesmo após

a abolição política e jurídica, a nova sociedade urbana industrial manteria a sociometabolização da distinção de raça de pretos e pardos, para gerar as camadas de estratificação econômica mais baixas. Por conseguinte, a fundação da sociedade de classe teria como base principal o racismo estrutural. (IPEA, 2011)

Portanto, a colonialidade e a decolonialidade, bem como pensamento afrodispórico, precisam dialogar também analiticamente com os conceitos de classe e raça na estruturação da sociedade brasileira. Mesmo após a mudança de paradigma social, político, cultural e epistemológico, uma geração de pretos permaneceu em condições desiguais de sobrevivência frente aos brancos herdeiros dos colonizadores. A herança da colonialidade para a sociedade capitalista seria a transmissão da desigualdade de classe respaldada pela estrutura racial de discriminação.

Neste caso, a acumulação, não da riqueza, mas da pobreza que sobrou metabolicamente para gerações de pretos, pardos e indígenas, seria o legado a ser herdado pelos nascidos nessa condição racial, uma vez que estratificamente, enquanto cidadãos, pertenceriam a uma pseudo “subclasse”, pautada artificialmente por desvantagens construídas historicamente e pela manutenção da classe dominante herdeira dos privilégios e benefícios da colonialidade de herança branco-europeia (IPEA, 2011).

Decerto que a condição atual da mulher preta, frente aos outros gêneros e etnias no mercado de trabalho, sofre um resultado da discriminação que desencadeia as desigualdades socioeconômicas a que estão submetidas enquanto parte da camada afrodescendente. Por conseguinte, há um mercado de trabalho que internalizou uma diferenciação latente na relação de desvantagem salariais e desagregação de ofertas de emprego e trabalho, dentre as pessoas igualmente produtivas, tomando como referência central os marcadores de gênero e raça (Fonseca; Jorge, 2021).

Nesse sentido, as condições de assimetria salarial decorrente da discriminação no mercado de trabalho é a impactante dificuldade da ascensão das mulheres pretas que, por outro lado, se reorganizam enquanto chefes de família para manter a sobrevivência de si e de sua família, se apropriando das possibilidades do empreendedorismo enquanto um caminho autônomo, e não menos desafiante de desenvolvimento financeiro.

Outro aspecto cultural, ideológico e até mesmo epistemológico que marca a trajetória feminina no mercado de trabalho, e particularmente das mulheres pretas, quando se pensa sobre o avanço no campo social está na conjuntura do modelo de sociedade baseado no patriarcalismo centralizado na figura do homem hetero, branco, cristão e o mais próximo do

padrão eurocêntrico, enquanto um modelo predominante e protagonista em detrimento dos outros grupos que estão fora desse padrão. (Fonseca; Jorge, 2021)

Além disso, a diversidade dos arranjos familiares que aos poucos vão sendo modificados, no qual as mulheres se tornam cada vez mais protagonistas exclusivas da subsistência, se impõe também como um outro desafio para a sociedade, em se tratando de criar condições de maior participação da força de trabalho dos grupos minoritários e excluídos. Ressaltamos ainda que o processo educacional é outro elemento fundamental para um retorno possível de produtividade financeira e realização pessoal, no qual as mulheres pretas encontram entraves, tendo em vista a baixa oferta de uma educação de qualidade para elas. (Fonseca; Jorge, 2021)

Portanto, a decolonialidade analiticamente tem relação com o desenvolvimento de ações que promovam o empoderamento econômico de empreendedores e comerciantes pretos, pardos e até mesmo indígenas, oriundos das classes subalternizadas em suas condições de apropriação dos benefícios sociais, políticos e culturais. A marca é Zwanga African Fashion é o resgate de origens africanas e de saberes ancestrais, que se perpetuam e atualizam a partir do nicho comercial no mercado de moda e confecções, que vai além de mais uma ação empreendedora. Analisamos o esforço de Rejane Soares, responsável pela marca, sobretudo, como resistência e estratégia afrodiaspórica no avanço da correlação de forças produzidas no tensionamento e na transgressão do modelo “colonizador”, pela busca de sua apropriação no mercado de vestimentas e acessórios, pautado no pensamento de valorização afrocentrada.

Soares (2000) investigou o perfil discriminatório no mercado de trabalho brasileiro por meio da decomposição salarial de Oaxaca (1973) e Blinder (1973). O autor constata que, para os homens negros, a discriminação encontrada deve-se à cor e aos anos de escolaridade, este grupo percebe entre 5% e 20% a menos em comparação com os homens brancos. Quanto às mulheres negras, estas sofrem com a discriminação de gênero e cor que as coloca em uma situação de desvantagem ainda maior, quando relativizadas com os demais grupos. Castro e Stamm (2016) analisaram os diferenciais salariais no mercado de trabalho brasileiro utilizando o modelo de regressão linear múltipla, com dados da PNAD para o ano de 2013, e obtiveram como resposta que a categoria não branca possuía nível de instrução inferior, mas mesmo quando equiparados os níveis educacionais, as diferenças salariais ainda persistiam, demonstrando que há desigualdade de rendimentos causada pela discriminação. (Fonseca; Jorge, 2021, p. 271)

Os autores acima, por meio de uma pesquisa que analisa o mercado de trabalho no estado da Bahia, Belo Horizonte e de São Paulo, considerando sempre a perspectiva de elucidar a questão no Brasil, tornaram perceptíveis que a discriminação racial e por gênero é

uma categoria de estratificação que atinge principalmente os mais pobres e, dentro desse grupo, as mulheres pretas.

Portanto, a dificuldade dessas mulheres pretas em conseguirem a oportunidade de emprego as impulsionou a buscarem alternativas no afroempreendedorismo feminino, enquanto uma alternativa para a realidade financeira, na qual estas mulheres estão inseridas, e que por sua vez, mesmo sendo singular para elas, ainda assim é constituído por um espaço restrito de poucas oportunidades considerando-se o seu ímpeto empreendedor. O interessante a se destacar é que na estruturação desse afroempreendedorismo na criação dos negócios, existe articulação com os aspectos culturais, históricos e de memória pautados nas raízes e na valorização da cultura afro ancestral.

Na prática, o afroempreendedorismo se estrutura a partir de marcas pequenas e médias, que ainda apresentam dificuldades de escoamento de sua produção dentro da própria população afro-brasileira e ainda encontra dificuldade de oportunidade nos seus negócios. No entanto, mesmo com o pouco acesso às oportunidades, o afroempreendedorismo feminino tem o poder de transformação das próprias realidades dessas pessoas em seu processo de ascensão social, a partir da construção de elementos significativos para a conquista de seus espaços e condições estratégicas para vencer os obstáculos impostos socialmente a essas mulheres na busca por suas conquistas econômicas.

Além disso, o afroempreendedorismo feminino vai na direção da compatibilidade de direitos entre os sexos, na medida em que atua como um reivindicador da importância de outros personagens no desenvolvimento econômico. Muito embora a maioria da presença da mulher preta no mercado de trabalho seja investindo em pequenos negócios, já podemos observar no século XXI, a ocupação delas em grandes negócios ou cargo de liderança em grandes organizações empresariais. (Alves; Fonseca, 2021)

Alguns autores vão considerar o afroempreendedorismo como parcela da economia étnica que surge por parte da noção de uma capitalização de grupos étnicos raciais que atuam no mercado, de maneira a considerar as possibilidades futuras de ganho econômico e social para além de proventos imediatos, mas como uma mobilidade social advinda da solidariedade de uma comunidade dentro da ampla e complexa sociedade abrangente. (Alves; Fonseca, 2021)

É nessa direção que as mulheres vêm consolidando seu papel no setor de empreendedorismo. O caso de Rejane Soares é um exemplo prático desse cenário de participação ativa na vida econômica. A marca Zwanga é um dos diversos casos, no qual uma mulher preta se sobressai em um nicho de mercado composto por uma padronização

eurocentrada, como o modista. Além disso, a solidariedade construída entre os parceiros do nicho afroempreendedor, também tendo amapaenses presentes na marca, contribui para o desenvolvimento de ações de visibilidade e identificação. Na verdade, isso só fortalece o nicho fundamentado na valorização e no resgate das matrizes afro-brasileiras manifestadas em suas peças. Fica evidente que a Zwanga é parte de um movimento mais amplo de investimentos que resgatam a realidade das comunidades quilombolas e do povo preto do Amapá, sem perder de vista também os elementos indígenas próprios do cotidiano da Amazônia amapaense. A originalidade da produção comercial é manifestada para além das vestimentas, mas sobretudo pela promoção de um desfile voltado para a valorização enquanto resistência, autoafirmação, ativismo, empoderamento feminino negro, cooperação e visibilidade da ação da Zwanga African Fashion.

4.1.3 Amazônia negra do Amapá: um olhar na história da Amazônia brasileira

A história da Amazônia Brasileira, no que tange à colonização e, sobretudo, ao processo de “povoamento”, exploração das terras e da mão de obra escrava indígena e africana está relacionada a grandes conflitos, haja vista que ambas as populações resistiram bravamente ao domínio do colonizador, o que desagradou os interesses da coroa portuguesa.

Segundo Gomes e Queiroz (2003) somente no final do século XVII, quando se completavam aproximadamente 100 anos de presença lusitana na Amazônia, a metrópole tentou promover a introdução de escravos negros africanos na região, por intermédio da Companhia de Comércio do Maranhão. Acredita-se que a necessidade de incentivar a exploração agrícola da região, como forma de consolidar a posse sobre aquela parte do território colonial, tenha sido o fator responsável pela mudança de rumos na política metropolitana. Entretanto, os referidos pesquisadores ressaltam que é preciso considerar também o interesse pelos recursos que o tráfico negreiro gerava e o fato de que a principal força de trabalho ali utilizada, ou seja, o escravo indígena, tornava-se cada vez mais difícil de ser obtida, em virtude da sua resistência, acompanhada de extermínio e também da forte oposição de grupos religiosos — principalmente jesuítas — ao seu apresamento e exploração²⁰.

²⁰ Para análise clássica sobre o processo de ocupação no Grão-Pará, Ver: D’AZEVEDO, João Lúcio. **Os Jesuítas no Grão-Pará, suas missões e colonização**. Borguejo histórico com vários documentos inéditos. Lisboa: Liv. Edit. Tavares Cardoso & Irmãos, 1901. Uma interessante visão panorâmica aparece em: FARAGE, Nádia. **As muralhas dos sertões: os povos indígenas no Rio Branco e a colonização**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, ANPOCS, 1991.

Diante dessa postura dos Jesuítas de serem contra a escravização dos indígenas, já que a igreja católica almejava catequizar os índios para que esses se tornassem cristãos, esse contexto abriu caminho para os missionários tomarem a defesa da liberdade dos nativos, propiciando assim condições favoráveis para a importação de escravos negros para a colônia, já que era preciso garantir a mão de obra para o cultivo da terra. Inicia-se assim, a substituição do trabalho indígena pelo do negro.

Conforme Salles (1971), em linhas gerais, o pensamento do Padre Antônio Vieira era a introdução de escravos de Angola por conta da coroa; proibição absoluta dos resgates dos índios; desenvolvimento das missões e entrega das aldeias para os padres da Companhia de Jesus. A justificativa encontrada para que a mão de obra indígena fosse substituída pela negra fora a seguinte: a raça nativa era fraca e só pela segregação poderia servir, como a experiência já havia comprovado. O negro fora escravo em todos os tempos e já o fora entre os seus. Pela organização do trabalho colonial, não podia ser dispensado o braço servil. Que se sacrificasse, portanto, o africano em benefício da raça que os jesuítas queriam redimir e que lhes houvera custado sacrifício em par.

Em 1682 a Companhia de Comércio do Maranhão chamou para si a introdução dos escravos na Amazônia. “Deu-se-lhe o contrato de 20 anos, com a obrigação de introduzir 10.000 negros na colônia, durante esse prazo”, cada peça foi estipulada em 100 mil réis enquanto o indígena era vendido por 30 mil réis. Esses valores colaboraram em demasia para a extinção de muitas tribos indígenas. A esse respeito, Salles ressalta que: “A atividade de predadores de escravos vermelhos estava ameaçada pela concorrência das peças da África. As entradas no sertão tornavam-se cada vez mais difíceis. Mas ainda assim eram bastante lucrativas.” (Salles, 1971, p. 15).

Entretanto esse cenário mudou em 16 de abril de 1798, quando o Conde de Rezende recebeu instruções ou avisos de D. José de Castro, vice-rei, capitão-general de mar e terra do Brasil, “que promovesse e auxiliasse a saída de escravos bons e robustos para Capitania do Pará ficando livres de pagar direitos de entrada no Rio de Janeiro” (Salles, 1971, p. 30). A partir desse momento foi intensificado o tráfico de negros para o Pará.

4.1.4 A chegada da mão de obra africana na Vila de Macapá

A vila de São José de Macapá, hoje cidade de Macapá, Capital do Estado do Amapá, localiza-se na Região Norte do Brasil. Essa região fora chamada pela coroa portuguesa “Capitania do Cabo Norte”, por estar situada no delta do Rio Amazonas.

De acordo com Ravena (1998), em 1762 chegou a Macapá o engenheiro Henrique Antônio Galúcio responsável pela edificação da Fortaleza de São José de Macapá. O engenheiro veio munido de uma portaria; nessa constavam 36 índios escravos designados para a construção do referido forte. Nos documentos datados de 1765, enumeram-se novos grupos de índios recém-chegados para os cativeiros e 114 escravos da Câmara de Belém, também destinados à construção.

A maioria dos trabalhadores escravos pertencia ao Senado da Câmara de Belém e eram alugados à fortificação, conforme os demonstrativos de despesas elaborados pelos administradores da obra. A participação da mão de obra escrava de origem africana na edificação da Fortaleza de Macapá foi pequena. As variações eram mais acentuadas em função das mortes e fugas. A obra chegava a mobilizar 800 trabalhadores mensalmente, sem contar com os oficiais artífices, geralmente portugueses ou de origem europeia.

No universo de trabalho da fortificação, agregados ao conjunto dos trabalhadores havia os soldados incumbidos da vigilância. Com o avanço da construção e houve demanda por mais mão de obra. A vila de Macapá, fundada em 1758 (atual município de Macapá), e outras como a Vila de Sant'anna, fundada em 1769 (atual município Santana), e a Vila de Mazagão, fundada em 1771 (atual município de Mazagão), começaram a passar por uma crise de abastecimento alimentício. Sobre a vila de Mazagão, Acevedo Marin (1998, p. 68) comenta:

Vale ressaltar que diferente das outras vilas, a vila de Mazagão foi criada exclusivamente para os habitantes da antiga praça portuguesa de Mazagão, fundada sobre o mar Atlântico e desocupada após o cercamento pelo rei de Marrocos. Nos três primeiros anos foram transferidas 114 famílias, e a maioria dos seus membros declarou no recenseamento de 1778 ofícios de lavrador [...]. No grupo de migrantes transferido para Mazagão houve mais mortes e deserções [...]. No ano de 1778 em Mazagão, recensearam-se 310 cabeças de família (248 homens e 62 mulheres) e havia 396 escravos (254 machos e 141 fêmeas).

A criação de vilas de povoamento, como descreve a Carta de Instruções Régias Públicas e Secretas enviada para Francisco Xavier de Mendonça Furtado, general e responsável pelo Estado do Pará e Maranhão, irmão de Marquês de Pombal, é sobretudo estratégica e política.

Recomendo-vos [...] e particularmente encarrego [...] de povoardes o Cabo Norte, onde cuidarei em estabelecer não só povoações, mas também logo alguma defesa, para fazer barreira desse Estado por essa parte, evitando por esta forma as desordens e as conquistas que por essa parte podem fazer os franceses. (D'azevedo, 1901, p.352)

Portanto, à chegada da mão de obra negra e escrava na vila de Macapá estão associadas diretamente a construção do Forte, bem como a escassez de mão de obra indígena escravizada e mão de obra livre (militar), sem esquecer-se da política ligada à vinda das famílias oriundas da Mazagão africana em razão da invasão dessa região pelos Mouros. É importante salientar que essas famílias vieram para a Amazônia com uma missão direcionada pela coroa portuguesa: ocupar territórios ainda sem povoamento para assim garantir o domínio da Coroa.

