



RIO

PUC

Tese de Doutorado

Limites do Consumerismo no Contexto Brasileiro:

Uma análise sobre o ativismo de mulheres
Negras americanas

Míriam de Souza Ferreira

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro
Centro de Ciências Sociais
Departamento de Administração

Rio de Janeiro, 25 de setembro de 2025



Pontifícia
Universidade
Católica do
Rio de Janeiro

Tese de Doutorado

Limites do Consumerismo no Contexto Brasileiro:

Uma análise sobre o ativismo de
mulheres Negras americanas

Míriam de Souza Ferreira

Orientação: Professor Marcus Wilcox Hemais

Tese apresentada como requisito parcial para a obtenção do grau de
Doutora em Administração pelo programa de Pós-Graduação em
Administração de Empresas, na Escola de Negócios da PUC-Rio
(IAG/PUC-Rio).

Rio de Janeiro, 25 de setembro de 2025



Pontifícia
Universidade
Católica do
Rio de Janeiro

Limites do Consumerismo no Contexto Brasileiro:

Uma análise sobre o ativismo de mulheres Negras
amefricanas

Míriam de Souza Ferreira

Tese apresentada como requisito parcial para a obtenção do grau de Doutora em Administração pelo programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas, na Escola de Negócios da PUC-Rio (IAG/PUC-Rio). Aprovada pela Comissão examinadora abaixo:

Professor Marcus Wilcox Hemais
Orientador
Departamento de Administração – PUC-Rio

Professora Denise Franca Barros
Universidade Federal Fluminense

Professor Luís Alexandre Grubits de Paula Pessoa
Departamento de Administração – PUC-Rio

Professor Marcelo de Rezende Pinto
Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

Professor Ronan Torres Quintão
Instituto Federal de São Paulo

Rio de Janeiro, 25 de setembro de 2025



Pontifícia
Universidade
Católica do
Rio de Janeiro

Todos os direitos reservados. A reprodução, total ou parcial, do trabalho é proibida sem autorização da universidade, da autora e do orientador.

Míriam de Souza Ferreira

Graduou-se em Administração de Empresas pelas Faculdades Integradas Simonsen em 2015. Mestre em Administração de Empresas pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro em 2019. Pesquisadora da área de Administração de Empresas em temáticas voltadas à raça, gênero e decolonialidade.

Ficha Catalográfica

Ferreira, Míriam de Souza

Limites do consumerismo no contexto brasileiro : uma análise sobre o ativismo de mulheres negras amefricanas / Míriam de Souza Ferreira ; orientação: Marcus Wilcox Hemais. – 2025.

148 f. : il. ; 30 cm

Tese (doutorado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração, 2025.

Inclui bibliografia

1. Administração – Teses. 2. Consumerismo. 3. Decolonialidade. 4. Interseccionalidade. 5. Mulheres negras. 6. Ativismo comunitário. I. Hemais, Marcus Wilcox. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Administração. III. Título.

CDD: 658

Aos meus pais, por acreditarem no meu potencial;
à minha família e amigos, por me nutrirem com afeto e amparo;
à espiritualidade amiga que me envolve e fortalece em axé;
e às Mulheres do Salgueiro, que reacendem em mim o sentido mais
bonito da esperança.

Agradecimentos

A conclusão desta tese representa muito mais do que o encerramento de um ciclo acadêmico. O processo de doutoramento assumiu dimensões que jamais antecipei, atravessado por experiências transformadoras: um luto que redefiniu minha perspectiva de vida e demandas pessoais completamente novas. Se foi possível finalizar esta pesquisa mesmo diante de circunstâncias tão desafiadoras, devo isso à generosidade das pessoas que me apoiaram ao longo desta jornada.

Em primeiro lugar, quero agradecer aos meus pais, Izael Ferreira e Tânia Maria de Souza Ferreira. Foram eles que escolheram me acolher e cavaram meu lugar no mundo, fazendo com que eu pertencesse a uma família antes de qualquer coisa. Proporcionaram uma estrutura para que eu desenvolvesse minha intelectualidade, ofereceram-me as oportunidades que tive ao longo da vida e que me possibilitaram ousar e sonhar com um doutoramento.

Gostaria de agradecer especialmente ao meu pai, pois ele nunca mediu esforços para me ver alcançar meus objetivos. Ainda que discordássemos sobre outras questões, ele sempre dizia: "o seu sucesso é o meu sucesso!". Então, se consegui concluir esta etapa mesmo com a perda do "meu herói" (como eu dizia quando pequena), foi porque aprendi uma das coisas que mais admirava nele: a capacidade de superar dificuldades.

Agradeço ao meu orientador por ter me incentivado, desde o início, a trilhar o caminho do doutoramento na Escola de Negócios da PUC-Rio. Marcus Hemais foi um grande mentor e amigo ao longo dos últimos anos. Sua orientação atenciosa e cuidadosa possibilitou-me refletir sobre questões sociais que há muito me causavam incômodo. Por meio de conversas, orientações e debates sobre leituras, pude construir alguma maturidade enquanto acadêmica e pesquisadora. Ao facilitar e apoiar o projeto de curso de extensão para o Mulheres do Salgueiro, Hemais também contribuiu para que essa parceria acontecesse.

Ao coletivo Mulheres do Salgueiro pela gentileza e confiança. Por me deixarem acessar suas realidades, rotinas e vivências. Sobretudo, agradeço por me inspirarem enquanto mulher negra.

Ao meu amigo Celso Sanches do GEASUR (Grupo de Estudos Ambientais Desde El Sur)/UNIRIO por ter me apresentado ao coletivo Mulheres do Salgueiro.

À Coordenação de Pós-Graduação em Administração de Empresas da PUC-Rio, que aprovou a concessão do recurso para a realização do curso e nos possibilitou o fortalecimento da parceria com o coletivo Mulheres do Salgueiro.

À Escola de Negócios da PUC-Rio, por ter me proporcionado momentos tão felizes de desenvolvimento pessoal e profissional nestes últimos anos.

À PUC-Rio, pelo apoio financeiro por meio de bolsa de isenção de mensalidades e de fomento à pesquisa – sem as quais não teria conseguido cursar o doutorado.

Gostaria de agradecer aos membros da minha banca de qualificação, Denise Barros, Ronan Quintão e Luís Alexandre Pessôa, pelas contribuições imprescindíveis e atenciosas que possibilitaram o amadurecimento desta pesquisa. Estendo meu agradecimento a eles, bem como a Marcelo Rezende, pela generosidade em aceitar o convite para compor também a banca de defesa, enriquecendo ainda mais este percurso acadêmico.

Agradeço ao meu marido, Caio, por ter sido minha rede de apoio em momentos tão difíceis para que eu conseguisse concluir este processo.

Agradeço à espiritualidade: à Oxalá, por iluminar e dar forças para que eu trilhasse tais caminhos; à Iansã, por não deixar que meus medos e inseguranças me paralisassem; a Ogum, por me dar coragem e firmeza para lutar pelo que acredito; e a Exu, por abrir meus caminhos e me ensinar a valorizar as boas trocas, inclusive na academia.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Resumo

Ferreira, Míriam de Souza. **Limites do Consumerismo no Contexto Brasileiro: Uma análise sobre o ativismo de mulheres negras amefricanas**. Rio de Janeiro, 2025. 148p. Tese de Doutorado - Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

O conceito de consumerismo no marketing apresenta limites coloniais e eurocêntricos, ao restringir a defesa dos consumidores à lógica de mercado e substituir a cidadania pela figura do consumidor. Essa concepção ignora desigualdades estruturais de raça, gênero e classe, especialmente em contextos pós-coloniais como o brasileiro. Este estudo articula referenciais do feminismo negro brasileiro, da interseccionalidade e da decolonialidade para analisar práticas de resistência de mulheres negras amefricanas que propõem formas alternativas de defesa e reivindicação de direitos. A pesquisa foi realizada com o Coletivo Mulheres do Salgueiro (São Gonçalo/RJ), cuja trajetória de mais de duas décadas é marcada por ações comunitárias em educação, empreendedorismo comunitário sustentável e empoderamento feminino. A abordagem metodológica adotada foi uma etnografia feminista, fundamentada em princípios éticos de não-reprodução de práticas coloniais e desenvolvida por meio de entrevista e diários de campo. Os resultados revelam que as práticas das Mulheres do Salgueiro resistem à lógica neoliberal do consumo, configurando epistemologias insurgentes que afirmam dignidade, cidadania e existência em territórios marcados por racismo estrutural e necropolítica.

Palavras-chave

Consumerismo; Decolonialidade; Interseccionalidade; Mulheres Negras; Ativismo comunitário

Abstract

Ferreira, Míriam de Souza. **Consumerism Limits In Brazilian Context: An analysis of black amefrican women activism.** Rio de Janeiro, 2025. 148p. Tese de Doutorado - Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The concept of consumerism in marketing reveals colonial and Eurocentric limits by restricting consumer protection to market logic and replacing citizenship with the consumer's figure. This conception overlooks structural inequalities of race, gender, and class, especially in postcolonial contexts such as Brazil. This study draws on the theoretical frameworks of Black Brazilian feminism, intersectionality, and decoloniality to analyze the resistance practices of Amefrican Black women who create alternative forms of protection and rights advocacy. The research was conducted with the collective Mulheres do Salgueiro (São Gonçalo/RJ), whose trajectory of more than two decades has been marked by community-based actions in education, sustainable community entrepreneurship, and women's empowerment. The methodological approach adopted was a feminist ethnography, grounded in ethical principles that reject the reproduction of colonial research practices and developed through interviews and field diaries. The results reveal that the practices of Mulheres do Salgueiro resist the neoliberal logic of consumption, constituting insurgent epistemologies that affirm dignity, citizenship, and existence in territories marked by structural racism and necropolitics.

Keywords

Consumerism; Decoloniality; Intersectionality; Black Women; Community Activism

Sumário

Prólogo	13
1 Introdução	20
2 Referencial teórico	28
2.1. Consumerismo: uma perspectiva colonialista	28
2.1.1 Um movimento promove as vendas	29
2.1.2 A substituição do cidadão pelo consumidor	33
2.1.3 Indo além das lógicas de consumo	39
2.2. Mulher Negra brasileira: uma resistência amefricana	42
2.2.1 Feminismo negro brasileiro	44
2.2.2 A interseccionalidade: uma sensibilidade analítica	48
2.3. O ativismo de mulheres Negras: uma defesa alternativa ao consumerismo	54
2.3.1 A fabricação da raça e as invisibilidades euromodernas	56
2.3.2 Da Consciência Negra à Defesa Decolonial: Alternativas Amefricanas ao Consumerismo	61
2.4. Ativismo emancipador e as dores que o consumerismo não trata.	66
3 Escolhas metodológicas do estudo	70
3.1 Parceria com o coletivo	72
3.2 Participantes da pesquisa	76
3.3 Coleta de dados	77
3.4 Análise de dados	78
4 Análise de dados	82
4.1 O Coletivo e o território	83
4.2 Investigação do universo temático	86

4.3	Entre redes, saberes e resistências: práticas insurgentes do Mulheres do Salgueiro	87
4.3.1	Ativismo político e mobilização comunitária.....	87
4.3.2	Empreendedorismo comunitário e economia solidária	96
4.3.3	Educação, formação e conscientização.....	101
4.3.4	Empoderamento feminino e fortalecimento comunitário	106
5	Discussão.....	113
6	Considerações finais	120
	Referências	127
	Anexo I - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido I	139
	Anexo II - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido II	142
	Anexo III - Roteiro para a entrevista.....	145
	Anexo IV - Declaração de anuência para observação na rede social do coletivo	146
	Anexo V – Relação dos diários de campo provenientes de eventos.....	147

Lista de Figuras

Figura 1 – Práticas de defesa do Mulheres do Salgueiro

113

Lista de quadros

Quadro 1 – Composição do <i>corpus</i> da pesquisa	86
Quadro 2 – Distanciamentos e aproximações do coletivo Mulheres do Salgueiro em relação às concepções de consumerismo	117

Prólogo

O trabalho que está prestes a ser lido é fruto de um trajeto de desenvolvimento profissional e, sobretudo, pessoal por parte da autora que escreve essas linhas, portanto, tomarei a liberdade de escrever em primeira pessoa. Sou uma mulher negra de 34 anos de idade. Na maior parte de minha existência vivi sem questionar ou compreender o espaço que ocupava em uma sociedade machista, patriarcal, de forma social escravista – como define Muniz Sodré (2023) –, portanto, racista e colonialista. Assim, este prefácio conta um breve relato da minha metamorfose pessoal à profissional ocorridas nessa jornada.

Nascida em uma família sem recursos, fui acolhida por pais adotivos logo nos primeiros anos de vida. Cresci sem saber que era filha adotiva e sem contato com minha família de origem. Cresci em Bangu, bairro da Zona Oeste da cidade do Rio de Janeiro, subúrbio. Meu pai era engenheiro eletricitista e sócio de uma empresa que realizava serviços muito específicos nesta área. Minha mãe tinha cargo administrativo na Secretaria de Saúde do Estado do Rio de Janeiro, mas também trabalhava como professora de português e literatura. Eu e minha família sempre tivemos casa própria e, embora tenhamos passado por períodos de instabilidade financeira, nunca vivemos com privações ou em situação de vulnerabilidade social. Durante todo o meu período escolar, estudei em escolas particulares.

Meu pai era um homem pardo, neto de uma mulher negra de União dos Palmares (AL). Minha mãe, uma mulher percebida socialmente como branca, mas cujo pai era negro, neto de ex-escravizados de Pernambuco (PE). Cresci em uma família multirracial, na qual questões sociais relacionadas a racismo sequer eram mencionadas no ambiente familiar. Entretanto, quando tal assunto surgia, alguém tratava de repetir aquela máxima Freyreana¹ de que “no Brasil não existe racismo” ou então era deliberadamente racista e fazia algum comentário injurioso que prefiro não exemplificar. Nas reuniões de minha família, eram recorrentes os racismos recreativos dos quais eu e meu irmão mais velho (também adotivo de pele escura)

¹ Refiro-me aqui à perspectiva do famoso historiador brasileiro do século XX, Gilberto Freyre, cujas obras promoveram um grande serviço ao colonialismo por meio da promoção do processo de embranquecimento da população negra e, conseqüentemente, do mito da democracia racial. Uma percepção distorcida que divulga que a mestiçagem traria mobilidade social para a população racializada, mas serviu como ferramenta de fortalecimento da dominação racial no contexto brasileiro (Fernandes, 1973).

éramos alvo. Lembro que o sentimento de vergonha me invadia e de não saber responder, então passei a perceber que não ser branca era notado como um demérito no meio social. E foi a partir de experiências como essas que eu passei a me perceber da mesma forma. Me lembro do constrangimento de ouvir de familiares que eu era “da cor do pecado”. Acho que era demais para a menina Míriam – ou Mimi, como me chamam na família até hoje – processar a sexualização que acontecia desde cedo.

Crescer em uma família que evitava as discussões raciais foi algo penoso, não apenas pelos racismos cotidianos, mas também pela falta de acolhimento e autoconhecimento a respeito do que significava ser racializada. Eu não sabia descrever o que sentia, mas sentia. Não tinha referências de mulheres negras próximas a mim, e minha maior referência feminina na infância e adolescência era minha mãe. Foi ela quem mais me incentivou a alisar meus cabelos cacheados. Lembro que eu nem queria fazer aquilo, pois sabia que ficaria refém de escovas progressivas – que alisavam permanentemente os fios. Cedi à pressão não só da minha mãe, mas também da sociedade.

Para me embranquecer e tentar ir ao encontro de uma suposta valorização estética, alisei meu cabelo dos 16 aos 32 anos. Passei metade da minha vida evitando meu cabelo natural para tentar acessar os espaços da branquitude sem ser percebida como inferior. Em todas as minhas entrevistas de emprego, estágio, mestrado e doutorado estive alinhada à maioria branca que transitava naqueles espaços. Alinhei minha estética para ficar palatável aos olhos da branquitude. Todavia, isso era um ledo engano, pois eu apenas tinha sido “domesticada”. Esconder minhas raízes nunca me blindou das experiências de racismo vividas nos espaços em que transitei.

Descrevo aqui sobre a minha transição capilar, pois este foi um marco importante. Simboliza o quanto este trabalho me é caro. Trata-se do meu desenvolvimento enquanto ser humano, da minha retomada a mim mesma, do meu reconhecimento enquanto uma mulher racializada. Mais do que uma mudança estética, meus cabelos naturais são políticos e traduzem uma declaração de consciência racial.

Esse marco não aconteceu de maneira instantânea, mas teve início desde os primeiros contatos com as leituras que o meu, então orientador, o professor Marcus Wilcox Hemais me apresentou. Autoras como Lélia Gonzalez, Angela Davis, bell

hooks, Maria Lugones, Gloria Anzaldúa, Audre Lorde e Carla Akotirene, que além de serem imprescindíveis para este trabalho, também “fizeram a minha cabeça” e me deixaram ávida e ansiosa por mais conhecimento. Ao longo do processo conheci outros autores – como Muniz Sodré, Grada Kilomba, Beatriz Nascimento, Neusa Santos, Sueli Carneiro – cujos conhecimentos somaram-se ao meu repertório e ecoaram na minha subjetividade. Tivemos longas discussões sobre este projeto de tese e certa vez comuniquei ao meu orientador “este processo não está sendo apenas um doutoramento para mim, mas um processo de cura”. Entender os problemas existenciais que me atravessavam enquanto uma mulher e, sobretudo, como uma mulher racializada atenuou um pouco da sensação de vazio por nunca ter encontrado espaços de acolhimento onde essas discussões eram possíveis.

O autor Lewis R. Gordon diz que a consciência negra é um duro despertar sobre a condição existencial de ser uma pessoa racializada em uma sociedade supremacista branca e que essa forma de consciência pode levar à consciência Negra (com “n” maiúsculo), que é uma consciência ativa em prol da libertação coletiva. Trata-se de uma consciência política. Quando cheguei ao doutorado, já tinha consciência negra, mas ainda não tinha consciência Negra. Atualmente, estou em permanente construção e aperfeiçoamento dessa segunda.

Acredito que se a lei 10.639/03, que obriga escolas brasileiras de ensino fundamental e médio a ensinarem sobre história e cultura afro-brasileira, tivesse sido respeitada pelas instituições nas quais estudei, eu poderia ter antecipado esse entendimento. Mas, me formaram com conhecimento embranquecido, para resolver os problemas dos brancos. Fico imaginando a revolução que teria ocorrido em mim se eu tivesse lido e discutido textos da Lélia Gonzalez no ensino médio. Parafraseando a autora, seria “um barato” ganhar alguns anos de consciência Negra.

A literatura utilizada ao longo desse estudo me abraçou. Certa vez, li um texto da bell hooks chamado *Alisando o Nosso Cabelo*. Aquele texto foi uma “centelha” para que eu decidisse passar pela transição capilar. Nele, a autora explicava que a opressão racista e patriarcal manipulava mulheres negras que criavam argumentos para convencer a si mesmas e aos outros de que precisavam continuar alisando o cabelo, mas que, na verdade, isso representava um reflexo de um sentimento enraizado de baixa autoestima em relação à nossa negritude (hooks, 2001). Eu me dei conta de que fazia exatamente aquilo. Dizia que “era mais prático cuidar de um

cabelo alisado” ou “era mais fácil arrumar”. O texto da bell hooks me fez perceber o quão racista eu estava sendo.

O processo de transição capilar não foi fácil nem indolor. Já tinha decidido passar por isso em um outro momento, mas desisti logo no começo. Somente pessoas que passam pela transição capilar entendem como é difícil ter duas texturas no cabelo. Mas, dessa vez eu estava decidida, as reflexões de hooks (2001) ressoaram na minha mente e me trouxeram reflexividade acerca de como eu via em mim uma incoerência sobre tudo aquilo que eu acreditava – na beleza e na valorização da estética de pessoas racializadas –, e o que eu enxergava quando eu encarava no espelho – uma mulher tentando alcançar uma brancura inalcançável.

Nas últimas vezes em que alisei meu cabelo – fazia isso a cada 3 ou 4 meses –, enquanto passava uma prancha alisadora com um produto à base de ácido para desfazer permanentemente os meus cachos do cabelo, percebi que estava me violentando. Me senti triste e incoerente. Sentir cheiro do cabelo queimando na quentura de uma chapinha – ou de um pente quente, para os mais antigos – é uma experiência empírica muito peculiar pela qual pessoas racializadas passam em suas vidas. Decidi que não queria mais aquilo para mim. Queria saber como era minha aparência verdadeira, uma vez que não reconhecia a Míriam do espelho – e tinha até um pouco de vergonha do que ela representava. Queria me reconhecer. Minhas referências tinham mudado. Passei a admirar escritos de autoras racializadas como Lélia Gonzalez, bell hooks, Grada Kilomba e tantas outras. Queria me parecer com elas. Queria celebrar minha negritude! Mais do que um processo de autoconhecimento, isso representava um ato político. Transitar como uma pessoa racializada, consciente de si, em espaços dominados pela branquitude, e ter orgulho disso, era um ato político.

A consciência sobre meus atravessamentos enquanto uma mulher racializada auxiliou na construção da minha autoestima. Sempre me definiram ao longo da vida, mas esse processo de consciência, me pareceu uma retomada de controle sobre quem eu gostaria de ser. Isso não me blindou de olhares de estranhamento nos ambientes acadêmicos e corporativos nos quais transitei assumindo minha negritude, mas agora eu sabia o que significavam esses olhares. É como se perguntassem: “o que você faz aqui?”. Respondia mentalmente a frase da Maya Angelou: “eu chego como uma, mas permaneço como dez mil”. Isso significa que

embora não veja muitas pessoas parecidas comigo em ambientes como aqueles, aquilo seria uma questão de tempo.

Este breve relato mostra como o processo de doutoramento e como essa pesquisa, em especial, tiveram efeitos transformadores sobre minha vida pessoal. A transição capilar foi só um exemplo, mas posso garantir que muitos outros “milagres” aconteceram em mim a partir desse processo. Passei a me “aquilombar” com outras pessoas racializadas, minhas referências culturais mudaram, passei a consumir conteúdo de artistas e influenciadores racializados e me aproximei da minha espiritualidade. Ainda que não frequente um terreiro, uma vez que existem liturgias e rituais que exigem grande comprometimento, sou uma mulher de axé, e sou muito grata pelos ensinamentos que as religiões de matriz africana trouxeram à minha existência.

Todas as mudanças ocorridas no âmbito pessoal de minha vida me levaram a ter sensibilidade para compreender que trabalhar com um grupo de mulheres negras de origem periférica e favelada envolvia muitas responsabilidades. Sempre tive a preocupação de fazer deste, um processo ético e sem prejuízos para o grupo com o qual escolhesse trabalhar.

Conheci o coletivo Mulheres do Salgueiro no ano de 2021 a partir de um convite para lecionar uma aula de marketing e para participar das demais aulas como aluna. Esses primeiros contatos que tive com o coletivo fizeram com que eu conhecesse um pouco mais da história delas e suas necessidades em relação às atividades comerciais desenvolvidas por elas.

Quando decidi que gostaria de construir este trabalho em torno das atividades do coletivo, prontamente pedi autorização à coordenadora do coletivo, que prontamente consentiu. No entanto, ciente das críticas advindas de autores como Cusicanqui (2010) e Grosfoguel (2016) às pesquisas acadêmicas de cunho extrativista com comunidades vulnerabilizadas, refleti acerca da minha abordagem nesta pesquisa. Passei a elaborar maneiras de proporcionar alguma contribuição respeitosa para as atividades do coletivo.

