



# O vestir político: as estampas wax holandas como ferramentas de afirmação da identidade afro-brasileira

*Political dressing: wax hollandais as ethnic tools of afro-Brazilian identity affirmation*

[DANDARA MAIA]

Mestra em Artes Visuais pela UFRJ.

E-mail: dandaramsilva@gmail.com

**[resumo]** Este artigo tem o objetivo de discutir o papel das estampas *wax hollandais* na política de afirmação étnica carioca através da moda. Apoiadas nas teorias de Hobsbawm e Ranger (1997) e Lívio Sansone (2004), analisamos como estas estampas comunicam ideias de tradição e origem associadas à etnicidade afro-brasileira, materializando representações do continente africano. Percebemos a importância que os movimentos negros dão aos objetos da cultura material de referência africana, ou afro-brasileira, para expressar ideias políticas relacionadas a identidade étnica. Por meio de pesquisa qualitativa, realizada com criadoras de moda afro-brasileiras do Rio de Janeiro, comprovamos a adoção consciente das estampas pelo seu potencial de linguagem apontada por Barthes (2005).

[palavras-chave]

eticidade; cultura material; moda;  
imagem; estampa africana.

[ 145 ]

**[abstract]** This article aims to discuss the role of *Wax Prints* in ethnic affirmation politics through fashion in Rio de Janeiro. Based on Hobsbawm and Ranger's (1997) and Lívio Sansone's (2005) studies we analyse how these prints convey ideas of tradition and origin associated with the Afro-Brazilian ethnicity, materializing the representation of the African continent. We became aware of how important it is to black social movements to adopt objects of the material African or Afro-Brazilian cultures as a way of expressing their political ideas directly related to ethnic identities. The article reveals results from the qualitative research that has been carried out with Afro-Brazilian fashion designers who use *Wax print* fabrics confirming their intentional use by its language potential pointed out by Barthes (2005).

**[keywords]** ethnicity; material culture; fashion; image; African prints.

## Introdução

Este artigo é parte da nossa dissertação de mestrado, por meio da qual percebemos, nos últimos cinco anos, o crescente debate sobre racismo no Brasil e quais estratégias eficazes devem ser adotadas para diminuir a pressão do preconceito sobre os negros brasileiros. Ao mesmo tempo, notamos que não apenas as ações institucionais são questionadas ou cobradas, mas, principalmente, a maneira como o negro é retratado – ou a sua própria ausência – nos meios de mídia e consumo.

A discussão sobre o racismo invadiu as diversas esferas da sociedade e recaiu quase que imediatamente sobre a moda, suas manifestações e representações do corpo negro. A internet, uma ferramenta poderosa de comunicação, é o principal espaço de debate e impulsionou o questionamento sobre os objetos culturais usados no vestir do afro-brasileiro.

O objetivo deste artigo é constatar o papel das estampas *wax hollandais*, percebidas no Brasil como africanas, no discurso afirmador da identidade étnica afro-brasileira na cidade do Rio de Janeiro e a consequente construção de uma representação de culturas africanas por meio do tecido. Através da imagem de sua superfície, essas representações comunicam posicionamentos políticos associados com as lutas e discussões antirracismo. Menos do que discutir a própria questão identitária africana, o artigo se propõe a narrar como o *wax hollandais* permeia o processo de assunção dessa etnicidade.

[ 146 ]

As estampas *wax hollandais* aparecem com frequência entre os tecidos escolhidos por estilistas cariocas que se propõem a fabricar roupas para mulheres negras em processo de descoberta ou afirmação da identidade étnica afro-brasileira. *Wax hollandais* é uma estampa feita em tecido de algodão a partir da mecanização do *batikjavanês*. O *batik* é uma técnica indiana que se espalhou por outros países da Ásia até chegar ao continente africano, e que utiliza cera para criar os desenhos através de ferramentas como um carimbo de metal, o *tjap*. Posteriormente, o tecido é tingido e a cera derretida, revelando os desenhos.

Nossa escolha em trabalhar com essas estampas se dá por sua história complexa e interessante de interações culturais em um cenário de colonização. O *wax* se tornou uma imagem recorrente de referência à cultura africana em países como Estados Unidos e Brasil. Nzinga, Baobá Brasil, Bieta Lecompte, VB Atelier e Adriana dos Santos são algumas das marcas e artesãs que importam *wax hollandais* de países como Angola, Costa do Marfim, Benin e outros locais da África Ocidental para o Rio de Janeiro. A importação acontece via vendedores autônomos angolanos ou pela própria empreendedora que traz os tecidos na bagagem das viagens de compra, o que torna por vezes difícil rastrear o caminho que as peças de tecidos percorrem desde sua fabricação até chegar ao Brasil. Uma das dificuldades da pesquisa foi delimitar um recorte espacial dos tecidos *wax* no continente

africano, dada sua presença significativa no vestir de toda a África Ocidental. Ainda, atualmente a produção de *wax hollandais* é dividida entre três grandes mercados: África, Holanda e China. No continente africano, empresas chinesas e europeias disputam o mercado de tecidos *wax* em diversos segmentos econômicos, oferecendo alternativas aos luxuosos e onerosos tecidos da holandesa Vlisco, empresa que reivindica a autoria do *wax* no século XIX. Entendemos que a pluralidade cultural do continente não deve ser referenciada de modo generalizado; entretanto, este artigo explora o uso do *wax* na cidade do Rio de Janeiro apontando a intencionalidade de se estabelecer uma conexão com o continente africano através do próprio tecido.

Essas microempresas são dirigidas por descendentes de africanos ou afro-brasileiros. As entrevistas conduzidas com as empreendedoras foram realizadas no contexto da pesquisa de dissertação de mestrado *Wax hollandais: a estampa africana como ferramenta da afirmação étnica carioca* (MAIA, 2018). A partir das entrevistas conseguimos perceber a proposta de valorizar a cultura e a beleza africana e afrodescendente por meio da moda. As afro-criadoras aspiram unir estética e padronagens que referenciam o território africano em um formato ocidental e registrar a trajetória de suas conquistas políticas e sociais. O uso destas padronagens remetem a um território que está intimamente ligado à história do Brasil.