4.1.5 Hibridismo cultural como produto das diásporas

Para Hall (2006) o hibridismo cultural é produto das novas diásporas criadas pelas migrações pós-coloniais. Em cada canto, observamos identidades culturais que não são permanentes; estão em transição, entre diferentes costumes, dispondo de seus recursos, ao mesmo tempo, de diferentes tradições culturais. “São o produto desses complicados cruzamentos e misturas culturais que são cada vez mais comuns num mundo globalizado. (Hall, p. 88). Nesse viés de descentramento da cultura atrelado a uma complexidade cultural no mundo pós-moderno. Nesse universo, as pessoas de *culturas híbridas* que mantêm fortes vínculos com seus lugares de origem e suas tradições são também o produto de várias histórias e culturas intetconectadas. Elas trazem consigo os traços das culturas, das tradições, das linguagens e das histórias particulares pelas quais foram marcadas; entretanto, “[...] são obrigadas a negociar com as novas culturas em que vivem, sem simplesmente serem assimiladas por elas e sem perder completamente suas identidades. (Hall, p. 88). “Desse modo, as culturas híbridas constituem um dos mais diversos tipos de identidades distintivamente novos produzidos na era da modernidade tardia.” (Hall, 2006, p. 89).

A interação e mistura entre as culturas são inerentes à vida social e sempre estiveram marcadas por relações de poder desiguais, onde os espaços de disputa revelaram diferenças a serem negociadas e identidades a serem traduzidas. Logo, em qualquer relação de poder, a etnia, a língua e a cultura, como mantenedoras de identidade, se constituem a partir de uma

história narrada e repetida, permeável às novas significações culturais que surgem a partir da dialogicidade.

A concepção de identidade desenvolvida aqui é, portanto, não essencialista, porém estratégica e posicional. Isso é dizer exatamente o contrário do que parece estar estabelecido como curso semântico, esse conceito de identidade não assinala um núcleo estável do eu que passa do início ao fim, sem qualquer mudança, por todas as vicissitudes da história. Esta concepção não tem como referência aquele segmento do eu que permanece, sempre e já, “o mesmo”, idêntico a si mesmo ao longo do tempo. Ela tampouco se refere, se pensamos agora na questão da identidade cultural, àquele “eu coletivo ou verdadeiro que se esconde dentro de muitos outros eus – mais superficiais ou mais artificialmente impostos – que um povo, com uma história e uma ancestralidade partilhada, mantém em comum. Ou seja, um eu coletivo capaz de estabilizar, fixar ou garantir o pertencimento cultural ou uma “unidade” imutável que se sobrepõe a todas as outras diferenças – supostamente superficiais. Essa concepção aceita que as identidades não são nunca unificadas; que elas são, na modernidade tardia, cada vez mais fragmentadas e fraturadas, que elas não são, nunca, singulares, mas multiplamente construídas ao longo de discursos, práticas e posições que podem se cruzar ou serem antagônicas. (Hall, 2008, p.108-109 - grifos do autor).

Fredrik Barth (2011) chama atenção que os grupos étnicos estão em movimento permanente de atualização de costumes, crenças e valores a partir dos relacionamentos estabelecidos nas fronteiras étnicas, que não são barreiras impermeáveis. A manutenção de uma etnia não depende da imutabilidade de práticas sociais ou da salvaguarda cultural como patrimônio estático; pelo contrário, é exatamente a capacidade de modificar sua cultura, sem perder sua identidade, que os caracteriza. Dessa forma, as fronteiras culturais são produzidas e reproduzidas nas interações sociais e, pela sua existência e manutenção, tornam-se condição da constituição da etnicidade em diferentes grupos. A etnicidade, nesse sentido, diz respeito ao partilhar ou não repertórios culturais e é engendrada por meio de hibridações, ainda que a tensão permaneça entre culturas subjacentes ao exercício do poder colonial.

Voltando ao nosso lócus, foi precisamente por volta dos anos de 1950 (Segunda Guerra Mundial), a partir da transposição do antigo território do Amapá em unidade federativa, que as fronteiras territoriais dão espaço e força para a cultura negra, visto que a criação dos territórios federais foi uma estratégia de governo que objetivava proteger áreas consideradas de segurança nacional — as fronteiras brasileiras do norte do país.

O presidente Getúlio Vargas, durante esse processo, havia nomeado o capitão Janary Gentil Nunes governador do território do Amapá, que promovera a construção e viabilidade de um novo centro urbano, assim, atraindo diversas pessoas com a perspectiva de renovação

da esperança de conseguir emprego/estabilidade financeira. Segundo Neves e Silva (2018), este processo foi um marco para a população afrobrasileira constituir espaço na Amazônia:

[...] se transforma em um marco para a história do afro amapaense, já que para colocar em prática o projeto de desenvolvimento governamental, Janary e sua equipe técnica reserva a área territorial da frente da cidade, área até então habitada pela população negra, foram então em nome do desenvolvimento, deslocados para lugares mais distantes como os campos do Laguinho e para a favela, um fato sócio econômico e político lembrado na letra do ladrão de mar abaixo (cantiga): “Aonde tu vais rapaz por este caminho sozinho, vou fazer minha morada, lá nos campos do Laguinho...”.

Torna-se importante ressaltar que o processo de mudança das populações no território da Amazônia negra do Amapá, ocorreu em diversos momentos do processo de constituição da cidade de Macapá, até o norte do estado em Oiapoque, na fronteira com as Guianas Francesas, e ao sul-sudeste nas fronteiras que dividem o Amapá do território do estado do Pará.

Tal fato mostra uma diáspora afroamapaense, no momento em que as famílias são obrigadas a se retirarem de seu habitat para dar lugar às autoridades vindas de outros lugares e aos prédios onde funcionariam instituições públicas e palacetes. Por um lado famílias se dividiram, por outro, fortaleceu os laços culturais, o tocar das caixas do mar abaixo passaram a ecoar nos campos do Laguinho e na Favela (Neves; Silva, 2018).

Ao mesmo tempo em que havia a mudança diaspórica na capital de Macapá, outros grupos de descendentes dos seus antepassados negros, que foram escravizados, já se organizavam em comunidades tradicionais, a exemplo dos primeiros habitantes da terra (indígenas) que, posteriormente, com a constituição da Fundação Palmares, foram reconhecidos e legitimados como comunidades remanescentes quilombolas.

4.1.6 Mídia, construção da identidade e conflitos sociais: dimensões da socialidade afroamapaense

Sem a existência da interação nos mais diversos canais midiáticos, não temos como avaliar de forma prática os processos comunicacionais. Neste sentido, a interação e os processos comunicacionais estão intrínsecos em nossa sociedade e é a partir dessa dinâmica que temos acesso às informações/comunicações nas diversas mídias existentes. É através da interação pelos processos comunicacionais que os sujeitos acessam os assuntos de interesse público, expressam suas opiniões e trocam argumentos em torno de posições tomadas, agendas e debates que se estendem além do tempo e do espaço (Maia, 2018, p. 60).

Entende-se que a mídia é todo meio de comunicar, informar, interagir, tornar público, ressignificar, polemizar, dentre outros, por onde uma certa (ou certas) mensagem é transmitida, e que podem influenciar comportamentos e percepções. Principalmente num país como o Brasil, que é pluricultural, ainda assim, o seu reflexo na mídia é distorcido. Essa distorção se dá sob o enfoque de um “elitismo democrático”, parcial e pouco aceitável, posto que o poder do oligopólio sobre os meios de comunicação é exercido por uma minoria que define e impõe quais assuntos as pessoas devem pensar, a favor ou contra um determinado tema, sendo capazes de, a médio e longo prazo, influenciar sobre a reflexão e fala, através de uma grande propagação da rede de fluxos de informações.

Muito embora devamos fazer a ressalva de que a mídia em si não possui o poder de definir o pensamento do seu público, posto que existe a partilha da visão de mundo, a opinião pública deixa-se influenciar pelo conjunto de relações sociais que se estabelecem, decorrente do poder da mídia a qual determina, para a maioria constituída por cidadãos comuns, a suposta notícia ou tema em debate, tendo "a verdade" como princípio. Portanto, ao visibilizar os grupos minoritários, quem em suma, se constituem na maioria que está ausente dos holofotes, ou pessimamente representada, podemos inferir que estamos diante de um modelo que exclui qualquer forma de pluralismo.

Em outra vertente, quando tentam dar visibilidade a essa minoria, principalmente aquelas que estão concentradas nas regiões do Nordeste e Norte do Brasil, os absurdos são ainda mais alarmantes — vão do humor ácido/pegas à extrema pobreza, amparados por uma visão colonialista. Nesse sentido, concentrar a pesquisa na Amazônia Negra Amapaense é dar vez e voz àqueles silenciados pela grande mídia, pelo sistema jurídico, pelo governo, para além da Expressão Psicossocial do Poder Nacional, que é cheia de garantias, ao tempo em que os dados estatísticos relacionados ao sujeito negro contrariam o contexto e o entendimento da democracia brasileira.

Maia (2018, p. 73-74) aponta alguns possíveis caminhos para a análise produtiva das representações nos mídias: no cotidiano os profissionais de comunicação precisam selecionar alguns aspectos da realidade percebida, a qual se encontra em um fluxo constante, uma vez que é impossível contar uma história sem o seu devido enquadramento — selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e fazê-los mais salientes em um texto comunicativo. Eles têm uma considerável autonomia para enquadrar histórias e interpretar o que está acontecendo; ao mesmo tempo em que os conflitos sociais sofrem alterações, novas contradições e novas formas de dominação podem ser criadas. Meu argumento é que nem a passagem de imagens ‘negativas’ para ‘positivas’ no ambiente de mídia interconectada, nem o

avanço de imagens excessivamente simplificadas para outras mais plurais necessariamente eliminam a degradação e subjugação “[...] basta ressaltar a complexa ligação entre os discursos e as representações dos *media* e os significados culturais que subjazem aos conflitos sociais e políticos”. Sob esse aspecto, há que se ter presente que, no processo de comunicação, é preciso se atentar para: quem articula o que, com que intenção, como é feita a narrativa, em que condição ou contexto.

Assim como a marca Zwanga se utiliza das mídias e da propaganda para difundir a ressignificação das heranças afroamapaenses, entendemos ser este o cerne em que as socialidades se manifestam na dimensão desse estudo. Neste caso, a moda-ativista da afroempreendedora Rejane ressignifica a capacidade de promover o ganho daquelas ancestrais que buscavam nos trabalhos dos cantos promover a economia e alforria dos seus iguais; trazer para o panorama da moda a alforria do pensamento e da estética eurocentrada e estadunidense em detrimento das estéticas tradicionais e formativas da região que, por sua vez, são marcas identitária da produção cultural de base orgânica e popular.

5 ANÁLISE DOS DADOS - OS IMPACTOS DECOLONIAIS DO MOVIMENTO DA ZWANGA SEGUNDO O RELATO DOS PARTICIPANTES

Neste capítulo serão discutidas, a partir das categorias de análise recortadas das perguntas utilizadas na entrevista semiestruturada, a perspectiva negra decolonial do movimento afroativista expressa na fala e nos depoimentos dos sujeitos envolvidos em toda cadeia de produção relacionada ao afroempreendedorismo promovido por Rejane Soares.

Segue abaixo as categorias de análises presentes no quadro 2, por meio das quais subsidiamos perguntas aplicadas nas entrevistas.

Quadro 2 – Categorias de análise

O impacto do movimento da Zwanga nas comunidades afroamapaenses
A Zwanga e o combate ao racismo e preconceito racial
O afroempreendedorismo e a valorização das heranças afrobrasileiras
Afroempreendedorismo feminino negro
Moda afrocentrada

As categorias de análise são referenciais fundamentadas nas perguntas dos questionários e que foram alimentadas/apoiadas nos capítulos e discussão dos teóricos apresentados. Neste sentido, o quadro acima foi montado com base nas cinco perguntas que foram feitas aos entrevistados em setembro de 2024, e também, com base nas respostas dadas pela afroempreendedora nas entrevistas curtas no início de 2021.

As coletas dos dados foram realizadas presencialmente na cidade de Macapá, a maioria na sede da Zwanga, no bairro Santa Rita e, posteriormente, na casa dos entrevistados — em outra localidade bairro Santa Rita (Centro); no terreiro de candomblé do Pai Luisinho de Oxum, bairro Pacoval (Zona Sul). Outras entrevistas foram realizadas no bairro Marabaixo (Zona Oeste) e, por conta do tempo de permanência do pesquisador em Macapá, algumas entrevistas foram realizadas e respondidas através do WhatsApp, e outras não foram respondidas ou deixaram de enviar a resposta durante este período de coleta.

5.1 O impacto do movimento da Zwanga nas comunidades afroamapaenses

Nesta seção utilizaremos os depoimentos dos sujeitos participantes para apresentarmos a análise da primeira categoria que se refere ao impacto social e cultural do movimento da Zwanga como uma ação que dialoga com saberes e fazeres afrocentrados das comunidades amapaenses.

A primeira depoente, aluna da primeira turma do curso de trancista da Zwanga e também modelo da afromarca, assim relata sua experiência e seus desafios e a orientação recebida:

A minha experiência foi única, porque desde cedo tu sofre muito pelo seu cabelo, pela tua cor, pelo modo que tu é. Na escola, vamos voltar de lá, era difícil fazer amizade, porque a maioria da gente branca, gente que era preconceituosa, entendeu, e naquele momento que eu entrei na passarela, esqueci de tudo do que eu vivi, da minha autoestima baixa, da realidade que a gente vive. Naquele momento, desde quando a gente vai numa roda de conversa para o desfile da Zwanga, ela mostra que a gente tem que ser nós e nos orgulhar do que nós somos.

Esta é uma amostra do que os efeitos de ações, como a moda-ativista da Zwanga, podem trazer para a valorização das heranças africanas, em confronto ao silenciamento epistemológico direcionado aos corpos racializados, enquanto parte de uma realidade de desigualdade que sempre esteve presente entre afro-brasileiros. Portanto, há a necessidade do constante aquilombamentos no cotidiano tanto quanto nas mídias digitais e programação televisiva, o que podemos considerar como imagem positiva para o fortalecimento da identidade do negro, a partir do momento em que vemos âncoras de jornais, protagonistas de novelas, médicos, desembargadores, ministros, políticos afrobrasileiros como espelhamentos.

A resposta da nossa segunda entrevistada parece a continuidade ampliada da anterior:

[...] a primeira experiência que eu fui como plateia, as duas primeiras vezes, os dois primeiros desfiles antes de ser modelo da Zwanga. É aquele impacto que a gente tem né? Porque realmente aqui no Amapá, no Norte eu não conheci, mas no Amapá eu não conheci nenhuma experiência que trabalhasse o método perspectiva da referência da moda com referência à ancestralidade, à estética afro-brasileira. Então foi uma experiência bem interessante e também nos modelos, a questão da quebra dos paradigmas dos modelos, dos modelos negros e negras de tudo quanto é corpos, apresentando as formas, a diversidade, achei muito interessante e a gente, eu percebo, a evolução, inclusive no profissionalismo. A Zwanga começou meio assim, ainda é tímida, com a estética ainda (como é que eu falo...), ainda não profissional, e agora a gente vê, a última, no ano passado, no

último desfile dela, era um desfile que eu realmente considero como que de alta costura, alto renome. Com design próprio, com material bom, com os tecidos lindos, maravilhosos. Então assim... foi uma outra Zwanga, desde que eu comecei é uma outra Zwanga. Então a cada ano que eu sinto um amadurecimento no design, no profissionalismo, na organização; é uma evolução muito boa.

O desvelamento desse relato revela o impacto que é para os afroamapaenses o espelhamento de modelos, moda, afroempreendedorismo específico e exclusivo. O quanto encanta, emociona e dá uma sensação de pertencimento, resistência para quem participa do movimento da Zwanga, e tem como referência o próprio padrão afro de beleza e o impacto desta experiência para a melhora da autoestima e interação social na Amazônia-amapaense.