Foi assim que surgiu a ideia de elaborarmos um curso, com conceitos básicos de marketing, que pudessem auxiliar nas atividades comerciais daquelas mulheres. Inicialmente, levei a ideia ao meu orientador, a ideia virou um projeto escrito e, posteriormente, se tornou realidade em setembro de 2023, quando tivemos o nosso primeiro encontro presencial, com integrantes do coletivo, no IAG PUC-Rio. O

curso totalizou nove encontros e foi lecionado por mim, pelo professor Marcus Hemais, pela doutoranda Beatriz Hossmann, e pelo professor Luís Alexandre Pessoa.

O curso foi planejado de maneira a não reproduzir um ensino verticalizado e universal de conceitos do marketing. Nosso objetivo foi promover uma co-construção de conhecimento em torno de um marketing que fizesse sentido para esse coletivo. Ao longo dessa jornada ensinamos, mas sobretudo, aprendemos com as Mulheres do Sagueiro.

Minha perspectiva enquanto uma mulher racializada e pesquisadora da temática de decolonialismo é que, ainda que grupos vulnerabilizados possam não compartilhar dos valores do capitalismo, usar a inevitabilidade de estar inserido em um sistema capitalista, e, portanto, fruir de algumas ferramentas com a devida consciência, responsabilidade e sem abrir mão de sua essência, não é demérito, e sim estratégia de sobrevivência. Concordo plenamente com a frase de Audre Lorde que diz “as ferramentas do senhor nunca derrubarão a casa-grande”. Ela está correta, pois usar as ferramentas do capitalismo pode ser um processo não suficientemente emancipador, todavia, em alguns contextos há tanta vulnerabilidade que as pessoas só precisam sobreviver e reexistir. Em um contexto de necropolítica, onde um grupo dominante tem a “capacidade de ditar quem pode viver e quem deve morrer” (Mbembe, 2016, p. 123), é violento demais exigir que grupos marginalizados tenham posturas implacavelmente emancipadoras. A palavra de ordem, em primeiro lugar, é vida. Desde de que não tenham seus princípios corrompidos, não vejo problema nisso.

O meu contato com as mulheres do coletivo foi muito enriquecedor e inspirador. Embora tenha chegado a esse mundo como uma criança carente, reconheço que me distancio da realidade das mulheres do coletivo, uma vez que, na maior parte da minha vida, não vivi em contextos de vulnerabilidade social e violência tão latente por parte do Estado, como lamentavelmente ocorre no Complexo do Sagueiro. No entanto, compartilhamos as experiências, mesmo que distintas, de sermos, na maioria, mulheres racializadas e conscientes dos nossos atravessamentos, de sermos discriminadas institucionalmente e de termos nossas demandas invisibilizadas pelo Estado. Isso faz com que, a cada contato e interação, eu reavalie minha atuação enquanto profissional.

As Mulheres do Salgueiro seguem desenvolvendo, dentro das possibilidades, projetos sociais que sustentam sua atuação comunitária. O estudo que apresento a seguir constitui uma contribuição modesta, mas necessária, para tensionar o campo do marketing e deslocá-lo de seu viés eurocêntrico. Parafraseando Mãe Flávia Pinto, “nossos passos vêm de longe”, ainda que as manifestações de mulheres negras tenham sido sistematicamente elipsadas pelos discursos sobre consumerismo. Reconheço que a história dos ativismos de mulheres Negras dificilmente pode ser contida pelo conceito de consumerismo quando este é formulado a partir de perspectivas coloniais — e tampouco é minha intenção forçar sua adequação a discursos originariamente “brancocêntricos” do Norte Global. Não busco, portanto, oferecer um *rebranding* ou uma nova roupagem que torne aceitável qualquer noção de matriz colonial. O que proponho é examinar as limitações do consumerismo enquanto conceito colonial e explorar em que medida ele pode ganhar novos contornos se pensado a partir de epistemologias negras e feministas. Sob tal perspectiva, é possível que o consumerismo adquira relevância em contextos periféricos e marginalizados do Sul Global, cujas histórias seguem invisibilizadas nesse campo (Faria & Hemais, 2021). Enquanto pesquisadora racializada na área de marketing, sinto-me na obrigação ética e intelectual de explicitar essas tensões.

1

Introdução

O conceito de consumerismo, tal como se apresenta nos registros acadêmicos de marketing, é um reflexo de uma série de eventos que ocorreram no mundo ocidental, e mais precisamente no contexto estadunidense, desde o final do século XIX (Day & Aaker, 1970; Kotler, 1972). Uma definição seminal de marketing diz que consumerismo é “o amplo leque de atividades de governo, empresas e organizações independentes projetadas para proteger os indivíduos de práticas (de negócios e governo) que violem seus direitos como consumidores” (Day & Aaker, 1970, p. 13). No entanto, os movimentos de consumidores nem sempre foram tão populares nos Estados Unidos da América (EUA) (Hilton, 2009).

Após a Segunda Guerra Mundial, as estruturas políticas e econômicas dos EUA conduziram a sociedade em direção ao consumo por meio de medidas como o aumento da produção de bens de consumo, a facilitação de créditos e o estímulo à compra de bens – como imóveis, automóveis e eletrodomésticos (Rostow, 1964, Hilton, 2009). Consequentemente, esses consumidores passaram a se preocupar com a qualidade dos bens que adquiriam e a acompanhar resultados de testes comparativos de produtos para saber quais eram os melhores para serem consumidos (Hilton, 2009). Os testes comparativos tiveram uma contribuição importante para o desenvolvimento do consumerismo devido à publicidade dada ao movimento (Hilton, 2009). Todavia, o que favoreceu a popularização de movimentos de consumidores, ao ponto de estes receberem uma definição acadêmica em marketing, foi o fato de terem apresentado uma série de vitórias domésticas naquele país (Hilton, 2009) e gerado inseguranças e rejeições no meio corporativo (Kotler, 1972).

Deste modo, quando cânones da área – como Kotler (1972) –, lançaram manuscritos que visavam desmistificar o temido consumerismo a partir da perspectiva de marketing, tinham por objetivo comunicar ao seu público – particularmente, empresários – a otimista mensagem de que este movimento não

precisava ser temido; afinal, ele era pró-marketing, duradouro, lucrativo e benéfico para a sociedade (Kotler, 1972).

Conquanto, há outra leitura para consumerismo, que entende este conceito como sendo colonialista na medida em que foi pensado a partir de um paradigma neoliberal por teóricos que, em uníssono, apresentavam perspectivas voltadas à manutenção de um sistema econômico historicamente sustentado pela exploração de pessoas. Dessarte, o consumerismo é um conceito geopoliticamente referenciado que negligencia a face racialista do capitalismo liberal/moderno (Faria & Hemais, 2021).

O conceito moderno de consumo e cidadania foi construído sob os alicerces da racionalidade da modernidade, que, segundo Dussel (2002), se afirma como universal, mas se sustenta sobre a exclusão de povos e epistemes do Sul Global. A partir dessa crítica, Dussel (2002) propõe a noção de transmodernidade, que não se restringe à negação da modernidade, mas à superação de suas estruturas de dominação mediante o reconhecimento de outras formas de produção de conhecimento, que foram subalternizadas pela lógica colonial. Nesse sentido, pensar o consumerismo a partir da transmodernidade implica reconhecer as resistências, solidariedades e alternativas éticas que emergem de contextos periféricos e racializados como práticas de reexistência e produção de mundos possíveis.

Em países que tiveram a sua história e o seu desenvolvimento refreados pela imposição de um sistema colonial, e posterior manutenção de políticas de dependência, como o Brasil, todos nascem portadores de prerrogativas sociais, mas nem todos têm seus direitos políticos individuais, direitos coletivos e sociais negligenciados (Santos, 2011). O intelectual Milton Santos usa o termo “cidadão mutilado”, de Covre (1986 *apud* Santos, 2011, p. 94) para descrever esse indivíduo abandonado “à própria sorte”.

Neste contexto, “cidadãos mutilados” ou negligenciados pelo estado são invisibilizados desde o período colonial, quando eram percebidos enquanto indivíduos desprovidos de humanidade (Sodré, 2023; Gordon, 2023; Lugones, 2014). Com o fim do período colonial, ocorreu a transição da sociedade de estrutura escravista, na qual o racismo era uma patente forma de poder, amparado por leis, para uma sociedade de forma social escravista. Embora a forma social escravista não disponha de aparato estrutural para promover segregações raciais, ela

crystalizou no espaço e no tempo valores sociais de uma sociedade de estrutura escravista e mantém sua substância hegemônica sob a forma de colonialidade (Sodré, 2023). O desdobramento disso são as invisibilidades coloniais (Gordon, 2023) com as quais indivíduos racializados, mulheres e todos os que não são inteligíveis pelas hierarquias dicotômicas da modernidade têm que lidar.

Deste modo, a ideia de raça é central para este estudo, porque foi a partir dela que populações racializadas brasileiras foram relegadas ao espaço que a sociedade supremacista branca designou para elas (Sodré, 2023). Diante mentalidade colonial vigente, pessoas negras não são percebidas como pertencentes aos espaços de cidadania (Gordon, 2023), e, conseqüentemente, não são identificadas como pessoas com direitos basilares, como educação, saúde, moradia e lazer (Santos, 2011).

O fato de o Brasil ser uma sociedade de forma social escravista culminou na racialização da classe, fazendo com que as populações mais pobres sejam também de maioria negra (Sodré, 2023). Tais grupos sociais foram impelidos a morar em periferias, onde os serviços essenciais por parte do Estado são ausentes ou parciais e precários (Gordon, 2023; Santos, 2011). Além disso, a racialização da classe leva ao pressuposto de que a maioria das pessoas racializadas não dispõe dos recursos para participar do consumo, da maneira ostensiva, como demandava a sociedade de consumo (Santos, 2011). Assim, consumerismo neoliberal de marketing falha na proteção desses indivíduos (Faria & Hemais, 2021; Hemais et al., 2024).

No Brasil, observa-se uma forma de “consumerismo” praticada à margem, protagonizada por mulheres Negras amefricanas no âmbito de organizações da sociedade civil. Este trabalho toma como exemplo o coletivo Mulheres do Salgueiro, cuja atuação política e social busca garantir direitos humanos e promover impacto positivo para a população do Complexo do Salgueiro, em São Gonçalo (RJ), e de regiões adjacentes. Formado majoritariamente por mulheres negras moradoras do território, o coletivo se organiza há mais de duas décadas em defesa da comunidade local.

A partir do conceito de amefricanidade² (Gonzalez, 1988), compreende-se que a atuação dessas mulheres não é apenas resposta às desigualdades estruturais,

² “Resposta cultural e política das populações negras e indígenas às imposições coloniais, revelando-se como categoria de resistência e de reinterpretação da experiência histórica desses povos.” Gonzalez (1988, p. 76)

mas expressão de uma epistemologia própria, afrocentrada e comunitária, que articula solidariedade, ancestralidade e ação política. A africanidade propõe a valorização das experiências e saberes das mulheres negras latino-americanas e caribenhas, revelando um modo de existência que desafia o individualismo e a competitividade da modernidade capitalista.

Sua origem remonta ao início dos anos 2000, quando trabalhadoras da indústria têxtil, do antigo lixão de São Gonçalo e de outros setores, unidas por demandas comuns, passaram a se reunir em torno de projetos coletivos. Em 2006, o grupo consolidou-se institucionalmente com a inauguração de sua sede física, marco de sua formalização enquanto espaço comunitário.

Desde então, as integrantes vêm desenvolvendo múltiplas iniciativas sociais, entre elas cursos profissionalizantes de corte e costura, oficinas de capacitação e rodas de conversa. Além disso, promovem feiras e bazares solidários, participam de mobilizações políticas voltadas às pautas das mulheres negras e periféricas e, no cotidiano, oferecem apoio direto a mulheres em situação de vulnerabilidade, assim como à comunidade do entorno.

A despeito de essa organização se engajar em pautas consumeristas, tais como a reivindicação por serviços públicos – como creches, postos de saúde e transportes – dignos e de qualidade, sua agenda tem um escopo maior do que propõe o consumerismo tradicional de marketing. Suas práticas não somente visam defender aquela comunidade das ações e/ou inações do mercado, mas também luta contra o contexto de desigualdades e opressões contumaz que ainda perdura na sociedade brasileira.

Desse modo, o consumerismo tradicional em marketing se mostra incompleto para lidar com a pluralidade de questões com as quais organizações de mulheres Negras, como o Mulheres do Salgueiro, estão empenhadas em resolver ou mitigar. Se este consumerismo está atrelado ao consumo, e este sempre reforçou invisibilidades para com pessoas racializadas, ele é colonialista demais para suprir as demandas de movimentos de pessoas Negras, ainda que na qualidade de consumidoras (Carreiro, 2017). É um movimento limitado para compreender reivindicações de populações racializadas, sobretudo de mulheres, pois foi construído e cooptado para atender dinâmicas de mercado que dependem da manutenção de instituições – políticas, econômicas e sociais – que reforçam o desempoderamento dessas pessoas.

Apesar de a literatura de marketing – com algumas exceções (ver Hemais et al., 2024; Faria & Hemais, 2021; Hemais & Santos, 2021) – pouco ter questionado o conceito de consumerismo, o presente estudo visa contribuir com essas vozes contestadoras, de pesquisadores do Sul Global, ao propor uma investigação cujo objetivo será analisar pela perspectiva amefricana de intelectuais brasileiras as práticas do coletivo Mulheres do Salgueiro contra opressões de raça e gênero a fim de apresentar uma perspectiva não colonialista do consumerismo.

A partir da compreensão de consciência Negra (com inicial maiúscula), como uma consciência política ativa, capaz de promover mudanças disruptivas ao modelo ocidental de sociedade (Gordon, 2023), das particularidades de mulheres negras no contexto brasileiro (Akotirene, 2019; Carneiro, 2003; Gonzalez, 2020), procurei desvelar como as práticas de defesa dos movimentos de mulheres Negras buscam algo além do que o consumerismo pode proporcionar. Suas reivindicações advêm de uma consciência coletiva de pessoas que experienciaram dinâmicas específicas de opressões, e que, diante disso, não se acomodam às regras e aos lugares impostos pelas sociedades supremacistas brancas e patriarcais. Assim, essas organizações têm potencial de ir além da ideia de proteção do consumidor e gerar formas de subsistência que são alternativas criativas à modernidade – ou à inevitável existência dentro dela.

Gostaria de esclarecer ao(à) leitor(a) que escolhi usar o termo “ativismo de mulheres Negras” (com inicial maiúscula) para sinalizar a consciência política dessas mulheres. Da mesma forma, manterei o termo “negra” com inicial minúscula no termo “consciência negra” para distingui-lo de “consciência Negra”, que possui um sentido diferente. Além disso, embora esteja ciente de que a palavra “negro” deriva de uma terminologia/categoria criada pelo colonizador para inferiorizar, violentar e explorar povos (Gordon, 2023; Kilomba, 2021), manterei sua utilização neste trabalho, uma vez que tal termo assume, também, uma conotação de afirmação política no contexto brasileiro (Kilomba, 2021).

Assim, ao problematizar o consumerismo enquanto conceito eurocêntrico e colonialista, esta pesquisa se insere na agenda crítica de marketing que busca desvelar suas limitações epistêmicas (Faria & Hemais, 2021; Hemais & Santos, 2021). A proposta de decolonizar o consumerismo, nesse sentido, não se restringe a criticar paradigmas do Norte Global, mas assume o compromisso, conforme Walsh (2009), de construir outras formas de existência, saberes e práticas

insurgentes, capazes de reposicionar sujeitos historicamente marginalizados como protagonistas de suas próprias narrativas.

Para tanto, adota-se a interseccionalidade (Akotirene, 2019; Collins & Bilge, 2021) como sensibilidade analítica que permite compreender como as opressões de raça, gênero e classe se articulam de forma inseparável na vida das mulheres negras. Nesse horizonte, o conceito de amefricanidade (Gonzalez, 1988) torna-se central para interpretar experiências e práticas dessas mulheres como expressão de uma epistemologia situada, afrocentrada e coletiva. Ao mesmo tempo, reconhece-se que o consumerismo tradicional, ao reproduzir o epistemicídio (Carneiro, 2023) e as invisibilidades coloniais (Gordon, 2023), não contempla tais práticas. Dessa forma, a análise proposta pretende contribuir para a construção de alternativas teóricas que desestabilizem os cânones eurocentrados do marketing e que valorizem epistemologias do Sul Global.

1.1.

Objetivo da pesquisa

O objetivo deste estudo consiste em analisar pela perspectiva amefricana de intelectuais brasileiras as práticas do coletivo Mulheres do Salgueiro contra opressões de raça e gênero a fim de apresentar uma perspectiva não colonialista do consumerismo.

Para isto, será realizada uma etnografia feminista, metodologia que se mostra adequada para compreender experiências e práticas coletivas de mulheres em contextos marcados por desigualdades estruturais e históricas. Segundo Castillo (2021), a etnografia feminista propõe um modo de pesquisa comprometido com a escuta sensível, a reflexividade e a co-produção de conhecimento entre pesquisadora e participantes, buscando problematizar hierarquias tradicionais da produção científica e evitar reproduções de epistemologias coloniais. Dessarte, o percurso metodológico a ser seguido foi planejado para reconhecer o lugar situado da pesquisadora e privilegiar as vozes das mulheres envolvidas. Para tanto, serão utilizadas como ferramentas de coleta de dados a técnica do diário de campo (Hernández, 2018) e a entrevista semiestruturada (Laville & Dione, 1999) com a coordenadora do coletivo.

1.2.

Relevância da pesquisa

Uma vez que a literatura de consumerismo na área do marketing é marcadamente eurocêntrica, a proposta deste estudo é decolonizar a ideia de consumerismo, historicamente fundamentada em escritos de autores do Norte Global e em seu suposto universalismo, para propor formas alternativas de defesa de indivíduos. Nesta direção, a contribuição teórica do estudo consiste em evidenciar que existem práticas de defesa mais adequadas às realidades de mulheres racializadas e vulnerabilizadas do que aquelas apresentadas pela versão oficial do consumerismo. Tais formas de defesa não foram contempladas pela disciplina do marketing porque partem de uma perspectiva epistemológica do Sul Global, orientada por práticas, atitudes e ações comprometidas com a obliteração das colonialidades (Grovogu, 2011).

Nesse sentido, é importante salientar que, conforme Walsh (2009), decolonizar não significa substituir um paradigma por outro ou oferecer um “novo modelo” de conhecimento. Antes, trata-se de um processo contínuo de insurgência e resistência que busca abrir espaço para epistemologias e ontologias outras, historicamente desqualificadas pelo projeto moderno-colonial (Lander, 2005). Decolonizar implica, portanto, reconhecer os saberes e práticas produzidos por sujeitos e coletividades subalternizadas como fundamentos legítimos para pensar alternativas ao universalismo eurocêntrico, deslocando as fronteiras do que se entende como conhecimento válido.

Assim, as práticas aqui examinadas não seguem padrões eurocêntricos de defesa, mas voltam seus esforços para a proteção de indivíduos invisibilizados – os Condenados da Terra, segundo Fanon (2022) – e, ao fazê-lo, expõem as falhas do modelo atual de consumerismo. Ao praticar a reflexividade sobre a reprodução dos estudos da área, este trabalho busca contrapor-se às narrativas dominantes e racializadas e superar a decadência disciplinar (Gordon, 2023) que caracteriza parte da produção em marketing. Tal decadência consiste em assumir pressupostos de determinadas áreas como retratos fidedignos da realidade, ou ainda em utilizar métodos de pesquisa pretensamente universais, mas inadequados para analisar a diversidade de experiências humanas. Como consequência, reproduzem-se estudos que tentam enquadrar povos colonizados e racializados em moldes eurocêntricos.

Apesar dos meus melhores esforços como pesquisadora, reconheço que a realidade excede a capacidade humana de descrevê-la por completo. Assim, este trabalho não oferece conclusões fechadas, mas possibilidades de diálogo e reflexão crítica.

1.3.

Delimitação da pesquisa

Este estudo apresenta delimitação teórica fundamentada em estudos de cunho decolonial com ênfase nas discussões de raça e gênero, inspirado particularmente nas contribuições de intelectuais Negras brasileiras, mas servindo-se de conceitos de outros autores – como Gordon (2023) e Sodré (2023) – epistemologicamente alinhados aos ideais das primeiras.

Este estudo investigará práticas de defesa de indivíduos realizadas por um coletivo de mulheres, de maioria racializada, chamado Mulheres do Salgueiro. Dentre tais práticas estão as atividades comerciais desenvolvidas por meio da comercializa o de produtos sustentáveis, o que possibilita a existência e a resistência provenientes do coletivo. Além das atividades comerciais, o Mulheres do Salgueiro oferta cursos profissionalizantes, de educa o ambiental e pré-vestibular para as pessoas da comunidade ou arredores. A articula o comunitária   um outro exemplo de prática, uma vez que o Mulheres do Salgueiro estabelece e fomenta a cria o de uma rede de parcerias com outros coletivos e organiza es que partilham de valores semelhantes aos do coletivo.

Este coletivo   sediado no conjunto de favelas do Complexo do Salgueiro, no Estado do Rio de Janeiro. Escolhi trabalhar com este grupo, devido ao seu histórico de atua o a favor da vida, desde a sua cria o no ano de 2002.

2

Referencial teórico

O presente capítulo apresenta o referencial teórico do estudo e está dividido em três principais itens. O primeiro item versa sobre o tema de consumerismo, apresentando como que tal conceito, em marketing, segue uma lógica colonialista. O segundo item explana sobre a condição da mulher negra na sociedade brasileira a partir da interpretação de feministas Negras brasileiras. Fala também sobre a interseccionalidade enquanto ferramenta analítica para analisar dinâmicas opressivas e propor ações de mudanças. Finalmente, o terceiro item versa sobre como o feminismo de mulheres com consciência Negra pode proporcionar mudanças sociais significativas para toda uma coletividade.

2.1.

Consumerismo: uma perspectiva colonialista

*Cê disse que era bom e as favela ouviu. Lá também tem uísque, Red Bull, tênis Nike e fuzil
Admito, seu carro é bonito, é, e eu não sei fazer. Internet, videocassete, os carro loco
Atrasado, eu tô um pouco sim, tô, eu acho. Só que tem que. Seu jogo é sujo e eu não me
encaixo*

Racionais MC's – Negro Drama

No presente capítulo, pretendo apresentar o conceito de consumerismo, bem como as suas origens e os contextos político, econômico, social e geográfico nos quais ocorreram o surgimento do mesmo. Outrossim, busco apresentar o consumerismo enquanto um conceito limitante para compreender algumas formas de manifestações e autodefesa de grupos marginalizados localizados – tanto geográfica quanto ontologicamente –, em contextos desprivilegiados pela modernidade capitalista.

2.1.1

Um movimento promove as vendas

O consumerismo emergiu na segunda metade do século XX como uma narrativa dominante contada por e a partir do Norte Global. Foi, portanto, construída por escritos de conceituados acadêmicos do marketing – como Day e Aaker (1970), Becker, (1972), Kotler (1972) e Bloom e Greyser (1981) – a partir de uma perspectiva neoliberal geopoliticamente referenciada. Algumas de suas definições iniciais apontam o consumerismo como “o amplo leque de atividades de governo, empresas e organizações independentes projetadas para proteger os indivíduos de práticas (de negócios e governo) que violem seus direitos como consumidores” (Day & Aaker, 1970, p. 13), ou, ainda, como “um movimento social que busca aumentar os direitos e poderes de compradores em relação aos vendedores” (Kotler, 1972, p. 49).

As discussões acerca do fenômeno do consumerismo emergiram em um contexto político no qual predominava, com maior intensidade, um projeto ideológico de americanização da administração, que teve início na década de 1920, com a expansão internacional de mercados à la EUA. Tal projeto dominou a forma de pensar e praticar administração para além das fronteiras estadunidenses (Alcadipani & Rosa, 2011) e alcançou áreas subjacentes, como o marketing.