[ 147 ]

Os movimentos negros atuais buscam, por meio da moda, expressar sua afiliação ao grupo étnico afro-brasileiro como uma resposta ao racismo que impera no país. Um racismo que não somente limita direitos civis básicos, como também reprova o uso de objetos estéticos indumentários relacionados com a cultura africana e seus desdobramentos em comunidades diaspóricas. Entendemos a diáspora à luz das teorias transnacionais em autores como Paul Gilroy. O teórico americano questiona a noção fixada de raça e propõe pensar a etnicidade do ponto de vista do Atlântico Negro, que une pessoas dispersas por uma empreitada política, histórica, e filosófica multicentrada e fora do corpo físico (GILROY, 2012, p. 17).

Essa orientação nutre uma urgência na comunidade afro-brasileira em assumir uma estética de moda mais afrocentrada e uma consequente inversão do discurso de branqueamento institucionalizado no início do século XX. Como bem ilustrado por Giovana Xavier (2013, p. 436-438), o período de pós-abolição brasileiro foi repleto de propagandas nas quais se associava a busca pela cidadania plena dos recém-alforriados com a manipulação da sua própria forma física, seja pelo clareamento da pele ou pelo alisamento do cabelo crespo.

O continente africano aparece na comunidade afro-brasileira mais engajada em uma política de afirmação como uma referência à ancestralidade dos negros brasileiros. Devido ao histórico de tráfico de pessoas de regiões da África para o Brasil, as informações sobre linhagens familiares



são difíceis de serem acessadas. Sendo assim, o continente "África" é posto como uma representação de um lugar e uma história anterior ao terror da escravidão. O *wax*, que, de alguma maneira, possui uma referência forte no continente, é usado como materialização deste território imaginado, embora seu desenvolvimento tenha se dado no período do imperialismo europeu e apogeu da Revolução Industrial.

A moda articula discursos por meio da imagem e a estampa é protagonista neste cenário. Este tecido carrega em si uma série de misturas e resquícios de técnicas, imaginários e interações entre várias culturas e pessoas. Sua imagem forte é facilmente reconhecida e possui uma convenção no que se refere à maneira como é desenhado e produzido, seguindo padrões de cores, formas e texturas. Sua história controversa não impediu que ele se espalhasse pelo mundo e se tornasse um símbolo de "africanidade".

Apoiamos nossa pesquisa no conceito de etnicidade trabalhado por autores como Poutignat e Streiff-Fenart (1997) e Lívio Sansone (2004), para entender a dinâmica de pertencimento a um grupo que é materializada no objeto cultural – tecido estampado – e resgata as significações de tempo, tradição e ideias de ancestralidade – palavras associadas ao tecido pelas próprias entrevistadas. A carga de ancestralidade africana que o tecido ganha pelos consumidores e pelas empreendedoras se deve à construção de uma tradição inventada, conceito apresentado por Hobsbawm e Ranger (1997), que ganha reflexo nos estudos sobre o objeto antigo de Baudrillard (2002).

[ 148 ]

A moda como linguagem, portanto, seria capaz de emitir discursos e assumir papéis sociais. Diane Crane (2006) compreende o vestuário como artefatos que criam comportamentos por sua capacidade de permitir que as pessoas afirmem identidades sociais. A autora estabelece as diferenças e semelhanças da moda em seu papel de distinção de classes durante a era moderna e a fragmentação de identidades do consumo na contemporaneidade. Destarte, o padrão têxtil *wax hollandais* não é apenas uma estampa. As superfícies são os locais onde se dá a transformação de informações em elementos significantes e importantes para a mediação entre corpos e espaços. Moda, cultura e tradição são costuradas com os discursos extraídos das entrevistas a partir da ideia já mencionada de Atlântico Negro de Paul Gilroy (2012) e de Manuela Carneiro da Cunha (2009).

É importante ressaltar que este fenômeno não é exclusivo da cidade do Rio de Janeiro. Constatamos a presença do *wax hollandais* em feiras e eventos também nas cidades de São Paulo, Brasília, Londrina e Salvador e acreditamos que sua presença se estende ainda por outras cidades do país. Na pesquisa, porém, nos limitamos ao Rio de Janeiro, local onde identificamos o uso do *wax* primeiro.

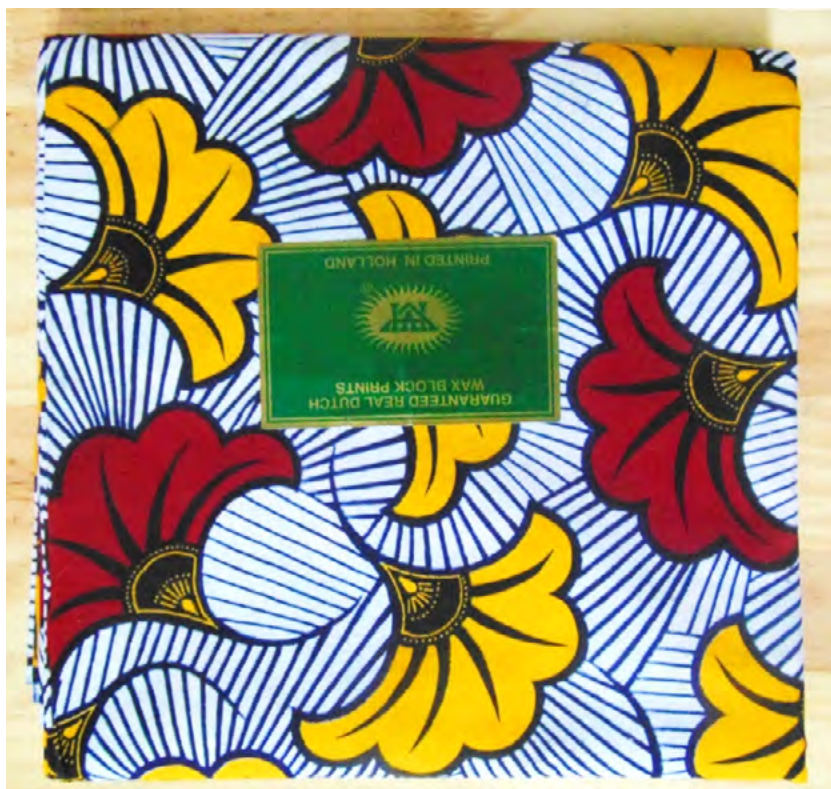
Com este artigo queremos, acima de tudo, demonstrar como as ideias de etnicidade são trabalhadas através de objetos culturais, neste caso o tecido estampado *wax hollandais*, e como este tecido consegue materializar representações e auxiliar o processo de afirmação étnica na sociedade brasileira.