Figura 36 – Desfile de modelo da Zwanga - mulher preta, gorda e periférica



Fonte: Arquivo do autor

A terceira participante da pesquisa nos relatou que: *“Foi única, na verdade não foi só uma questão de ser vista em uma passarela, mas de vestir uma roupa feita para uma mulher preta e corpos reais”*. Muito importante traduzir este sentimento pois, conseqüentemente, este é o sentimento de muitas outras mulheres afrobrasileiras que sempre tiveram como referência de beleza o padrão eurocêntrico — a mulher branca, esguia e, na maioria das vezes, loiras,

além dos corpos sem nenhuma limitação ou deformações. Estivessem estas nas passarelas, ou como modelos fotográficos, garotas-propaganda.

Daí vem o movimento da Zwanga trazendo em sua bagagem uma proposta totalmente disruptiva e decolonial, ao trazer a mulher preta-gorda e periférica (figura 35) como modelo numa passarela, e também traz em seu conjunto mulheres PCD's e trans, incluindo demandas por ações afirmativas para mulheres, negros, gordos, gays e outras “minorias” discriminadas, oprimidas e/ou excluídas. Uma ação de reconhecimento, fundamental para a autoconfiança/autoestima emocional e corporal expressa em torno de condições que favoreçam o desabrochar de todos os outros aspectos do autorrespeito.

Figura 37 – Modelo gorda e preta



Fonte: Arquivo do autor

No quarto relato foram abordados assuntos relevantes e discutidos nos capítulos anteriores, como empoderamento e identidade, o reconhecimento das tradições afro-brasileiras:

Participar dos eventos de moda da Rejane Soares foi uma experiência transformadora. Senti uma conexão profunda com cada peça, que não é apenas uma roupa, mas uma expressão cultural rica. Desfilando para ela me permitiu transmitir essa mensagem de empoderamento e identidade, mostrando que cada detalhe é carregado de significado. O cuidado na seleção de tecidos e designs reflete a história e as tradições afro-brasileiras, e isso me fez perceber a importância de cada escolha feita na moda.

A energia do evento e a interação com outras pessoas que compartilham essa visão tornam tudo ainda mais especial. Nesses momentos mágicos e transformadores, propostos pelo movimento da Zwanga na passarela de modas, é perceptível que, por um momento, o tempo para e esquece-se que a pesquisa está dentro da Amazônia-amapaense, onde, insistentemente o padrão de beleza difere de grande parte da sua população autodeclarada em quase 75% preta e parda. Essa concepção pode estar associada ao que Silva (2014) esclarece como um ideal de beleza promovido em revistas, novelas, redes sociais, publicidade e até no mercado de trabalho cuja ideologia valoriza características associadas à branquitude, como: pele clara; nariz fino; cabelos lisos ou ondulados leves; corpo magro (ou com curvas "controladas"); traços faciais eurocêntricos, atributos estes que são frequentemente tomados como "universais", quando, na verdade, representam um recorte histórico-racial excludente, apesar de atualmente, graças a movimentos como Zwanga Fashion Day, pessoas negras e pardas aparecem na mídia ou nas campanhas, frequentemente, mesmo que estas sejam escolhidas por possuírem traços mais "neutros" (ou seja, mais próximos ao padrão branco), criando um tipo de representatividade que é: estética, e não política; focada na aparência, não na valorização cultural ou ancestral; mais aceita quando desvinculada da negritude como identidade e luta..

Nessa vertente, é importante destacar que a população afroamapaense enfrenta, diariamente, os impactos arraigados a este padrão de beleza o qual **não contempla seus corpos, seus traços, seus cabelos ou suas peles**, conforme pode-se observar na fala de Almeida e Neves (2018), quando destacam que essa condição de exclusão e apagamento do povo negro maranhense se manifesta mediante pressões para alisar os cabelos crespos/cacheados; falta de produtos cosméticos específicos para peles negras e cabelos afro; piadas, estigmas e microagressões relacionadas à aparência negra, o que faz com que muitas crianças e jovens cresçam sem ver referências positivas de beleza que se pareçam com elas, comprometendo a autoestima e o senso de pertencimento.

Com isso, observa-se que a população afroamapaense só aparece nas publicidades do governo do estado, ou em datas comemorativas, principalmente nas datas do calendário negro

e das manifestações dentro dos quilombos e que envolvem o marabaixo e demais manifestações culturais, o que denota a existência do racismo estrutural e do marketing de oportunidade.

Ao partir para o relato dos homens participantes podemos, também, observar o quanto o movimento da Zwanga é um resgate ancestral, também para esse público explorado, a partir do ano 2023, em seus eventos. O pedagogo e modelo relatou que:

A Rejane eu já conheço ela de algum tempo, bastante tempo inclusive, e um belo dia, pela minha amiga do Facebook, ela entrou em contato comigo dizendo que queria que eu desfilasse. Eu disse para ela quando me convidou (risos)...eu comecei a rir e disse: Rejane eu não tenho mais idade, não tenho corpo, não tenho coragem para essa proposta indecente que você tá me fazendo, e ela disse que não. Eu já conhecia um pouco a Zwanga, não com profundidade. Tinha ouvido falar, acompanhava os desfiles pelo Facebook e tal, e aí ela veio, passou um tempinho, não foi uma conversa nem duas, acho que foi assim, quase dois meses que ela disse que ia me convencer. E ela foi me falando que era zoando aí eu passei a compreender e estudar um pouquinho. Entrei no Instagram, comecei a olhar e aí ela me disse: a Zwanga não é para os corpos padrões, é pra gente real é pra nós pretos. Pra gente celebrar, pra gente crescer, pra gente se empoderar, pra gente gostar da gente, é o resgate da autoestima. E ela, com esse discurso e com essa insistência, ela me conquistou. E aí eu meio sem coragem fui; e foi uma experiência que eu digo que foi um divisor de águas na construção da minha autoestima. Eu sempre digo para ela que ela não elevou somente a minha autoestima. Ela construiu a minha autoestima. E foi assim uma experiência incrível, que mudou muito de como eu me percebia e de como eu me percebi.

É importante registrar que essa entrevista foi regada às lágrimas de emoção do início ao fim, quase uma sessão de terapia para resgatar o “eu” do homem negro, gordo, careca, o que demonstra o quanto a indústria da beleza e estética, ao mesmo tempo em que é capitalista, essa estrutura eurocêntrica e colonialista que nos divide por classe, gênero, cor, religião, foi e é um câncer para os africanos e afrobrasileiros, e o movimento da Zwanga faz um autorresgate da autoestima dos afroamapaenses.

Nosso modelo e assistente social sentiu-se aquilombado também, e colaborou com a pesquisa expressando e protagonizando em sua fala a importância de se romper com os padrões da colonialidade como universal, tendo em vista não se enxergar nessa realidade e se posicionar sob a perspectiva negra decolonial, com suas singularidades identitárias:

Para a sociedade, a mulher negra nunca é vista ou tida como um alvo em potencial... empreender no afro, principalmente por uma mulher negra, é desafiador, porque coloca ela numa condição de se desafiar e de desafiar O que se entende como um sistema racista e preconceituoso e que dita todos esses padrões. A minha participação, meu olhar como homem negro dentro desse desfile, me trouxe também a consciência, me fez refletir sobre a importância de se ter um outro olhar sobre o meu corpo, sobre questionar tons de roupa, tons de cores de tecido, de olhar para a gente como um modelo mesmo, como uma pessoa, que tenha um corpo apresentável e isso nos foi roubado por um tempo. Então, tanto para a mulher negra como para o homem negro, apesar da gente ter um corpo bem peculiar, bem diferente, a gente tem mais musculatura, a gente é bem maior, e a gente então quando vê esses corpos padrões, a gente não se vê nele. A moda ancestral é muito boa, porque ela traz isso, ela mostra para a gente nos coloca e num padrão de realidade. Eu consigo me ver belo, eu consigo me ver bem, com esse potencial, nesse lugar de admiração mesmo. E a gente não soube, a gente não conheceu isso, não nos deixaram nos admirarmos, e eu vejo a Zwanga nesse sentido. Por isso que eu falo que ela traz um grito, ela traz uma fala, ela traz um levantar de mãos para um lugar de fala, ele é único, só um negro sabe isso.

Figura 38 – Entrevista com o assistente social Jorge



Fonte: Arquivo do autor.

Um relato valoroso e importante nos trouxe o modelo e babalorixá:

Ah, foi uma experiência única. Primeiro, porque me reuni com homens pretos fantásticos e eu me vi ali naquela cena. O convite foi porque eu era Babalorixá e eu me senti pertencido nesse espaço aí, e me diz esteticamente pertencido a esse lugar. Nós não conhecemos a nossa estética e a estética preta parte a partir dessa ideia maluca da Rejane de falar "venha mostrar você que é gordo, você que é deficiente, você que é preto, você que é gay, você que é babalorixá, você que é padre, você que é o que você quer ser". Então a contribuição foi me ver esteticamente em cena, e isso foi fantástico.

Essa fala traz a essência do verdadeiro sentido decolonial, a quebra das barreiras e dos muros que nos divide, assim, revela a música do Ilê Aiyê²¹ “*se nos unirmos seremos sempre mais*”, pois entende-se que, a partir deste pensamento, podemos pensar numa Amazônia-amapaense, numa região amazônica, num Brasil e num mundo mais proporcional. Onde as epistemologias do Norte não sobreponham as epistemologias do Sul, onde as regiões Sudeste e Sul não sobreponham as regiões Norte, Nordeste e Centro-oeste. Onde a Marca Amazônia (Amaral Filho, 2016) não sobreponha os afroempreendedores, os povos da floresta, os povos originários e toda a sua riqueza ancestral.

O padre e modelo fechou esse bloco com uma resumida e providencial fala:

Talvez, para o Brasil, seja normal participar de eventos de moda produzidos por pretos e para pretos. Para nós do Amapá não é. Então é um evento de vanguarda e educativo. Uma coisa legal no evento é que a Rejane não leva em conta a roupa e sim as pessoas. E isso é revolucionário.

Caminhar rumo a uma construção coletiva requer insurgências, no sentido de desafiar as estruturas modernas/coloniais, sempre tendo presente que muitas vezes fomos usurpados do direito de fala, frente a matrizes epistêmicas e valorativas, em contraponto ao campo discursivo mais plural, que contesta os sentidos atribuídos ao que foi instituído como verdades. E assim encerramos a análise deste primeiro bloco.

5.2 A Zwanga e o combate ao racismo e preconceito racial

Aqui destacamos os relatos sobre a importância no movimento da Zwanga na Amazônia-amapaense para o combate ao racismo e ao preconceito, e como prática decolonial traz à passarela e aos eventos sociais a exaltação dos povos de África e afro-brasileiras. Com isso, entende-se que o movimento da Zwanga, no contexto da Amazônia-amapaense,

²¹ Bloco Afrobrasileiro do carnaval de Salvador, que este ano completa 50 anos de resistência.

representa uma resposta significativa e insurgente ao racismo estrutural e ao preconceito que historicamente silenciaram os corpos negros do Norte do Brasil, sobretudo por esse ser um território marcado por uma maioria preta e parda, mas sistematicamente invisibilizada pelos centros de poder e produção cultural, logo, a Zwanga se afirma como uma prática decolonial viva e pulsante, que ao ocupar passarelas, eventos sociais e espaços de formação, não somente rompe com os padrões estéticos colonizados, como também reivindica a beleza, a ancestralidade e o orgulho dos povos de África e das culturas afro-brasileiras. O é, pois cada estampa, cada penteado, cada gesto performado em seus desfiles expressa não apenas estilo, como também memória, resistência e afirmação política. Desse modo, como base no que propõem Alves e Fonseca (2021) entende-se que a Zwanga descoloniza olhares e educa afetos, promovendo uma estética que é, antes de tudo, um ato de reexistência — um chamado para que a Amazônia negra seja vista, ouvida e celebrada em sua plenitude.

Assim, percebe-se que movimentos como a Zwanga relembram e recontam a realeza e fazem o resgate ancestral, para além da história contada nos livros didáticos e da opressão repetida e refletida através das novelas de época das emissoras televisas do Brasil. Isso se reflete na fala da nossa entrevistada e trancista:

De que forma que a gente deve viver a realidade? De forma diferente do que as pessoas vivem hoje, porque muitas delas, hoje em dia, ainda têm vergonha da sua cor, ainda têm vergonha do seu cabelo, e eu creio que a gente deve demonstrar quem a gente é, deve mostrar para a realidade — somos pessoas que somos diferentes entendeu? Do que a cabeça delas pensam, porque hoje em dia é complicado a sociedade, de dizer quem tu é. Hoje em dia a pessoa pode estar lá batendo no seu ombro e dizendo "eu gosto de preto", mas, na verdade, ela não gosta; então a gente tem que demonstrar para ela quem somos e qual o nosso poder na sociedade.

Se os autores e autoras afrobrasileiros contribuíram com a nossa sociedade ao produzir o documentário “A negação do Brasil: o negro na telenovela brasileira”²², ao denunciar no Brasil, a política do branqueamento e o mito da democracia racial que foram desejos e metas construídas historicamente para apagar a herança africana, a Zwanga é a “afirmação”,

²² Documentário produzido e dirigido por Joel Zito Araújo, doutor em Comunicação pela USP, em 2000, é uma viagem na história da telenovela no Brasil e particularmente uma análise do papel nelas atribuído aos atores negros, que sempre representam personagens mais estereotipados e negativos. Baseado em suas memórias e em fortes evidências de pesquisas, o diretor aponta as influências das telenovelas nos processos de identidade étnica dos afro-brasileiros e faz um manifesto pela incorporação positiva do negro nas imagens televisivas do país. O que se vê diariamente nas telenovelas é a hipervalorização da matriz euro-descendente, tida como modelo de beleza estética e superioridade intelectual, em detrimento das matrizes afro e índio-descendentes. (Portal Geledés, 2014). Disponível em: <https://www.geledes.org.br/negacao-brasil-o-negro-nas-telenovelas-brasileiras/>. Acesso em: 12 set. 2024

“exaltação” do afroamapaense nas passarelas de moda, nas redes sociais, nas principais plataformas digitais, como padrão de beleza da Amazônia-amapaense para o mundo. A cada edição ganha força e mais visibilidade nacional e internacional. Uma de nossas entrevistadas, que participou de todos os desfiles de coleção da Zwanga, assim se expressa:

A Zwanga, eu percebo assim, inclusive, quanto moda afro, eu acho que a Zwanga, além dela ser essa referência, ela também enfrenta muitos obstáculos. Então a gente vê.. agora ela até que tá tendo uma visibilidade maior e em nível nacional que acaba abrindo mais espaço para ela a nível local. Mas a gente vê essa dificuldade, dificuldade na compra (venda) das roupas. Não são todas as pessoas que compram. Ah, parece que é só uma moda que só quem pode usar é gente preta e tal, os próprios pretos também têm dificuldade em usar. Parece que é só para uma ocasião especial e não pro cotidiano. Então eu acho que a gente ainda enfrenta bastante resistência na moda preta a partir dessa moda que a Zwanga faz. Eu acho que a gente está no processo de aceitação bem legal. Eu acho que é isso, então o racismo ele fica expresso nessas dificuldades de vestir a roupa, de comprar roupa, de usar essa roupa no cotidiano. Mesmo barato, eu acho que a Zwanga é uma produção bem aceitável do ponto de vista financeiro, as peças não são peças para mais... ainda assim existe a resistência em você usar.

Seguindo o pensamento assim é importante ressaltar que a Zwanga nasceu a partir do desejo de uma mulher preta, gorda, que mora na periferia, que é mãe solo, que tinha que sustentar os filhos, que tinha que produzir, mas não tinha onde vender, não tinha como alugar um espaço, que foi para o banco da praça da Vila Cabral vender nos finais de semana, sexta e sábado. O que não destoa do seu público feminino e masculino, pois a grande maioria ocupa as áreas de pontes e periféricas do Amapá, e é justamente aí o cerne, a importância do reconhecimento, ou do espelhamento do que é produzido pelo movimento da Zwanga e para quem é produzido, ou seja, uma moda-ativista e afrocentrada onde o preto está produzindo pra preto e sendo a sua referência, ou o que chamamos de imagem positiva afrobrasileira. Abaixo segue mais um registro fundamental de um de nossos entrevistados:

Racista e etária diga-se, porque foi estranho olhar para determinadas pessoas olhando com um certo desdenho, mesmo sendo pretas, como eu com uma certa idade não poderia estar ali naquele espaço, que para mim transformou-se em um marco de elevação e perpetuação de minha identidade de mulher preta e vestindo uma roupa pensada para meu corpo e cor.