Os autores dessa disciplina, no período de Guerra Fria, expuseram recorrentemente em seus escritos a mesma tônica que privilegiava o ponto de vista estadunidense sob os demais. Um exemplo disso é a Teoria de Globalização de Mercados de Theodore Levitt (1983), na qual o autor defendia uma suposta tendência à homogeneização de mercados com base em argumentos etnocêntricos e pressupostos colonialistas (Ferreira & Hemais, 2023). Essa perspectiva unilateral da realidade também foi um marco nos estudos seminais sobre consumerismo.

Em *What consumerism means for marketers*, Kotler (1972) fez uma retrospectiva do surgimento do consumerismo, e narrou que este movimento ocorreu em três ondas ao longo do século XX. A primeira delas, caracterizada por movimentos de consumidores estado-unidenses que despontaram ao final do século XIX, e alcançaram suas primeiras vitórias no início do século XX. Denúncias públicas sobre a adulteração de alimentos e drogas (FDA, 2018b) e sobre as

condições insalubres e antiéticas da indústria frigorífica (Stole, 2015), culminaram em pressão popular, e posterior aprovação da Lei Federal de Alimentos e Drogas (FDA, 2018b), e a Lei de Inspeção de Carne (Stole, 2015), naquele contexto.

A segunda onda do consumerismo foi motivada prioritariamente por fatores econômicos, devido ao vertiginoso aumento de preços de insumos em um cenário de depressão econômica (Kotler, 1972; Bloom & Greyser, 1981). A Liga das Donas de Casa de Detroit, fundada em 1930, se destacou como um expressivo ativismo daquela fase (Kotler, 1972). Esta organização surgiu com o objetivo de garantir empregos para a população negra e atuou por meio da mobilização de donas de casa afro-americanas para promover o patrocínio às empresas cujos proprietários eram negros ou brancos, desde que estes não discriminassem pessoas negras no processo de contratação (Bulanda, 2017).

Segundo Kotler (1972), tanto a primeira, quanto a segunda onda tiveram como causas falhas de mercado que resultaram em relações de trocas abusivas, ou em consequências fatais³. Segundo Harris e Carman (1983, p. 52), falhas de mercado são “aquelas possíveis instâncias dentre as quais as condições ideais⁴ para o sucesso de um mercado não se sustentam”. Tais eventos, na perspectiva de Kotler (1972), teriam motivado consumidores a se mobilizarem por maior segurança e equilíbrio nas relações de troca com as empresas.

Por outro lado, a terceira onda do consumerismo, que emergiu na década de 1960, é entendida como uma consequência de uma combinação complexa de fatores, incluindo as tensões sociais estruturais – como as mobilizações sociais por direitos civis naquele contexto –, o descontentamento generalizado dos consumidores, que acarretou em pressões políticas por reformas legislativas que favorecessem os consumidores (Day & Aaker, 1970; Kotler, 1972) e o desenvolvimento de um mercado – composto por escritórios de advocacia,

3 Como a tragédia do Elixir de Sulfanilamida que, após ser comercializado sob nova apresentação sem os devidos testes quanto à toxicidade, causou óbito de mais de 100 pessoas em 15 estados americanos no ano de 1937 (FDA, 2018b).

4 Como perfeitas condições de competição, informações perfeitas, falta de externalidades, divisibilidade, exclusividade, transações de custo nulo, ausência de barreiras de entrada, racionalidade econômica e justa distribuição de riquezas e rendas.

profissionais autônomos, ativistas do consumo e cooperativas (Bloom & Greyser, 1981) – especializado em proteger os interesses dos consumidores (Kotler, 1972).

O fato de a terceira onda do consumerismo ser reconhecida por ter uma orientação social (Bloom & Greyser, 1981) e ter surgido em meio a um contexto de reivindicações por direitos civis gerou opiniões polêmicas e controversas dos atores envolvidos (Day & Aaker, 1970; Becker, 1972).

Preocupados com o desalinhamento entre as perspectivas dos empresários, dos legisladores e dos movimentos de consumidores, Day e Aaker (1970) forneceram um manual sobre consumerismo. Em *A guide to consumerism*, os autores descreveram o escopo desse fenômeno enfatizando a relação diádica do consumo (produtor-consumidor), enumerando as possíveis causas para o surgimento do fenômeno do consumerismo e as expectativas para o futuro deste movimento. Há, no entanto, um otimismo intrínseco neste ensaio que acredita que gestores de negócios em uma economia liberal desenvolveriam, por vontade própria, abordagens flexíveis que garantissem os direitos dos consumidores. Essa premissa era improvável uma vez que este público apresentava alguma resistência ao movimento consumerista, conforme exemplificado pelo trecho abaixo:

Alguns porta-vozes empresariais sustentam que o consumerismo foi instigado por radicais, manchetes e políticos, que pode ser derrotado ao ser atacado, desacreditado ou ignorado, que ameaça destruir a vitalidade do nosso sistema econômico e seus benefícios, que é um conceito antimarketing e que só pode reduzir as oportunidades de lucro a longo prazo. (Kotler, 1972, p. 49)

O tema era percebido com tanto pessimismo e desdém no meio empresarial, que autores como Kotler (1972) e Becker (1972) produziram ensaios que mostravam uma perspectiva positiva a respeito do consumerismo para os negócios. Para Kotler (1972), por exemplo, o movimento era inevitável, duradouro, pró-marketing, e poderia ser benéfico e lucrativo. Neste novo olhar sobre o fenômeno, os autores supracitados conceberam-no como uma oportunidade de se obter vantagem competitiva no mercado consumidor, pois “cada movimento social é uma mistura de ameaças e oportunidades” (Kotler, 1972, p. 55).

Uma vez que este movimento era inevitável e, presumivelmente, duradouro (Kotler, 1972), os autores convidaram empresários a investirem no consumerismo por meio de ações de marketing orientadas para a segmentação de mercados (Becker, 1972), por meio da introdução de novos produtos e/ou da adoção de um

modelo de organização consumerista (Kotler, 1972). Em síntese, propuseram a mercantilização deliberada do consumerismo, tornando-o interessante do ponto de vista gerencial.

A despeito de o consumerismo ter intimidado empresários, no primeiro momento, não tardou para que o mercado incorporasse o consumerismo como um produto. Na década de 1980, este fenômeno era considerado um produto em fase de maturidade, uma vez que havia considerável competitividade dessas organizações:

Muitas organizações, instituições e indivíduos oferecem agora o que consideramos uma grande variedade de “marcas” de consumerismo a diferentes segmentos da sociedade americana. Estas marcas competem entre si por fundos, trabalhadores, atenção dos meios de comunicação social e opinião pública – tal como as empresas competem por capital, talento de gestão, apoio dos varejistas e fidelidade dos clientes (Bloom & Greyser, 1981, p. 131).

Devidamente incorporado pelo neoliberalismo e por suas estruturas, o consumerismo, tal como definido pelos intérpretes do marketing daquele momento, havia se configurado como um fenômeno lucrativo para empresários (Becker, 1972; Kotler, 1972) e, simultaneamente, reputado como se fornecesse alguma soberania para o consumidor (Kotler, 1972). Escritos de autores cânones do marketing reforçaram um discurso de soberania do consumidor-cidadão. Em suas palavras “enquanto consumidores compram como consumidores, eles, cada vez mais, expressam seu descontentamento como eleitores” (Kotler, 1972, p. 54).

A partir deste breve histórico, depreende-se que Day e Aaker (1970), Kotler (1972), Becker (1972) e Bloom e Greyser (1981), autores de origem estadunidense – não-racializados (em uma sociedade supremacista branca) e nem acometidos por dinâmicas opressivas de gênero –, contaram a “história oficial do consumerismo” (Faria & Hemais, 2021, p. 5) a partir de uma perspectiva alinhada aos objetivos de manter o capitalismo liberal e normalizar a branquitude por meio de um antirracismo liberal (Faria & Hemais, 2021).

Assim como Kotler (1972), concordo que a discussão do consumerismo foi inevitável. No entanto, não pelas mesmas justificativas que o autor utilizou. Naquele contexto histórico, político e econômico em que as discussões acerca do consumerismo surgiram, o capitalismo liberal precisava de narrativas estratégicas capazes de domesticar nações pós-coloniais e pessoas racializadas em meio à

disputa ideológica e ao ativismo por direitos civis contumaz naquele período (Faria & Hemais, 2021). Segundo Faria e Hemais (2021), uma das maneiras utilizadas para subverter tais movimentos era integralizar a população afro-americana à democracia estado-unidense. Assim, a estratégia da dita “modernidade capitalista liberal antirracista” (Faria & Hemais, 2021, p. 451) era de pacificar o discurso sobre o consumerismo a fim de normalizar a branquitude. No entanto, essa estratégia tornava o consumerismo um movimento cada vez mais apartado das demandas de grupos marginalizados.

Embora boicotes de consumidores sejam a expressão do uso político dos ideais de liberdade, de escolha e de soberania fomentados pelos discursos e políticas neoliberais (Trentmann, 2007), essas manifestações repercutiam e se projetavam como manifestações de desobediência civil pacíficas, associadas às lutas por direitos da população afro-americana (Garrido, 2017). Os discursos acerca do consumerismo em marketing buscavam se afastar desse tipo de mobilização por meio da validação dos *buycotts* como estratégias mais efetivas do que os boicotes (Faria & Hemais, 2021); afinal de contas, para os defensores do capitalismo liberal, deixar de consumir parecia uma estratégia muito radical para ser implementada naquele contexto.

Dada essa retrospectiva acerca de consumerismo tradicional na área do marketing, vale salientar que este é um conceito limitante uma vez que foram cooptados para atenderem as demandas do capitalismo liberal. As definições fornecidas por Day e Aaker (1970) e Kotler (1972) foram amplamente aceitas pelos interlocutores acadêmicos do marketing naquele momento. No entanto, pensar o consumerismo como atividades que visam proteger os direitos de consumidores, ou aumentar seu poder, é limitar estas iniciativas aos moldes do neoliberalismo. Todavia, uma análise histórica sobre os movimentos de consumidores (Hilton, 2009) mostra que esta lógica estava alinhada com a maturidade da construção ideológica de uma sociedade de consumo centrada no individualismo e apartada de agendas políticas comprometidas com o bem estar coletivo.

2.1.2

A substituição do cidadão pelo consumidor

A partir dos anos 1980, uma nova forma de capitalismo, denominada como globalização financeirizada ou capitalismo global rentista e financista, caracterizou-se pela difusão de uma ideologia liberal radical – neoliberalismo – que fomentou ataques ao estado desenvolvimentista em contextos diversos. As narrativas desta doutrina, que tomou ares de hegemonia, buscavam desqualificar estado social e reforçar a ideia de que o mercado seria capaz de coordenar o sistema econômico de maneira ótima (Bresser-Pereira, 2017).

Seguidas dessa expansão ideológica do neoliberalismo, as reformas políticas e econômicas que dominaram contextos ocidentais nos anos 1980 e 1990, protagonizadas pela dupla conservadora Margareth Thatcher, no Reino Unido, e Ronald Reagan, nos EUA, também reforçaram as críticas ao Estado de bem-estar social e corroboraram com a manutenção de sociedades que passaram a adotar valores materialistas (Hilton, 2009).

A partir da perspectiva histórica de Trentmann (2007), as diversas reorientações políticas, culturais e acadêmicas no final do século XX e início do século XXI, impulsionadas pelo neoliberalismo, fizeram com que o consumo passasse a ser vislumbrado por meio de seu potencial cívico dentro dos movimentos sociais. Ao invés de ser interpretado como “o poder ocidental global a superar as tradições locais, o neoliberalismo encontrou um solo receptivo de ideais alternativos e emancipatórios existentes de individualidade e autonomia” (Trentmann, 2007, p. 153).

A partir da perspectiva antropológica de Canclini (1997), a globalização neoliberal fez com que conflitos identitários multiculturais emergissem em diversos contextos, fazendo com que a noção de consumo tomasse posição central na vida social, confundindo-se ou fundindo-se com a noção de cidadania:

Num tempo em que as campanhas eleitorais se mudam dos comícios para a televisão, das polêmicas doutrinárias para o confronto de imagens e da persuasão ideológica para as pesquisas de marketing, é coerente nos sentirmos convocados como consumidores ainda quando se nos interpela como cidadãos. (Canclini, 1997, p. 13-14)

No contexto estadunidense, a noção de cidadania não se restringia ao fato de um indivíduo ser reconhecido ou não pelo aparelho Estatal, mas também com o fato de que indivíduos de um mesmo território possuem práticas socioculturais que traziam sentido de pertencimento para os mesmos. Com o advento da globalização,

tal noção foi agregada por outros contextos, e o consumo, enquanto prática sociocultural que fornece senso de pertencimento, passou a constituir o sujeito como um cidadão (Canclini, 1997).

Segundo Canclini (1997), a diversificação dos meios de comunicação e a consequente popularização da comunicação de massas que ocorreu ao final do século XX também se figuraram como um marco, que deslocou a performance de cidadania dos indivíduos em direção ao consumo. Conquanto, o autor reconhece que, a despeito de esta tendência ter ocorrido em diversos contextos, o acesso a bens e símbolos via consumo não assegurava a cidadania plena a qualquer pessoa.

Esta reordenação das práticas econômicas e culturais gerou novas formas de exclusão da maioria absorvida como consumidores e concentrou o poder sob o domínio de elites tecnológico-econômicas. Um exemplo disso é o fato de que, em países periféricos e nas periferias das metrópoles, onde a globalização neoliberal ocorreu de maneira seletiva, a muitos indivíduos eram negados direitos humanos básicos, como saúde, educação, moradia e trabalho (Canclini, 1997), ainda que estes sujeitos fossem consumidores.

No contexto brasileiro, o trabalho ideológico de gerar novas necessidades fez com que a sociedade perseguisse estilos de vida inalcançáveis para alguns. O fato de o consumo ter sido predominantemente experimentado pelas classes ricas e médias fez com que estas se tornassem um exemplo inalcançável pelas populações mais pobres (Santos, 2011). Segundo a perspectiva do geógrafo Milton Santos, o neoliberalismo foi capaz de atrofiar o neófito conceito de cidadania que ainda era “uma cidadania mutilada, subalternizada” no contexto brasileiro (Santos, 2011, p. 100). Ademais, a substituição do cidadão – ainda que embrionário – pelo consumidor – deslumbrado, em busca de um “ópio” ou de pertencimento –, foi problemática uma vez que o consumo retardou a tomada de consciência do indivíduo, e acarretou um aprofundamento de desigualdades e injustiças sociais (Santos, 2011).

Dessarte, o termo consumidor-cidadão, apesar de estar alinhado a uma concepção de agência/soberania, igualmente fornecida por teóricos do consumerismo, apresenta contradições, devido ao seu caráter excludente e alienador. A ideia de cidadão-consumidor, como aquele que “utiliza o seu poder de compra individual para desafiar relações comerciais injustas” (Wheeler, 2012, p.

15), encontra corroboração com a noção de *Fair Trade Consumer* (FTC) ou consumidor de comércio justo.

A ideia de “comércio justo” é apresentada no contexto em que os efeitos negativos e o fracasso da globalização são percebidos pelo movimento de comércio livre uma vez que não há garantia de benefícios reais e duradouros a produtores. Além disso, tal movimento traz consigo a perspectiva de que consumidores passem a atuar como cidadãos, com responsabilidades e deveres não apenas no seu território, mas no mundo globalizado, fazendo com que as performances de consumidor engajado e cidadão com ideais políticos globais se fundam (Wheeler, 2012).

No entanto, esta é apenas mais uma narrativa ocidental que iguala a responsabilidade de consumidores às de produtores e os constroem como atores que possuem escolhas individuais capazes de moldar os sistemas sociais, políticos e econômicos da sociedade de mercado global (Wheeler, 2010). Todavia, o movimento de “comércio justo” parece um tanto injusto neste caso, pois exige que consumidores ordinários tenham responsabilização sob o que o mercado disponibiliza para o mesmo. Ademais, este movimento é responsável por editar as escolhas do consumidor e interferir no mercado devido a um conjunto complexo de interações entre vários atores do Estado, do mercado e da sociedade civil, criando um *ethos* de comércio justo com oportunidades e bens de comércio justo para os consumidores engajados com esses ideais (Wheeler, 2012).

Guarnecida pelo consumerismo e por perspectivas adjacentes, como o movimento de comércio justo, a ideia de cidadão-consumidor é apoiada por formas derivadas do consumerismo, como o consumerismo verde ou ambiental (Ottman, 1992) e o consumerismo político (Micheletti, 2003; 2006).

Segundo Ottman (1992, p. 3), consumerismo ambiental ou verde é definido como “indivíduos que procuram proteger-se a si próprios e ao seu mundo através do poder das suas decisões de compra”. No entanto, este debate é fomentado por uma lógica de *buycott* que não alcança ou menciona o debate acerca do racismo ambiental⁵ – tão importante para as comunidades racializadas e marginalizadas desde a década de 1980.

5 Racismo ambiental é a discriminação racial nas políticas ambientais. É discriminação racial no cumprimento dos regulamentos e leis. É discriminação racial no escolher deliberadamente comunidades de cor para depositar rejeitos tóxicos e instalar indústrias poluidoras. É discriminação

Segundo Ottman (1992), as preocupações dos consumidores moldaram o consumerismo verde. Todavia, de acordo com a literatura existente sobre *greenwashing*, o aumento de pessoas ambientalmente comprometidas em suas práticas de consumo levou corporações a observarem tais demandas como oportunidades de mercado e vantagem competitiva (Yang et al., 2020). Estas são algumas das causas que levam corporações multinacionais a adotarem uma postura ambientalmente responsável meramente simbólica (Bowen & Aragon-Correa, 2014). Isso é observado quando corporações aderem performances ambientalmente responsáveis com pouca ou nenhuma materialidade substantiva. Para organizações que praticam o *greenwashing* há um ganho uma vez que a organização passa a ser percebida com algum prestígio social por *stakeholders*, consumidores e outros atores sociais. No entanto, as consequências do *greenwashing* são negativas para a sociedade como um todo.

Já o consumerismo político, discutido a partir dos anos 2000, na literatura de ciências políticas, consiste no “uso do mercado para propósitos políticos, levantar questões políticas, criar assunção de responsabilidades, controlar a incertezas e resolver problemas comuns” (Micheletti, 2006, p. 23). Essa perspectiva entende que consumidores dotados de poder de compra utilizam desse poder para tentar promover mudanças institucionais ou de mercados relacionadas a sustentabilidade, justiça, imparcialidade e questões relacionadas ao bem estar dos cidadãos (Micheletti, 2003; 2006).

Baseado em uma lógica de *buycott*, tal como o consumerismo verde, o consumerismo político é problemático por alguns motivos: o primeiro deles é o fato de essa perspectiva simplificar realidades outras nas quais promover mudanças institucionais ou em mercados é mais complexo do que simplesmente tentar resolver essas questões com o poder de compra (de um indivíduo ou de grupos orientados). Recorrentemente, organizações públicas ou privadas percebem a demanda de consumidores como uma oportunidade e não promovem mudanças sociais ou sequer são aliados de algumas reivindicações sociais. Neste caso, alguns exemplos são as organizações que fazem *diversity washing* (Baker et al., 2022) e

racial no sancionar oficialmente a presença de venenos e poluentes que ameaçam as vidas nas comunidades de cor. E discriminação racial é excluir as pessoas de cor, historicamente, dos principais grupos ambientalistas, dos comitês de decisão, das comissões e das instâncias regulamentadoras. (Chavis, 1993, p. 3)

não agem, efetivamente, para promover a diversidade nos mercados dos quais fazem parte. Assim, essa perspectiva se apropria de movimentos sociais que vieram antes sem dar o devido crédito (Faria & Hemais, 2021).

O segundo ponto intrincado dessa perspectiva é o fato de ela alimentar a ideia de que um sujeito com poder de compra detém agência para mudar mercados e práticas institucionais (Faria & Hemais, 2021). Conforme salientado por Wheeler (2012), nem todo sujeito (ou grupo) com potencial para promover mudanças políticas utiliza do seu poder de compra para este fim, e nem todo sujeito (ou grupo) sem poder de compra é passivo diante das demandas sociais ou na busca de um mercado mais justo.

Faria e Hemais (2021) nomeiam essas perspectivas – que visam reorientar a concepção do consumidor de um sujeito passivo para um agente ativo – capazes de promover mudanças políticas de New Global Consumerism (NGC). Essa nova narrativa universalista a respeito do consumerismo é baseada em historiografias pós-modernas que se apropriam das reivindicações de grupos (de múltiplas culturas transmodernas) vitimados pela própria história. Ao se apropriar de potenciais emancipatórios de culturas transmodernas que vão de encontro com os ideais neoliberais, essa nova história do consumerismo continua a negar a face racialista do capitalismo e a promover desigualdades (Faria & Hemais, 2021).

Deste modo, a ideia de um cidadão que se transforma em consumidor, ou de um consumidor-cidadão, criado a partir do modelo neoliberal de sociedade é passível de questionamentos quanto ao seu alcance, pois exclui da arena pública, os indivíduos com menor poder de compra e não fornece a cidadania plena a quem pode comprar. Parafraseando Santos (2011, p. 118), “o consumidor não é o cidadão”.

A despeito de existir um mito de soberania, o consumidor é um indivíduo limitado na medida em que aceita respostas setoriais para as suas demandas, não tem direitos com relação ao debate sobre suas ações e possui um alcance parcial de suas satisfações. O cidadão é multidimensional “cada dimensão se articula com as demais na procura de um sentido para a vida. Isso é o que dele faz o indivíduo em busca do futuro, a partir de uma concepção de mundo” (Santos, 2011, p. 118). O cidadão nasce a partir de uma consciência de um humanismo verdadeiro que transcende a opressão de viver em função do consumo, que vise alcançar as aspirações da sociedade e que objetiva a libertação do homem (Santos, 2011).

2.1.3

Indo além das lógicas de consumo

Os conceitos de consumerismo trazidos à discussão neste capítulo, conhecidos também como consumerismo capitalista (Hemais et al., 2024), apresentam algumas limitações. Este modelo de consumerismo desconsidera que as demandas e o escopo de consumidores do Norte Global são diferentes das demandas de consumidores de diversos contextos no Sul Global. No Sul Global, as agendas de reivindicações dos movimentos de consumidores estão relacionadas e interessadas em modelos mais amplos de promoção de direitos, que satisfaçam as necessidades mais básicas dos indivíduos enquanto humanos. Os modelos adotados por organizações internacionais de proteção dos consumidores, como *International Organization of Consumers Union (IOCU)* – atual *International Consumer (IC)* – centram-se em demandas ocidentais individualistas (Hilton, 2009).

Em segundo lugar, o conceito de consumerismo, tal como elaborado pela literatura clássica de marketing, é insuficiente pois o ato de consumir não deveria ser balizador para as manifestações decorrentes das relações de troca no mercado (Harris & Carman, 1983). O fato de os mercados não serem perfeitos leva à existência de falhas de mercado (Harris & Carman, 1983) e de consequências sociais dos mercados (Nason, 1989) que atingem os participantes de uma troca ou, ainda, indivíduos que não participam de tal troca. Quando atingem terceiros, tais consequências são chamadas de externalidades, que podem ser positivas ou negativas (Callon, 1998).

Surge uma questão conceitual relevante: como classificar os grupos que, mesmo sem participar diretamente de relações de troca, são afetados por suas externalidades negativas e buscam reparação pelos danos causados? A categoria "consumidores" mostra-se insuficiente para abarcar essa realidade, pois muitos dos que sofrem as consequências não estabeleceram qualquer relação comercial. Ainda assim, esses grupos também desenvolvem estratégias de defesa contra tais impactos

Além disso, se o consumerismo parte, necessariamente, de uma lógica de consumo, esta definição de ativismo é incapaz de representar manifestações de grupos sociais que não estão comprometidos com a manutenção de um sistema

neoliberal, ainda que se utilizem das ferramentas desse sistema como estratégia de sobrevivência.