#### Identities étnicas e tradições

A variedade de técnicas de produção de padronagens no continente africano, sejam elas criadas através da tecelagem, do tingimento ou da estampagem, é muito grande. É particularmente interessante, portanto, o destaque que os chamados *wax prints* ganharam fora do continente. A colônia das Índias Ocidentais, hoje Indonésia, pertencia ao Império Holandês durante o século XIX. Durante esse tempo, a empresa holandesa Haarlem Cotton Company desenvolveu uma máquina capaz de mecanizar o processo artesanal de produção do *batik* da ilha de Java. Esses tecidos estampados foram introduzidos no mercado africano, já acostumado com os florais de cores vibrantes indianos, o *chintz*, no Brasil conhecido como chita. Até o início do século XX, a Haarlem seria a única empresa produzindo a estampa *wax* focada no mercado africano ocidental, e a única titular da tecnologia de fabricação. No início do século XX, a também holandesa Van Vlissen & Co., hoje Vlisco, entra na corrida de produção dos *batiks* mecanizados e torna-se a empresa de *wax hollandais* mais importante, e uma das duas que continuam em operação desde então (SYLVANUS, 2016, p. 60-63).

[ 149 ]

Figura 1: *Wax hollandais* da empresa Vlisco



Fonte: VLISCO. *Wax hollandais*. 2017. 1 peça de tecido. 5 m x 1,40 m. Acervo da Autora

O *wax hollandais* (figura 1), nesta ocasião, tornara-se tão popular que diversas empresas europeias investiram na sua produção entre os séculos XIX e XX. Diferentes influências foram usadas nos primeiros desenhos. Inspirações nas correntes estilísticas em voga e fontes coletadas em museus sobre arte africana eram interpretadas pelas ideias sobre primitivismo da época e formavam o material no qual os desenhos eram baseados (SYLVANUS, 2016, p. 65).

Os comerciantes europeus que atuavam nos países da África Ocidental perceberam a importância que essas sociedades atribuíam aos tecidos, quantas simbologias e histórias são contadas através destes. De forma intencional, modificaram os desenhos das estampas, obedecendo aos pedidos de modificação de cores e desenhos que compunham as padronagens. Assim, o *wax hollandais*, com o passar do tempo, tornou-se tão africano quanto europeu.

Por anos a empresa holandesa Vlisco vem associando os seus tecidos de algodão estampados com as culturas africanas. Durante o século XX, a principal forma de comercialização do produto se dava pelas mulheres conhecidas em Togo como *Nana Benz*. Essa estratégia contribui para a construção de um imaginário sobre o *wax hollandais* que o tornou reconhecido pelo mundo como a "estamparia africana". Daí surge a problemática da tradição inventada. As fronteiras nebulosas do tempo dão margem a construções de raízes metafóricas, distorcem o passado, mas tornam-se realidades em si mesmas. "Uma organização moderna geralmente afirma ser o oposto do novo, ou seja, estar enraizada na mais remota antiguidade, e o oposto do construído" (HOBSBAWM; RANGER, 1997 p. 22).

Essa tradição inventada é o que observamos no caso do *wax*. A empresa holandesa Vlisco constrói toda a sua comunicação de marca em torno das *Nana Benz* e da relação de décadas com os países da África Ocidental. O interesse vai além da comercialização de tecidos estampados, está principalmente na venda de estampas com histórias, que ganham mais valor, uma vez que são objetos associados com a cultura africana. As estampas *wax* simbolizam o próprio tempo, a tradição. Segundo Baudrillard (2002, p. 83), o objeto antigo é aquele que tem a função do resgate cultural e de significar o tempo. Ele representa aquilo que foi, o seu tempo é perfeito; embora viva no tempo presente, ele é o signo do nascimento e é a própria regressão, aludindo ao mito de origem. Os objetos antigos são relacionados diretamente com a ideia de tradição, porque se fazem necessários para materializar a história. Os tecidos *wax* são objetos antigos, mesmo que sejam produções do tempo presente porque, através do argumento da tradição, largamente explorado por empresas como a Vlisco, eles têm o potencial de materializar esse tempo passado.

As ideias de tradição e ancestralidade são extremamente caras aos grupos étnicos. Sansone (2004, p. 12) defende que a identidade étnica é um constructo social que pode divergir de um contexto para outro. É preciso concebê-la como um processo, afetado pela história e pelas circunstâncias contemporâneas e tanto pela dinâmica local quanto pela global. Pode ser considerada com um recurso, cujo poder depende do contexto em que está inserida. Parte do indivíduo a escolha da assunção de uma identidade étnica, e o autor acrescenta "o modo de administrar a aparência física negra e o uso de traços culturais da tradição" (SANSONE, 2004 p. 25) como um dos fatores que baseiam a etnicidade negra brasileira. Ainda, que a identidade negra esteja associada aos usos específicos do corpo e à aparência porque são capazes de criar o reconhecimento dos indivíduos do mesmo grupo. Uma imagem e uma estética negra fortalecem os laços entre os membros desse grupo étnico. Os objetos de vestuário, dessa maneira, são fator decisivo na construção e manutenção desses laços étnicos.