Essa experiência me fez refletir profundamente sobre o racismo e o preconceito na sociedade amapaense. Participar dos eventos de moda da Rejane Soares me ajudou a entender como a cultura afro-brasileira é frequentemente marginalizada, mesmo em nossa região. Ao desfilar e representar essa rica herança, percebi a importância de visibilizar nossas

histórias e lutas. Essa vivência reforçou meu compromisso em lutar contra o preconceito e valorizar a diversidade, mostrando que cada um de nós tem um papel fundamental na mudança dessa realidade.

Eu vou te falar a especificamente do dia do desfile, eu tomei duas latinhas de cerveja Para o encorajamento (risos) - meu companheiro Djavan que está aqui do lado é testemunha disso, E ele foi um dos que me deram muita força. Eu fui e aí... a coisa que... mais marcante foi aquele clima de só a gente preta se preparando para entrar na passarela, você estava lá (o pesquisador), Jorge estava lá, muita gente que eu não conhecia, e pretos lidando com beleza, com representatividade, muita gente assim inteligente falando... então aquele momento para mim foi marcante, aquela energia que estava no antes do desfile e no depois. E o que é que eu te diria (por que eu á falei de autoestima) mas uma coisa é que o desfile me possibilitou uma experiência bem bacana em particular. Logicamente né, Eu com 50 anos, minha família toda assim... toda de pretos, né?, mas a minha mãe católica, muito católica então assim ela não criou dentro da igreja católica, e... eu tive pouco acesso a cultura preta, propriamente dita, a religião...então a gente via muito de longe, acompanhávamos um pouco o Marabaixo, mas depois de adulto isso começou a mudar (nos meus irmãos), e para mim o desfile, ele trouxe essa...o desfile não, a história das Zwanga me fez fazer querer mais na minha área como pedagogo, atualmente eu sou gerente de formação continuada da Secretaria de Educação, e eu trouxe isso muito para o meio ambiente de trabalho, de levar a formação, pois eu sou responsável pela formação continuada dos professores da rede estadual de ensino, Eu pego os elementos... conhecendo me aprofundando mais, para trazer para a prática. Então eu posso te dizer que a Zwanga me ajudou muito nesse sentido, porque eu tenho "o poder de Influenciar pessoas muito grandes" a partir, por conta da minha atividade profissional, então a equidade racial a educação antirracista eu tenho trazido muito mais para a formação dos professores. e aí no contexto da Amazônia-amapaense, eu vou te dizer que nós temos muito ainda aqui caminhando sentido do entendimento, do significado e da valorização do que é ser preto dentro da Amazônia. Eu tenho esse "poder" de ajudar muito os professores, para que eles possam empoderar as suas crianças. Agora Inclusive a gente vai começar a fazer, não tinha ainda esses dados, não era obrigatório, a gente vai fazer a chamada escolar e aí a gente já vai colocar esse ponto, de como o aluno se identifica. Por que a gente tem muitos alunos que não tem se dado concreto hoje na rede estadual de ensino, quantos alunos pretos, como se eles se autodeclararam pretos, isso agora vai ser obrigatório ele se auto declarar, porque a gente trabalha com dados, de fato né?... Eu penso que seja por aí.

Nesse exato momento a gente percebe que além de racista, exclusiva (efetivamente de exclusão), xenofóbica, transfóbica dentre outras fobias, é latente, também, o etarismo urge como mais uma praga de exclusão social, e vem a tona a inquietação sobre o prisma de que tais ações como as promovidas pelo movimento da Zwanga são decolonialistas e são de extrema importância para o combate de tudo que destoa do padrão eurocêntrico – homem, branco e hétero.

Falando como um negro amazônidas que eu sou, nasci e me criei dentro dessa região Aqui eu construí e me fiz e me tornei profissional, o racismo Ele sempre foi muito latente aqui dentro, Então poucas ações afirmativas me foram apresentadas enquanto adolescente podemos assim dizer a falta de Formação Cultural. então é, quando a gente vê alguém que se desafia para isso e que traz a baila o tema racismo, e coloca o homem negro o homem homossexual para que eu possa ver como padrão de beleza, e padrão e exemplo mesmo que de Vitória, é assim que eu me vejo vitorioso. que é exatamente isso, a gente se torna, se justifica desculpa, a essa visão de que que a gente não pode estar naquele lugar. e é muito importante é a gente trabalhar autoestima, Dentro de uma pessoa negra, quando coloca ela perante a um público e que vai ali de que de fato a Zwanga trouxe de novo Para essa moda Amazônica, que é uma moda muito autoral. pois a gente consome muita coisa de Fora, e quando a gente se depara com uma moda que é feita por uma pessoa que é igual a você, que Vem de uma origem que é igual a sua e que está aí se coloca fortalecida diante de todo racismo estrutural, é muito importante para a gente. na verdade é uma injeção na alma, de autoestima, de empoderamento negro, e de entendimento e de questionamento também, principalmente. porque a gente passa ao longo da vida ouvindo que não podemos isso que não podemos aquilo, que a nossa beleza não vende, e que a pessoa que sou não é o padrão que a sociedade compra. mas estamos aqui, o importante é que estamos aqui, sinalizar que estamos aqui, E gritar. mas o Zwanga tem muito disso, essa coleção na verdade mexeu muito comigo no sentido de que, eu me coloquei eu me propus a participar. Já tinha recebido outros convites, sempre olhei meio assim... meio torto, mais preocupado com a opinião do outro que me visse em uma passarela porque o meu corpo não é um corpo padrão, mas é o meu corpo e eu preciso transitar em paz com ele, pois é ele que vai me levar para os lugares, É ele que vai me estabelecer como ser social. E é isso, o racismo infelizmente , Ele causa esta desestrutura emocional, principalmente em nós negros. porque é muito difícil ao longo da vida se ver nessa condição de beleza.

Por esses relatos é que esta pesquisa torna-se de extrema importância para combater as diferentes formas de racismo estruturais existentes. Por mais que existam as leis, a exemplo Lei 10.639/13²³, sem uma devida fiscalização e a apuração de um índice do quanto ela está sendo aplicada e tabulada a sua efetividade na sociedade (dentre tantas outras sobre a temática racial), fica evidenciado o quanto ainda estamos aquém de uma sociedade igualitária, pois o sistema europeu que desembarcou no Brasil durante o processo de invasão pela coroa portuguesa e pelo papado, ainda tem “feridas e cicatrizes” sociais latentes, e que são descolonizadas a partir de ações e atitudes ousadas, empreendedoras e irreverentes, como a da Rejane Soares. E nesta pesquisa tão importante quanto o movimento da afromarca, os relatos também são importantes como o próximo:

²³ A Lei nº 10.639, de 9 de janeiro de 2003, alterou a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB) para incluir o ensino de História e Cultura Afro-Brasileira no currículo escolar obrigatório. A lei foi um marco na luta do movimento negro e é considerada importante para combater o racismo e construir uma sociedade mais justa e antirracista.

Bom, isso me afetou porque o afeto afeta, como não esquecer do afeto, do acolhimento que eu tive de Rejane de vocês, o acolhimento que eu tive do projeto, me fez pensar na minha posição enquanto o preto nessa sociedade. E eu também comecei a pesquisar a filosofia preta, eu comecei a pesquisar também a minha posição enquanto pesquisador, enquanto psicanalista preto. Então isso mudou tudo, porque na minha formação eu não estudei Fanon, eu não estudei os pesquisadores pretos da psicanálise, eu não estudei nada disso, então era tudo muito eurocentrado. Hoje eu me sinto mas afrocentrado da minha prática tanto clínica quanto profissional e social.

Se tais dificuldades são apresentadas por professores, babalorixá, padres, assistentes sociais, servidores públicos, agora vamos imaginar o quanto é difícil para os nossos alunos, pacientes, clientes? Daí a importância de se trabalhar o letramento racial como mais uma ferramenta/instrumento de combate ao racismo e ao preconceito social, trabalhar a decolonialidade imposta, naturalizada e muitas vezes invisibilizados na sociedade brasileira. Pois o movimento da Zwanga é o movimento que trabalha o Letramento Racial na sociedade da Amazônia-amapaense didaticamente e com exemplos práticos, o que vai além da teoria.

Há anos venho tentando quebrar preconceitos que colocaram dentro de mim, de que moda é pra branco e preto usa fantasia. Foi difícil quebrar esses paradigmas. O evento Zwanga me ajudou a romper o limite do pessoal e o privado.

Assim como o movimento proposto pela Zwanga é decolonialista, é importante neste momento, também, posicionar outros movimentos decoloniais, a exemplo do movimento proporcionado pelas linhas de pesquisa, professores e pesquisadores do PPGCOM/UFPA que se consolidou como um polo de pensamento crítico e transformador na região Norte do Brasil, articulando saberes, práticas e resistências que tensionam as epistemologias tradicionais e os discursos hegemônicos da comunicação. Por meio de suas linhas de pesquisa e da atuação de professores e pesquisadores comprometidos com a realidade amazônica, o programa tem promovido um movimento acadêmico profundamente enraizado nos territórios, nas ancestralidades e nas vozes historicamente marginalizadas.

Além disso, essa iniciativa ganhou também articulou comunicação, cultura, raça, gênero e território, **mediante a proposta de** uma leitura decolonial da Amazônia — não como lugar exótico ou distante, mas como um centro produtor de conhecimento, linguagem e estética, por meio da participação de docentes e pesquisadoras negras, indígenas, quilombolas, ribeirinhas, periféricas e LGBTQIAPN+ que vêm contribuindo para uma ruptura

epistemológica com o modelo de universidade eurocentrado, promovendo pesquisas que não apenas analisam, mas atuam politicamente na transformação social.

Nesse sentido, vale destacar que durante todo o percurso doutoral, os docentes solicitarem que trouxéssemos para as nossas pesquisas os teóricos e pesquisadores locais, da América Latina, brasileiros e principalmente aqueles que discutem em suas pesquisas a região Norte do país, basicamente a Amazônia. Tal pensamento também é reforçado no coletivo de pesquisadores negros, em que sempre somos orientados a buscar nossas referências afrobrasileiras e pesquisadores negros dentro e fora da África. Alguns destes foram encontrados ao longo desta pesquisa.

5.3 O afroempreendedorismo e a valorização das heranças afro-brasileiras

As heranças africanas no Amapá são atreladas ao ritmo das caixas de som e do batuque do Marabaixo (mar+a+baixo – movimento que denota que o Brasil está abaixo de África). Além das comidas típicas, do modo de produção, na socialidade, e demais heranças africanas que foram misturadas as heranças indígenas, pois o afroindigenismo é muito forte na região norte. E o movimento de empreendedorismo proposto pelo protagonismo de uma mulher preta traz em seus eventos um mix da valorização das heranças afrobrasileiras, com um pitada de moda ativista nortista em suas coleções e produtos. Nos relataram que:

A Zwanga mostra para a gente que a gente tem que aceitar quem somos. E desde daí que a gente tem que mostrar o que a gente pode viver, o que a gente pode mostrar que ela traz para a gente é algo que a sociedade ainda não aceita.

O depoimento acima vem carregado de sentimento de uma população que foi extremamente explorada, subjugada e demonizada por anos e anos. Do ponto de vista social, quando vemos que a população afro-brasileira ocupa as áreas mais degradadas do Brasil; do ponto de vista estético quando as garotas propagandas são modelos brancas e na sua maioria loiras e de olhos azuis; do ponto de vista do poder quando a maioria dos políticos, juízes, médicos e cargos de alto escalão não há um quantitativo de afro-brasileiros; do ponto de vista penal quando quase 90% da população carcerária é preta; do ponto de vista religioso pós-domínio da Igreja católica e de intolerância religiosa proposto pela demonização neopentecostal; do ponto de vista da dramaturgia quando as protagonistas e protagonistas das novelas, assim como a classe burguesa é apresentada completamente branca...ufa...de fato

temos muito o que demonstrar e mostrar pra que viemos, conforme ressaltou nossa entrevistada.

Eu acho que é meio um pouco do que eu falei, do que eu acabei de falar, que é essa dificuldade do acesso do processo e te restabelecer essa moda como uma moda usual, como uma moda do cotidiano. eu acho que ainda existe essa dificuldade, essa resistência da gente. Então ela é muito Expresso nessa, as pessoas compram a Zwanga para um evento específico, quando é um evento negro entendeu?... Principalmente as pessoas brancas, só compram quando é um evento de pessoas negras, e querem aparecer, e a gente vê os políticos principalmente procurando a Zwanga para comprar uma roupa para aparecer no evento afro, Sabe?... tipo 20 de novembro, numa atividade assim. Principalmente os brancos, a gente, os negros já usa, estão cada vez usando mais. Porque eu acho que a nossa geração, com essa questão do ativismo negro, a nossa geração ela lutou muito pelas ações afirmativas, e essa nova geração, a gente está no contexto que é a questão racial Ela está na identidade, na estética, na subjetividade, e a Zwanga tem trazido isso, essa possibilidade de você trabalhar resistência, trabalhar a questão afro a partir da subjetividade de você se ver, de você se olhar, e de você se vestir, de você se achar bonita com as nossas roupas, com as nossas preferencias.

Neste momento a gente traz à tona a fala da Rejane Soares que diz: *A gente tem um espaço físico, né? A Zwanga saiu do banco da praça e chega num patamar de ter espaço físico. Hoje sentamos para conversar com a ONU Mulheres, você está para conversar com o Instituto Renner, Alpargatas Internacional, Boticário, dentre outros. É uma fala poderosa para o afroempreendedorismo proposto pelo movimento da Zwanga na Amazônia-amapaense, pois a afromarca era desacreditada por muitos, inclusive as empresas do ecossistema local (até mesmo quando promovia seu eventos de moda do Amapá), onde a afroempreendedora teve que recorrer para os quilombos, os eventos sociais de periferia e área de ponte, as pequenas vendas em universidade e faculdades, até que teve visibilidade nacional e internacional, para assim, se manter. Crescer e ter visibilidade no mercado com a venda de produtos e serviços, além de todos os eventos e cursos sociais promovidos.*

Rejane é uma das precursoras, como mulher preta e empreendedora da moda afro, porém não é só uma questão de moda é o fazer pelas outras “quando uma mulher preta levanta ela sustenta e eleva as outras no movimento da sociedade”.

A afroempreendedora Rejane Soares lembrou que durante o período da pandemia começou a produzir brinco, depois começou a trabalhar com tranças e turbantes. Primeiro brinco, turbantes e acessórios, depois vieram para as roupas. As tranças entraram em 2022, quando começaram a trabalhar os projetos de qualificação para as mulheres – quando

entraram diversas medidas, rodízios de placa e regras de distanciamento social. Pois o período da pandemia havia necessidade de produzir para suprir as necessidades básicas, a alimentação. Neste sentido, além do início do empreendedorismo, a Zwanga percebeu que as mulheres ganhavam a cesta básica, mas a cesta básica acabava, daí questionou: “*e depois, o que eu ia fazer com a cesta básica, sem a cesta básica? Ficar viciada, velha, entrar nesse ciclo, todo mundo entra e se vender para o político por conta de uma cesta básica*”, então início a marcha dos cursos e das formações exclusivamente com mulheres pretas amazônidas para que elas pudessem conseguir a sua autonomia.

Após participar desses eventos, compreendi que a moda ativista e exclusiva de empreendedores e modelos afro-brasileiros é uma poderosa ferramenta de resistência e visibilidade. Ela não apenas celebra a cultura e a identidade, mas também desafia narrativas racistas, promovendo uma representação mais justa. Essa valorização transforma a moda em um espaço de empoderamento, onde cada peça conta uma história e luta contra preconceitos, fazendo com que a diversidade seja não apenas reconhecida, mas celebrada.