Em terceiro lugar, tais teorizações acerca do consumerismo desconsideram sistematicamente a mobilização de grupos sociais que – ainda que não motivados por uma lógica exclusiva de consumo baseada em uma estrutura de mercado capitalista – traçavam estratégias para protegerem os seus respectivos coletivos de práticas que vilipendiassem os seus direitos como seres humanos. Um exemplo disso são algumas das cooperativas atuantes desde o século XIX que eram utilizadas como alternativas ao mercado capitalista (Hilton, 2012). Segundo Carreiro (2017), diante da exclusão na participação de movimentos de cooperativas de consumidores brancas ao final do século XIX e início do século XX, os cidadãos negros de origem estadunidense criaram suas próprias cooperativas para se defenderem das práticas segregacionistas do mercado que não os atendiam enquanto consumidores nem os empregavam (Carreiro, 2017).

A despeito de não ser reconhecido como um movimento de sucesso, tais cooperativas deixaram um legado para o ativismo negro naquele contexto. Possuíam as mesmas características de outras cooperativas, como: a adesão voluntária; não possuírem fins lucrativos; administração coletiva do negócio; reinvestimento de capital excedente ou distribuição proporcional aos membros de acordo com suas compras; ausência de política de crédito; uma componente educativa; e cooperação entre cooperativas. O que diferenciava essas cooperativas dos demais ativismos do consumidor era o fato de que essas cooperativas de consumidores negros fomentavam a auto-segregação uma vez que somente apoiavam donos de negócios negros, a fim de que estes empregassem funcionários negros, e que isso retornasse como benefícios aos consumidores negros (Carreiro, 2017).

Um segundo exemplo que pode ser reconhecido como uma forma alternativa ao consumerismo capitalista é a proposta de consumerismo transmoderno, apresentado por Hemais et al. (2024). Os autores identificaram este tipo de consumerismo a partir do projeto educacional transmoderno de defesa contra a opressão da Escola Nacional Florestan Fernandes. A partir dele, os autores reconhecem que embora ocorra dentro da modernidade, e compreenda o modelo moderno de consumerismo, o consumerismo transmoderno transcende o primeiro na medida em que as práticas deste projeto educacional são conduzidas com a

finalidade de transformar indivíduos oprimidos em sujeitos capazes de transcender essa situação e lutarem por condições dignas, não somente para si, mas também para seu entorno (Hemais et al. 2024).

Neste estudo, apresento uma perspectiva alinhada a uma lente onto-epistemológica decolonial, uma vez que pretendo compreender as estratégias de autopreservação de grupos de mulheres socialmente marginalizadas no contexto brasileiro. Não seria conveniente, portanto, reduzir tais manifestações à definição de consumerismo, porque as motivações das ações desses grupos ultrapassam os limites deste conceito.

No item 2.3, explico como as sociedades supremacistas brancas racializaram as cidades e subtraíram – os já precarizados – direitos de pessoas racializadas (Gordon, 2023). A lógica é a mesma que explicada por Santos (2011): populações marginalizadas são relegadas às periferias sem direitos a serviços sociais básicos, como transporte adequado, saneamento digno e direito ao entorno – como o meio ambiente, à paisagem, à cidade, aos espaços públicos, à privacidade. “Quem não pode pagar pelo estádio, pela piscina, pela montanha e o ar puro, pela água, fica excluído do gozo desses bens, que deveriam ser públicos, porque essenciais” (Santos, 2011, p. 125). A esse respeito, o consumerismo, apesar de suas contradições, poderia ser evocado, mas ainda assim seria limitado devido ao que transcende o consumo: a humanidade dessas pessoas.

Diante da proposta deste trabalho, é preciso reconhecer o cerne de tamanha precariedade no fornecimento de tais serviços. O passado colonial do Brasil se faz presente na medida em que comunidades racializadas sobrevivem a um projeto avassalador de promoção de desigualdades, que impede a ascensão social e o direito de existência digna dessas pessoas (Nascimento, 2016; Gordon, 2023). Ao reconhecer essa particularidade reforço meu comprometimento, enquanto pesquisadora, de evitar produzir invisibilidades epistêmicas (Gordon, 2023).

A abordagem que objetivo desenvolver neste estudo parte de uma lógica de defesa de indivíduos por melhores condições de vida em uma sociedade de valores supremacistas brancos. A despeito de esta perspectiva englobar práticas de defesa do consumidor, a conjuntura histórica, política e social, que reflete a realidade desses grupos, na contemporaneidade, faz com que ela transcenda o consumo, pois tais grupos precisam mais de dignidade do que de ópios e mitologias de consumo

que cumpram com o roteiro neoliberal de manutenção de vulnerabilidades (Santos, 2011).

Portanto, entender que o consumerismo não é um conceito universalizante para todo e qualquer contexto além das fronteiras do Norte Global faz parte de um projeto maior que visa contribuir para que a área do marketing supere a objetividade da razão universal eurocêntrica (Lander, 2005) e dê espaço para perspectivas pluralistas de diferentes tradições disciplinares.

Assim, embora o conceito de consumerismo tenha surgido como resposta a abusos do mercado, sua consolidação no campo do marketing esteve ancorada em pressupostos eurocêntricos e neoliberais (Day & Aaker, 1970; Kotler, 1972; Hilton, 2009). Tal construção limita-se a uma compreensão individualista do sujeito consumidor, sem considerar as desigualdades estruturais e históricas que atravessam contextos pós-coloniais como o brasileiro. Ao não problematizar raça, gênero e território, o consumerismo acaba por invisibilizar experiências de sujeitos subalternizados. Esse limite aponta para a necessidade de perspectivas críticas que questionem os fundamentos coloniais do conceito, conduzindo à reflexões pautadas pelo feminismo negro brasileiro e amefricano, uma vez que este se apresenta como uma das expressões mais consistentes da prática decolonial.

2.2.

Mulher Negra brasileira: uma resistência amefricana

“Quem traz na pele essa marca possui a estranha mania de ter fé na vida”

Milton Nascimento – Maria Maria

Mulheres negras brasileiras têm suas trajetórias marcadas por diversas dinâmicas de opressão. São as que recebem os menores rendimentos médios pelo trabalho exercido e estão entre a maioria em trabalhos informais (Feijó, 2022), são minorias em cargos de liderança nas organizações (Castro, 2024), são as mais atingidas pelas injustiças climáticas (Nzinga, 2023) e são as que mais sofrem violências obstétricas (Leal et al., 2017) e feminicídios (Gomes, 2022).

Este quadro de opressões generalizadas não emergiu, portanto, de maneira instantânea, mas como o reflexo de uma construção cultural cisheteropatriarcal, racista, que subjogou mulheres não-brancas desde a expansão colonial europeia. O

cristianismo foi cúmplice deste modelo de sociedade, uma vez que utilizou de seus dogmas e missões civilizatórias para determinar quem era humano ou não-humano. E, nessa designação, mulheres e homens colonizados eram animalizados e percebidos como selvagens (Lugones, 2014).

O sistema colonial de gênero disseminou uma lógica opressiva que vingou devido às dicotomias hierárquicas da modernidade que estabeleciam que homens brancos burgueses eram os seres humanos por excelência, aqueles dotados de razão, inteligência, capacidade de agir e ter vida política ativa. A mulher branca burguesa, apesar de ser percebida como civilizada, era reconhecida como mera reprodutora da raça e do capital, que deveria servir ao homem burguês. O homem racializado era visto como um macho da sua espécie, um selvagem, cujas representações variavam de hiper sexualizações ou feminilizações (como forma de humilhação desses homens). Além disso, enquanto seres desprovidos de humanidade, homens e mulheres colonizados eram condenados ao trabalho forçado. O que diferenciava homens colonizados de mulheres colonizadas é que estas, além de desumanizadas, eram representadas como possuídas por satanás – ou comparadas ao próprio (Lugones, 2014).

A explanação dessa hierarquização colonial se faz necessária aqui, uma vez que ela ilustra como todo esse sistema cultural foi construído para viabilizar que violências e perversidades de todo o tipo pudessem ser cometidas com mulheres racializadas no período colonial, desde violações sexuais até vilipêndios de cadáveres (Lugones, 2014). No entanto, ainda que o período colonial tenha findado, os efeitos do mesmo permanecem latentes na sociedade brasileira contemporânea sob a forma da colonialidade de gênero. Seus efeitos vão desde a hipersexualização de mulheres racializadas, tratando-as como um “produto de exportação” (Gonzalez, 2020b, p. 239) – ou seja, um objeto a ser usado por outrem – até a dificuldade sistemática de mobilidade social deste grupo (Castro, 2024; Feijó, 2022; Nzinga, 2023) e violências generalizadas (Gomes, 2022; Leal et al., 2017).

A despeito de ser um grupo vulnerabilizado na sociedade brasileira, as mulheres Negras possuem uma longa tradição de ativismo pela vida. Um exemplo disso é a existência de confrarias afro-religiosas de mulheres Negras alforriadas, como a Irmandade da Boa Morte, que atuava desde o início do século XIX realizando trocas comerciais – de joias a quitutes – para comprar alforrias de irmãos escravizados (Machado, 2013). Uma vez que o presente estudo se propõe a analisar

práticas de mulheres amefricanas brasileiras contra as opressões que sofrem em seu território, interpretar este fenômeno priorizando as perspectivas de feministas Negras brasileiras é a maneira mais adequada de fazê-lo pois evita distorções coloniais sobre essa realidade.

2.2.1

Feminismo negro brasileiro

Entendo o feminismo negro brasileiro como uma importante forma de decolonização feminista, uma vez que suas principais autoras e ativistas – como Lélia Gonzalez, Sueli Carneiro, Beatriz Nascimento e Carla Akotirene – buscam, nas suas contribuições, confrontar o sistema colonial de gênero que sujeita não somente mulheres racializadas, mas também outras possibilidades de existências e organizações sociais.

Realizar este movimento epistêmico não afasta esta pesquisa do pensamento de feministas Negras norte americanas, tais como Angela Davis, Audre Lorde, bell hooks e Patricia Hill Collins, pois “antes de serem estadunidenses, as feministas são negras e refletem experiências pós-coloniais nas águas atlânticas como nós, suas irmãs de barco, noutra América” (Akotirene, 2019, p. 32) e a esse respeito têm muito a contribuir para a presente pesquisa. Outrossim, a despeito de os contextos específicos moldarem a forma como as opressões ocorrem, os escritos de resistência dessas mulheres são reciprocamente emancipatórios e produzem diálogos horizontais, éticos e pertinentes para este estudo. Reconhecer a trajetória e a contribuição das autoras supracitadas não significa assumir uma postura de dependência epistemológica.

O feminismo negro brasileiro, representado por intelectuais como Lélia Gonzalez, Beatriz Nascimento, Sueli Carneiro e Carla Akotirene, produziu contribuições que não somente inspiraram, como também formaram as bases para a realização desta pesquisa. Os saberes advindos dessas mulheres, alinhados à sensibilidade analítica da interseccionalidade, fornecem os subsídios para compreender o problema apresentado. As histórias de vida dessas intelectuais foram interceptadas pelas consequências de serem mulheres e negras no Brasil e essas

experiências refletiram em seus escritos, muitas vezes em formato de *escrevivências*⁶.

Em entrevista ao semanário *Pasquim* em 1986, Gonzalez revelou que, quando criança, trabalhou como babá na casa de uma família abastada: “Teve um diretor do Flamengo que queria que eu fosse pra casa dele ser uma empregadinha, daquelas que viram cria da casa. Eu reagi muito contra isso então o pessoal terminou me trazendo para casa” (Gonzalez, 2020e, p. 319). Anos mais tarde, esta intelectual utilizava seus ensaios acadêmicos e intervenções para denunciar como a exclusão e a exploração da mulher negra brasileira ocorria em função dos seus “lugares naturais” de “doméstica” e “mulata” (Gonzalez, 2020f, p. 44). Na perspectiva da autora, este tipo de discriminação se trata de racismo cultural, no qual o imaginário coletivo interpreta como corriqueiro que mulheres negras ocupem esses lugares. Este estereótipo racista possibilitou que um homem adulto enxergasse uma menina negra como uma babá capaz de zelar por seus filhos, mas não como uma criança com direito à infância. Permitiu também que, anos mais tarde, Lélia fosse confundida, diversas vezes, como doméstica da própria casa (Rios & Ratts, 2016).

Gonzalez (2020e) expunha como o racismo cultural se fazia presente em alguns círculos feministas que negligenciavam as demandas políticas de mulheres negras, e conseqüentemente, reproduziam os mecanismos da ideologia do branqueamento e do mito da democracia racial. Isso foi possível porque as mulheres que compunham estes grupos partiam de um pressuposto universalizante, brancocêntrico e monolítico de mulher. Isto é, de um feminismo ocidental (Mohanty, 2016) ou de um feminismo clássico, cujo discurso desconhece a diferença qualitativa que as conseqüências dessas opressões tiveram para a identidade feminina das mulheres negras (Carneiro, 2003).

A esse respeito, a pensadora e ativista contemporânea Sueli Carneiro tem muito a contribuir para a presente análise. Carneiro também experienciou situações de discriminação variadas em sua vida, desde a desclassificação no emprego – a despeito da melhor colocação no processo seletivo – por não ter “boa aparência”, até a rejeição dos ex-sogros não por ela não ser judia, mas pelo adendo de ser negra.

6 *Escrevivência* ocorre quando “o ato de escrever se dá profundamente cúmplice com a vivência de quem narra, de quem escreve; mas, ao mesmo tempo em que o sujeito da escrita apresenta em seu texto a história do outro, também pertencente à sua coletividade” (Evaristo, 2020, p. 18)

A intelectual vivenciou a criminalização dos movimentos Negros nos “anos de chumbo” da ditadura militar, absorveu com voracidade toda a resistência dos festivais de música, do movimento *black power*, das lutas de libertação africana e, com isso, passou a engajar-se politicamente. Assimilou também as ideias de Gonzalez, fato que influenciou Carneiro a atuar politicamente em prol das mulheres negras (Santana, 2021).

Carneiro teve participação ativa na elaboração do primeiro estudo do país a desagregar indicadores sociais de raça, classe e gênero e a expor as desigualdades entre mulheres brancas e negras no país. A produção do volume *Mulher negra: política governamental e a mulher* foi determinante para a institucionalização da Comissão para Assuntos da Mulher Negra no Conselho Estadual da Condição Feminina de São Paulo. Em 1988, criou, junto a outras ativistas Negras, o *Geledés – Instituto da Mulher Negra*, uma ONG que representa um sujeito político que tem a finalidade de enfrentar problemas sociais relacionados ao racismo e ao gênero (Santana, 2021).

Uma vez que a trajetória de Carneiro foi marcada pelo enfrentamento político às opressões sofridas por mulheres negras, sua produção acadêmica não foi diferente. Preocupada, sobretudo, com a capacidade de formular políticas públicas adequadas para a população negra feminina, Carneiro (2003) propõe “enegrecer o feminismo”:

Enegrecer o movimento feminista brasileiro tem significado, concretamente, demarcar e instituir na agenda do movimento de mulheres o peso que a questão racial tem na configuração, por exemplo, das políticas demográficas, na caracterização da questão da violência contra a mulher pela introdução do conceito de violência racial como aspecto determinante das formas de violência sofridas por metade da população feminina do país que não é branca; introduzir a discussão sobre as doenças étnicas/raciais ou as doenças com maior incidência sobre a população negra como questões fundamentais na formulação de políticas públicas na área de saúde; instituir a crítica aos mecanismos de seleção no mercado de trabalho como a “boa aparência”, que mantém as desigualdades e os privilégios entre as mulheres brancas e negras.

O “enegrecimento do feminismo” ressalta a importância de um movimento feminista antirracista – uma vez que o racismo hierarquiza a leitura sobre gênero (Carneiro, 2003). “Enegrecer o feminismo” significa incluir corpos, ideias e pautas negras no movimento feminista no Brasil.

A intelectual e quilombola Beatriz Nascimento foi outra autora importante uma vez que foi pioneira nos estudos sobre sociedades quilombolas como organizações de resistência cultural afro-brasileira. A autora expande o conceito de

quilombo para além de uma determinação física e territorial, pois, segundo Nascimento (2018), este termo passa a ter uma conotação ideológica e doutrinária no sentido de agregar indivíduos engajados em lutar por melhores condições de vida.

A historiadora forneceu também uma análise histórica sobre a condição da mulher negra brasileira na contemporaneidade. Nascimento (2018) expõe que a “herança escravocrata” sofre uma continuidade no que diz respeito à mulher negra” (Nascimento, 2018, p. 82) e isso se reflete nas posições ocupadas pelas mesmas no mercado de trabalho e pela forma como são persistentemente sexualizadas. Segundo a autora, os papéis sociais exercidos desde o período colonial foram cristalizados para mulheres negras. Deste modo, elas continuaram sendo percebidas como produtoras em tempo integral, e ocupando as posições mais baixas nos postos de trabalho, o que dificultou a mobilidade social deste grupo (Nascimento, 2018).

Para além disso, a autora explana que a dominação sexual sofrida por este grupo até hoje também reflete o período colonial na qual mulheres negras eram obrigadas a servir – leia-se, serem estupradas – por seus senhores. Além disso, a autora acrescenta que mulheres negras foram socialmente construídas como uma antítese das mulheres brancas. Assim, enquanto mulheres brancas eram descritas como delicadas, ociosas e frágeis, mulheres negras eram resistentes, produtoras e fortes.

As feministas negras citadas neste estudo, até então, são de uma geração anterior ao conceito de interseccionalidade, e todas elas produziram conhecimentos e atuaram como teóricas e ativistas *avant la lettre*, uma vez que empregaram a “sensibilidade analítica” da interseccionalidade (Akotirene, 2019, p. 18) em suas interpretações sem que o termo tivesse sido cunhado.

Ao interpretar as condições sociais da mulher racializada no Brasil, considerando as estruturas de opressão do racismo, da xenofobia, do sexismo, do elitismo e da colonialidade, Gonzalez (2020a; 2020b; 2020c; 2020d; 2020e) demonstrou, por meio de suas análises e denúncias, como essas estruturas de poder e opressão relacionadas e intrincadas não somente dificultavam a ascensão social e econômica de mulheres negras como as submetia à violência cotidiana por meio da exploração econômica e da opressão racial (Gonzalez, 2020c). Carneiro se antecipou à interseccionalidade por meio de seu papel ativo na promoção de estudos que subsidiassem políticas públicas para mulheres negras, uma vez que ela tinha

compreendido que este grupo era vulnerabilizado pelo racismo e sexismo concomitantemente (Santana, 2021). E, por fim, Nascimento (2018) percebeu que existiam diferenças históricas que implicavam em piores condições de vida para mulheres negras, e essas diferenças históricas não estavam apenas relacionadas ao fato de serem mulheres, mas também pela condição da negritude, e do que esta negritude representava na sociedade brasileira.

Dessa forma, ao explicitar como a colonialidade de gênero (Lugones, 2014) e o racismo cultural (Gonzalez, 2020b) estruturaram historicamente as vidas de mulheres negras brasileiras, procuro evidenciar também a limitação do conceito hegemônico de consumerismo, que pressupõe sujeitos universais e ignora desigualdades interseccionais. As mulheres negras nunca ocuparam, em condições de equidade, o lugar de consumidoras cidadãs, pois foram sistematicamente mercantilizadas, exploradas e invisibilizadas. Suas trajetórias de resistência – que vão das irmandades religiosas às organizações comunitárias contemporâneas – apontam para formas alternativas de defesa da vida e de exercício da cidadania que desestabilizam a noção liberal de consumidor soberano.

Nesse sentido, compreender o feminismo negro brasileiro como uma prática de decolonialidade significa também propor um deslocamento epistemológico: pensar um consumerismo outro, fundado em experiências amefricanas e feministas negras. Para avançar nessa análise, o próximo tópico versará sobre a interseccionalidade enquanto ferramenta conceitual e metodológica capaz de revelar como as múltiplas opressões se entrecruzam e moldam as práticas dessas mulheres em seus territórios.

2.2.2

A interseccionalidade: uma sensibilidade analítica

A interseccionalidade é um termo que recebeu, nos primeiros anos do século XXI, grande espaço nos debates acadêmicos, ativistas, jurídicos e sociais. Embora a expressão tenha surgido nos escritos da advogada, intelectual e ativista afro-americana Kimberlé Crenshaw (1989)⁷, as premissas da interseccionalidade já

⁷ Neste artigo de 1989, Crenshaw demonstra como as estruturas de raça e gênero interagem e moldam as experiências laborativas de mulheres negras no contexto norte-americano.

tinham sido exploradas anteriormente por mulheres influentes de diferentes contextos históricos e culturais. Ainda no século XIX, via-se tais discussões nos ativismos de Sojourner Truth e Savitribai Phule (Collins & Bilge, 2021).

Sojourner Truth, pioneira do feminismo negro norte americano, foi eternizada pelo seu assertivo discurso “E eu não sou uma mulher?” durante a Convenção dos Direitos das Mulheres em Ohio, no ano de 1851. Truth (2014) sistematizou em sua fala como as estruturas do racismo, capitalismo e cisheteropatriarcado influíam sobre sua experiência de vida enquanto mulher negra:

Aqueles homens ali dizem que as mulheres precisam de ajuda para subir em carruagens, e devem ser carregadas para atravessar valas, e que merecem o melhor lugar onde quer que estejam. Ninguém jamais me ajudou a subir em carruagens, ou a saltar sobre poças de lama, e nunca me ofereceram melhor lugar algum! E não sou uma mulher? (...) Eu pari treze filhos e vi a maioria deles ser vendida para a escravidão, e quando eu clamei com a minha dor de mãe, ninguém a não ser Jesus me ouviu! E não sou uma mulher? (Truth, 2014)

O discurso de Truth (2014) aponta para o fato de ela ser negra antes mesmo de ser considerada mulher, porque, diferentemente das mulheres brancas, ela nunca teve ajuda para subir em carruagens, não teve direitos sobre os próprios filhos e sempre trabalhou tanto quanto qualquer homem.

Na Índia, a ativista social dalit Savitribai Phule (1831-1897) dedicou sua vida à atuação política contra categorias interseccionais da divisão social – como classe, divisão por castas, gênero, religião e etnia – que existiam naquele contexto (Collins & Bilge, 2021). O fato de Phule ter promovido diversas ações para resolver problemas de desigualdade que acometiam diferentes grupos desprovidos de direitos – como viúvas grávidas, pobres, muçulmanos, autóctones, classe trabalhadora e populações rurais –, demonstra o quanto esta ativista tinha consciência política sobre a necessidade de todas as opressões serem combatidas simultaneamente.

Uma das primeiras definições de interseccionalidade emergiu nas ciências jurídicas, área de atuação de Crenshaw, para anunciar uma metodologia que tivesse o potencial de lidar com causas e consequências das violações de direitos de mulheres racializadas e de outros grupos marcados por múltiplas opressões:

A interseccionalidade é uma conceituação do problema que busca capturar as consequências estruturais e dinâmicas da interação entre dois ou mais eixos da subordinação. Ela trata especificamente da forma pela qual o racismo, o

patriarcalismo, a opressão de classe e outros sistemas discriminatórios criam desigualdades básicas que estruturam as posições relativas de mulheres, raças, etnias, classes e outras. Além disso, a interseccionalidade trata - da forma como ações e políticas específicas geram opressões que fluem ao longo de tais eixos, constituindo aspectos dinâmicos ou ativos do desempoderamento (Crenshaw, 2002, p. 177).