É assim que, aos poucos, o *wax hollandais* vai adentrando o imaginário afro-brasileiro, à medida em que é associado a uma tradição africana. A tradição inventada e a ideia de objeto antigo foram fatores decisivos para que o *wax* tenha ganhado espaço no Rio de Janeiro. A sua chegada com imigrantes de países como Angola e Senegal, ou a visita de pessoas aos países do continente, despertam a vontade dos afro-brasileiros de estarem em contato com mais objetos de uma cultura considerada ancestral. A busca cada vez maior por produtos que sejam do continente africano potencializou a presença e a importância do *wax hollandais* na moda carioca. Somente por ser considerado um objeto da cultura tradicional africana ele pode ser validado como parte de um discurso político racial.

[ 151 ]

#### A moda carioca no ativismo antirracismo

A relação entre moda e política é forte e pode ser explicada, uma vez que se entenda a imagem criada pela roupa e pelo corpo em seu potencial de comunicação. Ela apresenta-se como um tipo de linguagem, um dispositivo social capaz de expressar discursos políticos. Segundo Castilho (2004, p. 84), o corpo se manifesta como uma estrutura semiótica, "ao mesmo tempo em que a utiliza para instaurar significados, explorando as mais diversas possibilidades de sua expressão." Juntos, corpo e vestuário tornam-se um conjunto que reveste significativamente o ser humano. A linguagem e o vestuário, são ao mesmo tempo sistema e história, ato individual e instituição coletiva (BARTHES, 2005, p. 267).

A conexão entre traje e indumentária é semântica. A indumentária constitui uma relação intelectual notificadora entre os seus usuários. O simbolismo contido no ato de vestir pode ser uma das ferramentas empregadas no fortalecimento do discurso antirracista; uma vez que



o vestuário é um significante (BARTHES, 2005, p. 272-280), ele pode conter discursos de empoderamento das identidades étnicas, formando uma linguagem forte no enfrentamento a discursos racistas propagados por determinados grupos.

O movimento *Black Power* americano influenciou artistas brasileiros como Tony Tornado que, nos anos 1960, causava *frisson* com suas roupas coloridas, acessórios extravagantes e uma volumosa cabeleira crespa. Suas performances e sua música caracterizam-se como uma ameaça à ordem durante a ditadura militar brasileira, era visto pelo governo militar como "um líder negro capaz de incitar a formação de organizações políticas no Brasil como os Panteras Negras" (PELEGRINI; ALVES, 2011).

A classe artística negra brasileira usou a moda para contestar as políticas de miscigenação que trabalharam historicamente para enquadrar o negro num papel de subserviência e minar sua autoestima. Os afro-brasileiros formam uma grande parcela da população que não possui o mesmo acesso à educação e poder de compra que a parcela privilegiada percebida como branca. A organização de negros em movimentos como o *Black Power* representava, e ainda representa, uma ameaça ao poder hegemônico que encerra o negro nas classes menos favorecidas.

[ 152 ]

Assim, a moda integra-se no bojo dos movimentos culturais que se empenham por mudanças políticas. Traz novas interpretações de códigos de elementos culturais que são deslocados de seu contexto original, são lidos e recontextualizados. As amarrações de turbantes africanos no Brasil, hoje, não representam somente os aspectos religiosos: tornaram-se símbolo da declaração de liberdade dos padrões eurocêntricos de beleza e modo de vestir.

O uso das estampas como meio de comunicação é grande no continente africano. As mulheres togolesas usam as estampas em conjunto com o corpo como uma linguagem, uma vez que são associadas a provérbios e outros tipos de mensagens compreendidas por todos (SYLVANUS, 2016, p.38-48). No Togo, ao vestir-se com uma determinada estampa, ela pode, por exemplo, ilustrar as mensagens que essas mulheres querem enviar para suas rivais, como insultos, avisos, piadas (é o caso da estampa conhecida como "*oiel de ma rivale's*" – "os olhos da minha rival"). Porém, acima de tudo, ela explora o potencial performativo do *wax* em conjunto com o corpo. Uma reputação é construída pela escolha das estampas certas, qualidade do tecido, modelagens bem construídas e pela maneira como o corpo se comporta e se apresenta em público trajando o *wax*. O tecido está presente em ocasiões importantes da vida social, como a menarca, o casamento, o nascimento de um filho ou na morte de um ente querido.

As mulheres brasileiras também usam as estampas para enviar mensagens que expressem como se sentem em relação a sua identificação étnica. Vemos principalmente essa opção de vestuário aparecer nos espaços de discussão sobre racismo e o lugar do negro na sociedade brasileira, sejam eles políticos ou não, como rodas de samba, festas e circuitos de feiras de moda focados no público preto.

O Movimento Tombamento é um movimento cultural que usa a moda e o consumo de vestuário como mensagem política. Ele nasce fortemente influenciado pelo festival de música eletrônica nova-iorquino *Afropunk* e se mistura a referências locais como o funk carioca. O *Afropunk* estabeleceu-se como uma importante comunidade multicultural geradora e influenciadora de tendências de moda. Milhares de jovens afro-americanos comparecem ao festival, cujo elenco de artistas é majoritariamente negro. Esses jovens são mais do que espectadores, são igualmente atração principal para dezenas de *blogs* e revistas especializadas de moda à procura dos melhores *looks*, que criam uma mistura contemporânea de influências de dados culturais africanos com a estética *punk* inglesa dos anos 70 e outros elementos culturais e de moda. Influenciadores brasileiros como Magá Moura também costumam aparecer no festival e compartilhar suas experiências ao vivo pelas redes sociais.

