



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

CONSUMO E RAÇA: FEIRA PRETA 2020 EM FORMATO DIGITAL

Silva, Ana Beatriz Fernandes Lima; Mestranda; Universidade Federal de Juiz de Fora, beatrizflimas@gmail.com¹

O ano de 2020 foi marcado por uma crise sanitária mundial em decorrência da pandemia do Corona Vírus, que forçou mudanças sociais e econômicas e impactou diretamente os modos de comprar e vender produtos. Para manter seus ganhos em um cenário que evidenciava a necessidade de distanciamento social, empresas e trabalhadores tiveram que modificar suas estratégias, e muitos encontraram no formato digital um meio de viabilizar seus projetos.

Um exemplo desse processo de adaptação pode ser visto na Feira Preta, evento que ocorre desde 2001 presencialmente na cidade de São Paulo e que alcançou em 2019 a marca de 700 expositores participantes em todas as suas edições. Em 2020, a feira aconteceu pela primeira vez online, distribuindo suas atividades em diferentes plataformas: *Youtube*, Mercado Livre e *Instagram*. Anteriormente, apenas a divulgação do evento se concentrava no ambiente digital, sendo as atividades presenciais e programadas para acontecer ao longo de novembro, o mês da consciência negra.

A Feira Preta, iniciativa da empresária e produtora cultural Adriana Barbosa, é segundo informações de seu site oficial, o maior evento de cultura negra da América Latina. Os valores da Feira se estruturam em três pilares, sendo eles: 1) incentivar os potenciais criativos da comunidade negra no Brasil; 2) fomentar iniciativas empreendedoras; 3) valorizar a identidade negra, reforçando um discurso de realizações da população preta desde a chegada ao Brasil (BARBOSA, 2020). Esses valores refletem nas atividades propostas pelo evento e que se concentram em áreas como moda, música, dança, artes visuais, gastronomia, literatura, saúde e beleza.

¹ Mestranda no Programa de Pós-graduação em Artes, Cultura e Linguagens, na linha de pesquisa Arte, Moda: História e Cultura, na Universidade Federal de Juiz de Fora. Bacharela em Moda (2017) e Bacharela em Artes e Design (2016) pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Interessa-se e pesquisa temas relacionados ao consumo, raça e gênero no Brasil contemporâneo.





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Partindo da observação da mudança de formato do evento, buscamos mapear como as atividades relacionadas à moda expressam e ajudam a reforçar os valores da marca Feira Preta, visto que elas conjugam em si o forte apelo de reforço da identidade coletiva e individual, o principal nicho de vendas da Feira e um eixo de estudo satisfatório sobre as aproximações das edições presenciais com a edição digital.

De maneira a embasar nossa argumentação nos valem da experiência presencial no evento de 2019 e da observação ativa do evento online de 2020, bem como da leitura do livro de Barbosa (2021) sobre a construção da Feira, matérias em sites e jornais online sobre o assunto, vídeos, registros das marcas participantes e tese de doutorado de autoria de Gleicy da Silva (2017), que tem como alguns de seus objetivos compreender quem constitui o público do evento e como se dá a organização política e econômica do mesmo.

Para entender o cenário de readaptação das práticas sociais e dos hábitos de consumo relacionados à moda também foram analisados relatórios sobre os impactos da pandemia nos cuidados pessoais e no fortalecimento do *e-commerce* como ferramenta de compra e venda online de itens ligados à aparência (MINDMINERS, 2020, online).

Por fim, também pontuamos a necessidade de considerar o impacto do COVID-19 na situação de desemprego que atinge a população brasileira, impulsionando iniciativas autônomas de geração de renda que muitas vezes são vistas como empreendedorismo, mas que podem se relacionar mais à necessidade de subsistência do que ao agenciamento positivo do capital social.

Palavras-chave: Feira Preta; consumo; raça.