Para elucidar a definição acima, a autora utilizou uma analogia, na qual os eixos de poder – associados a raça, etnia, gênero e classe – estruturantes dos terrenos sociais, econômicos e políticos, são considerados ruas. Os carros e o tráfego representam a discriminação ativa, que são as políticas e práticas que excluem os indivíduos. Os eixos de poder (ruas) são formados por séculos de políticas e práticas discriminatórias (tráfego e veículos). Essas vias eventualmente formarão intersecções, mais ou menos complexas, onde esses eixos se sobrepõem (Crenshaw, 2002; 2004). Deste modo, o modelo de Crenshaw (2002, 2004) sugere que o sujeito localizado no “cruzamento” de duas ou mais “ruas” estaria mais propenso a ser atingido por esses fluxos. Estes fluxos são a parte ativa do modelo, aquela que afeta os que estão na intersecção. Neste cenário, uma mulher negra, por exemplo, teria sua experiência afetada pois estaria suscetível a ser acometida por discriminações específicas contra mulheres interseccionais, discriminações combinadas de raça e gênero e subordinações estruturais (Crenshaw, 2004).

Para Crenshaw (2004), a discriminação específica é aquela que afeta grupos interseccionais, como, por exemplo, o fato de em algumas culturas, como a brasileira, mulheres negras serem lidas socialmente como sexualmente disponíveis ou para o trabalho, como expressa um infeliz ditado popular brasileiro herdado do período colonial: “Branca para casar, mulata para f..., negra para trabalhar” (Freyre, 2000, p. 36).

Essa mentalidade, que ainda permeia o imaginário social brasileiro, faz com que esse grupo seja destituído de sua humanidade e tornando-o alvo da superexploração econômica e sexual (Gonzalez, 2020d). As discriminações combinadas, para este mesmo grupo, seriam aquelas provenientes da combinação da discriminação racial e de gênero (Crenshaw, 2004). Um exemplo deste tipo de discriminação seriam vagas de emprego que promovem dupla discriminação: quando contratam negros, são para cargos destinados a homens, e quando contratam mulheres são majoritariamente brancas e para os postos de trabalho das seções administrativas. Este cenário foi descrito por Crenshaw (2004) sobre o processo

movido pela empresa De Graffen Reed contra a General Motors, no qual mulheres negras alegavam discriminação da empresa que se recusava a contratá-las. E, por fim, as subordinações estruturais não se tratam de discriminações ativas, mas de políticas públicas que, quando implementadas, afetam particularmente grupos historicamente marginalizados. Nestes casos, os grupos afetados enfrentam a deterioração das condições de vida devido à confluência de gênero, classe, globalização e raça.

Em vista disso, fica evidenciado que, na perspectiva de Crenshaw (2004), o sujeito situado nas “encruzilhadas” interseccionais pode ser acometido de variadas maneiras, não obstante este estudo não pretende se ater a tais definições ou categorizações das formas de opressão. Apesar dos esforços teóricos empreendidos por Crenshaw (2004), coadunado com Collins e Bilge (2021) quando apontam que definições herméticas podem ser hierarquizantes e, talvez, limitantes da criatividade para o desenvolvimento da interseccionalidade em contextos outros.

Portanto, Collins e Bilge (2021, p. 15-16) fornecem uma síntese, até o presente momento, adequada para o termo:

A interseccionalidade investiga como as relações interseccionais de poder influenciam as relações sociais em sociedades marcadas pela diversidade, bem como as experiências individuais cotidianas. Como ferramenta analítica, a interseccionalidade considera que as categorias de raça, classe, gênero, sexualidade, nacionalidade, capacidade, etnia e faixa etária – entre outras – são inter-relacionadas e se afetam mutuamente. A interseccionalidade é uma forma de entender e explicar a complexidade do mundo, das pessoas e das experiências humanas.

Uma vez que a interseccionalidade tem sido recorrentemente evocada pelos mais diversos atores sociais – como ativistas, lideranças, influenciadores digitais, teóricos, docentes e estudantes –, de diferentes partes do mundo, é esperado que existam definições variadas e antagônicas em relação à própria gênese do termo. Conquanto, Collins e Bilge (2021), cientes de que este é um termo em desenvolvimento, forneceram uma definição útil, porém não definitiva, ampla e flexível o suficiente para incorporar a diversidade dentro do termo, e, conseqüentemente, estimular a criatividade e o desenvolvimento da interseccionalidade.

Assim, a interseccionalidade desponta como uma ferramenta analítica apropriada não apenas para analisar como relações de poder interseccionais moldam e produzem desigualdades sociais, mas também para transformar

realidades a partir do comprometimento com um *ethos* de justiça social. Isso implica transformar investigações em práxis críticas (Collins & Bilge, 2021). As autoras avaliam, inclusive, que há uma saturação de pesquisas interseccionais que apenas analisam desigualdades sociais, mas que não propõem resoluções para estes problemas, deixando essa responsabilidade a encargo de pesquisas futuras. Este tipo de proposição poderia contribuir para a diminuição de violências epistêmicas (Pérez, 2019) eventualmente provocadas por essas pesquisas.

Outrossim, uma vez que contextos históricos, políticos e intelectuais particulares moldam a investigação e a práxis da interseccionalidade, é importante pensar e desenvolvê-la de maneira específica a cada contexto (Collins & Bilge, 2021), pois “a interseccionalidade exige orientação geopolítica” (Akotirene, 2019, p. 31). Assim, ainda que a interseccionalidade seja um conceito cunhado pelas bases da teoria crítica da raça, fomentado por saberes periféricos do lado sul-nortista, e, portanto, sob o controle dos mesmos sistemas supremacistas-imperialistas de difusão do conhecimento (Akotirene, 2019), devemos atentar para que não reproduzamos acriticamente tal conhecimento sem considerar saberes e práxis de resistência produzidos no Sul Global⁸. Em vista disso, é legítimo que grupos historicamente privados de direitos reivindiquem suas próprias versões de interseccionalidade para evitar reproduzir silenciamentos (Collins & Bilge, 2021).

Segundo Akotirene (2019), o uso da interseccionalidade por intelectuais negras deslocadas de seu lugar epistêmico produz silenciamentos dos significados inscritos nos corpos das fêmeas posicionadas no mundo. Isso significa que adotar acriticamente agendas do feminismo ocidental não resolve os problemas particulares de cada contexto. Ademais, quando a interseccionalidade é usada em projetos descomprometidos com a complexidade analítica decolonial ocorre a reprodução por atacado das práticas salvacionistas do feminismo ocidental.

Algumas formas de etnocentrismo do feminismo ocidental consistem em: 1) assumir que mulheres fazem parte de um grupo homogêneo em interesses e contradições, desconsiderando as diferenças étnico-raciais, de classe e considerando o patriarcado universal; 2) usar acriticamente metodologias ditas

⁸ O termo Sul Global utilizado aqui tem uma designação epistemológica. Se refere, portanto, à uma perspectiva contra hegemônica da lógica ocidental, moderna e capitalista de mundo. É um termo que designa uma identidade subalterna que busca formas de existência diferentes das da modernidade neoliberal (Ballestrin, 2020).

universais ou transculturais; e 3) produzir imagens pejorativas estereotipadas de mulheres do Terceiro Mundo, promovendo a manutenção de contradições binárias ocidentais - que não farão sentido em qualquer contexto (Mohanty, 1984). Portanto, aderir a estes pressupostos significa acatar representações equivocadas e monolíticas que feministas ocidentais tentam imputar às mulheres do Sul Global, e, sobretudo, fazer coro com a violência colonial.

Neste sentido, Akotirene (2019) ressalta a importância de adotar o Atlântico como *locus* de opressões cruzadas, pois foi neste território em que se iniciou uma história nas quais vidas, culturas, formas de ser e de existir no mundo foram traficadas, e é por meio desta estratégia que se pretende resgatar discursos historicamente silenciados:

Às feministas negras não resta alternativa intelectual senão a de abarcar o transatlântico e dar sentidos, além da cosmovisão colonial, às relações de poder reconfiguradas pela modernidade, imbricadas e postas à apreciação analítica da teoria interseccional. (Akotirene, 2019, p. 40)

A proposta de Akotirene (2019) vai ao encontro do que propunha Gonzalez (2020g) com o uso da categoria político cultural da *amefricanidade*, que seria um sistema étnico-geográfico para designar o continente que abrigou toda uma descendência de africanos trazidos forçadamente pelo tráfico negreiro, mas também os que vieram antes dos invasores europeus. A *amefricanidade*, para além do caráter geográfico, “incorpora todo um processo histórico de intensa dinâmica cultural (adaptação, resistência, reinterpretação e criação de novas formas) que é afrocentrada” (Gonzalez, 2020g, p. 135).

Deste modo, adotar o Atlântico como *locus* na utilização da ferramenta analítica da interseccionalidade consiste em valorizar o pensamento de *amefricanas* comprometidas a abandonar reproduções de conhecimentos imperialistas. E uma das grandes expoentes neste quesito foi Gonzalez.

Conforme mencionado anteriormente, Gonzalez (2020a) se antecipou à sensibilidade analítica da interseccionalidade pois além de articular as múltiplas opressões – racismo, sexismo e exploração capitalista – que acometiam mulheres negras, também ressaltou o caráter mútuo e interrelacionado desses eixos de poder (Collins & Bilge, 2021). Nas suas palavras: “ser negra e mulher no Brasil, repetimos, é ser objeto de tripla discriminação, uma vez que os estereótipos gerados pelo racismo e pelo sexismo a colocam no nível mais alto de opressão” (Gonzalez, 2020a, p. 58). Além disso, a autora deixava claro que essas formas de discriminação

não poderiam ser enfrentadas isoladamente (Gonzalez, 2020e), indo ao encontro com a premissa de que feminismos e antirracismos sem letramento de interseccionalidade reforçam a opressão combatida pelo outro (Akotirene, 2019). O ônus desta falta de letramento fica com as mulheres racializadas, que têm seus direitos humanos prejudicados.

Deste modo, este estudo compreende e utiliza a interseccionalidade como uma ferramenta analítica útil para analisar como as estruturas de opressão atuam sobre diferentes grupos e contextos. Feitos os devidos deslocamentos e contextualizações, para que não se produza silenciamentos de pontos de vistas (Collins & Bilge, 2021), essas análises são importantes e facilitadoras na promoção de políticas públicas para grupos historicamente discriminados, uma vez que revelam os “pontos cegos” da discriminação que a sociedade, como um todo, não consegue perceber.

Portanto, ao evidenciar a interseccionalidade como uma ferramenta analítica capaz de revelar as múltiplas formas de opressão que atravessam as vidas de mulheres negras, demonstro também seu potencial de inspirar práticas de resistência que não cabem nos limites do consumerismo hegemônico. Se este último parte de pressupostos universalizantes e eurocêtricos que desconsideram as especificidades da colonialidade de gênero e raça, o ativismo protagonizado por mulheres Negras propõe alternativas concretas de defesa da vida, ancoradas em experiências coletivas e em epistemologias do Sul Global. É justamente nesse entrecruzamento entre teoria e prática que se insere o próximo capítulo, dedicado a examinar como o ativismo dessas mulheres se constitui não apenas como estratégia de sobrevivência, mas também como forma de contestação e de produção de novos modos de existir que descolonizam a própria ideia de consumerismo.

2.3.

O ativismo de mulheres Negras: uma defesa alternativa ao consumerismo

*Brigar sutilmente por respeito
Brigar bravamente por respeito
Brigar por justiça e por respeito (pode
acreditar)*

Elza Soares – A carne

Conforme mencionado no item anterior, mulheres racializadas no contexto brasileiro vivenciam em suas realidades um legado de opressão e violências, que foram construídas a partir de um sistema social escravista (Sodré, 2023) e que permaneceram no tecido social e institucional brasileiro, ainda que o período colonial tenha chegado ao fim. Segundo Quijano (2000), o processo de colonização da América Latina produziu legado de colonialidade do poder, que se traduz como um modelo de poder moderno, eurocêntrico e capitalista baseado na hierarquização de seres humanos e na exploração do trabalho, dos recursos e produtos de outros povos.

O autor forneceu uma contribuição histórica sobre a indissociabilidade da racialização e da exploração capitalista como constitutiva desse sistema de poder. Embora sua contribuição tenha sido importante na medida em que destacou como o sistema capitalista foi construído a partir da formação de uma sociedade racista, a perspectiva do autor apresenta limitações às questões relacionadas ao gênero. Quijano (2000) detém uma concepção heterossexista da realidade, pois toma como dado o sistema de gênero euromoderno e entende questões relacionadas ao gênero como se limitadas ao acesso sexual às mulheres (Lugones, 2008).

A este respeito, María Lugones (2014) aprofunda, problematiza e complexifica o conceito de Quijano (2000), fornecendo acertadamente a perspectiva de colonialidade de gênero. A colonialidade de gênero se refere não somente à classificação dos povos em termos de colonialidade e gênero, mas também ao “processo e redução ativa das pessoas, a desumanização que as torna aptas para a classificação, o processo de sujeitificação e a investida de tornar o/a colonizado/a menos que seres humanos” (Lugones, 2014, p. 939). Deste modo, a situação de mulheres brasileiras racializadas é um reflexo de um passado colonial, que não somente as explorava sexualmente, como descreveu Quijano (2000), mas também as desumanizou e as classificou como inferiores (Lugones, 2014) diante da fabricação da ideia de raça.

A despeito de a construção social brasileira ter minado as chances de sobrevivência de pessoas negras, sobretudo das mulheres, as contribuições teóricas e políticas de ativistas e feministas Negras brasileiras apresentam-se como atitudes que nos permitem esperar dias melhores para toda uma população negligenciada pela “mão invisível” do mercado, no seu sentido mais literal, e pelo Estado. Nas

próximas subseções, descreverei a formação da ideia de raça, as invisibilidades produzidas pela modernidade e, em seguida, apresentarei o conceito de consciência Negra (Gordon, 2023) e sua relação com o feminismo negro.

2.3.1

A fabricação da raça e as invisibilidades euromodernas

A modernidade e o liberalismo construíram uma cultura ocidental baseada em discursos explicitamente raciais (Smith, 2018). A ideia de raça advém de *raza*, vocábulo de origem árabe usado para designar animais. Quando aplicado a seres humanos, era para descrever linhagens com uma conotação negativa. Os termos “mouro” e “judeu” são exemplos de linhagens vistas em termos pejorativos, uma vez que se afastavam do ideal cristão. Assim, “o conceito medieval de *raza* se converteu no conceito secular de raça. Como um dos alicerces da emergente antropologia do capitalismo, a raça tornou brancos os cristãos europeus e europeia a modernidade” (Gordon, 2023, p. 105).

Embora existam evidências históricas de outras formas de racismo em períodos pré-coloniais (Monsma, 2017), o racismo antinegro e anti-indígena praticado e experienciado no mundo moderno foi manufaturado pelas invasões coloniais euromodernas e pela inauguração do tráfico e escravização de seres humanos (Gordon, 2023). Antes desse episódio lamentável na história da humanidade, as etnias que viviam no continente africano não eram percebidas enquanto pessoas negras e nem os povos de Abya Yala⁹ se reconheciam como “indígenas”. Os povos do mundo entendiam-se a si mesmos por meio da língua que falavam, seus locais sagrados e sua terra natal. No entanto, assim como a “pandemia social” (Gordon, 2023, p. 23) do colonialismo criou a categoria da raça, ela criou também identidades racializadas para os muitos grupos étnicos de África, Abya Yala e Oceania, enquanto os vários grupos que habitam o atual continente europeu passaram a ser reconhecidos como brancos (Gordon, 2023).

⁹ Abya Yala é um termo utilizado pelos povos Kuna Tule (atual Panamá e Colômbia) para descrever as Américas antes da invasão colonial euromoderna. Abya Yala significa “terra em plena maturidade” (Gordon, 2023).

Nesta configuração, o indivíduo branco não se percebe como racializado, mas como a norma (Schucman, 2012) e, se for homem, como o ideal de ser humano (Lugones, 2014). O grupo social formado por tais indivíduos é dotado de uma consciência de pretensa superioridade – a qual chamamos de branquitude (Gordon, 2023) –, que produz e legitima violências raciais contra grupos sociais não-brancos, enquanto beneficia seus semelhantes, dando a eles e a seus descendentes privilégios materiais e simbólicos (Schucman, 2012). Um exemplo desses privilégios no contexto brasileiro foram as políticas de branqueamento racial¹⁰.

Assim, quando Gordon (2023) usa a metáfora da pandemia social para retratar o colonialismo euromoderno, o autor quis dizer que o distanciamento social entre pessoas brancas e racializadas sempre existiu nessa “pandemia”. Isso causou sintomas – como escravizações, genocídios, altas taxas de mortalidade, pobreza crônica, violências diárias e degradação espiritual – que refletiram experiências coletivas de sofrimento quarentemado às pessoas racializadas, sob a forma de invisibilidades. A formação de um sistema-mundo euromoderno de supremacia branca implicou no apagamento da humanidade de povos racializados e na consequente produção de invisibilidades, dentre elas, a invisibilidade racial, a indígena, a de gênero, a exotizada e a epistêmica (Gordon, 2023).

A invisibilidade racial corresponde ao fato de um ser humano não ser identificado como tal em virtude de ser percebido excessivamente como não pertencente a um determinado lugar. É uma “invisibilidade mediante hipervisibilidade – a situação de estar sobrando por não pertencer ao lugar – é uma causa da invisibilidade dos negros como seres humanos e da melancolia negra, uma forma especial de privação” (Gordon, 2023, p. 165). Em “Pele Negra, Máscaras Brancas”, o martinicano Franz Fanon relata episódio de ter sido apontado como um negro por uma criança em solo francês (Fanon, 2008). O espanto da criança e a classificação enquanto negro (não um ser humano) demarcam a invisibilidade racial experienciada pelo intelectual. Esse tipo de invisibilidade é vivenciado pela maioria das pessoas racializadas em sociedades supremacistas brancas. A invisibilidade racial é identificada por Grada Kilomba como políticas de espacialidade, nas quais

10 Como a Lei n. 108 de 11 de outubro de 1837, que visava atrair mão de obra estrangeira alternativa à mão de obra escravizada diante de pressões internas e externas pelo fim do tráfico negreiro. Um outro exemplo é a Lei n. 514 de 28 de outubro de 1848, na qual o império concedia terras a imigrantes europeus. Esta lei era vedada para escravizados.

pessoas brancas determinam quem faz parte de um local – ou nacionalidade – ou não (Kilomba, 2021).

A invisibilidade indígena ocorre ao relegar povos originários ao passado pré-colonial, como se pertencessem àquele tempo. Ocorre quando esses povos são tratados como inadequados ao presente, uma vez que a narrativa colonial os categoriza como “primitivos”, ultrapassados e sem expectativa de futuro (Gordon, 2023). A este respeito, é importante salientar que as ideias ocidentais a respeito do tempo reforçaram invisibilidades epistêmicas em torno dos saberes indígenas. Segundo Smith (2018, p. 72):

O ponto em que a sociedade se desloca do pré-histórico ao histórico é também o ponto em que a tradição rompe com o modernismo. Nessa perspectiva, o conhecimento tradicional indígena cessa quando ele entra em contato com sociedades ‘modernas’ que são o ocidente.

A invisibilidade de gênero ocorre mediante imposição do modelo hierárquico e dicotômico europeu de gênero (homem-mulher) sobre sociedades que, não necessariamente, viviam sob essa configuração fixa acerca do gênero. Como este modelo tinha como característica a misoginia, que impedia que a mulher branca burguesa tivesse direito à fala (Gordon, 2023) e à vida pública (Lugones, 2014), o mesmo foi imposto à fêmea colonizada.

Uma observação importante sobre como a interseccionalidade opera nesta dinâmica é o fato de a mudez ter sido imposta a negros ou indígenas, no período colonial, uma vez que pessoas racializadas estavam aptas apenas a ouvir (Gordon, 2023). Este exemplo apresenta a convergência das invisibilidades de raça e de gênero, uma vez que mulheres negras ou indígenas não tinham direito à fala, ora por serem negras, ora por serem categorizadas como “fêmeas”. Desse modo, o conceito de raça se relaciona de maneira complexa com as diferenciações hierárquicas de gênero codificadas pela mesma perspectiva ocidental (Smith, 2018), gerando consequências específicas sob mulheres racializadas.

A invisibilidade exoticizada corresponde a uma forma de desumanização mediante uma valorização exagerada. Um exemplo é atribuir algumas qualidades excessivas ou fantasiosas (como mágico, especial, intrinsecamente bom ou onisciente) a pessoas racializadas. No entanto, esse excesso de valorização é, também, uma forma de desumanizar tais indivíduos e projetar neles expectativas irreais (Gordon, 2023). Segundo Kilomba (2021), há uma expectativa branca de

confirmar suas percepções fantasiosas sobre a outridade¹¹. Como se a confirmação de um fetiche ou roteiro colonial sobre o outro¹² causasse prazer ao branco.

E, por fim, a invisibilidade epistêmica se refere ao fato de somente o branco ser capaz de produzir conhecimento – ou conhecimento válido – diante da lógica colonial. Esse tipo de invisibilidade se combina com as demais e repercute a ideia supremacista branca de que pessoas negras, pardas e indígenas são incapazes de produzirem intelectualidade (Gordon, 2023). O conhecimento ocidental se coloca como centro do conhecimento legítimo, no entanto, esse mito de superioridade epistêmica foi construído a partir de apropriações antiéticas de conhecimentos tradicionais, da colonização de disciplinas e de um sistema educacional e social forjado para disciplinar povos originários e tradicionais (Smith, 2018). A esse respeito, Carneiro (2005) produziu uma análise sobre como instituições de ensino e epistemologias ocidentais produziram a negação da cultura, intelectualidade e vivência negras. Para tanto, a autora usou o termo “epistemicídio”, cunhado por Santos (1995 *apud* Carneiro, 2005, p. 30).

A partir desta compreensão de invisibilidades produzidas a partir do mundo euromoderno, pode-se inferir que a invisibilidade racial racializou até mesmo a concepção de cidadania, uma vez que as cidades possuem delimitações de lugares de cidadania (para brancos) e de criminalidade (para indivíduos racializados) (Gordon, 2023).

Centros urbanos de diversas partes do planeta apresentam uma carência da cidadania de pessoas racializadas, e isso ocorre mediante constante privação de direitos por parte do Estado para estabelecer o “controle” (Gordon, 2023). Quando tais pessoas ultrapassam as fronteiras, delimitadas intrinsecamente pela modernidade, e acessam os espaços para a cidadania sem que seja para servir, essa atitude, por si só, configura uma “infração visual”. Um ultraje que será cobrado mediante invisibilidade racial. Um caso recente ocorrido no Rio de Janeiro foi uma abordagem policial violenta a jovens, filhos de embaixadores do Gabão e Burkina Faso (CNN, 2024). Os jovens caminhavam pelas ruas do bairro de Ipanema, no Rio

¹¹ Segundo Kilomba (2021, p. 38), a outridade se refere à “personificação de aspectos repressores do ‘eu’ do sujeito branco”. Em outras palavras, significa ser “a representação mental de tudo o que o sujeito branco não quer parecer”.

¹² O outro é algo externo em relação ao sujeito branco. Significa o “diferente, em relação ao qual o ‘eu’ da pessoa branca é medido” (Kilomba, 2021, p. 37-38).

de Janeiro, onde estavam hospedados, quando foram violentamente abordados por policiais militares. A ação refletiu a forma corriqueira como agentes de segurança percebem jovens racializados em bairros considerados nobres: como sujeitos não pertencentes a esses lugares.

Diante desta lógica das cidades modernas, os locais considerados de criminalidade (de pessoas racializadas) são esvaziados de eficácia e participação política, uma vez que o próprio Estado interrompe o fornecimento de serviços básicos àquela população. Segundo Santos (2011), as cidades brasileiras foram “corporativizadas” e as pessoas mais pobres foram obrigadas (por um conjunto de políticas públicas, de interesses empresariais e inações por parte do Estado) a migrarem para zonas mais afastadas das cidades. Locais nos quais o direito à cidade e aos serviços básicos são negados às populações periféricas brasileiras (Santos, 2011).

Uma marca das sociedades racistas é o fato de o Estado dedicar-se ao desempoderamento e à neutralização de grupos racializados (Gordon, 2023). É uma forma eficaz de promover o genocídio de um povo (Nascimento, 2016) ou de estabelecer necropolíticas (Mbembe, 2016). No entanto, grupos dotados de consciência Negra podem ser considerados potenciais opositores deste sistema genocida.