[ 153 ]

Em capitais como Salvador, São Paulo e Rio de Janeiro florescem eventos de música, gastronomia, dança, artes visuais e moda que misturam a estética afrodescendente com diversas outras referências, a exemplo das festas *Batekoo* e *Heavy Baile*, no Rio de Janeiro. Esse fluxo de informação que chega ao Brasil influencia uma série de comportamentos locais. É um processo de ordem transnacional, no qual tanto empresas quanto identidades perdem o elo imediato com o território. Os dispositivos eletrônicos nos conectam aos símbolos e à produção artística internacionais, o acesso à internet e a outros meios de comunicação superam a assistência aos meios institucionais de cultura. A produção cultural local é distribuída internacionalmente e tem cada vez menos relação com um território fixo ou ideia de nação (CANCLINI, 1999, p. 136-139).

Reunidos em festas, feiras e outros espaços de cultura, estes jovens celebram os ritmos modernos do Atlântico Negro como *funk*, *rap*, *hip-hop* e *reggaeton*. Essa geração vem ganhando força devido à grande exposição na mídia digital, e partilha com o *Afropunk* a intenção de criar espaços de entretenimento que projetem a cultura negra. O evento *Omokolum* na Fundação Progresso, no Rio de Janeiro, em agosto de 2017, reuniu música, gastronomia e moda e pudemos encontrar pessoas vestidas com estampas *wax*, como Cíntia Ébano (figura 2).

Figura 2: Cíntia Ébano veste vestido wax em evento na Fundação Progresso no Rio de Janeiro



[ 154 ]

Fonte: MAIA, Dandara. Cíntia Ébano. 31 ago. 2017. 1 fotografia. Acervo da autora

Esses movimentos funcionam como uma política de cidadania que fomenta o conhecimento e a coesão do grupo étnico disperso pela cidade. As diversas produções da indústria cultural, tais como moda, música, festivais, festas, programas de televisão e mídias sociais como o *Youtube*, reconstruem a experiência unificada de grupo combinada à participação coletiva difundida pelos meios de comunicação. A moda, neste caso, situa-se como um movimento social que opera dentro dos canais de comunicação de massa, principalmente a internet. A presença nestes locais gera uma necessidade de uma experiência estética completa, e a roupa estampada com desenhos tradicionais africanos é o elemento mais impactante e demarcador. O *wax hollandais* é uma das ferramentas estéticas utilizadas, pois

é reconhecido como um objeto da cultura material africana, e cria, com o corpo negro, imagens marcantes e facilmente identificáveis do pertencimento ao grupo étnico.

A moda torna-se uma matriz pela qual podemos compreender fatos sociais, como esses, em vez de vê-la como um fenômeno superficial, por emergir de tensões da dinâmica social. As escolhas de roupas e acessórios reafirmam a inclusão ou não inclusão de indivíduos em certos grupos sociais e culturais (GODART, 2010, p. 36). O indivíduo transtético é reflexivo, menos conformista, mais exigente e busca uma experiencial emocional. O importante é sentir e romper com os códigos de representação social (LIPOVETSKY; SERROY, 2014). Observamos, assim, a atual contestação e rompimento de padrões de corpo, gênero e etnicidade. A arte, neste contexto supracitado, trabalharia em função do capitalismo, por estar diluída em todas as coisas. E, uma vez que isso acontece, os objetos estetizados tornam-se ferramentas políticas.

Ao conversarmos com cinco mulheres negras empreendedoras, Bieta Lecompte, Tenka Dara (Baobá Brasil), Adriana dos Santos, Andrea Villas Boas (VB Atelier) e Rosana Mendes (Nzinga) sobre seus trabalhos utilizando os tecidos *wax*, fica explícito o uso da estampa em direção ao seu potencial de atuação política.

Ao perguntarmos qual a razão que a levou a usar os tecidos *wax* em seus corseletes, Bieta Lecompte (figura 3) responde: "a minha decisão de usar tecidos africanos é justamente por questão da identidade mesmo né. De se identificar, a gente tá tendo uma conexão, com a África...uma reconexão né, porque parece que fomos decodificados [sic]"<sup>1</sup>. Bieta se define uma DJ performance que trabalha com artes integradas como moda, dança e música, e produz corseletes com as estampas *wax*. Quando questionada se o seu trabalho gira sempre em torno da questão afro, a resposta é direta e rápida: "É, é política. Negra. Política negra [sic]".

Essa posição, portanto, é consciente do potencial performativo da cultura. A "cultura" difere da cultura para Manuela Carneiro da Cunha (2009, p. 312-313). A grafada com aspas é uma das categorias de ida e volta adotadas pelos povos periféricos e tornou-se um argumento político central, a exemplo dos debates acerca de direitos intelectuais de povos considerados tradicionais. Diferente da cultura em si, aquela que supostamente todos os povos já previamente teriam, a cultura para si é aquela celebrada, performada, frequentemente como uma maneira de obter reparações sociais e políticas.



Figura 3: Bieta Lecompte usa corselet wax



[ 156 ]

Fonte: MAIA, Dandara. Bieta Lecompte. 31 ago. 2017. 1 fotografia. Acervo da autora.

Acreditamos que o uso de estampas consideradas tradicionais africanas como *wax hollandais* possa ser uma das formas de performance de "cultura" da qual nos fala Cunha (2009, p. 226), um elemento diacrítico, isto é, traços culturais que demarcam a diferença de um grupo para outro, e que é acessado neste repositório cultural que seria a África simbólica, os significantes icônicos de um passado ideal. Marcas internacionais como Stella McCartney e ícones da cultura de massa como Beyoncé (figura 4) valeram-se do *wax* para incluírem uma referência africana em seus trabalhos. O caso da cantora norte-americana é especialmente interessante, pois a estampa foi usada em um dos videoclipes do seu álbum visual *Lemonade*, em 2016. Este trabalho artístico ficou marcado por ser a primeira vez em que a cantora falou abertamente sobre sua identidade afro-americana,

racismo e feminismo negro. Influenciados por exemplos como estes, afro-brasileiros e afro-americanos têm trazido o *wax hollandais* cada vez mais próximo da moda contemporânea.