Diz a afroempreendedora: “Nós não somos só a negatividade. Tu vê o tráfico, tu vê as mortes, tu vê a fome. Todos esses índices estão mostrando e nós estamos lá. Só que não é só isso”, essa fala vem eivada de resistência e rompimento com as estatísticas e cultura contra-hegemonica, pois enquanto Zwanga quer mostrar todo esse potencial dessa cultura considerada marginalizada. Quer demonstrar que a periferia mesmo estando num espaço, num território, onde ninguém quer estar e que muitas vezes são ocupados por necessidade de moradia, dentre outros fatores, pois nesses lugares casa é mais barata, a energia é mais barata, a água (mesmo que não tenha qualidade) é mais barata. Pois são nesses lugares que acontece a transformação, a produção empreendedora e dessas áreas de pontes são os locais onde saem os nossos modelos feminino e masculino, as futuras afroempreendedoras que darão continuidade ao movimento da Zwanga.

No dia do desfile, além do desfile a gente viu Lá na residência do Governador, que foi um local bem emblemático para acontecer o desfile, tinha outros... o que eu acho bem bacana da Rejane, a Zwanga puxa, ela traz outros empreendedores. Em relação à questão da moda eu tenho tido essa preocupação, que antes para mim passava batido em qualquer loja, então hoje eu já busco coisas mais a ver, consumo produtos no mercado produzido mais por pretos, Isso me chamou muito a atenção. E também depois do desfile depois de eu querer me aprofundar mais, hoje eu consigo perceber determinadas situações que antes eu não conseguia, de racismo, coisas assim do dia a dia aqui para mim passava realmente batido. Como alguém lhe perguntou uma determinada coisa não perguntar

para o outro... o que é que para mim tá sendo perguntado isso? Eu fui para Aracaju num encontro agora, sobre formação continuada e equidade racial e aí depois que terminou o evento eu fui no shopping lá próximo de onde estava acontecendo, e aí vem a moça e pergunta para quem?... "Onde é que fica tal coisa?" Tô lá com minhas sacolas todinhas e a moça vai perguntar para mim onde é que fica determinado local (ela lhe confundiu com um profissional que trabalhava no shopping? Interlocução minha), exatamente, que trabalhava lá. E aí na hora de ir para o caixa ela me perguntou e eu disse que não sabia e fui e fui para o caixa e ela também tava lá no caixa reclamando de alguma coisa vendedora, e a vendedora comentou alguma coisa comigo, porque ela é bem grosseira, e eu respondi que ela havia me confundido ainda pouco Com vendedor, ao que atendente me disse "eu não acredito que ela fez isso", enfim. Essas percepções antes eu não tinha, Eu me lembro bem da conversa que nós temos antes dos filhos da Zwanga, A gente conversando lá a gente colocando essas coisas, que tudo isso foi me abrindo mais os olhos e hoje eu tenho essa clareza essa percepção. Ainda estou engatinhando no como agir diante das situações, é aprendizado e ainda estou nesse processo.

O Racismo em nossa sociedade é tão cruel que de fato, e muitas culturalmente, a sociedade e alguns de nós afrobrasileiros naturalizamos tais comportamentos. E esse letramento racial tona-se necessário – chego a pensar que deveria ser matéria obrigatório, amparada pela Lei 10.639/03. E inclusive deve, é necessário que aumente a penalidade do crime de racismo de 3 anos para 4 anos de prisão. Pois desta forma, efetivamente seria uma penalidade. Pois o crime de racismo é inafiançável e só pode ser preso crimes que possuem 4 ou mais anos de penalidade. Logo, a lei por si só, é frágil, não há efetivamente uma penalidade na prática.

Primeiro que empreender dentro desse tema que a moda ancestral, Que é uma moda inclusiva principalmente, porque ela vai possibilitar que Todas as pessoas que estão ali, seja costurando seja pensando, programando todo esse desfile acontecer, isso traz uma outra consciência um outro olhar. Porque não é meramente uma moda conceitual, é uma moda ativista ela vem com uma fala, com uma razão de ser, não é só vender uma calça não é só colocar uma comida, é mexer com as estruturas na verdade, [Emocionado a vida da gente muitas vezes a gente precisa questionar] a gente precisa muitas questionar, a gente precisa na verdade se perguntar o porquê disso, porque só agora a gente tem um movimento desse dentro de um estado que ele é Tão grande, e onde estavam essas pessoas Que podiam estar lá desfilando? costurando? desenhando? contribuindo com qualquer função dentro desse movimento? então é muito importante a gente entender que movimentos como os que a Zwanga faz E traz para a gente, ela faz essa reflexão. não é só aparecer numa passarela, é sinalizar que eu estou aqui de fato e de direito.

A afromarca é muito diversa e tem uma coisa muito bacana pra relatar de bastidores, por exemplo, quando tu encontra com os modelos no momento da para desfilar, tu vê a felicidade das pessoas de estarem juntos. Não é por fofoca, não é por confusão, não é pra brigar, é pra mostrar a beleza que tem, porque quando o modelo entra na passarela, ele é responsável por pessoas que ele nem imagina. Quando tu entra na passarela, que tu mostra o teu corpo vestindo uma roupa afro, o teu cabelo afro assumido, quem tu és sendo assumido na passarela, tu te afirmando, tu impacta a vida de pessoas (usamos o português rebuscado característico do Amapá neste relato de experiência vivenciado pelo autor, rs)

Na passarela eu entendi cultura, eu entendi ancestralidade, eu entendi uma estética, né? A estética não padrão, a estética ancestral, A gente fala de uma beleza ancestral que ela foi abafada, ela foi sucumbida pelo racismo. E a gente vem brotando e nós brotamos de uma planta chamada quebra pedra, uma planta que por mais que tenha Pedras em volta ela brota. Eu me sinto um quebra pedra hoje a partir da Zwanga e a partir desse entendimento de natureza, nós brotamos.

O movimento da Zwanga é o movimento da própria valorização da cultura africana e a sua importância para a formação da cultura afrobrasileira e afroamapaense, assim como, para a manutenção da ancestralidade, identidade do povo preto e para o combate ao racismo.

5.4 Afroempreendedorismo feminino negro

Nesse tópico, que muito se parece com o anterior, destacamos a necessidade de abordar a percepção dos participantes do movimento da Zwanga sobre a sua percepção dessa moda ativista produzida por uma mulher preta. Sabemos que vivenciamos em uma sociedade machista e que o papel feminino muitas vezes é subjugado e subvalorizado, mesmo com a sua rotina e demanda sendo maiores por se dividirem muitas vezes entre o trabalho e as atividades domésticas. Além dos constantes desafios com o preconceito, a desigualdade, os recursos e a falta de acesso, apesar do avanço do empreendedorismo negro feminino nos últimos anos. Seguem as respostas coletadas:

Reforça, hoje em dia eu sou uma mulher totalmente diferente. Desde que eu vivenciei, que eu entrei na passarela, em que eu participei daquela roda de conversa, eu tenho uma visão totalmente diferente do que eu tinha antes, que era vergonha, porque hoje em dia é difícil a gente encontrar alguém que te aceite como tu é. Na verdade é bem complicado como eu acabei te falando, a Zwanga me mostrou que a gente deve ter sim orgulho de quem somos e ter se empoderamento .

Por isso a necessidade de colocar modelos negros na passarela e apresentar a beleza afrobrasileira existente. Da mesma forma que necessitamos nos espelhar na Oprah Wifrei, Viola Davis, Chimamanda Ngozi, Rhianna dentre outras referencias de beleza no cenário internacional; ou a Taís Araújo, Isabel Filardis, Rita Batista, Maju Coutinho, Margareth Menezes no cenário nacional, a Zwanga vai buscar esse espelhamento na própria base, pois entram em cena e diretamente das áreas de pontes para a passarela do SEBRAE, esbanjando beleza de igual pra igual, os modelos afroamapaenses. A Zwanga convida uma pessoa de periferia, preta, que tem uma história de ouvir em todos os lugares que o seu cabelo é feio, o seu nariz é feio, a sua pele é feia, e diz: *não, não é assim a história*. E o convida pra ser o/a protagonista da sua própria história na passarela, ser protagonista da sua própria história decolonial.

Absolutamente sim, O que é isso que a gente está falando, é você trabalhar subjetividade, você trabalha moda e empoderamento, eu sempre achei isso, e quando iniciei o meu ativismo, dentro dos coletivos eu trabalhava quase exclusivamente com oficinas afro, através da estética, com tranças e tal... uma mulher preta especificamente quando ela se acha se considera uma mulher bonita, porque nos é negado essa percepção, essa beleza e tal...Então quando ela se acha bonita, ela muda o mundo, uma mulher que se acha bonita ela muda o mundo. e aí a gente vê isso muito, eu tenho duas alunas, que entraram agora para o curso da Zwanga e vão desfilar agora, Você não imagina a diferença dessas meninas antes da Zwanga e depois, eu tô falando de questão de duas semanas só, de participação do curso. Uma aluna minha de cabelo preso o tempo todo e tal sabe, ela agora anda com cabelo solto, com aquela "jubona" solta, você entendeu? Então eu sempre achei que trabalhar com estética para mulheres negras é um processo importante no empoderamento, na própria construção da identidade do ativismo e da compreensão de ser mulher negra.

Existe uma beleza nessa pele, existe uma beleza nesse cabelo, existe uma beleza nesse nariz, nesse corpo que não é o padrão, mas a tua história, é real. Então assim, a Zwanga faz uma revolução que muitas vezes as pessoas perguntam assim: *por que o fulano está lá desfilar na Zwanga?* Porque existe uma revolução feita para dentro das pessoas e que reflete hipodermicamente pra fora. A afroempreendedora Rejane refutou: *Eu acho que a Zwanga é um movimento muito louco, né? Fiquei imaginando assim, cara, como uma marca que era só de moda forma as pessoas, faz as pessoas ganharem o seu próprio dinheiro, faz as pessoas ganharem autoestima, se acharem bonito.*

Sim e muito, é valorizar as “Marias”, as “Joaquinas”, as “Jannas” do Estado onde tiver uma mulher preta a Zwanga está lá para apoiar e fazer o movimento desta mulher seja ela jovem, madura ou idosa enfim restaurar e edificar vidas.

Além de trazer para a passarela modelos pcd's, trans e inovou na edição do desfile de moda de 2024, trouxe para a passarela modelos que são casais homoafetivos, e olha que a afroempreendedora é protestante, rs. Mas como diz uma de nossas entrevistas que é Yalorixá, que Rejane Soares é a protestante mais macumbeira conhecida – rs, e que traz consigo a força da Orixá Guerreira Iansã. Além de demonstrar com tais modelos na moda-ativista, que o amor ao próximo vai além dos templos religiosos, e inclui, atualiza, inova todos os anos com muita ousadia, resistência, empoderamento e diversidade sociocultural, todas e todos.

Iniciativas como a Zwanga, promovidas por mulheres pretas, realmente favorecem e reforçam o empoderamento feminino. Elas criam espaços de visibilidade e valorização da cultura afro-brasileira, incentivando a autonomia e a autoafirmação. Ao destacar as vozes e experiências de mulheres negras, essas iniciativas promovem um senso de comunidade e solidariedade, além de desafiar estereótipos. Isso não só empodera as participantes, mas também inspira outras mulheres a reconhecerem seu valor e a lutarem por seus direitos e representatividade.

A Zwanga é movimento, mas não é um movimento social, pois estão em um constante movimento. E estar em movimento a todo momento faz parte do constante processo de ressignificação. Por exemplo, a afromarca iniciou a sua revolução preta e empreendedora ao trazer mulheres gordas para a passarela, depois percebeu que precisava da mulher preta, magra, de diversas formas e cabelo acima de 36 ao 56. Nesse contexto, vale destacar a obra de Barthes (2009) quando o autor analisa a moda como um sistema de signos que entende a moda como uma linguagem, uma estrutura simbólica em que roupas não apenas vestem, mas comunicam significados.

Assim, o autor assevera que não é só a roupa "real" é importante e significativa, como também a roupa descrita e representada, principalmente na mídia, nas revistas, nas vitrines, ou seja, não há neutralidade no sistema da moda, visto que ele é construído por discursos, controla sentidos e define o que é visível, desejável, moderno ou aceitável. Com isso, percebemos que precisava das mulheres mais velhas, das mulheres que as pessoas falam, “*ah, depois do 40 tá feia*” . Daí a afroempreendedora diz: “*vamos trazer as mulheres de 40 e dar tapa na cara de novo com essas mulheres reais e de 40*”.

Muito, muito...eu vejo a preocupação tá Zwanga, da Rejane, ela saiu da zona de conforto, que na verdade eu acho que nunca foi uma zona de conforto, ela saiu dali de onde ela mora (Santa Rita, próximo ao Centro), tá ganhando, daí ela não tá só tá ganhando a cidade, ela tá ganhando o mundo. Eu a vejo ir para o Macapaba (bairro periférico da zona norte da cidade) fazer eventos, e vejo ela ir para Mazagão (região metropolitana de Macapá), une os velhos, as mulheres. Sim as minhas irmãs, por conta do que eu te falei anterior, não tiveram muito contato com a cultura preta propriamente, minhas irmãs todas usam o cabelo alisado, E a mais nova hoje em dia ela deixou, Até porque ela fez um curso no Bope²⁴ e teve que raspar a cabeça, ela deixou o cabelão, é a única que usa trança (é policial feminina), A médica da PM fez o curso do Bope e teve que raspar a cabeça e tal, e aí agora ela deixou o cabelo dela a gente fica enchendo o saco e tal para as outras também faria a transição, que é um processo mais difícil. Ela está vivendo assim a moda da cultura preta de uma maneira bem bacana, até por conta dela ser mais jovem, por ela ter a mente mais aberta. Então a Rejane ela tem levado isso, ela até convidou duas minhas irmãs para ser modelo e algumas devem participar desse próximo desfile, eu acho fundamental o trabalho que ela desenvolve.

Olha como é gostoso você sentar e falar de um movimento que você entende que as pessoas estão se reconectando com a sua história e com o poder que existe no fato de ser uma pessoa preta, seja homem ou seja mulher, em qualquer território que ele esteja localizado, uma verdadeira riqueza ancestral. O próprio movimento da Zwanga, ele também trabalha com o letramento racial, ao mesmo tempo também que trabalha com a bioeconomia, já que também tá com pele, escama, que é extraído aqui da própria Amazônia-amapaense, onde outras mulheres também são protagonistas e atuam no afroempreendedorismo

Esse olhar do outro lado da mesa como homem negro, que a gente não costuma ver uma mulher negra numa posição de destaque, a gente estranha muita das vezes, onde tudo isso ainda é por conta desse machismo enraizado que a gente tem. e eu acredito muito na questão da mulher enquanto ser social. não só uma mulher que gera um filho, consegue na verdade se colocar na posição de revolucionária, é remexer nas estruturas. A mulher preta quando ela se mexe, ela move toda a estrutura uma sociedade, Toda a estrutura de uma sociedade Ela será mudada. o outro lado bom quero ver essa mulher negra lá, naquela condição, de se desafiar e de poder se desafiar, com base no empoderamento também, isso também acena para outras mulheres que estão lá atrás Que dá para ser, que dá para fazer. Ou também incomodar essa matricialidade branca sob a mulher negra que é muito Que é muito limitado, que é muito vista ainda como incapacitante. Então a Zwanga e a Rejane por trás desse movimento todo O que é que ela fez? foi dar aquela tapa, foi remexer na verdade em estruturas que não permitia, que se permitiam que uma mulher negra pudesse estar. Então o empoderamento hoje para mulher preta ele não é só

²⁴ Batalhão de Operações Policiais Especiais.

uma fala, ele vem através das atitudes, dos enfrentamentos, das Dores das histórias que essas mulheres trazem com elas, que são muro de arrimo muitas vezes, que estão sozinhas, Que criaram seus filhos sozinhas, que muitas vezes Vem de um relacionamentos abusivos, onde limitam essas mulheres a condição de mulher. Quando a mulher negra se desponta e se destaca nessa sociedade, principalmente através de movimentos como o da Zwanga, com toda essa moda amazônida, vem também junto com ela a força, na verdade o fortalecimento para outras mulheres, ela abre portas.