Diante do exposto, observa-se que a fabricação da raça e as múltiplas formas de invisibilidade produzidas pela modernidade euromoderna (Gordon, 2023) não se restringem ao campo político e social, mas estruturam igualmente o próprio regime de consumo. O consumerismo moderno se constituiu a partir da centralidade da branquitude como sujeito universal do consumo, ao passo que corpos e culturas racializados foram relegados ao lugar de mercadoria, mão de obra descartável ou fetiche exotizado (Gonzalez, 2020a; Gordon, 2023). Essa lógica não apenas desumaniza, mas reforça a exclusão material e simbólica de populações negras e indígenas, ao mesmo tempo em que lucra com a apropriação seletiva de seus bens culturais.

Nesse sentido, torna-se imprescindível analisar como o ativismo de mulheres Negras, enraizado em tradições amefricanas de resistência, tem proposto alternativas críticas a esse modelo de consumerismo, deslocando-o de um campo de opressão para práticas coletivas de sobrevivência, autonomia e produção de sentidos outros.

2.3.2

Da Consciência Negra à Defesa Decolonial: Alternativas Amefricanas ao Consumerismo

Nas sociedades racistas, moldadas e sustentadas pelo legado colonial, as invisibilidades asfíxiantes impõem às pessoas racializadas o reconhecimento de si mesmas como sujeitos submetidos a condições estruturalmente adversas à vida (Gordon, 2023, p. 23). Esse “rude despertar” para pessoas negras em sociedades antinegras é a consciência negra. A partir desse entendimento, é possível que essas pessoas se apoderem da consciência Negra (com inicial maiúscula). Este segundo tipo consiste em adquirir uma consciência política que encara tais condições de maneira ativa contra as opressões coloniais. A consciência negra é sofredora e, por vezes, passiva; já a consciência Negra é libertadora (Gordon, 2023).

Tal formulação de consciência Negra é inspirada pelo pensamento Fanonico que retratava que a identidade de “negro”, criada pela modernidade, carecia de agência histórica do “Negro”, como um sujeito liberto, dotado de capacidade para construir uma alternativa à modernidade. É intrínseco à consciência Negra, portanto, a busca por possibilidades de se tornar agente da história. Para ser agente da história, é preciso abandonar o papel passivo de colonizado que busca a aprovação e o reconhecimento de sociedades supremacistas brancas (Gordon, 2023).

Em estruturas sociais em que imperam pactos narcísicos da branquitude (Bento, 2022), pensar mudanças condicionadas à aprovação da branquitude é uma armadilha. Para imaginar possibilidades de um futuro saudável e digno para comunidades negras, urge transcender o juízo de valor de indivíduos que partem de uma visão de mundo brancocêntrica. Assim, “ter uma possibilidade futura transforma o presente. O negro, com essa percepção, torna irrelevante o reconhecimento branco e se transforma em Negro” (Gordon, 2023, p. 179). Gordon (2023, p. 181) explica também que, a partir do momento em que o indivíduo apresenta a dupla consciência (negra e Negra), ele pode promover mudanças sociais:

Ao dar-se conta de que não é um problema, mas um ser humano diante de problemas, o negro ou a negra passa a questionar a sociedade que é feita pelos humanos e, portanto, é mutável. Então, com essa compreensão, o negro se torna o

Negro, um agente de mudança social. Essa compreensão nasce da contradição. Perceber que um suposto universal era falso suscita muitas possibilidades a levar em conta. Não é apenas o Negro que pode emergir, mas muitos outros tipos de pessoas.

A consciência Negra está, então, empenhada na busca por um futuro melhor, na construção de uma sociedade que não mais produza o racismo e outras formas de opressão. Sua relação estreita e orgânica com as mobilizações contra forças sociais de desempoderamento faz da consciência Negra, política. A consciência Negra consiste em fazer política mesmo diante do racismo institucional do Estado e da sociedade antinegra – ou supremacista branca, para ser mais abrangente (Gordon, 2023). Consiste em retomar a cidadania há muito alienada desse grupo.

Neste sentido, o ativismo realizado por mulheres Negras brasileiras pode ser concebido como um projeto de defesa alternativo ao consumerismo, uma vez que a experiência coletiva de invisibilidades produzidas pela colonialidade (Gordon, 2023) produz mulheres Negras: mulheres com consciência Negra que, conseqüentemente, apresentarão a consciência do que é ser uma mulher Negra. Uma mulher capaz de fornecer possibilidades de vida em meio à insalubre modernidade capitalista.

No trecho a seguir, Gonzalez (2020g) argumenta sobre a importância da organização da mulher Negra¹³ no processo de transformação social e expõe que há uma desumanização e distanciamento de realidades e agendas de mulheres brancas com as de mulheres racializadas – que, convenhamos, nunca foram concebidas como humanas pelo sistema capitalista patriarcal eurocêntrico (Lugones, 2014).

(...) quando esta [Simone de Beauvoir] afirma que a gente não nasce mulher, mas que a gente se torna (costumo retomar essa linha de pensamento no sentido da questão racial: a gente nasce preta, mulata, parda, marrom, roxinha, etc., mas tornar-se negra é uma conquista). Se a gente não nasce mulher, é porque a gente nasce fêmea, de acordo com a tradição ideológica supracitada [de um feminismo radical]: afinal, essa tradição tem muito a ver com os valores ocidentais (Gonzalez, 2020g, p. 269).

¹³ Ainda que a autora não tenha escrito com inicial maiúscula, pela tônica do seu discurso, entendo que ela se refere a essa Mulher Negra, ativamente empenhada com a mudança social.

Assim, ainda que não exista uma hierarquia de opressões, há de se reconhecer que a raça informa como o gênero e outros dilemas do sistema mundo moderno capitalista – como a classe – serão compreendidos por mulheres racializadas e vice-versa (Carneiro, 2003a; Davis, 2016). Mulheres racializadas (sejam elas pretas, pardas, indígenas...) experienciam gênero por meio de sua condição de pessoas racialmente classificadas. Essa condição produz efeitos específicos sobre essas mulheres (Kilomba, 2019), o que torna inviável para mulheres negras incorporarem pressupostos de feminismos alheios às questões raciais.

Mulheres negras reconhecem o sexismo de homens negros (e todos os outros socializados na modernidade), no entanto, entendem que esses homens não lucram nem desfrutam dos benefícios do patriarcado branco (Kilomba, 2019). Dessa forma, mulheres Negras não só não enxergam nos homens negros seu antologista patriarcal, como lutam ao lado dele por condições mais dignas de vida. Deste modo, é totalmente justificável a falta de identificação de Gonzalez (2020g) com as pautas do feminismo radical. O feminismo de mulheres Negras vai além da promoção de igualdade de gênero, da justa reivindicação de direitos ou da ideia da “liberação da mulher” (hooks, 2018), pois se compromete com a recuperação da dignidade. O fato de essas mulheres terem consciência das diversas estruturas de opressão leva à necessidade de articulações diversas que desmontem tais estruturas. Assim, a busca pela libertação de mulheres Negras, inevitavelmente, promove avanços em agendas e políticas públicas voltadas para a população negra (Carneiro, 2003a). Um exemplo disso foi a atuação de mulheres Negras na luta pela redemocratização do Brasil, uma vez que contribuíram para avanços na pauta antirracista (Carneiro, 2003b; Santana, 2021).

No contexto latino-americano, a identidade amefricana emergiu para nomear as “herdeiras de uma outra cultura ancestral cuja dinâmica histórica revela a diferença pelo viés das desigualdades raciais” (Gonzalez, 2020g, p. 269). Segundo Gonzalez (2020g), essas mulheres “sabem mais de solidariedade do que de competição, de coletivismo do que de individualismo”. Isso demonstra que a maneira como tais mulheres escolhem travar suas batalhas na arena política e social está alinhada com seus valores ancestrais e ontológicos, e não com os valores da modernidade eurocêntrica.

Uma vez que a mulher negra representa a antítese do ideal de mulher branca burguesa que precisa de cuidados (Nascimento, 2018), ela compreende que deve lutar por si – ou seja, se tornar Negra –, pois entende que, diante de sociedades supremacistas brancas nas quais perduram os efeitos da colonialidade, ninguém mais o fará. Nem mesmo o Estado o fará, pois este é construído por instrumentos – leis, estruturas, instituições – eurocêntricos e por representantes que reproduzem as invisibilidades coloniais que pesam sobre esse grupo (Gordon, 2023).

Assim, a práxis política de mulheres Negras, fundamentada na consciência Negra e nos valores ancestrais de solidariedade e coletivismo, encontra amparo no conceito de "ética amorosa" desenvolvido por bell hooks. Para hooks (2019), o amor como ação política representa uma força transformadora capaz de desafiar sistemas de dominação, constituindo-se como prática revolucionária que se contrapõe à lógica individualista e competitiva da modernidade capitalista. Essa ética amorosa não se reduz ao sentimentalismo, mas configura-se como compromisso ético-político com o bem-estar coletivo e a justiça social, elementos que se alinham organicamente com a consciência Negra (Gordon, 2023) e com a experiência histórica de resistência das mulheres amefricanas.

A ética amorosa proposta por hooks dialoga diretamente com as formas de organização e resistência das mulheres Negras brasileiras, na medida em que ambas rejeitam a fragmentação imposta pelas estruturas de opressão e buscam a integralidade do ser humano. Quando mulheres Negras articulam suas lutas considerando simultaneamente as dimensões de raça, gênero e classe, elas praticam uma forma de "amor político" que reconhece a interdependência das opressões e a necessidade de respostas integrais. Essa abordagem amorosa não apenas humaniza a luta política, mas também oferece alternativas concretas ao modelo de sociedade que produz desumanização, constituindo-se como caminho para a construção de futuros mais dignos e saudáveis para as comunidades negras e demais grupos subalternizados.

Em vista disso, é possível compreender por que a postura política de mulheres Negras no contexto brasileiro, de Aqualtune¹⁴ à Mãe Bernadete¹⁵, nunca foi de subserviência e conformismo ao lugar reservado pelo colonialismo. O que todas as histórias esquecidas pela invisibilidade epistêmica (Gordon, 2023) mostram é que “há muito o que se aprender (e refletir) com essas mulheres negras, que, do abismo do seu anonimato, têm dado provas eloquentes de sabedoria” (p. 269).

Portanto, ainda que mulheres negras americanas tenham sido historicamente destituídas da vida pública pela invisibilidade racial amalgamada à invisibilidade de gênero e tenham que lidar com a racialização da cidadania (Gordon, 2023), a compreensão sobre como tais invisibilidades convergem sobre as experiências dessas mulheres produz a necessidade de lutar por condições mais dignas não somente para elas, mas também para seus filhos e para a sua comunidade, o que faz da mobilização de mulheres Negras uma luta coletiva, uma política das possibilidades de futuro e alternativas à modernidade.

Ao reconhecer as limitações do consumerismo enquanto prática disciplinar de defesa do consumidor, fundada em epistemologias eurocêntricas e universais (Smith, 2018; Gordon, 2023), torna-se possível compreender que as mulheres com consciência Negra oferecem alternativas concretas a esse modelo. Enquanto o consumerismo moderno parte da centralidade do indivíduo e de direitos regulados por instituições estatais e jurídicas, as práticas das mulheres Negras americanas emergem de um *locus* de enunciação marcado pela experiência de opressões coloniais e pela necessidade de sobrevivência coletiva. Deste modo, suas formas de resistência configuram-se como práticas de defesa social que, ao contrário da abordagem oficial do marketing, não se restringem a assegurar direitos de consumo, mas ampliam-se para abarcar o direito à vida, à dignidade e à cidadania plena em contextos de racialização e vulnerabilidade estrutural (Carneiro, 2003; Gonzalez, 2020g).

Portanto, as mulheres com consciência Negra descolonizam o conceito de defesa do consumidor ao reorientá-lo para práticas que não se limitam a reparar

¹⁴ Aqualtune foi uma princesa congoleza capturada e escravizada que se tornou líder do Quilombo dos Palmares. Foi mãe de Ganga Zumba e avó materna de Zumbi dos Palmares (Azevedo, 2023).

¹⁵ Mãe Bernadete Pacífico foi uma líder quilombola e ialorixá, ex-secretária de Políticas de Promoção da Igualdade Racial de Simões Filho, Bahia. Trabalhou ativamente pela promoção de direitos de quilombolas. Mãe Bernadete foi assassinada no ano de 2023 (BBC, 2023).

desequilíbrios de mercado, mas que confrontam diretamente as colonialidades do poder, do saber e do ser (Quijano, 2005). Ao atuarem em coletivos, movimentos e redes de solidariedade, essas mulheres constroem epistemologias situadas que privilegiam a vida comunitária em detrimento da lógica individualista do consumo.

Assim, a consciência Negra advinda de mulheres amefricanas possibilita a emergência de um paradigma alternativo de “defesa” – não do consumidor abstrato e universal, mas de sujeitos historicamente vulnerabilizados e de suas comunidades. Trata-se, portanto, de uma proposta decolonial que evidencia como o ativismo produzido por mulheres Negras às margens pode oferecer respostas mais eficazes e enraizadas à realidade latino-americana do que as categorias eurocentradas de consumerismo ainda predominantes no campo do marketing.

2.4.

Ativismo emancipador e as dores que o consumerismo não trata

Uma vez que alguns itens do referencial teórico deste estudo apresentam conceitos que não são diretamente relacionáveis, o presente item visa apresentar como os temas do consumerismo, da mulher negra brasileira e do ativismo de mulheres Negras se identificam ou se distinguem a partir de uma perspectiva decolonial.

Conforme explanado no item 2.1, o consumerismo representa um conceito colonialista na medida em que foi construído por teóricos do marketing – tais como Day e Aaker (1970), Becker (1972), Kotler (1972) e Bloom e Greyser (1981) – como um movimento que atende aos interesses de uma ideologia e de um sistema econômico neoliberal. Seus princípios incluem confiar no mercado como um otimizador do sistema econômico (Bresser-Pereira, 2017), manter o capitalismo liberal, normalizar a branquitude por meio de um antirracismo liberal (Faria & Hemais, 2021), a centralização do consumo e o consequente aumento do individualismo que aparta o ser humano da noção de cidadania (Santos, 2011).

Em contrapartida, o item 2.2 expõe, a partir de experiências e conceitos produzidos por intelectuais Negras brasileiras – como Lélia Gonzalez (2020), Beatriz Nascimento (2018), Sueli Carneiro (2003) e Carla Akotirene (2019) –, como a vivência da mulher racializada brasileira apresenta desafios em virtude de

desumanizações históricas construídas pela modernidade. Mulheres negras brasileiras compartilham da *amefricanidade* cunhada por Gonzalez (1988; 2020g) e das particularidades descritas pelas demais autoras amefricanas supracitadas. A interseccionalidade, enquanto uma ferramenta analítica (Akotirene, 2019) que sempre esteve presente nas análises dessas intelectuais brasileiras, permite-nos avaliar como os eixos de opressão – como racismo, sexismo e classismo, por exemplo – influenciam a maneira como mulheres racializadas, em contextos particulares, sofrem opressões e como essas mulheres reagem a isso. Isto posto, pode-se inferir que o consumerismo descrito pelo marketing não contempla em sua concepção a participação plena de necessidades de mulheres negras brasileiras.

Se o consumerismo é um movimento que promove a garantia de direitos para consumidores baseados em fundamentos neoliberais, este tipo de mobilização não é capaz de promover mudanças necessárias à realidade de quem sempre experienciou invisibilidades raciais e de gênero (Gordon, 2024). Além disso, tendo em vista que a classe social é sempre racializada no contexto brasileiro (Sodré, 2023) e que nem todos participam do consumo nos moldes que o neoliberalismo propõe (Santos, 2011), a centralização no consumo (Hilton, 2009; Canclini, 1997) proposta por manifestações consumeristas faz deste modelo uma proposta excludente para pessoas racializadas neste contexto.

No texto *Racismo e Sexismo na Cultura Brasileira*, Lélia Gonzalez inicia com a epígrafe “Cumé que a gente fica?”. Nela, um interlocutor narra a história sobre uma festa em que pessoas brancas convidaram pessoas negras para falar sobre problemas que competiam a este segundo grupo. No entanto, ao longo da história, o narrador dá pistas de que aquele evento não foi pensado para acomodar os convidados negros, que sequer tinham lugares à mesa. Apesar de fazerem parte dos projetos dos brancos, são tratados como convidados de segunda classe, no entanto, isso não incomoda o interlocutor que acredita nas boas intenções dos anfitriões. Ao longo da festa, uma mulher negra decide falar sobre sua insatisfação com o evento. A fala daquela mulher foi o estopim para que outras pessoas também se manifestassem e, por fim, isso fez com que o evento encerrasse em uma briga generalizada. Quem narra a história conta que a culpa foi da “neguinha atrevida” (Gonzalez, 2020b, p. 76). O movimento consumerista descrito por autores do marketing muito se assemelha à festa da epígrafe supracitada. Seus discursos supõem-se universais, mas, na realidade, não são capazes de acolher as demandas

de ativismos produzidos por mulheres Negras. O consumerismo de marketing promete uma proteção que não ocorre de forma igualitária entre os consumidores, mas de forma seletiva, pois as maiorias que ainda sofrem com as opressões do racismo, do sexismo e da colonialidade derivados das práticas capitalistas não são contempladas por esse modelo (Hemais et al., 2024; Faria & Hemais, 2021).

O item 2.3 versa sobre como o ativismo de mulheres Negras pode ser concebido como uma alternativa ao modelo de defesa consumerista. Para tanto, demonstro como a experiência coletiva de racialização e desumanização promovida pela colonização europeia promoveu invisibilidades euromodernas que influenciam as experiências de vida e acesso à cidadania de sujeitos racializados na contemporaneidade (Gordon, 2023). A alternativa ao modelo consumerista advindo de coletivos de mulheres Negras parte do alcance de uma consciência Negra por parte de tais grupos, que se percebem como vitimados pelo racismo, mas que, para além disso, engajam-se em ações que refletem uma consciência política comprometida com a libertação do racismo e de outras formas de opressão (Gordon, 2023). O alcance da consciência Negra promove uma libertação coletiva, e isso é perceptível na forma como alguns coletivos de mulheres Negras, como o Mulheres do Salgueiro, se articulam.

A esse respeito, o fato de o consumerismo buscar a manutenção do capitalismo liberal e a normalização da branquitude (Faria & Hemais, 2021) torna tal movimento incompatível com as demandas do ativismo produzido por essas mulheres. Conforme mencionado no item 2.3, a hierarquização que subalternizou mulheres negras em contextos coloniais e as relegou à condição de não humanas foi igualmente posta em prática para manter o capitalismo liberal e normalizar a branquitude (Lugones, 2014; Gordon, 2023). Assim, ainda que coletivos de mulheres Negras possam utilizar as ferramentas do mercado para proteger-se enquanto consumidoras, essa forma de se articular politicamente não é a única nem a principal.

Há uma dissonância entre a motivação para o consumerismo e a motivação para o ativismo de defesa realizado por mulheres Negras no contexto brasileiro. Enquanto o consumerismo representa uma eficiente forma de organização do consumidor no sistema de trocas, esse tipo de articulação foi baseado em ideais de racionalidade nas compras, empoderamento do consumidor e individualismo (Hilton, 2009). Já a defesa de mulheres Negras vai ao encontro de interesses

coletivos, uma vez que suas ações vão além dos interesses do próprio grupo. Uma vez que as ações de mulheres Negras se opõem a quaisquer formas de opressão (Tate, 2018), suas práticas têm orientação para as comunidades e possuem um caráter de solidariedade para com outros grupos marginalizados.

Enquanto o projeto educacional do consumerismo delineado pelo marketing promove uma educação do indivíduo para o consumo (Kotler, 1972; Day & Aaker, 1970; Hilton, 2009), o ativismo de mulheres Negras observado no coletivo Mulheres do Sagueiro, por exemplo, vai além e fomenta, também, um modelo de educação voltado à cidadania, à educação ambiental e à capacitação profissional para que essas mulheres e suas famílias possam sobreviver diante de um mercado de trabalho que recorrentemente as exclui (Gonzalez, 2020f).

Apesar de o escopo de defesa dos coletivos de mulheres Negras ser mais amplo do que o consumerismo pode alcançar, não é incomum que esses grupos precisem recorrentemente se defender das ações do mercado. Alguns exemplos de pautas consumeristas assumidas pelo ativismo de mulheres Negras brasileiras versam sobre a existência de publicidades racistas (Macedo, 2020) ou procuram alternativas sobre como mães negras podem se mobilizar para que o consumo infantil seja menos nocivo para seus filhos (Gonçalves, 2014). Deste modo, a experiência de frustração e invisibilidade racial e de gênero (Gordon, 2023) torna-se um ponto de partida para a ação coletiva, impulsionando práticas de resistência que ultrapassam o campo do consumo.

3

Escolhas metodológicas do estudo

Considerando que pesquisas científicas produzidas por vieses ocidentais assumiram um papel de opressão contumaz sob a realidade de populações não-ocidentais (Smith, 2018), o percurso metodológico seguido neste estudo foi planejado com o objetivo de fornecer coletas, análises e discussões de resultados alinhados a uma discussão crítica em marketing, comprometida com a não-perpetuação de padrões de pesquisas colonialistas.

Para alcançar isto, não basta que eu somente utilize bases epistemológicas apropriadas para promover a ruptura deste sistema colonial do saber (Lander, 2005). É necessário ir além e priorizar métodos de investigação científica – ou formas de uso dos mesmos – que não violentem grupos sociais que já são historicamente oprimidos pelas dinâmicas do racismo e do patriarcalismo no contexto brasileiro.

Realizei, neste estudo, uma etnografia feminista, entendendo-a como uma proposta epistemológica, ética e política que reivindica o lugar situado, vulnerável e colaborativo da pesquisadora que atua em contextos atravessados por violências patriarcais e coloniais. Essa abordagem propõe uma ética do cuidado e uma prática de campo que articula corpo, emoção e compromisso político (Castillo, 2021). Nessa perspectiva, a produção de conhecimento é concebida como um processo coletivo e dialógico, no qual os participantes da pesquisa tornam-se coautores da experiência etnográfica, compartilhando a construção de sentidos e narrativas sobre suas próprias realidades.

Inspirada por metodologias decoloniais, a etnografia feminista implica evitar práticas extrativistas e a reprodução de estereótipos em relação aos grupos pesquisados. Ela exige que a pesquisadora redefina o modo de investigar, escrever e representar o sofrimento humano, incorporando estratégias textuais e visuais que reconheçam a criatividade, resistência e formas de vida que emergem nos contextos de violência. Assim, o “campo” deixa de ser apenas um espaço de observação para se tornar um território de cuidado, escuta e cura coletiva, no qual o conhecimento emerge do encontro entre corpos e experiências marcadas pela violência estrutural

e cotidiana (Castillo, 2021). Trata-se, portanto, de uma prática que busca compreender situações de violência sem reproduzi-las, destacando as dinâmicas de resistência, solidariedade e reconstrução produzidas por mulheres em contextos de extrema vulnerabilidade.

Foi, portanto, essencial para esse estudo o emprego da ética feminista no campo (Mama, 2011), o que significou estabelecer uma política de solidariedade com o grupo com o qual se trabalha. Exigiu um relacionamento ativo, envolvimento e apoio às lutas das participantes da pesquisa (Mama, 2011). Segundo Mama (2011), esta ética de solidariedade demanda do pesquisador doses elevadas de autoconsciência e reflexividade. Exige que conheçamos cuidadosamente “nossa própria subjetividade – manifesta em nosso múltiplo posicionamento como sujeitas política, institucional, etnizada, genderizada, sexualizada e de classe a partir de locais específicos” (Mama, 2011, p. 14). Portanto, seguindo o exemplo de outras pesquisadoras feministas – como Mama (2011) e Manning (2018) – esclarecerei minha posicionalidade e a importância da reflexividade para esta pesquisa.