Figura 4: Beyoncé no clipe "All Night"



[ 157 ]

Fonte: BEYONCÉ. All Night. 2016. 1 vídeo (6 min). Publicado pelo canal Beyoncé. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=gM89Q5Eng\\_M](https://www.youtube.com/watch?v=gM89Q5Eng_M). Acesso em: 25abr. 2017.

Impressão de tela feita pela autora.

Expressadas por meio das performances de cultura, noções de tradição são recuperadas para articular um pensamento de identidade étnica, cuja inter-relação entre tempo, autenticidade e autoridade "animam a crença de que as crises políticas e econômicas contemporâneas dos negros no Ocidente são basicamente crises de autoconvicção e identidade racial", como defende Gilroy (2012, p. 363). Isto é, através de performances socioculturais o negro acredita ser possível debater e alcançar as reparações sociais almejadas.

Adriana vai ao encontro deste pensamento ao afirmar que as estampas transmitem história, "o que eu comercializo e o que as estampas me dá [sic] e eu tento passar pro cliente é justamente a ancestralidade. É a história entendeu? Que é a matéria-prima direta que eu tenho dos meus ancestrais"<sup>2</sup>. Para Tenka Dara "o tecido é um tipo de manifestação, a roupa, né, é um tipo de manifestação. E eu acho que isso fala das raízes delas e dessa vibração interna que as vezes tem que ser calada [sic]"<sup>3</sup>. A relação entre tradição e identidade fica mais explícita quando Rosana Mendes explica como as mulheres negras vêm procurando produtos que possam trazer o

que ela chama de representatividade negra, para momentos importantes das suas vidas:

Quando a gente recebe essa troca de mulheres que querem tá em momentos importantes da vida dela, momentos de conquista, momentos que elas precisam trazer essa força, essa energia toda com elas, da onde o tecido veio, aonde foi produzido, quando a gente fala que é artesanal tipo: mulheres de mãos negras fabricaram para você, sabe. Pensamentos de mulheres negras pensou para você, então não tem como você não tá representada vestindo isso [sic]<sup>4</sup>.

De modo geral, as ideias em relação ao uso do *wax* giram em torno fortemente da noção de identidade étnica, ações afirmativas, história e ancestralidade na África. Constatamos na pesquisa que a maior parte dos tecidos estampados *wax* vem de Angola. Em geral, há pouco conhecimento sobre a procedência do *wax*, seu processo de fabricação e as empresas responsáveis. O fato dele ser comprado em território africano é o suficiente para que seja considerado africano. Os tecidos chineses são considerados imitações de baixa qualidade, embora a maior parte da produção de *wax* no mundo hoje seja chinesa.

[ 158 ]

O movimento de recuperação da tradição por meio das estampas acontece, evidentemente, tal qual uma via de mão dupla. De um lado, empreendedoras que assumem uma identidade negra e, do outro, consumidores em consonância com essas ideias que buscam alternativas em um mercado que durante tanto tempo ignorou as demandas da população negra – consequentemente, desta parcela de consumidores. De 2003 a 2015 a renda da população negra cresceu cerca de 56%, crescimento impulsionado, entre outras razões, pelas políticas de valorização do salário mínimo, aumento da formalização dos microempreendedores e da qualificação profissional (RENDA, 2015), mudanças impulsionadas em grande parte pelos movimentos negros. Isso significou um aumento do poder de compra e da percepção da maior dificuldade que os negros possuem para adquirir produtos e serviços, pois estão mais suscetíveis a atitudes discriminatórias (BELLONI, 2017).

Sansone (2004, p. 136) chama atenção para o crescimento ostensivo da moderna cultura negra<sup>5</sup>, e como o consumo transformou-se em um instrumento de conquista da cidadania. A associação da negritude moderna com o consumo de um conjunto de produtos funciona para que a cultura pareça sólida, um facilitador da sua utilização política. E, como em dados momentos, a sua normatização não consegue abarcar todas as variedades, as representações da cultura negra podem ser insatisfatórias<sup>6</sup>.

A mercantilização global de cultura negra pode conferir status a produtos que, até então, não haviam gozado de grande reconhecimento. Também chama atenção como as etnicidades modernas “[têm-se] beneficiado de um consumo etnicamente orientado” (SANSONE, 2004, p. 276); embora o autor enumere razões pelas quais o Brasil apresente uma relativa ausência de um mercado de bens afro, é possível notar uma mudança neste quadro desde a sua publicação.

Por diversos motivos, o número de empreendedores negros cresceu vertiginosamente e já representa a maior parte dos empreendedores do Brasil. Aqui nos concentramos em entender como empreendedoras, como Andrea Villas Boas, percebem uma mudança de comportamento de uma parcela da população negra, que justifica o uso do *wax* em seus produtos. Ela diz:

Essa forma de pensar diferente do negro, é uma forma de pensar na hora de comprar, é uma forma de pensar na hora de estudar, é uma forma de pensar na peça de teatro que ele vai ver, é uma forma de pensar no filme que ele vai assistir no cinema também. Eu acho que tem toda uma forma, uma reeducação, né, de cultura né [sic]?

[ 159 ]

Os consumidores das marcas entrevistadas possuem perfil semelhante; segundo as entrevistadas, eles são mulheres negras, em geral jovens de classe média, que estão próximas das ideias propagadas pelos movimentos negros, como a busca de identidade étnica afrodescendente. Elas entendem a proposta das marcas de incorporar o elemento cultural afro nos produtos e procuram um diálogo com o continente africano, uma busca de uma estética que, por vezes, figura bastante idealizada. Uma procura cujo ponto de partida é o processo de empoderamento, palavra que aparece como sinônimo de potencialização da autoestima, ou o vestir-se de algo que a mulher negra acredita. Em suma, uma subversão da associação de negritude a pobreza, uma maneira de expressar o orgulho e a identidade negros na exibição pública de objetos como as roupas, na defesa afirmativa do direito de serem simplesmente aceitos em toda parte (SANSONE, 2004, p. 275).