Além de trabalhar com o empreendedorismo feminino negro, a Zwanga trabalha a inclusão social em paralelo. Andando pelos bastidores conhecemos as meninas da violência doméstica. As meninas que tiveram que romper com pais e mães por serem mulheres LGBTQs e a família não as aceitarem. Falamos com mulheres que tinham rompido com a violência doméstica a partir de conhecer o movimento proposto pela Zwanga e decidir que não queriam mais viver essa relação. Inclusive na coleção de 2023 tinha uma modelo que estava exatamente no dia do desfile completando um ano que ela tinha rompido a relação tóxica e violenta em que ela vivia, estava inserida. Logo, a sua passagem tinha o significado de mostrar que ela estava vivendo um novo mundo.

Isso não é novidade para mim, Se nós levarmos em consideração o protagonismo da mulher preta, que levava o acarajé para nos alimentarmos na ancestralidade negra. então mulher preta ela sempre teve esse protagonismo de liberdade, de inovação. em Salvador vendiam o acarajé para comprar a liberdade, a alforria do marido dos filhos, Nós tínhamos os fatos (que são chamados de Miúdos), e elas vendiam na rua para juntar dinheiro para libertar os nossos. essa tecnologia africana ela está inserida em nós e mais ainda nas mulheres pretas, porque se a gente pensar em libertação, em liberdade, em alforria, a gente pensa a partir das mulheres pretas. A gente não pensa de política né? a política era uma coisa dessas, ubuntu, eu estou aqui livre e quero que todos sejam livres também. Então essa tecnologia ubuntu vem das mulheres, isso para mim não foi novidade. E o protagonismo de Rejane, Sempre que eu abraço eu me emociono, eu choro muito, eu fico muito impactado por quê, porque ela traz é essa ancestralidade Através dessa mulher que traz a gente para a passarela [...]Claro que sim! Projetos assim, tiram a gente da sala de aula e os discursos da Lei 10.639, de 9 de janeiro de 2003 de transforma em prática social.

Nesse sentido, percebe-se que quando mulheres negras, constantemente excluídas em virtude de padrões convencionais de beleza – como corpos gordos, pele retinta, cabelo crespo ou traços afrocentrados – ocupam espaços de visibilidade por meio do afroempreendedorismo, elas desafiam diretamente o sistema simbólico da moda descrito por Barthes (2009), com isso, a moda opera como um sistema de signos que codifica o vestuário

dentro de uma lógica cultural, no qual a roupa adquire sentido não apenas por sua função prática, mas principalmente por seu valor simbólico e discursivo. Por conseguinte, o afroempreendedorismo, ao colocar mulheres negras como protagonistas de seus próprios discursos estéticos, rompe com essa lógica hegemônica e eurocentrada, produzindo um desvio no código da moda – criando, como Barthes destaca, novos signos e novas narrativas que escapam ao discurso dominante. Essa concepção representa não apenas uma disputa por espaço, mas também uma reescrita da linguagem da moda, segundo a qual os corpos negros deixam de ser apenas lidos e passam a escrever sua própria gramática visual, resgatando ancestralidades e projetando futuros decoloniais.

Complementando esse entendimento, é importante acrescentar que na visão de Barthes (2009), a moda se apresenta como uma linguagem que organiza, produz e comunica sentidos, expressando-se como um código cultural, no qual cada peça, cor, textura ou combinação se torna um elemento que carrega um significado compartilhado socialmente, contribuindo para que o sujeito possa expressar sua identidade, seu pertencimento, suas escolhas e, muitas vezes, suas resistências, de modo que o vestir-se não apenas se constitui como um ato cotidiano, mas um gesto simbólico e socialmente carregado, que participa da construção de si e da leitura do outro.

Entende-se, por conseguinte, que na visão de Barthes (2009), a identidade, o autorreconhecimento não são fixos e estanques, pois são valores construídos socialmente, sendo a moda um instrumento ativo dessa construção, oferecendo códigos que podem ser apropriados, subvertidos ou recusados. Nesse viés, o corpo que escolhe se vestir fora das convenções dominantes — por exemplo, corpos negros que usam roupas afrocentradas, turbantes, estampas africanas ou que recusam padrões eurocêntricos — estão usando a moda como instrumento de afirmação e resistência, o que reverbera elementos que fazem do corpo um território político, no qual são travadas lutas simbólicas pela representação, visibilidade e dignidade, já que: “A moda é, pois, um sistema funcional de signos, um sistema semântico completo onde o vestuário, antes de ser um objeto, é um significante; e o corpo, antes de ser nu ou vestido, é um suporte para significados.” (Barthes, 2009, p. 12)

Finalizamos esse bloco enfatizando a importância dessas falas, pois historicamente e contextualmente a oralidade é a forma decolonial de compartilhamento da história do povo de África, dos afro-brasileiros. Um lamento não termos a oportunidade (e fica a dica) para que futuras pesquisas possam gravar as falas e as pretas velhas, pois são as verdadeiras bibliotecas vivas da história dos nossos ancestrais e quando morrem, enterramos uma fonte rica de conhecimento.

5.5 Moda afrocentrada

Abro esse bloco lembrando que foi necessário haver 60 edições do Miss Universo para que o mundo viesse a coroar/reconhecer a benguelense Leila Lopes²⁵, como a mulher mais linda do mundo. E me lembro plenamente que no dia seguinte, as ruas, shoppings, praças de Salvador haviam muitas mulheres pretas com a autoestima elevadíssima, esbanjando charme e beleza. É de fundamental importância abrirmos esse bloco com essa inferência, pois é exatamente esse frenesi que ocorre com os modelos, os participantes, a plateia, os afroempreendedores e a população preta do Amapá no dia dos eventos e desfiles de moda proposto pela Zwanga.

Sim, com certeza, além de ajudar a viver e o que é os nossos ancestrais e que teve uma história antes da gente [...]Certeza, certeza porque ela traz uma referência e ela estuda isso cada vez que ela apresenta uma nova coleção ela faz uma pesquisa sobre isso. E eu acho engraçado que ela fala que é a evangélica mais macumbeira do mundo (risos), Não sei de onde ela tira que ela é evangélica, qual é essa resistência dela sabe (mais risos), porque ela Traz essa referência da questão afro, e quando a gente fala de referência rápido no Brasil, não tem como não falar da questão afro-brasileira, ou, da questão religiosa. E ela traz isso em cada coleção dela, ela é uma mulher de Oxum, ela trabalha com a beleza, com empoderamento a partir da estética, com a vaidade enquanto... não a vaidade frívola, a vaidade ocidental, mas a vaidade enquanto amor próprio, enquanto o amor verdadeiro. então quando a gente trabalha com essa questão da estética, da mulher, das referências afro, a Zwanga traz isso né? então eu não sei de onde ela tira que ela é evangélica ou esse tipo de coisa (mais risos). Então eu acho absolutamente empoderador o trabalho da Zwanga, eu acho assim, inclusive, eu avaliando enquanto o ativista negra, que conheço os movimentos de mulheres negras aqui no Amapá, conheço os movimentos negros no Amapá, as organizações, eu não tenho nenhuma dúvida em falar que a Zwanga, ela consegue chegar na periferia, na mulher preta. Ela não repete aquele padrão que a gente fala de "eventos para a gente negra", o evento das "feministas para as feministas mesmo", então ela não faz isso, ela transcende. Então você chega a, ela mobiliza para as mulheres pretas da baixada, da periferia, dos quilombos, das comunidades, eu acho que nenhuma mais nenhuma outra organização, nenhum outro coletivo político de mulheres, e de movimento negro, conseguem fazer isso.

O movimento em trabalhar com a moda ativista é a busca pela ressignificação da cultura africana e da própria identidade negra,

²⁵ Primeira mulher negra ser coroada Miss Universo, nem 2011, na edição que foi realizada na cidade de São Paulo.

Assim como a moda ativista traz em sua bagagem a própria expressão do que é afirmar e resistir, é trazer em cada peça artesanal produzida pelas mulheres do coletivo da Zwanga a sua própria história, a história da sua/nossa ancestralidade, uma vez que: “A roupa real é sempre silenciada pelo discurso da moda; o que é apresentado não é o que se veste, mas o que se diz que se veste.” (Barthes, 2009, p. 20). Logo, trabalhar a moda ativista é trazer à tona e colocar em evidência nas redes sociais as cores vibrantes das saias das marabaixas, a história de cada comunidade, quilombo e história local, e trazer os artesanatos, as biojóias também produzidos nesses locais de aquilombamento. E dar visibilidade à beleza negra das mulheres amazônicas e da floresta, muitas vezes desconhecidas para além da divisão territorial do Amapá.

Não tenho dúvida e acredito muito que a Zwanga faz esse aporte com a moda, onde busca valorizar e engajar essa mulher com a realidade de mulher preta e valorizando sua identidade de raiz afrodescendente. [...] Sim, a Zwanga, ao promover uma moda afrocêntrica, realmente dialoga com as tradições e heranças ancestrais, ajudando a resgatar e valorizar identidades culturais. Essa abordagem não apenas celebra a estética afro, mas também educa e conscientiza sobre a importância dessas tradições na sociedade contemporânea.

Esse reconhecimento e ouvir as histórias de transformações sociais a partir deste movimento da Zwanga é o alto da afirmação de que estratégias e ações como as promovidas pela afromarca são de extrema importância para o empoderamento e empreendedorismo feminino e manutenção das raízes culturais e decolonialidade frente ao racismo, visto que como destaca Barthes (2009), a partir do afroempreendimento na moda tem-se uma redefinição decolonial, que transforma o vestir-se em um gesto político, um ato de afirmação de identidades plurais e uma insurgência contra os códigos normativos impostos historicamente.

Portando, se voltarmos a história colonialista iremos identificar que o movimento proposto pelas mulheres da Irmandade da Boa Morte (Cachoeira-BA) teve esse princípio do Ubuntu quando as mulheres se reuniam no fundo da Igreja da Barroquinha, em Salvador. Eram mulheres de diferentes nações e diversas línguas da África, mas que através dessa coletividade, da oralidade, atualmente são baluartes e mantenedoras das tradições africanas e afrobrasileiras. Essa essência transformadora e poderosa que parte da Zwanga já é uma das diversas formas decoloniais e de afirmação, resistência, advinda das mulheres negras.

Totalmente, totalmente né? Não acompanha o processo, não acompanho o processo onde ela busca inspiração, mas ela busca os planos, onde ela busca as texturas, mas quando a gente assiste um desfile quando a gente pega nas redes sociais, quando você acompanha o trabalho que ela desenvolve, você vê a valorização tremendamente grande, apaixonante de ver, o quão é bonito o quão nós somos bonitos, o quanto ela valoriza isso, A gente que tem ainda mais bonito com tudo aquilo que ela traz. então é um processo fenomenal que ela faz.

A diversidade deve ser parte fundamental, um dos principais pilares da nossa sociedade. Pois é através do respeito e valorização da diversidade que podemos ser através da existência do outro. E para quem critica o movimento da Zwanga trabalhar apenas com mulheres negras, a própria afroempreendedora refuta que estas são as que mais sofrem as mazelas sociais e são maioria. Inclusive, essa mesma prática de atuação é mantida pelo bloco afro Ilê Aiyê²⁶, no bairro da Liberdade (bairro que nasci e fui criado), em Salvador, que este ano completa 50 anos de resistência e esbanja beleza negra ao eleger todos os anos a “Deusa do Ébano” e por oferecer para a comunidade diversos serviços comunitários e formações.

É muito importante quando a gente fala de construção cultural, também falar desse movimento, de não deixar morrer e principalmente dizer que estamos aqui e que toda essa cultura não pode ser esquecida, ou ter Tida ou Vista com uma cultura de segunda classe. É muito importante a gente que todo movimento social voltado a uma classe que vem sendo discriminada, ela é efetiva tem que ser válida, muito válida. então, dentro das culturas locais dentro das tradições E Essas manifestações que a gente tem dentro da Amazônia, uma marca que trabalha essa ancestralidade, tem uma marca que traz pessoas comuns, do dia a dia, Que muitas vezes são empregadas domésticas, são professores, assistentes sociais, são pessoas comuns, que vêm de uma realidade de luta e que se coloca nessa condição, não é somente simplesmente trazer uma moda por trazer uma roupa, não, mas trazer um grito de liberdade. E essa liberdade ela precisa ser falada, ela precisa ser cultivada diariamente, e é isso que a Zwanga faz. Quando ela se dispõe a ir num município, Para levar o trabalho para essas mulheres que estão nessas comunidades, e muitas das vezes levar essa consciência social que é apagada o longo dos tempos. Então hoje o que a gente tem, a gente precisa entender que as comunidades tradicionais ela não só sobrevive de uma cultura, mais de todo uma parada. o que é toda essa Cultura? é aquilo que se repete, e as Zwanga não repete. Ela abre o debate, traz questionamentos, ela faz com que a gente mude a nossa visão de como ver o mundo, de como a gente se encaixa dentro desse mundo.

²⁶ Considerado o primeiro bloco afro do Brasil criando e em 1974, o Ilê Aiyê possui um forte papel pela luta da igualdade social. Foi um bloco criado para negros, pois estes eram excluídos dos blocos tradicionais, onde apenas a elite tinha o direito de adquirir o acesso para poder desfilar – temos relatos de negros que pediam aos amigos que moravam em bairros burgueses para comprarem o abadá e poderem desfilar. Hoje o bloco Ilê Aiyê é uma referência mundial, mantém a tradição de desfile do povo preto e a sua saída para o desfile a partir da sua sede no bairro da Liberdade após a meia noite (pois quando começou a ter espaço para o desfile era colocado como o ultimo boco a desfilar na avenida, quando todos estavam cansados e não tinha mais foliões).

A Zwanga é constante movimento, é constante movimento. Movimento este que não foi reconhecido, inicialmente, localmente, mas com muita resistência, determinação, acesso de novos parceiros e demais afroempreendedores que acreditaram no projeto. Atualmente a Zwanga é um dos maiores movimentos de afroempreendedorismo e protagonismo feminino negro do Amapá, reconhecida nacionalmente e internacionalmente e detentora de vários prêmios e contemplação de projetos sociais. E a cada ano só tende a crescer esse verdadeiro coletivo ubuntu.

Tudo que é feito por preto é ancestral e promove alguma coisa. Eu falo que é filosofia preta ela não nasce aqui no Brasil, não nasce em África só, ela nasce no Egito preto. E o Egito negro, ele traz para nós toda uma tecnologia, tanto é que toda a filosofia da Grécia nasce no Egito, eles vão para o Egito para aprender, para fazer, para levar para Grécia. Então nós fomos tão roubados, né? Que ter o privilégio de ter que falar disso a partir de nós, isso é fantástico né? Quando eu falo de estética eu não falo de moda só, eu falo da estética em termo filosófico mesmo, do nosso público da nossa existência dessa filosofia egípcia, que é mate, que é Todos nós somos iguais, somos todos vivos e sobreviventes de alguma coisa. E mais que tudo, a contribuição dessa moda (Zwanga). É uma condição mate do Egito, dessa tecnologia da nossa sobrevivência e da nossa existência, eu sou grato!

As leis brasileiras só sairão do papel quando projetos como “Zwanga” se esparramarem do Oiapoque ao Chuí. Esse entendimento deriva do fato de que movimentos como Zwanga atuam no enfrentamento do racismo estrutural ao criar um espaço de valorização da identidade negra, sobretudo para as mulheres, de modo que a colonialidade do ser, cujo caráter desumaniza corpos negros e periféricos, é combatida pela construção de uma estética e de uma narrativa que exaltam e valorizam a realeza, a dignidade e a potência das mulheres negras amazônicas. Desse modo, o resgate de elementos da ancestralidade africana e a combinação destes com expressões culturais locais promove a reconfiguração simbólica e política da presença negra na Amazônia, transformando a passarela e os eventos culturais em territórios de afirmação e resistência que se apresentam além do que se constitui como moda, fazendo que a Zwanga seja uma espécie de um projeto de futuro segundo o qual o corpo negro não apenas existe, mas reina — com autonomia, orgulho e beleza própria. Nesse sentido, o movimento Zwanga originado a partir da ação de uma mulher preta que não aceito o silenciamento atua como prática decolonial, rompendo com os padrões eurocêntricos que historicamente invisibilizaram os saberes e as estéticas negras, reinscrevendo, assim no imaginário coletivo a centralidade e a nobreza das mulheres negras da comunidade afroamapaense.