A posicionalidade se refere à posição que eu, enquanto pesquisadora, escolhi adotar na investigação. Isso inclui a forma como me posiciono em relação às participantes da pesquisa (Yip, 2023). Implica reconhecer que a minha biografia, meus pressupostos ontológicos, epistemológicos e o contexto no qual formei minha identidade social e política informam a posição que ocupo nesta pesquisa e como tal posição influenciará o processo de investigação (Gurr et al., 2024). Isso significa dizer que minha posicionalidade, enquanto uma mulher negra, sudestina, periférica, consciente das dinâmicas sociais que atravessam pessoas racializadas – sobretudo mulheres –, influenciou a escolha do problema de pesquisa, do coletivo de mulheres ativistas e na forma como optei por coletar, analisar dados e discutir os resultados deste estudo.

Ao identificar, construir, criticar e argumentar sobre como minhas concepções foram incorporadas no processo investigativo, exerço a reflexividade na pesquisa. A reflexividade ocorre mediante a autoconsciência e autoavaliação explícita sobre como eu, como pesquisadora com minhas características pessoais, preconceitos, crenças, valores e conhecimentos, inserida em um contexto (político, social, cultural), influenciei a pesquisa (Holmes, 2020). Exercitar a reflexividade de forma contínua, ao longo do estudo, auxiliou na construção de uma relação pesquisadora-participantes mais ética. Além disso,

assegurou que os efeitos de eventuais interpretações dissonantes de minha parte, enquanto pesquisadora, sejam constantemente monitorados e mitigados (Dhillon & Thomas 2019; Yip, 2023).

Por fim, foi utilizada neste estudo uma abordagem qualitativa, pois, além de se preocupar com a descrição da realidade social e com padrões de força social que atuam em um ambiente, possui a “intenção política e intelectual de entender como as pessoas detêm agência coletiva, resiliência e formas de resistência contra instituições, políticas e práticas opressivas” (Esposito & Evans-Winters, 2021, p. 7).

Portanto, compreendi que ser uma etnógrafa feminista decolonial (Manning, 2018) envolve um exercício constante de reflexividade, atenção às relações de poder no campo e um compromisso ético com a representação justa e sensível das experiências das mulheres com as quais pesquisei – especialmente porque suas existências foram silenciadas ou distorcidas pelas narrativas coloniais.

Assim, investigar o Coletivo Mulheres do Salgueiro significou também compartilhar processos de escuta, resistência e criação coletiva, nos quais a pesquisa se constituiu enquanto prática viva de diálogo e transformação. Desse modo, os procedimentos adotados ao longo deste estudo buscaram não apenas compreender uma realidade social, mas co-construir sentidos e visibilizar formas de existência que desafiam o projeto colonial e patriarcal do saber.

Nas subseções que seguem, apresento de forma detalhada: a trajetória de constituição da parceria com o coletivo; o perfil das participantes da pesquisa; os procedimentos de coleta de dados utilizados, que combinaram entrevista e diários de campo; e a estratégia de análise dos dados adotada, orientada pela perspectiva interseccional e decolonial. Dessa forma, busca-se explicitar o percurso metodológico de modo transparente e coerente com os objetivos propostos por este estudo.

3.1

Parceria com o coletivo

Uma das maneiras mais problemáticas de se produzir conhecimento a partir da experiência de povos ou comunidades socialmente marginalizados é fazê-lo a

partir de uma pesquisa extrativista. O extrativismo epistêmico representa uma das facetas mais perversas da colonialidade do saber (Lander, 2005), pois utiliza-se da apropriação, tradução e mercantilização dos conhecimentos dos povos colonizados (Cusicanqui, 2010; Gosfoguel, 2016).

Ao longo desse percurso investigativo, me deparei com debates e leituras no grupo de estudos de decolonialismo do qual fazia parte, e alguns desses textos – como os de Cusicanqui (2010) e Grosfoguel (2016) – me sensibilizaram para um problema recorrente de pesquisas acadêmicas em territórios vulnerabilizados: o extrativismo epistêmico. Tais leituras traziam reflexões a respeito de como pesquisas acadêmicas, inclusive as que versavam sobre decolonialidade, atravessavam contextos e territórios vulnerabilizados e incompreendidos pela modernidade, extraíam seus conhecimentos via apropriação, “colhiam os louros” sobre tais saberes e sequer retornavam àquelas comunidades – ou aqueles territórios – para proporcionar alguma contribuição, por mínima que fosse.

Aquelas leituras me causaram bastante desconforto com relação à pesquisa à qual eu estava comprometida a desenvolver. No entanto, a reflexividade causada por esse desconforto me fez questionar e refletir sobre estratégias que visassem diminuir a violência epistêmica que a minha pesquisa, porventura, poderia desencadear sobre o coletivo. Deste modo, relatarei como conheci o coletivo Mulheres do Salgueiro e como a parceria entre tal coletivo e a Escola de Negócios da PUC-Rio emergiu como uma tentativa de evitar o extrativismo epistêmico na presente pesquisa.

Minha aproximação com o Coletivo Mulheres do Salgueiro ocorreu no segundo semestre do ano de 2021, quando fui apresentada por Celso Sanches, um amigo docente da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO). Celso tinha um projeto de educação ambiental de base comunitária em parceria com o Instituto de Formação de Professores da UERJ, que estava prestes a iniciar naquele coletivo. Fui convidada por Celso a ministrar uma aula sobre marketing no coletivo e a participar de outras aulas enquanto aluna. Como ainda existiam algumas restrições devido à pandemia de Covid-19, as aulas aconteciam quinzenalmente na sede do coletivo.

Uma vez que aquele grupo não era e nem tinha os valores de uma empresa privada, promovi adaptações na minha aula. Ao invés de ministrar uma aula genérica com ferramentas de marketing gerencial, intitulei minha aula de

“Ferramentas mercadológicas em territórios periféricos e empreendedorismo social” e procurei fazer algumas adaptações à realidade do coletivo.

A partir da participação das integrantes do coletivo, naquela aula percebi que as atividades comerciais desenvolvidas pelo mesmo poderiam ser melhoradas a fim de arrecadar mais recursos para manter as atividades sociais do coletivo. Após o curso, me coloquei à disposição do coletivo para sanar quaisquer dúvidas a respeito da minha área de atuação profissional.

Mantive contato com a coordenadora do coletivo. Conversamos algumas vezes por vídeochamadas sobre a atuação comercial do coletivo e outros assuntos que envolviam as dificuldades de manter atividades tão transgressoras às normas dominantes naquele contexto. Em uma das reuniões com a mesma, havia pedido consentimento para realizar a minha pesquisa de doutorado, na área de marketing, sobre as práticas de autodefesa desenvolvidas pelo grupo, o que me foi consentido.

Ainda incomodada com a possibilidade de promover extrativismo epistêmico (Cusicanqui, 2010; Gosfoguel, 2016) em minha pesquisa, comentei, em uma das reuniões de orientação, a respeito da minha vontade de fornecer um curso, ainda que remoto, às integrantes do coletivo Mulheres do Salgueiro. A intenção era fornecer um curso de marketing que fosse útil às demandas e aos objetivos do coletivo. Ao questionar meu orientador sobre a possibilidade de ele me ajudar a ministrar tais aulas, ele pensou em algo além do que eu planejava fazer: em fornecermos um curso em caráter institucional por meio da universidade. Dadas as viabilidades de agenda e orçamento, planejamos um curso em que as aulas fossem ministradas remota e presencialmente.

Havia alguns editais de fomento vigentes na instituição, dentre eles o do Instituto de Estudos Avançados em Humanidades (IEAHu), para projetos de “apoio à extensão universitária em contextos de vulnerabilidade”. Formulamos um projeto de curso de extensão, nos inscrevemos, mas, em junho de 2023, recebemos a negativa da concessão do recurso. Então, continuamos pesquisando sobre possíveis fontes de recursos que pudessem apoiar nosso projeto. Submetemos o projeto de curso profissionalizante de Gestão Mercadológica para Empreendimentos Solidários à Coordenação de Pós-Graduação em Administração de Empresas da PUC-Rio, que aprovou a concessão do recurso para a realização do curso e nos possibilitou seguir adiante com nosso plano.

O curso foi ministrado mensalmente de maneira intercalada entre a modalidade presencial, ministrada no IAG PUC-Rio, e remota, ministrada por meio do aplicativo Zoom. O curso foi pensado de maneira a não gerar desembolsos adicionais às participantes, então o transporte e a alimentação disponibilizados para as aulas presenciais foram financiados pela verba do projeto. O curso ocorreu dentro do período de 10 meses, com início em setembro de 2023 e encerramento em junho de 2024.

Ao término deste período, perguntamos ao grupo se seria interessante a continuidade do curso por meio de um segundo módulo voltado a oficinas práticas. As integrantes demonstraram interesse e concordaram que este segundo módulo seria muito importante. Esta segunda parte do curso está em fase de desenvolvimento e provavelmente entrará em curso no segundo semestre de 2025.

A proposta do curso nunca foi de fornecer um ensinamento verticalizado, no qual os docentes envolvidos – eu, o professor Marcus Hemais, a professora Beatriz Hossman e o professor Luís Alexandre Pessoa – fôssemos os detentores do saber e as alunas e alunos somente absorvessem o conhecimento exposto. Nossa intenção sempre foi compartilhar o conhecimento e gerar conhecimento produzido a partir da troca com os saberes dos participantes do curso.

Ao final da primeira fase deste curso, ouvimos as participantes para entender de que maneira o projeto tinha impactado a vida delas e as atividades no coletivo, e tivemos um retorno positivo sobre a troca gerada. Percebemos algumas mudanças significativas nas atividades comerciais do coletivo, como, por exemplo, melhorias na exposição da marca e de estratégias de comunicação, por meio da organização das informações nas redes sociais.

Para além do impacto nas integrantes e nas próprias atividades desenvolvidas pelo coletivo, o curso gerou impactos significativos sobre o corpo docente. Passamos a praticar a reflexividade sobre a nossa atuação enquanto profissionais e docentes da disciplina de marketing. O curso contribuiu para que pensássemos formas alternativas de desenvolver e utilizar ferramentas de marketing em realidades alternativas aos contextos empresariais capitalistas.

3.2

Participantes da pesquisa

A participação das integrantes do coletivo nesta pesquisa foi realizada de maneira voluntária, mediante a anuência das mesmas. As participantes foram livres para decidir sobre sua participação, podendo recusar-se a participar ou retirar o consentimento em qualquer fase da pesquisa, sem qualquer tipo de constrangimento e/ou penalização. A anuência foi formalizada por meio do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido I (direcionado exclusivamente à coordenadora do coletivo) e do Termo II (destinado a todas as colaboradoras do coletivo), disponíveis, respectivamente, nos Anexos I e II. Cabe esclarecer que não houve, neste estudo, participantes menores de 18 (dezoito) anos de idade.

O critério adotado para inclusão das participantes na etapa de coleta referente aos registros de diário de campo foi o fato de estarem envolvidas nas atividades executadas pelo coletivo. O critério de exclusão, portanto, foi a ausência de vínculo direto com as ações do grupo.

Uma vez que este projeto teve como objetivo analisar as práticas do Coletivo Mulheres do Salgueiro, os critérios para inclusão de participantes na etapa de entrevistas basearam-se na escolha de uma representante ativa e experiente na administração do coletivo. Optou-se, assim, por selecionar uma integrante que tivesse acompanhado todas as fases da organização, desde sua criação, de modo a possibilitar uma compreensão mais detalhada e profunda de sua história e das atividades desenvolvidas ao longo do tempo. Para tanto, foi escolhida a cofundadora e atual coordenadora do coletivo. O critério de exclusão, nesta etapa, consistiu em não selecionar participantes que não tivessem vivenciado todas as fases do coletivo.

Foi garantido a todas as participantes o acesso aos resultados da pesquisa, ao término da investigação. Além disso, asseguraram-se, durante todas as etapas do estudo, o sigilo e a privacidade dos dados e das identidades das participantes. Para tanto, fez-se uso da pseudonimização dos dados, de modo que nomes, vozes, imagens ou quaisquer outras informações capazes de identificá-las fossem integralmente resguardadas.

Os benefícios indiretos esperados com a participação na pesquisa consistiram na possibilidade de que os resultados viessem a produzir evidências capazes de

subsidiar o desenvolvimento de ações e políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo de mulheres periféricas, contribuindo, assim, para processos de mobilidade social. Ainda que a pesquisadora tenha adotado estratégias para minimizar possíveis riscos, reconhece-se que algumas participantes poderiam sentir-se constrangidas ou desconfortáveis diante de determinadas perguntas. Ademais, embora se tenha trabalhado para evitar esse tipo de inconveniente, não se pode descartar completamente a possibilidade de quebra de sigilo ou de comprometimento do anonimato das entrevistadas. Para reduzir eventuais efeitos adversos decorrentes da participação na pesquisa, a pesquisadora comprometeu-se a encaminhar qualquer participante a instituições de atendimento psicológico, caso fossem relatados danos emocionais. Além disso, visando à proteção de dados, todo o material coletado foi armazenado em dispositivos externos protegidos por senha, não sendo utilizado armazenamento em nuvem.

3.3

Coleta de dados

As informações utilizadas neste estudo foram coletadas por meio de diários de campo e entrevista com a coordenadora do coletivo.

A opção metodológica de utilizar os diários de campo ancora-se em uma perspectiva de etnografia feminista, conforme propõe Hernández (2018). Nessa abordagem, o diário é compreendido não como um simples instrumento técnico de registro, mas como um espaço de memória, emoção e reflexão situada, no qual a pesquisadora se reconhece como parte do campo, implicada nas relações que investiga. Assim, escrever o diário de campo foi um exercício de reflexividade e ética do cuidado (Castillo, 2021), em que meu corpo, a emoção e a consciência política se tornaram dimensões legítimas da produção de conhecimento.

Do ponto de vista epistemológico, o diário de campo foi concebido como uma escrita não neutra e politicamente situada (Hernández, 2018). Inspirada por uma consciência feminista e decolonial, a redação dos diários buscou desestabilizar as lógicas binárias da modernidade ocidental (Lugones, 2014), que separam teoria e prática, intelecto e emoção, sujeito e objeto, pesquisadora e participantes. Nessa perspectiva, a escrita do diário traduz-se em um ato de coautoria e de implicação,

no qual as experiências vividas, as percepções profissionais e as emoções da pesquisadora se entrelaçaram com as vozes e ações das mulheres do coletivo.

Os diários de campo foram compostos por anotações relativas tanto aos encontros presenciais realizados na sede do coletivo quanto às atividades externas, como feiras e reuniões comunitárias, e na principal rede social do grupo (Instagram). Para a realização desta última etapa, elaborou-se uma Declaração de Anuência para Observação nas Redes Sociais (Anexo IV), posteriormente submetida à apreciação da responsável pelo coletivo. Os diários elaborados a partir das redes concentraram-se na análise das formas de comunicação pública, da divulgação de atividades e dos conteúdos visuais e textuais que traduzem a atuação social e política do coletivo.

A entrevista com Joana Belém (pseudônimo), cofundadora e uma das coordenadoras do coletivo, foi realizada seguindo um roteiro semiestruturado (Anexo III) (Laville & Dione, 1999) e ocorreu mediante disponibilidade da entrevistada. Escolhi essa modalidade de entrevista uma vez que precisava conhecer um pouco mais sobre a história da entrevistada, sua relação com o coletivo, sobre a formação e história do coletivo a partir da perspectiva de alguém que sempre esteve envolvida com o mesmo. A entrevista ocorreu por meio da plataforma virtual *Google Meet* e durou 49 minutos. Esta entrevista foi transcrita e disponibilizada para a, então, entrevistada, para que ela pudesse validar/autorizar ou não o uso da mesma para análise e posterior publicização de tais informações.

Em conjunto, os diários de campo e a entrevista compõem um *corpus* etnográfico feminista, no qual o conhecimento emerge da experiência compartilhada, da escuta e da escrita reflexiva, reafirmando o compromisso desta pesquisa com uma produção horizontal, situada e politicamente engajada.

3.4

Análise de dados

Com a finalidade de produzir um saber acadêmico alinhado às orientações onto-epistemológicas seguidas neste estudo e de evitar a reprodução de práticas coloniais na pesquisa, a análise dos dados foi conduzida segundo o modelo de investigação temática decolonial proposto por Silva e Wanderley (2022). Esse

modelo foi inspirado na investigação temática inicialmente criada pelo pedagogo Paulo Freire, dentro do método psicossocial (Saul & Saul, 2017), e posteriormente desenvolvida por Bosco Pinto (2014) em contextos de formação e reconstrução vinculados a projetos de reforma agrária em países latino-americanos, em meados da década de 1960.

Segundo Silva e Wanderley (2022), o modelo de investigação temática não se apresenta como um método universal ou como uma única alternativa de análise alinhada a pressupostos de pesquisas decoloniais. No entanto, tal modelo aborda uma possibilidade de se produzir pesquisas sob essa orientação, uma vez que propõe que o(a) pesquisador(a) seja um mediador(a) dentro da pesquisa, sem que seus saberes e percepções se sobreponham aos dos participantes da pesquisa. Trata-se de uma pesquisa construída coletivamente e sem hierarquias, na qual se estabelece uma relação sujeito-sujeito (Silva & Wanderley, 2022) com os participantes da investigação. Além disso, esta perspectiva permite produzir uma pesquisa autêntica e democrática, uma vez que “permite que diferentes vozes e pontos de vista sejam considerados nos processos de produção e validação do conhecimento, para além da presença física ou quantitativa dos sujeitos” (Saul & Saul, 2017, p. 438). Silva e Wanderley (2022) descrevem uma proposta de investigação temática decolonial em três momentos: investigação do universo temático, tematização e problematização.

Uma vez que a investigação temática concebe a realidade como algo dinâmico, complexo, contraditório, relacional e construído a partir de processos históricos (Saul & Saul, 2017), a primeira etapa, investigação do universo temático, visa coletar e produzir dados iniciais de pesquisa a fim de obter uma compreensão do contexto e história que constituem a realidade investigada. Também se leva em consideração a percepção que os sujeitos de pesquisa têm sobre a própria realidade e procura entender quais são as principais características culturais, históricas, geográficas, bem como os costumes dessas comunidades. Nesta etapa, é comum a composição de círculos de pesquisa ou investigação para compreender as dinâmicas constitutivas daquelas comunidades, a partir da percepção dos seus integrantes. Neste processo, além dos círculos de pesquisa, o(a) pesquisador(a) pode utilizar também meios como observações participantes ou entrevistas abertas para obter tais informações (Silva & Wanderley, 2022).

A segunda etapa proposta é a tematização, quando o(a) investigador(a) procede com a ordenação e organização dos termos mais relevantes para a

comunidade. Essa ordenação dependerá da sensibilidade do(a) pesquisador(a) em perceber quais termos foram mais enfaticamente mencionados ou repetidos durante as interações com as pessoas do grupo. Ademais, esta etapa pode incluir o processo de redução teórica, que é quando o pesquisador realiza comparações de conceitos teóricos com os saberes locais trazidos pelos sujeitos da pesquisa a fim de identificar lacunas (Silva & Wanderley, 2022).

E, por fim, a terceira etapa de investigação temática proposta por Silva e Wanderley (2022) consiste no momento problematizador. Esta fase corresponde a uma etapa de diálogo reflexivo com os sujeitos de pesquisa a respeito dos temas codificados (Silva & Wanderley, 2022). As reflexões críticas realizadas pelos integrantes das comunidades ao longo desta etapa podem suscitar ações que podem levar a transformações sociais (Bosco Pinto, 2014). Nesta fase, ocorre o processo de decodificação temática, que consiste em um constante processo educativo a partir da leitura que se faz da realidade codificada. Consiste em “um esforço de apreensão das causalidades implícitas e explícitas na codificação, em diferentes dimensões, realizado colaborativamente” (Saul & Saul, 2017, p. 447). Uma vez que os participantes percebem e elaboram dialogicamente entre si e com o pesquisador situações existenciais familiares a eles, tais sujeitos podem contribuir com aspectos de sua prática que não tinham sido mencionados ou percebidos no primeiro momento. Tais procedimentos contribuem ainda mais para o caráter colaborativo de se construir conhecimento de forma horizontalizada, por meio de ciclos de ação-reflexão (Saul & Saul, 2017).

À vista disso, o percurso metodológico deste estudo buscou não reproduzir a decadência disciplinar (Gordon, 2023). Esta investigação não teve a pretensão de apresentar um retrato fiel da realidade ou um encerramento definitivo para o problema investigado, mas sim de oferecer possibilidades interpretativas. Afinal, “estudar seres humanos significa estudar possibilidades em vez de conclusões; requer a liberação da rigidez e o movimento para dentro do fluxo da comunicação e da elasticidade” (Gordon, 2023).

Ao adotar o modelo de investigação temática decolonial, aliado à prática da etnografia feminista, esta pesquisa procurou construir um processo de conhecimento partilhado, crítico e comprometido com as realidades das mulheres do Coletivo Mulheres do Salgueiro. Mais do que um exercício técnico, tratou-se de

uma prática política e relacional, que reconheceu no diálogo, na escuta e na reflexividade suas principais ferramentas de produção de saber.

A seguir, apresento a análise dos dados obtidos a partir dessa trajetória, na qual emergem os temas centrais que traduzem as formas de resistência, solidariedade e reconstrução coletiva que atravessam as experiências das mulheres do Salgueiro.

4

Análise de dados

A partir das escolhas metodológicas apresentadas no capítulo anterior, a análise dos dados aqui desenvolvida parte do compromisso com uma prática investigativa ética, feminista e decolonial. Isso significa que não se trata apenas de organizar informações colhidas em campo, mas de tentar compreender como as vozes, experiências e estratégias de resistência das mulheres do coletivo podem ser lidas a partir de suas próprias referências históricas e culturais.

Em vez de reduzir as práticas do grupo a categorias analíticas coloniais ou a modelos pré-determinados de marketing, a análise busca valorizar a agência das participantes e o modo como elas elaboram, no cotidiano, práticas de enfrentamento às estruturas de opressão. Assim, o *corpus* produzido – composto por entrevistas, diários de campo presenciais e virtuais – será interpretado a partir de uma abordagem que coloca o território, a memória e a ancestralidade no centro da reflexão.

Deste modo, este capítulo apresenta a análise dos dados em diálogo com epistemologias críticas amefricanas, de forma a destacar como as práticas do coletivo Mulheres do Salgueiro não apenas respondem às condições de exclusão, mas também constroem novas possibilidades de organização comunitária e econômica.

A análise temática decolonial, inspirada em Silva e Wanderley (2022), orienta a interpretação dos principais eixos identificados no *corpus* – como o ativismo político e a mobilização comunitária, o empreendedorismo solidário, a educação popular e o fortalecimento feminino e comunitário –, compreendendo-os não como categorias isoladas, mas como dimensões interconectadas de uma luta por vida digna em um território marcado pela precarização estrutural.

Para tanto, o capítulo está organizado em três movimentos: primeiro, a apresentação do coletivo e do território no qual ele se localiza; em seguida, a apresentação do universo temático utilizado nessa investigação; em seguida, a tematização dos eixos analíticos que emergiram dos dados, aliada a uma

problematização crítica dessas práticas à luz de referenciais teóricos decoloniais e feministas negros. Na próxima seção, apresento o coletivo Mulheres do Salgueiro, destacando sua inserção territorial e as condições históricas e sociais que conformam sua trajetória, de modo a oferecer a base necessária para a compreensão das análises que seguem.

4.1

O Coletivo e o território

Localizado na cidade de São Gonçalo, região metropolitana do Rio de Janeiro, o coletivo Mulheres do Salgueiro é um empreendimento solidário, que iniciou suas atividades em 2002, com o objetivo de realizar cursos e oficinas de tingimento de roupas e moda em geral, com a finalidade de impulsionar a capacidade produtiva e gerar renda para as mulheres das Comunidades do Salgueiro.