### Conclusão

Como acertadamente afirmou Paul Gilroy (2012), a tradição exerce um grande poder no discurso político negro. Um termo que poderia ser considerado a antítese da modernidade, por meio das roupas feitas com estampas *wax* se vê mais atual do que jamais antes. Nosso objetivo principal foi discutir o papel cultural da estampa *wax hollandais* em correspondência com as ideias de tradição e origem na política de afirmação étnica carioca.



Compreendemos que as estampas se conectam aos movimentos afro-brasileiros através do mito de origem e da tradição.

Os tecidos africanos carregam significados filosóficos e contam histórias através de suas imagens. O processo colonial gerou o que Hobsbawm chama de tradições inventadas, aquelas que, de tanto se repetirem, acabam se integrando à cultura. Sentimentos sobre heranças e origens são colocados em objetos que não possuem passado. O objeto antigo resgata o tempo e ocorre no presente trazendo uma memória pré-fabricada. O tecido estampado *wax hollandais*, uma vez incorporado à cultura material africana, evoca e representa uma etnicidade através do mito de origem e da tradição inventada, o que não significa que o dado da cultura material seja falso, mas sim produto de uma interação cultural que passa a ser largamente difundida e aceita.

As representações da África dentro dos movimentos culturais negros encontram nela o argumento contra uma série de representações negativas do continente construídas no mundo ocidental. Percebemos que há duas representações do continente africano que são extremamente populares. Os movimentos negros tentam de diversas maneiras opor-se a estas principais representações, a saber: pobreza e ausência de linhagem.

[ 160 ]

A primeira, portanto, é a África pobre. Durante o século XX o continente passou por centenas de conflitos e guerras, ditaduras e casos de corrupção nos governos. Esta África pobre aparecia na mídia com fortes imagens de crianças desnutridas, mulheres doentes e com HIV positivo, destruição de cidades e fome. Ainda, na escola, as poucas referências à África e aos africanos era a própria história da escravidão. Em oposição a essa primeira imagem, o que os movimentos negros tentaram fazer foi trazer fatos históricos que comprovassem que todas essas mazelas não eram intrínsecas ao continente. A escravidão não era o início da história africana. Em outros momentos no passado, o continente ostentava reinos extremamente ricos, uma natureza abundante e pessoas livres.

A segunda imagem à qual se opor é a ausência de linhagem. A começar pelo próprio pronome adjetivo, afro refere-se ao continente como um todo e não a um país ou território específico. A trajetória do africano para o Brasil é marcada por sequestro e apagamento histórico. Não é possível rastrear a sua linhagem familiar, e talvez o máximo que consigamos é saber de que região ou etnia um tráfico foi realizado para uma determinada região do Brasil. Em consequência, a imagem antagônica utilizada pelos movimentos negros é tomar o continente todo como a própria origem. Desta maneira, qualquer que seja o traço cultural que advenha da África, posso assumir como meu, se sou afro-brasileiro. Como afirma Maria

Carneiro da Cunha (2009), a etnicidade prevê certos traços culturais como repositórios, os quais eu acesso todas as vezes que entender necessário.

Posto isso, entendemos que o *wax hollandais* é um desses elementos diacríticos que são trazidos para materializar estas representações positivas que os movimentos negros tentam disseminar. Entendemos, então, que o uso do tecido é uma maneira de identificação étnica porque materializa na sua visualidade o tempo desta África da qual os afro-brasileiros são descendentes. Um tempo diferenciado, que não se relaciona apenas ao passado. Nele, tradição e ancestralidade se colocam juntos nas estampas que se transformam em ferramentas de auxílio da construção da autoestima de um grupo social pressionado.

A moda etnicamente orientada, sendo um dispositivo social, busca na tradição o novo que por anos esteve subjugado à fabricação incessante de produtos em um curto espaço de tempo. Essa moda se opõe ao caráter aleatório e à instabilidade do consumo de uma indústria cultural levada pelas paixões descartáveis. Se considerarmos os aspectos propagados por conceitos de sustentabilidade, que procuram substituir o descartável industrial pelo perene cultural artesanal, as estampas *wax*, que carregam significados de tradição e ancestralidade, comunicam que certos grupos de criadores estão atentos às demandas de uma sociedade que se vê cansada da hiperatividade industrial.

O vestuário como um significante potente de discursos de fortalecimento das identidades étnicas é uma forte ferramenta de enfrentamento a discursos racistas propagados nas estruturas sociais e midiáticas. Em contrapartida aos corpos dóceis do passado, surgem os corpos negros que, junto às estampas, constituem um discurso capaz de questionar valores pré-estabelecidos. Esses juízos definem padrões de beleza que não incluem diversidade estética para além dos preceitos europeus. As estampas *wax hollandais*, diante disto, tornam-se ferramentas políticas quando vestidas por negros afro-brasileiros que intencionalmente querem chamar a atenção para existência de mais de uma forma de vestir e ser belo.

Uma moda étnica negra é criada ao incluir objetos étnicos afro, como as estampas, que são considerados tradicionais e ancestrais por estarem associados com uma África simbólica. Essa África tem menos relação com o território geopolítico do que com as ideias e sentimentos construídos baseados em um território comum aos afro-brasileiros. A moda afro-carrioca (e, conseqüentemente, a moda afro em outras cidades brasileiras) nasce da necessidade de preencher um vazio sentido no que toca à oferta de produtos pensados também para atender a mulher negra e conectar o Brasil à sua ancestralidade africana. As roupas com tecidos estampados

africanos são mais do que meros objetos; elas carregam essa africanidade, uma construção de África que serve de base para reconhecimento e descoberta de uma identidade étnica baseada em um conjunto de traços culturais encontrados no continente.