6 CONCLUSÃO

Falar da Zwanga é falar de mim mesmo e da minha trajetória que iniciou no bairro da Liberdade em Salvador até a minha chegada e permanência na Amazônia-amapaense. Ao longo desta escrita pude me ver durante o período da minha chegada e o período da minha trajetória, minha militância em solo Tucuju, as minhas conquistas pessoais e as minhas conquistas coletivas. Falar da Zwanga é falar de Lúcio, Maria, Joana, Ana, Clheiton, Enzo, Rejane, Eudes, Otacílio, Renan, enfim, é rememorar e registrar nossa história, nossa resistência, no tempo e na ancestralidade.

Quando eu falo sobre a moda ativista e o movimento disruptivo e decolonial da Zwanga, eu falo da criança Lúcio que, desde os 8 anos de idade, ao colocar uma caixa de picolé nas costas para ajudar na renda de casa e pra fugir da pobreza, pode perceber que somente e através da educação eu poderia romper essas barreiras esmagadoras da sociedade racista, preconceituosa e desigual. O adolescente Lúcio, que se reconheceu negro ao longo dessa trajetória, assim como a Zwanga, resolveu romper os estigmas, barreiras sociais e disse: a partir de agora vou tomar como base a história de sucesso, beleza e realeza dos meus antepassados para poder dizer que somos capazes, que podemos estar onde quisermos, inspirar as novas e velhas geradoras; é assim como a nossa irreverente Rejane Soares, dar um “foda-se” para essa sociedade colonial. Portanto, aos trancos e barrancos pude reescrever e continuo a reescrever a minha trajetória de menino pobre e sobrevivente do bairro negro da Liberdade ao sobrevivente professor e pesquisador da Rede Federal e futuro Doutor em Comunicação Cultura e Amazônia.

Sobre pesquisar a Zwanga, por mais que este trabalho tenha cumprido um rito acadêmico, eu sinto que a forma como foi colocado cada detalhe, cada informação, cada conjectura, foi o mesmo que o vai e vem do mar que adentra a floresta amazônica e influencia/molda toda a sua estrutura, sem mudar essência e potência natural da floresta. Assim, com certeza, foi desafiador versar sobre o movimento da afromarca, sobre a narrativa de combate ao racismo e o preconceito na Amazônia-amapaense, além de versar sobre o protagonismo que resiste no empreendedorismo negro feminino.

Confesso que chego a essa etapa final com a sensação de que deixei muita coisa, muita gente, muitas histórias orais, muitos registros, muitas personas e autores de fora e com a sensação de incompletude, ao tempo que esta pesquisa de comunicação, no qual eu participei como autor e observador, em que nos debruçamos para registrar o movimento da Zwanga African Fashion através da moda-ativista na Amazônia-amapaense para o combate do racismo

e preconceito, não somente moldou a forma de se enxergar como afrobrasileiro dos participantes, mas principalmente moldou a minha visão como homem negro nordestino-nortista de me ver, ser e estar em constante transformação em nossa sociedade.

Fui a Macapá, a Belém, cruzei história carregadas da filosofia Ubuntu que se iniciou nas louceiras do Maruanum a partir da UNIFAP com o ponto de chegada do PPGCOM/UFPA com a Zwanga African Fashion. Duas pesquisas distintas, mas que na sua égide possui a mesma essência que é dar sempre vez e voz (no ponto de vista do rigor acadêmico) a quem é de interesse, ou seja, a população afro-brasileira, ao tempo que massageamos e fortalecemos a autoestima frente às diversas formas de racismo e preconceito que vivenciamos na sociedade brasileira.

Na busca dessa compreensão, em pleno início de pandemia de COVID, assumimos o desafio de dar conta da problemática ilustrada acima, utilizamos as redes sociais durante o período de distanciamento social para coleta de informações com a afroempreendedora Rejane Soares que gerou a publicação do nosso primeiro artigo no Colóquio de Modas, ainda assim tivemos outro desafio em 2021, período em que não obtivemos nenhum evento da Zwanga, pois a fundadora da afromarca sofreu um AVC e ficou meses de cadeira de rodas recuperando a sua saúde, mas como resistência é algo vital na bagagem do afrobrasileiro, ainda no processo de tratamento da sua saúde a design voltou a sua produção e participação nos eventos e incorporou toda essa trajetória de superação na passarela em 2022. Por isso a importância da delimitação da pesquisa de 2020 a 2023, excluindo este ano “sabático” para todos nós envolvidos com o movimento da Zwanga e com a recuperação da sua saúde.

Justamente nesse período houve também algumas mudanças drásticas em minha vida pessoal, pois adoeci, desenvolvi ansiedade, depressão e síndrome de burnout (sigo em tratamento), e durante o processo de mudança/retorno da região norte para a região nordeste para que eu pudesse me tratar eu fiquei viúvo em fevereiro de 2022 e na reta final de 2024 eu pude me retornar para o Amapá e dar conta das entrevistas em outubro de 2024, quando efetivamente a empiria aconteceu, onde houve a junção de toda parte teórica estudada com as questões de vivências e socialidades da população afroamapaense, para que pudéssemos tabular, analisar e considerar a importância dessa tese.

Neste sentido, nesta resistência trouxemos para a pesquisa um recorte atemporal inicialmente para poder situarmos de que Amazônia estávamos falando – pois da mesma forma que no imaginário social fortalecido por anos pela TV, de que na região amazônica só existia “índios”, há um certo reducionismo também quando consideram que a região norte do Brasil se resume a Manaus e Belém, a população afroamazônida, assim como o Amapá são

desconhecidos como parte do povo da floresta. Assim, também, como se fez necessário registrarmos toda a complexidade na construção de Macapá, sua delimitação geográfica e territorial. E na construção da estrutura, do esboço, foi apresentado o percurso metodológico, a aproximação com o sujeito da pesquisa e a sua história desde o surgimento no banco da praça até os dias atuais, a potência Zwanga e a moda-ativista irreverente, ousada e importante ferramenta para o fortalecimento da autoestima e do combate as diversas formas de racismo, além da riqueza estética e do afroempreendedorismo promovido a partir e por mulheres negras do Amapá.

A partir de toda construção teórica e provocada pelos docente do PPGCOM, e propostas nas sessões de orientações – que de fato também foram o verdadeiro Ubuntu, pois eu me viam me reconhecendo e desenhava a minha pesquisa a partir das experiências dos meus e das minhas colegas – ilustradas e exemplificadas por diversos autores de comunicação e de outras áreas científicas, eu pude compreender/vislumbrar as formas de criação, de articulação, de movimento, socialidades na Amazônia e dos povos da floresta por meios dos procedimentos metodológicos, e pude, por fim trazer parte dessa percepção, dessa universalidade, dessas manifestações culturais amazônidas para a pesquisa.

Conseqüentemente, o resultado de toda essa percepção, de modo amplo, é interferida, é o reflexo de minha vivência na sociedade brasileira frente ao racismo e ao preconceito (e amplo para as diferentes formas de segregação). São olhares que foram modificados e moldados além do tempo para que cada vez mais eu pudesse desembarçar as lentes e enxergasse as formas para essa desconstrução social imposta no pacote eurocêntrico e para que viesse a tona nas práticas, vivências e transformações diárias, e como coletivamente poderíamos fazer/ser parte deste contexto de resistência e decolonialidade, ao tempo em que também, somos partes, processo e transformações deste próprio processo.

Neste rizoma e contexto sobre a beleza, a riqueza, o empreendedorismo e o feminismo negro, além de toda a diversidade afro-brasileira, e cumprindo os rigores da academia finalizamos essa discussão inicial a partir do movimento da Zwanga na Amazônia-amapaense, e fica o ponto de continuidade para eu outros pesquisadores da região norte, do Amapá possam dar continuidade, pois aqui está registrado uma pequena parte deste vasto campo do conhecimento que é a comunicação, a socialidade na Amazônia.

REFERÊNCIAS

ACEVEDO MARIN, Rosa Elizabeth. **A escrita da história paraense**. Belém, NAEA-UFPA, 1998.

AGÊNCIA BRASIL. **Empresas lideradas por mulheres negras são mais atingidas por pandemia**. Por Andreia Verdélio. Publicado em 03 ago. 020 - 13:23. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-08/empresas-lideradas-por-mulheres-negras-sao-mais-atingidas-por-pandemia>. Acesso em: 28 jun. 2023.

ALMEIDA, C. P. N.; NEVES, L. D. das. **Amazônia negra do Amapá: fronteira, cultura e resistência quilombola**. In: PINTO, D. J. A.; FREIRE, M. R.; CHAVES, D. (org.). **Fronteiras contemporâneas comparadas: desenvolvimento, segurança e cidadania**. Macapá: UNIFAP, 2018.

ALMEIDA, S. L. de. **Racismo estrutural**. São Paulo: Sueli Carneiro; Pólen, 2019.

ALVES, E. T.; FONSECA, P. R. C. F. e. Motivação do afroempreendedorismo feminino e a economia étnica: um levantamento em São Luís (MA). **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, jan./abr. 2021. DOI: <https://doi.org/10.32888/cge.v9i1.49496>

AMADOR DE DEUS, Zélia. **Caminhos trilhados na luta antirracista**. Belém: Paka-Tatu., 2020.

AMARAL FILHO, O. **Marca Amazônia: o marketing da floresta**. Curitiba: CRV, 2016.

AMARAL FILHO, O. O marketing da floresta: a promessa publicitária para as populações indígenas, populações tradicionais e novas populações do mundo global na Amazônia. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 29., 2020, Campo Grande. **Anais [...]** Campinas, Galoá, 2020. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2020/trabalhos/o-marketing-da-floresta-a-promessa-publicitaria-para-as-populacoes-indigenas-pop?lang=pt-br>. Acesso em: 23 nov. 2024.

AMARTINE, D. N. de; QUEIROZ, M. V. L. Discutindo o afroempreendedorismo: reflexões sobre o conceito a partir dos casos brasileiro e colombiano. **Revista Direito GV**, São Paulo, v. 18, n. 2, e2220, p. 1-24, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1590/2317-6172202220>

ASANTE, Molefi Kete. Afrocentricidade: notas sobre uma posição disciplinar. In: NASCIMENTO, Elisa L. (org.). **Afrocentricidade: uma abordagem epistemológica inovadora**. São Paulo: Selo Negro, 2009. Cap. 3. p. 93-110.

BARTH, Frederik. **Grupos étnicos e suas fronteiras**. In: POUTGNAT, P.; STREIFF-FENART, J. **Teorias da etnicidade**. Seguido de "Grupos étnicos e suas fronteiras", de Frederik Barth. 2. ed. Tradução: Élcio Fernandes. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

BARTHES, Roland. **O sistema da moda**. Tradução de Heloisa Jahn. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BERNARDINO-COSTA, Joaze; MALDONADO-TORRES, Nelson; GROSGOUEL, Ramón (org.). **Decolonialidade e pensamento afrodiaspórico**. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2018.

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**, v.I, II. Tradução Sérgio Milliet. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 29 jan. 2021.

BRASIL. **Lei n. 10.639, de janeiro de 2003**. Altera a Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir no currículo oficial da Rede de Ensino a obrigatoriedade da temática "História e Cultura Afro-Brasileira", e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10.639.htm. Acesso em: 12 out. 2018.

BRASIL. **Lei n. 11.645, de março de 2008**. Altera a Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, modificada pela Lei nº 10.639, de 9 de janeiro de 2003, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir no currículo oficial da rede de ensino a obrigatoriedade da temática "História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena", e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2008/lei/111645.htm. Acesso em: 12 out. 2024.

BROUARD, F.; LARIVET, S. Essay of Clarifications and Definitions of the Related Concepts of Social Enterprise, Social Entrepreneur and Social Entrepreneurship. *In*:

FAYOLLE; A.; MATLAY, H. (Ed.). **Handbook of research on social entrepreneurship**. Cheltenham: Edward Elgar, 2011. p. 29-56.

BRUNELLO, Y. Hegemonia. *In*: ALMEIDA, Maria Cândida Ferreira de. (org.). **Mais definições em trânsito**. Salvador: UFBA, 2007.

CHIAVENATO, I. **Administração: teoria, processo e prática**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

CHIZZOTTI, Alicia Durán.. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. São Paulo: Cortez, 1998.

COIROLO, Alicia Durán. Atividades e tradições dos grupos ceramistas do Maruanum (AP). **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi**. Série Antropologia, Brasil, v. 7, n. 1, p. 71-94 jun. 1991.

COIROLO, Mônica. *A formação da sociedade amapaense: processos de mestiçagem e identidade cultural*. Macapá: IEPA, 1988

CORRÊA, V. S.; VALE, G. M. V. Redes sociais, perfil empreendedor e trajetórias. **Revista de Administração da USP**, São Paulo, v. 49, n. 1, p. 77-88, jan./fev./mar./ 2014.

COSTA, F. de A. et al. Uma bioeconomia inovadora para a Amazônia: conceitos, limites e tendências para uma definição apropriada ao bioma floresta tropical. **World Resources**

Institute — WRI Brasil. p 1-21, 30 jun. 2022. DOI:
<https://doi.org/10.46830/wriwp.21.00168pt>

COSTA, Júlia Bomfim; SILVA, Adilson Ventura da. Afroempreendedorismo feminino: os sentidos da expressão -mulher negra numa revista feminina. **Revista Trama**, Cascavel, v. 17, p. 45-55, 2021.

DAVIS, Ângela. **1944- Mulheres, raça e classe** [recurso eletrônico]. Tradução Heci Regina Candiani. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2016.

D'AZEVEDO, João Lúcio. **Os jesuítas no Grão-Pará, suas missões e colonização.** Borguejo histórico com vários documentos inéditos. Lisboa: Liv. Edit. Tavares Cardoso & Irmãos, 1901.

EL PAÍS. **Angela Davis:** “Quando a mulher negra se movimenta, toda a estrutura da sociedade se movimenta com ela”. Por Alê Alves. Salvador, 27 jul 2017. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/07/27/politica/1501114503_610956.html. Acesso em: 15 abr. 2023.

FARAGE, Nádia. **As muralhas dos sertões:** os povos indígenas no Rio Branco e a colonização. Rio de Janeiro: Paz e Terra, ANPOCS, 1991.

FONSECA, E. S.; JORGE, M. A. Mulheres negras e discriminação salarial na Bahia em 2019. **Revista da ABET**, v. 20, p. 124-147, 2021. DOI: <https://doi.org/10.22478/ufpb.1676-4439.2021v20n1.46358>.

FONSECA, E. S.; JORGE, M. A. A discriminação da mulher negra no mercado de trabalho: uma análise comparativa do rendimento no trabalho na Bahia versus Brasil no período de 2001 e 2015. **Planejamento e Políticas Públicas**, [S. l.], n. 60, p. 265-302, 2022. DOI: 10.38116/ppp60art9. Disponível em: [//www.ipea.gov.br/ppp/index.php/PPP/article/view/1351](http://www.ipea.gov.br/ppp/index.php/PPP/article/view/1351). Acesso em: 25 jun. 2023.

G1 GLOBO AMAPÁ. **Marabaixo é reconhecido como patrimônio cultural imaterial do Brasil: dança e musica, originada nas senzalas que obrigavam negros escravizados, é típica do Amapá.** Por Rita Torrinha, G1 AP, Macapá. 09/11/2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/2018/11/09/marabaixo-e-reconhecido-como-patrimonio-cultural-imaterial-do-brasil.ghtml>. Acesso em: 29 set. 2020.