A discussão posta neste trabalho é a relação de afecção que os sujeitos em processo de transformação da estima desenvolvem por um objeto estético simbólico. Utilizar estes tecidos significa a retomada das origens e um processo de conscientização, bem como a libertação desses padrões europeus supracitados. A busca pelas estampas, consciente do seu papel político, é mais valorizada do que a identificação apenas com a imagem. Apesar da riqueza estética apresentada nas padronagens *wax* e da força comunicacional que elas possuem, o simbolismo da tradição e da ancestralidade se sobrepõe à apreciação do belo. Embora a beleza não seja totalmente descartada, o papel social é primordial para esse grupo. O *wax hollandais* proporciona a estes grupos, em processo de rompimento com os padrões de branqueamento no Brasil, a oportunidade de experimentar sentirem-se à vontade em suas próprias peles.

Recebido: 9-10-2018

Aprovado: 11-2-2019

[ 162 ]

Este artigo foi desenvolvido com recursos provenientes de bolsa de mestrado concedida pela Capes entre agosto de 2017 e agosto de 2018.

## NOTAS

<sup>1</sup> Entrevista concedida por LECOMPTE, Bieta. Entrevista III. [2 mar. 2018]. Entrevistadora: Dandara Maia da Silva. Salvador, 2018. Via Skype. 1 arquivo.mp3 (75 min.).

<sup>2</sup> Entrevista concedida por SANTOS, Adriana. Entrevista II. [20 dez. 2017]. Entrevistadora: Dandara Maia da Silva. Rio de Janeiro, 2017. 1 arquivo.mp3 (45 min.).

<sup>3</sup> Entrevista concedida por DARA, Tenka. Entrevista IV. [17 jan. 2018]. Entrevistadora: Dandara Maia da Silva. Rio de Janeiro, 2018. 1 arquivo.mp3 (31 min.).

<sup>4</sup> Entrevista concedida por MENDES, Rosana. Entrevista V. [19 mar. 2018]. Entrevistadora: Dandara Maia da Silva. Niterói, 2018. 1 arquivo .mp3 (83 min.).

<sup>5</sup> Sansone (2004) usa a cultura negra baiana como exemplo, porém chama a atenção como o caso baiano pode se expandir para o resto do Brasil.

<sup>6</sup> Um exemplo recente foram as duras críticas que a cantora Anitta recebeu sobre o seu clipe "Vai Malandra", em que ela retrata uma favela que, segundo alguns críticos, era dissonante da realidade.

<sup>7</sup> Entrevista concedida por BOAS, Andrea Villas. Entrevista I. [20 dez. 2017]. Entrevistadora: Dandara Maia da Silva. Rio de Janeiro, 2017. 1 arquivo.mp3 (65 min.).

## REFERÊNCIAS

- BAUDRILLARD, Jean. *O sistema dos objetos*. São Paulo: Perspectiva, 2002.
- BARTHES, Roland. *Inéditos vol. 3: imagem e moda*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- BELLONI, Luiza. BID: Negros são maioria no empreendedorismo, mas não colhem louros de serem o próprio patrão. *Huffpost*. São Paulo, 13 maio 2017. Disponível em: [https://www.huffpostbrasil.com/2017/05/13/barrados-nos-bancos-sem-empregados-negros-sao-maioria-no-empre\\_a\\_22082054/](https://www.huffpostbrasil.com/2017/05/13/barrados-nos-bancos-sem-empregados-negros-sao-maioria-no-empre_a_22082054/). Acesso em: 10 mar. 2018.
- CASTILHO, Kathia. *Moda e linguagem*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.
- CRANE, Diana. *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas*. São Paulo: Senac, 2006.
- CUNHA, Manuela Carneiro da. *Cultura com aspas e outros ensaios*. São Paulo: Cosac Naify, 2009.
- GILROY, Paul. *O Atlântico negro: modernidade e dupla consciência*. São Paulo: Editora 34, 2012.
- GODART, Frédéric. *Sociologia da moda*. São Paulo: Senac SP, 2010.
- HOBSBAWM, Eric; RANGER, Terence. *A invenção das tradições*. 6. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.
- LIPOVESTKY, Gilles; SERROY, Jean. *A estetização do mundo. Viver na era do capitalismo artista*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- PELEGRINI, Sandra C. A.; ALVES, Amanda Palomo. Tornado "black" e musical: após passar pelos EUA, cantor trouxe ideias dos negros de lá para Brasil. *Revista de História*, São Paulo, 13 abr. 2011. Disponível em: <http://www.revistadehistoria.com.br/secao/artigos/tornado-black-e-musical>. Acesso em: 6 jan. 2017.
- POUTIGNAT, Philippe; STREIFF-FENART, Jocelyne. *Teorias da Etnicidade: seguido de grupos étnicos e suas fronteiras de Fredrik Barth*. 2. ed. São Paulo: Unesp, 1997.
- RENDA de negros cresce 56,3%. Diferença de remuneração por raça encolhe nos últimos onze anos. *O Dia*, Rio de Janeiro, 8 fev. 2015. Disponível em: <http://odia.ig.com.br/noticia/economia/2015-02-08/renda-de-negros-cresce-563.html>. Acesso em: 16 dez. 2016.
- SANSONE, Lívio. *Negritude sem etnicidade: o local e o global nas relações raciais, culturas e identidades negras do Brasil*. Salvador: Edufba, 2004.
- MAIA, Dandara. *Wax hollandais: a estampa africana como ferramenta da afirmação étnica carioca*. 2018. 200 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Artes Visuais, Belas Artes, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.
- SYLVANUS, Nina. *Patterns in circulation: cloth, gender, and materiality in West Africa*. Chicago: The University of Chicago Press, 2016.
- XAVIER, Giovana. Segredos de penteadeira: conversas transnacionais sobre raça, beleza e cidadania na imprensa negra pós-abolição do Brasil e dos EUA. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 26, n. 52, p. 429-450, dez. 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/eh/v26n52/09.pdf>. Acesso em: 4 ago. 2017