G1 GLOBO AMAPÁ. **Censo 2022:** população indígena e preta foram as que mais cresceram no Amapá. Por Rafael Aleixo, g1 AP — Macapá. 22/12/2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/2023/12/22/censo-2022-populacao-indigena-e-preta-foram-as-que-mais-cresceram-no-amapa.ghtml>. Acesso em: 15 set. 2024.

G1 GLOBO.COM. **Com sua marca de turbantes, Rejane Soares exalta a ancestralidade africana.** Redação 01/02/2022, 06h12. Disponível em: <https://gq.globo.com/wired-festival-brasil/informacoes/noticia/2022/02/com-sua-marca-de-turbantes-rejane-soares-exalta-ancestralidade-africana.ghtml>. Acesso em: 15 set. 2024.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6.ed. São Paulo: Atlas, 2011. 200 p.

GOMES, Flávio; QUEIROZ, Jonas Marçal. Em outras margens: escravidão africana, fronteira e etnicidade da Amazônia. *In*: PRIORE, Mary; GOMES, Flávio dos Santos. **Os Senhores dos Rios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HALL, Stuart. Quem precisa da identidade? *In*: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 2008, p. 103-133.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Estatísticas de gênero: indicadores sociais das mulheres no Brasil. **Estudos e Pesquisas, Informação Demográfica e Socioeconômica**, n. 38 3. ed., 2018. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv102066_informativo.pdf. Acesso em: 12 abr. 2024.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Amazônia Legal 2022**. O que é. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/geociencias/cartas-e-mapas/mapas-regionais/15819-amazonia-legal.html?=&t=o-que-e>. Acesso em: 21 ago. 2024.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Cidades e Estados. **Macapá**. <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/ap/macapa.html>. Acesso em: 21 ago. 2024.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Cidades e Estados. **Amapá**. <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/ap.html>. Acesso em: 21 ago. 2024.

IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Retrato das desigualdades de gênero e raça**. 4. ed. Brasília: Ipea, 2011.

IPHAN. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Dossiê de Registro - Marabaixo**. Brasília: IPHAN, 2018. Disponível em http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/DOSSIE_MARABAIXO.pdf. Acesso em 24 set. 2024.

LIMA, Anan Karoline dos Santos; BENEVIDES, Tânia Moura. Economia colaborativa e afroempreendedorismo: uma análise sobre articulação desses dois conceitos no UJAMAA Coworking. **Revista em Gestão, Inovação e Sustentabilidade**, [S. l.], v. 4, n. 1, 2018. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/regis/article/view/21164>. Acesso em: 29 set. 2024.

MACAPÁ. **Instituto Municipal de Política e Promoção da Igualdade Social**. Disponível em: <http://macapa.ap.gov.br/noticias/secretarias/87-improir>. Acesso em: 01 out. 2019.

MAIA, R. Representação na mídia, construção da identidade e conflitos sociais: por uma abordagem teórica do reconhecimento. *In*: MAIA, R. **Mídia e lutas por reconhecimento**. São Paulo: Paulus, 2018. p. 59-86.

MONTEIRO, A. E. A. T.; AMARAL FILHO, O. Os espetáculos culturais da Amazônia: o marabaixo chegou. *In*: AMARAL FILHO, O. ALVES, R. de F. M. (org.). **Espectáculos culturais na Amazônia**. Curitiba: CRV, 2018.

MORICEAU, J-L. **Afetos na pesquisa acadêmica**. Belo Horizonte, MG: Fafich/Selo PPGCOM/ UFMG, 2020. p. 21–56.

MUNIZ SODRÉ. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis, RJ: Vozes; 2002.

NASCIMENTO, Abdias do. **O quilombismo**. Petrópolis: Vozes, 1980.

NASCIMENTO, Eliane Quintiliano. Afroempreendedorismo como estratégia de inclusão socioeconômica. *In: Seminário de Ciências Sociais PGCS-UFES*, 3., 2018, Vitória. **Anais [...]** PGCS UFES: Vitória, 2018.

NEVES, Lúcio Dias das. **Indicações geográficas do Amapá: mestria das louças produzidas no quilombo do Maruanum**. Relatório Técnico (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Amapá, Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação Tecnológica. Macapá, p. 66. 2020. Disponível em: <http://www.profnit.org.br/wp-content/uploads/2021/01/LUCIO-DIAS-DAS-NEVES-Relatorio-Tecnico.pdf>. Acesso em: 08 fev. 2021.

NEVES, Lúcio Dias das. **Zwanga African Fashion, moda negra da Amazônia Amapaense para o mundo: ancestralidade, ativismo, pertencimento e empoderamento feminino**. 2021. (Apresentação de Trabalho/Outra).

NEVES, Lúcio Dias das; SILVA, Laura Cristina da. Marabaixo: história, cultura e dança como instrumento na prática pedagógica. *In: Congresso Nacional de Educação para as Relações Étnico-Raciais (CNEPRE)*, 4., 2018, Campina Grande/PB. **Anais [...]**. Campina Grande: CNEPRE/UFCG, 2018.

OLIVEIRA, M. R. G. Trejeitos e trajetos de gayzinhos afeminados, viadinhos e bichinhas pretas na educação! **Revista Periódicus**, Salvador, n. 9, v. 1, p. 161-191. mai./out. 2018.

ORÉFICE, Giovana. Empreendedoras tendem a focar em mudanças estratégicas para que negócios sobrevivam à crise. **Revista PEGN** [digital] – Pequenas Empresas & Grandes Negócios, 05 nov. 2020 - 18h41. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Mulheres-empendedoras/noticia/2020/11/empreendedoras-tendem-focar-em-mudancas-estrategicas-para-que-negocios-sobrevivam-crise.html>. Acesso em: 12 ago. 2023.

PROFNIT. **Regimento Nacional do PROFNIT**. DOU, Art. 24. Disponível em https://www.capes.gov.br/images/stories/download/legislacao/Revogada-Portaria-Normativa-n_7-22-de-junho-2009-Mestrado-Profissional.pdf. Acesso em: 28 out., 2018.

RAVENA, Nírvia. O abastecimento no século XVIII no Grão-Pará: Macapá e vilas circunvizinhas. *In: ACEVEDO MARIN, Rosa Elizabeth (coord). A escrita da história paraense*. Belém, NAEA-UFPA, 1998. p. 29-52.

RIBEIRO, Djamila. **Lugar de fala/Djamila Ribeiro**. São Paulo: Sueli Carneiro; Pólen, 2019. 112 p. (Feminismos Plurais/coordenação de Djamila Ribeiro)

RODRIGUES FILHO, C. S. Promotoria de Justiça da Defesa da Educação do Ministério Público do estado do Amapá debate lei 10.639/03 com instituições. *In: Universidade Federal do Amapá (UNIFAP) – Núcleo de Estudos Afro-Brasileiros (NEAB)*. 31 mar. 2017.

SALLES, Vicente. **O negro no Pará**. Rio de Janeiro: FGV, Belém: UFPA, 1971.

SALVAGNI, Julice; CANABARRO, Janaina. Mulheres líderes: as desigualdades de gênero, carreira e família nas organizações de trabalho. **Revista de Gestão e Secretariado - GeSec**, São Paulo, v. 6, n. 2, p 88-110, mai./ago. 2015.

SANTOS, E. T. O ciclo do marabaixo macapaense: discursos, lutas e representação social. **Cadernos de Linguagem e Sociedade**, [S. l.], v. 19, n. 1, p. 232–250, 2018. DOI: 10.26512/les.v19i1.10882. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/les/article/view/10882>. Acesso em: 24 set. 2024.

SANTOS, K. P. **Associação de Mulheres Louceiras do Maruanum (ALOMA):** tradição e economia no estado do Amapá – Amazônia – Brasil. *Revista Gestão em Análise/ReGeA*, Vol. 05, n.02. p. 47-63. Unichristus. Portugal, 2016. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/317145668_associacao_de_mulheres_louceiras_do_maruanum_aloma_tradicao_e_economia_solidaria_no_estado_do_amapa-amazonia-brasil>. Acesso em: 15 mai., 2019.

SANTOS, L. C. Uma publicIDADE amazônica como signo do consumo contemporâneo. **Signos do Consumo**, São Paulo, v. 13, n. 2, jul./dez. p.1-11. 2021. DOI: 10.11606/issn.1984-5057.v13i2e189173. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/view/189173>. Acesso em: 21 ago. 2024.

SANTOS, M. do C. P. dos; VICENTINI, C. R. G. Moda afro-brasileira: o vestir como ação política. **dObras[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], v. 15, n. 30, p. 15–38, 2020. DOI: 10.26563/dobras.i30.1233. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1233>. Acesso em: 26 ago. 2024.

SEBRAE. **O papel da inovação e do empreendedorismo no desenvolvimento econômico**. Atualizado em 20/05/2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-papel-da-inovacao-e-do-empreendedorismo-no-desenvolvimento-economico,8358781563028810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 12 mai. 2024.

SEBRAE/SC. **Mas afinal, o que é empreendedorismo?** 08 nov. 2023. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empreendedorismo>. Acesso em: 12 mai. 2024.

SILVA, A. J. **A cultura negra no Amapá: história, tradição e políticas públicas**. Macapá: Editora Lê e Artes, 2014.

SILVA, M. de F. da; MOURA, L. R. de; JUNQUEIRA, L. A. P. As interfaces entre empreendedorismo social, negócios sociais e redes sociais no campo social. **Revista de Ciências da Administração**, [S. l.], v. 1, n. 2, p. 121–130, 2015. DOI: 10.5007/2175-8077.2015v17n42p121.

SILVA, M. O. S. **Refletindo a pesquisa participante**. 2. ed. rev. ampl. São Paulo: Cortez, 1991.

SILVA, Tarcízio. Racismo algorítmico em plataformas digitais: microagressões e discriminação em código. *In*: SILVA, T. (org.). **Comunidades, algoritmos e ativismos digitais: olhares afrodiaspóricos**. São Paulo: LiteraRUA, 2020. p. 120-137.

SOARES, C. M. As ganhadeiras: mulher e resistência negra em Salvador no século XIX. **Afro-Ásia**, Salvador, n. 17, 1996. DOI: 10.9771/aa.v0i17.20856. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/afroasia/article/view/20856>. Acesso em: 22 jun. 2023.

SILVA, C. P. Resenha. “Decolonialidade e pensamento afrodiaspórico” de Joaze Bernardino-Costa, Nelson Maldonado-Torres E Ramón Grosfoguel. **Revista Brasileira de Estudos Africanos**, Porto Alegre, v. 5, n. 9, p. 243-245, jan./jun. 2020. DOI: 10.22456/2448-3923.99581. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/rbea/article/view/99581>. Acesso em: 1 dez. 2024. Acesso em: 25 jun. 2023.

ENTREVISTAS

ALBUQUERQUE, Elane Carneiro de. **Zwanga African Fashion**. Entrevista concedida a Lúcio Dias das Neves; Macapá, 2024.

BRAZÃO, Victória Beatriz Soares. **Zwanga African Fashion**. Entrevista concedida a Lúcio Dias das Neves; Macapá, 2024.

BORGES, Jair Nascimento. **Zwanga African Fashion**. Entrevista concedida a Lúcio Dias das Neves; Macapá, 2024.

SANTOS, Janete da Silva dos. **Zwanga African Fashion**. Entrevista concedida a Lúcio Dias das Neves; Macapá, 2024.

SILVA, Eduarda C. Ferreira. **Zwanga African Fashion**. Entrevista concedida a Lúcio Dias das Neves; Macapá, 2024.

SILVA, Jorge Menezes da. **Zwanga African Fashion**. Entrevista concedida a Lúcio Dias das Neves; Macapá, 2024.

SOARES, Ferreira Rejane. **Zwanga African Fashion**. Entrevista concedida a Lúcio Dias das Neves; Macapá, 2024.

SOUZA, Paulo Roberto de C. M. de. **Zwanga African Fashion**. Entrevista concedida a Lúcio Dias das Neves; Macapá, 2024.

OLIVEIRA, Luiz Henrique. **Zwanga African Fashion**. Entrevista concedida a Lúcio Dias das Neves; Macapá, 2024.

RAMOS, Maria Eudoxia Santos. **Zwanga African Fashion**. Entrevista concedida a Lúcio Dias das Neves; Macapá, 2024.

REDES SOCIAIS DA ZWANGA AFRICAN FASHION:

Facebook <https://www.facebook.com/zwangaafrikanfashion>.

Instagram. https://www.instagram.com/zwanga_oficial.

APÊNDICE

APÊNDICE A – Termo de autorização para uso de depoimento



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
 INSTITUTO DE LETRAS E COMUNICAÇÃO
 PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, CULTURA
 E AMAZÔNIA

TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA USO DE DEPOIMENTO

Eu Elaine Carneiro de Albuquerque, depois de conhecer e entender os objetivos, procedimentos metodológicos, riscos e benefícios da pesquisa, bem como de estar ciente da necessidade do uso de minha imagem e/ou depoimento, especificados no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), AUTORIZO, através do presente termo, o pesquisadora Lúcio Dias das Neves do projeto de pesquisa intitulado “O Movimento da Zwanga African Fashion: comunicação e moda ativista como prática decolonial na Amazônia-amapaense”, a colher meu depoimento sem quaisquer ônus financeiros a nenhuma das partes. O pesquisador responsável e sua equipe comprometem-se em cumprir as Res. 466/2012 e 510/2016 CNS. Ao mesmo tempo, libero a utilização destes depoimentos para fins científicos e de estudos (livros, artigos, slides e transparências), em favor dos pesquisadores da pesquisa, acima especificados, obedecendo ao que está previsto nas Leis que resguardam os direitos das crianças e adolescentes (Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA, Lei N.º 8.069/ 1990), dos idosos (Estatuto do Idoso, Lei n.º 10.741/2003) e das pessoas com deficiência (Decreto Nº 3.298/1999, alterado pelo Decreto Nº 5.296/2004).

Este documento foi elaborado em duas vias, uma ficará com o(a) pesquisador(a) responsável pela pesquisa e a outra com o(a) participante.

_____, em ____/____/____.

Elaine C. de Albuquerque
 Entrevistado

Responsável Legal CPF (Caso o entrevistado seja menor – incapaz)

Documento assinado digitalmente
 gov.br
 LUCIO DIAS DAS NEVES
 Data: 25/10/2024 09:33:37-0300
 Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

 Pesquisador responsável pela entrevista



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
 INSTITUTO DE LETRAS E COMUNICAÇÃO
 PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, CULTURA
 E AMAZÔNIA

TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA USO DE DEPOIMENTO

Eu _____, depois de conhecer e entender os objetivos, procedimentos metodológicos, riscos e benefícios da pesquisa, bem como de estar ciente da necessidade do uso de minha imagem e/ou depoimento, especificados no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), AUTORIZO, através do presente termo, o pesquisadora Lúcio Dias das Neves do projeto de pesquisa intitulado **“O Movimento da Zwanga African Fashion: comunicação e moda ativista como prática decolonial na Amazônia-amapaense”**, a colher meu depoimento sem quaisquer ônus financeiros a nenhuma das partes. O pesquisador responsável e sua equipe comprometem-se em cumprir as Res. 466/2012 e 510/2016 CNS. Ao mesmo tempo, libero a utilização destes depoimentos para fins científicos e de estudos (livros, artigos, slides e transparências), em favor dos pesquisadores da pesquisa, acima especificados, obedecendo ao que está previsto nas Leis que resguardam os direitos das crianças e adolescentes (Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA, Lei N.º 8.069/ 1990), dos idosos (Estatuto do Idoso, Lei n.º 10.741/2003) e das pessoas com deficiência (Decreto Nº 3.298/1999, alterado pelo Decreto Nº 5.296/2004).

Este documento foi elaborado em duas vias, uma ficará com o(a) pesquisador(a) responsável pela pesquisa e a outra com o(a) participante.

_____, em ____/____/____.

Documento assinado digitalmente
 gov.br JANETE DA SILVA DOS SANTOS
 Data: 07/10/2024 19:13:46-0300
 Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Entrevistado

Responsável Legal CPF (Caso o entrevistado seja menor – incapaz)

Documento assinado digitalmente
 gov.br LUCIO DIAS DAS NEVES
 Data: 07/10/2024 19:22:53-0300
 Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Pesquisador responsável pela entrevista