O Complexo do Salgueiro é o nome dado ao conjunto de favelas que abrange os bairros do Salgueiro, da Fazenda dos Mineiros, de Itaoca, de Itaúna, da Barra das Palmeiras, do Recanto das Acácias e de Luiz Caçador (Trindade, 2021). Apesar de este território possuir uma importante diversidade sociocultural e ambiental (por ser região próxima à Baía de Guanabara, com áreas de proteção ambiental e manguezal), a população local convive rotineiramente com a violência concreta e simbólica, especialmente por parte do Estado¹⁶.

O direito à vida e segurança são recorrentemente negados a essa população, que carece de serviços básicos, como saneamento, abastecimento hídrico, saúde e educação. Foi a partir desse contexto de privação que algumas mulheres desta comunidade decidiram criar o Mulheres do Salgueiro, pois pensavam em se ajudar coletivamente e, assim, tentar melhorar suas vidas e o seu entorno, já que entendiam que mais ninguém o faria por elas. Com tal objetivo em mente, o Mulheres do Salgueiro buscou diferentes parcerias que ajudassem o coletivo a se estruturar e se

¹⁶ Um exemplo foi o brutal do menino João Pedro, de apenas 14 anos, durante operações policiais na comunidade em maio de 2020. João Pedro brincava com amigos dentro da casa do tio quando foi alvejado por bala de calibre utilizado pela polícia (BBC, 2021).

profissionalizar, em vista das dificuldades que suas integrantes tinham de manter financeiramente o empreendimento.

Em 2006, o coletivo firmou uma parceria com o Instituto Gênese da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), por meio da qual as integrantes do coletivo adquiriram noções de empreendedorismo e economia solidária. No mesmo ano, em outra parceria com uma organização não-governamental alemã, o coletivo adquiriu a sua sede atual. Posteriormente, com o financiamento obtido em um edital público, as mulheres do coletivo conseguiram custear uma capacitação para transformar pele de tilápia em couro tingido.

O couro de tilápia virou matéria-prima para produção de acessórios, tais como bolsas, cintos, carteiras, braceletes e brincos. Atualmente, as atividades realizadas pelo coletivo compreendem não somente a produção de acessórios femininos e de itens e brindes promocionais feitos a partir do reaproveitamento de materiais – como banners, uniformes e jeans usados (Guatimosim, 2023) – como também de coleções de produtos criadas a partir de itens e tecidos doados por outras organizações como Instituto C&A e Farm Rio.

Parte dos artigos produzidos/vendidos pelo coletivo é comercializada no espaço de convivência do campus da UERJ em São Gonçalo. No entanto, a partir da realização do curso profissionalizante Gestão Mercadológica para Empreendimentos Solidários fornecido pelo IAG (PUC-Rio), há uma perspectiva e expectativa de expansão das atividades do coletivo para que as operações comerciais possam subsidiar as atividades sociais do coletivo.

A captação de recursos do coletivo não depende apenas da parte comercial, mas também dos editais de fomento a projetos sociais. No período pandêmico, o que promoveu a subsistência do coletivo foi o fato de elas terem sido contempladas pelo edital “54x Favela”, apoiado pela Fiocruz. A partir de tal verba, o coletivo conseguiu subsidiar projetos como “Mercado solidário: quilos necessários”, proporcionou kits de higiene para a comunidade e implementou a moeda social “Salgueiro vive”, que tinha por objetivo estimular as relações comerciais dentro da comunidade naquele período.

Além das atividades comerciais e da captação de recursos, o coletivo desenvolve atividades sociais em distintos eixos de trabalho, como educação ambiental, educação e articulação comunitária. A educação ambiental é fomentada mediante programas de segurança alimentar, rodas de conversa e cursos de moda

sustentável. O projeto educacional funciona por meio do curso de pré-vestibular social, que emergiu de uma parceria com a Faculdade de Formação de Professores da UERJ (FFP-UERJ) de São Gonçalo e conta com 15 professores voluntários. O curso visa preparar jovens e adultos das comunidades e entorno para realizarem exames de admissão para a graduação em universidades públicas. Além deste, o coletivo fornece, ainda, diversos programas de formação profissionalizante no segmento da costura e moda. E, por fim, a articulação comunitária ocorre por meio de atividades junto à Rede de Apoio, Proteção e Acompanhamento Social do Complexo do Salgueiro (RAPPAS), de participações em fóruns com outras redes e de parcerias locais e externas.

Em suas próprias palavras, a partir de uma definição de missão, coletivamente construída durante o curso de Gestão Mercadológica para Empreendimentos Solidários, o coletivo tem a missão de “impulsionar, conectar, promover e sensibilizar o povo favelado de periferia” por meio de “ações plurais e transformadoras de formação e práticas”, com ênfase no “desenvolvimento socioambiental, autonomia feminina e racial” (Diário de Campo 5). Além disso, o grupo pretende “ser reconhecido em escala nacional como um coletivo de mulheres Negras que luta por inclusão, garantia de direitos e transformações sociais” (Diário de Campo 6).

Em síntese, a trajetória do coletivo Mulheres do Salgueiro demonstra que sua atuação ultrapassa a dimensão econômica da geração de renda, constituindo-se como um espaço de educação popular, fortalecimento comunitário e afirmação política em um território marcado pela exclusão estrutural e pela violência do Estado. Essa experiência evidencia que, mais do que empreendimentos produtivos, trata-se de práticas sociais orientadas por epistemologias africanas e por uma ética do cuidado coletivo, que articulam resistência, solidariedade e criação de alternativas emancipatórias. Tendo em vista tais elementos, o próximo item se volta para a análise temática decolonial (Bosco Pinto, 2014), buscando compreender de que modo as práticas do Mulheres do Salgueiro desafiam a lógica eurocêntrica do consumerismo em marketing e apontam para outras formas possíveis de conceber cidadania, consumo e direitos em contextos periféricos.

4.2

Investigação do universo temático

No processo de investigação do universo temático, ocorreu a coleta e produção de dados iniciais da pesquisa para que eu, enquanto pesquisadora, alcançasse uma compreensão do contexto e história da realidade investigada (Bosco Pinto, 2014). Os dados deste estudo foram produzidos a partir da transcrição de entrevista realizada com Joana Belém (pseudônimo) – cofundadora e uma das atuais coordenadoras do coletivo –, de diários de campo produzidos de eventos – como reuniões, encontros e seminários – com o coletivo, de diários de campo criados a partir da participação de Joana em eventos como entrevistas em canais independentes do *Youtube* (como a TV Daki) e de comunicações (postagens) realizadas pelo coletivo em seu perfil, na rede social *Instagram*, no período de maio de 2024 a julho de 2025.

Segue a seguir, o quadro de composição do *corpus* da pesquisa:

Quadro 1 – Composição do *corpus* da pesquisa

Composição do <i>Corpus</i> da Pesquisa		
Fonte	Descrição	Quantidade de páginas
Diários de campo de eventos	Os diários de campo (descritos no anexo V) foram produzidos para descrever as interações entre a pesquisadora e o coletivo e/ou do coletivo com outras organizações. São registros de eventos como reuniões na sede, em universidades, em espaços públicos, participações em programas independentes (como em canais do <i>Youtube</i> ou <i>podcasts</i>).	Os diários de campo de eventos foram produzidos a partir de 12 episódios ocorridos entre os anos de 2023 e 2024. Os registros provenientes deles totalizam 39 páginas de textos escritos em fonte Arial, tamanho 12, espaçamento 1,5.
Diário de campo de postagens do perfil de rede social (<i>instagram</i>) do coletivo	Os diários de campo de postagens do <i>Instagram</i> foram produzidos a partir de notas sobre as comunicações do coletivo em ambiente virtual (no perfil da rede social <i>Instagram</i>).	Os diários de campo produzidos a partir das comunicações (postagens) do coletivo em seu perfil no <i>instagram</i> foram gerados a partir das anotações e percepções sobre 140 registros, realizados de maio de 2024 a julho de 2025. Os registros provenientes deles totalizam 150 páginas de registros escritos em fonte Arial, tamanho 12, espaçamento 1,5.
Entrevista	Foi realizada entrevista com a cofundadora e atual coordenadora do coletivo, Joana Belém. A entrevista ocorreu de maneira remota, via plataforma <i>Google Meet</i> , no dia 22 de agosto de 2022. O formato de	A transcrição da entrevista realizada com a cofundadora e atual coordenadora do coletivo, Joana Belém, é composta por um registro de 25 páginas de texto escrito em fonte Arial, tamanho 12, espaçamento 1,5.

	entrevista se deu desta maneira para viabilizar a coleta diante da agenda da entrevistada.	
--	--	--

Fonte: elaborado pela autora (2025).

A seguir, destacarei os principais temas decorrentes dos registros descritos no Quadro 1. Os temas verificados no *corpus* da pesquisa são: ativismo político e mobilização comunitária; empreendedorismo comunitário e economia solidária; educação, formação e conscientização; e, por fim, empoderamento feminino e fortalecimento comunitário. Cada tema aparece em diversas ações do coletivo e cumpre um papel importante na sua atuação do Mulheres do Salgueiro como espaço de defesa e proteção social da comunidade.

4.3

Entre redes, saberes e resistências: práticas insurgentes do Mulheres do Salgueiro

O Coletivo Mulheres do Salgueiro constitui um exemplo, organicamente construído, de resistência e inovação social advinda das periferias urbanas brasileiras. Nascido da experiência de mulheres trabalhadoras – sobretudo da indústria têxtil e do antigo aterro sanitário de São Gonçalo – com demandas similares – como creches suficientes para atender seus filhos para que possam trabalhar –, o grupo se consolidou como espaço de acolhimento, formação e luta por direitos. Suas práticas cotidianas – que incluem ativismo político, empreendedorismo comunitário, formação crítica popular e empoderamento feminino – possuem como objetivo comum o enfrentamento das dinâmicas de poder racial e de gênero. A seguir, explicarei e exemplificarei como cada uma dessas práticas de defesa emergiu do *corpus* de pesquisa e como perspectivas de teóricas amefricanas brasileiras auxiliam na compreensão de cada uma delas.

4.3.1

Ativismo político e mobilização comunitária

O ativismo político e a mobilização comunitária do Coletivo Mulheres do Salgueiro manifestam-se de forma multifacetada, combinando práticas de articulação em redes e o uso estratégico das redes sociais como instrumentos de engajamento. Por um lado, a articulação em redes evidencia a capacidade do coletivo de construir alianças locais, nacionais e internacionais, fortalecendo laços de solidariedade e ampliando o alcance de suas pautas por meio de parcerias institucionais, eventos comunitários e intercâmbios transnacionais. Por outro, as redes sociais são utilizadas não apenas como meios de comunicação, mas como espaços de mobilização política que convocam à ação, difundem dados e denúncias sobre desigualdades estruturais e potencializam a visibilidade das lutas das mulheres negras periféricas. Esses dois eixos, interdependentes e complementares, revelam como o coletivo transforma tanto os espaços presenciais quanto os digitais em arenas de resistência, denúncia e criação de alternativas coletivas.

Articulação em redes

Uma das formas de proteção contra as opressões de raça e gênero utilizada pelo coletivo é o engajamento na cena política e nos movimentos sociais, articulando-se com redes de grupos/coletivos com amplas agendas em comum. Um exemplo marcante são os encontros como o “Potencializando Redes do Salgueiro” (Diário de Campo 1), que ocorreu em 23 de maio de 2023, na UERJ. O evento foi uma ação conjunta que uniu diversos parceiros do coletivo para promover reflexões sobre ações que pudessem favorecer a comunidade. Naquele evento, compareceram autoridades – como o então secretário da prefeitura de São Gonçalo –, representantes de instituições voltadas à pesquisa e ciência – como da Fiocruz, UERJ e UNIRIO – e outras organizações parceiras do coletivo – como a Rede RAPPAS (mencionada no item 4.1), Redes da Maré e Assentamento da Fazenda Engenho Novo. Nas palavras de Joana, naquele mesmo evento: “- Eu não acredito em caminhos trilhados sozinhos. Precisa ser em rede!” (Diário de Campo 1).

Essa articulação em rede funciona como uma forma de contrapor a exclusão sofrida no mercado, mostrando que a sobrevivência e a emancipação não dependem apenas da inserção em lógicas mercadológicas, mas da construção de alternativas coletivas.

Ao transformar a realidade de diversos grupos de mulheres marginalizadas do território em demandas coletivas por direitos, o coletivo incorpora o fazer político e faz da favela um espaço de debate e articulação de soluções políticas. Isso vai ao encontro da compreensão de que, das mulheres negras autônomas, que são sustentáculos econômico, afetivo e moral de suas respectivas famílias (e muitas vezes das famílias de outrem), emerge a chama da libertação, porque elas não têm nada a perder (Gonzalez, 2020a). Eu diria que elas não têm alternativa senão lutar:

Em entrevista à TV Daki, Belém diz: “A gente tem ouvido uma galera falando assim: ‘- Não quero discutir política!’. Então a gente morre, né, porque nós somos seres políticos” (Diário de campo 2). Para tanto, o Coletivo Mulheres do Salgueiro tem investido na ampliação de suas redes por meio da participação em eventos internacionais — incluindo palestras, entrevistas e intercâmbios acadêmicos na Europa. Um exemplo significativo ocorreu em maio de 2024, quando Joana foi convidada a representar o coletivo em uma série de atividades realizadas na Alemanha, fortalecendo a circulação de suas práticas e narrativas em espaços transnacionais:

O vídeo mostra Joana Belém, coordenadora do Coletivo Mulheres do Salgueiro, sentada em uma mesa de apresentação em um auditório, ao lado de outros dois interlocutores. Ela fala para uma plateia, em um espaço com público aproximado de 50 pessoas. Na sua fala, Janete saúda suas ancestrais, lembra de sua mãe, Josefa da Luz, e compartilha o processo de se reconhecer como mulher preta por meio do ativismo e da luta pelos direitos humanos, ressaltando a importância de trazer essa reflexão ao público.

O evento ocorreu no dia 22/05, no Centro de Berlim, como parte da primeira palestra do ciclo “Feminismo Preto nas Favelas Brasileiras”, realizado no Mehringhof. O encontro contou com tradução simultânea e teve como objetivo promover um intercâmbio internacional entre Brasil e Europa, especialmente com a Alemanha. Foram discutidos temas como educação popular, atuação em rede (com destaque para a Rede RAPPAS), estratégias de enfrentamento ao racismo estrutural, políticas públicas e análises de conjuntura. Ao final, a audiência interagiu com perguntas sobre o trabalho desenvolvido pelo coletivo. Este evento marcou a abertura de uma série de palestras na Alemanha, nas quais Joana representa o coletivo, acompanhada pelo parceiro Lutz Taufer. (Diário de campo, Instagram, 23/05/24)

Uma postagem em parceria com a BrasilNilê e.V (que se apresenta como a primeira associação afro-brasileira do Estado de Rheinland-Pfalz) agradece a presença de todos na palestra realizada na Goethe-Universität Frankfurt, onde Joana representou o coletivo. O texto destaca o valor da inserção do feminismo negro brasileiro na academia alemã, ressaltando como a fala de Joana trouxe à tona estratégias de autogestão e resistência das mulheres negras faveladas diante da ausência do Estado e da violência. A postagem enfatiza a relevância de fortalecer narrativas do Sul

Global e de ampliar redes transformadoras em defesa da vida. (Diário de campo, Instagram, 29/05/24)

Essas participações podem ser interpretadas como uma forma de inserção em dinâmicas globais que dialogam com o consumerismo. Isso ocorre porque tais participações tendem a gerar visibilidade, uma vez que o coletivo mobiliza ferramentas de comunicação e marketing para legitimar sua atuação no campo global, reforçando sua capacidade de atrair apoiadores, financiadores e redes de solidariedade. Essa dinâmica reflete a lógica do consumerismo ao transformar experiências comunitárias de resistência em conteúdo consumido por públicos externos.

Contudo, diferentemente do consumerismo capitalista tradicional, a participação internacional do coletivo em tais eventos não tem como objetivo central a geração de lucro ou a maximização de ganhos privados. Ao contrário, trata-se de um uso estratégico de espaços de visibilidade para garantir recursos, reconhecimento e sustentabilidade das ações sociais em territórios periféricos. É uma forma de alinhar-se ao consumerismo em sua dimensão instrumental (por meio da busca por legitimidade e recursos), ao mesmo tempo em que subverte seus fundamentos, pois a finalidade última não é o consumo em si, mas a promoção de direitos, a proteção social e a emancipação comunitária.

A atuação em rede demonstra que o coletivo não busca caminhos individuais, mas aposta em alianças estratégicas para fortalecer a luta por direitos. Essa lógica reforça o caráter comunitário de sua ação política, promovendo intercâmbios de saberes e experiências que ampliam a capacidade de resistência e de incidência pública. Assim, a rede funciona como espaço de solidariedade, em que práticas locais dialogam com debates globais, gerando visibilidade e apoio mútuo.

A atuação em redes locais, nacionais e internacionais coloca o Mulheres do Salgueiro em diálogo com universidades, movimentos sociais, organizações comunitárias e instituições internacionais (Diário de campo 1; Diário de campo 3; Diário de campo 12). Nesses espaços, o coletivo denuncia como o mercado — guiado pela lógica do lucro — exclui sistematicamente mulheres negras de oportunidades dignas de trabalho e renda. Ao se engajar em eventos como a Marcha das Mulheres Negras ou palestras em universidades europeias, o grupo evidencia

que a precariedade enfrentada por essas mulheres não decorre de “falhas individuais”, mas de estruturas racistas e sexistas que moldam o funcionamento do mercado. Além disso, ao articular-se com redes solidárias e assentamentos rurais, o coletivo mostra na prática que a economia hegemônica não garante acesso a direitos básicos e que são necessárias formas alternativas de produção e circulação de riqueza.

Desse modo, o engajamento em redes, sejam elas locais, nacionais ou internacionais, revela a importância da articulação coletiva como base do ativismo político do Mulheres do Salgueiro. Contudo, essa mobilização não se restringe aos espaços presenciais: ela se expande e se reinventa também no ambiente digital. As redes sociais tornam-se, assim, ferramentas complementares de luta, funcionando não apenas como canais de divulgação, mas como instrumentos de articulação política que ampliam o alcance das ações presenciais e permitem ao coletivo ultrapassar barreiras territoriais, conectando-se a públicos e instituições para além do espaço físico da comunidade.

Engajamento nas Redes

Um outro exemplo de engajamento político do coletivo acontece quando ele utiliza, de forma consistente, as redes sociais como instrumento de mobilização política. Suas postagens conjugam dados concretos — como estatísticas sobre racismo — com mensagens militantes e educativas, convidando o público a transpassar os limites das redes sociais e participar de mobilizações coletivas.

Em diário de campo sobre postagem realizada no dia 03/07/2025, temos a seguinte informação:

A imagem publicada apresenta um punho cerrado em tons de pele negra sobre um fundo marrom escuro, simbolizando resistência e luta. No topo, há um logo circular de fundo vermelho com as iniciais "MS" em branco. O texto principal em branco destaca: "Lutar contra o racismo não é uma 'trend', é justiça!" seguido da informação "03/07 - Dia Nacional de Combate à Discriminação Racial". O texto da legenda contextualiza historicamente a data, mencionando que, em 3 de julho de 1951, foi sancionada a Lei Afonso Arinos, tornando o racismo infração penal no Brasil pela primeira vez. Adiante, complementam a postagem, trazendo os dados da Agência Brasil de que “entre 2000 e 2021, 9 em cada 10 denúncias de racismo foram arquivadas sem indiciamento”, e que “70% dos negros no país já sofreram discriminação”. Isso demonstra que a despeito de o racismo ser criminalizado há mais de 70 anos, segue presente na realidade de pessoas racializadas brasileiras (...)

A mensagem conclui reafirmando a responsabilidade coletiva na construção de uma sociedade antirracista, usando emojis representativos com pele negra e hashtags como #Racismo, #LutaContraORacismo, #DiscriminaçãoRacial e #blackpower. (Diário de campo, Instagram, 03/07/2025)

Na comunicação acima, o Mulheres do Salgueiro combina dados concretos – como as estatísticas sobre arquivamento de denúncias de racismo – com um tom militante, denunciativo e educativo, convidando todos à “construção de uma sociedade em que não haja espaço para o racismo”, como descrito na legenda do post supracitado.

Além disso, o coletivo também sua visibilidade política para lançar luz sobre debates importantes, como o do racismo ambiental:

O fundo da imagem postada retrata uma foto com casas construídas sobre um morro, sem o acabamento de cimento e com tijolos aparentes. Além disso, na parte inferior da imagem, observa-se um poste com fios emaranhados. Imagens como essa são comuns em registros fotográficos nas comunidades fluminenses. A falta de acabamento nos imóveis e a forma despadronizada como foram construídos sugerem que as construções foram construídas de maneira irregular, sem a devida segurança. Isso indica que moradores da região retratada vivenciam situações de vulnerabilidade. Ao centro da imagem, o texto “Não, não é a ‘escolha de Deus’”, em letras com fonte maior. E logo abaixo segue uma continuação da fala, com letras menores: “São as consequências do racismo ambiental mesmo!”. O texto deixa claro que a realidade de vulnerabilidade que a imagem imprime não é uma consequência espiritual de um ser maior, mas sim de todo um sistema institucionalizado de racialização de seres humanos, que faz com que qualquer outro tipo de atividade humana (como empreendimentos) seja realizado valendo-se do sacrifício de pessoas racializadas em situação de vulnerabilidade. (Diário de campo, Instagram, 16/04/2025)

Quando o coletivo desmente a falácia de que as consequências do racismo ambiental não são “escolha de Deus”, está, efetivamente, trazendo à tona o debate acerca de um tema que é uma realidade que precariza territórios periféricos – tal como enunciado por Chavis (1993) – e que exige respostas no campo das políticas públicas.

Para Carneiro (2003), o ativismo precisa ser, ao mesmo tempo, denúncia e criação de alternativas. Neste sentido, o coletivo MS fornece contribuições significativas, pois, além de lançar luz sobre relações de poder que causam exclusões e invisibilidades (Gordon, 2023), incorpora e divulga suas práticas e experiências com economia criativa (melhor explicado no item seguinte), redes de solidariedade e educação comunitária.

No entanto, esse engajamento político do coletivo não se restringe ao ambiente virtual. Em outro exemplo, as redes sociais do coletivo convocaram o público a “marchar por direitos” (Diário de campo, Instagram, 25/07/2025), reafirmando que a luta contra o racismo e pela equidade de gênero faz parte do cotidiano de sua militância. Naquele mesmo mês, integrantes do Mulheres do Salgueiro estiveram presentes na Marcha das Mulheres Negras, realizada em Copacabana e organizada pelo Fórum Estadual de Mulheres Negras do RJ. O ato reuniu milhares de mulheres de diferentes municípios do estado, que se uniram para denunciar o racismo estrutural e reivindicar direitos fundamentais, como acesso à saúde e à moradia digna.

O engajamento virtual entra em confluência também com a articulação comunitária, uma vez que o coletivo usa suas redes sociais para mobilizar a comunidade local e estabelecer parcerias políticas. Um exemplo é o fato de o coletivo repostar, em sinal de apoio, o vídeo elaborado pela ONG Mulheres da Parada com o objetivo de fortalecer a divulgação do festival “trançar é esperar” – que se tratava de uma feira de afroempreendedoras com artesanato, gastronomia, oficinas, palestras, shows e danças.

O vídeo mostra uma mulher sentada e três mulheres trançando os cabelos da primeira mulher. Todas as mulheres são negras. O vídeo mostra um momento de afeto entre mulheres e passa a mensagem de que elas podem ser amigas, irmãs, mãe e filhas. Mostra um momento de cuidado e descontração, pois durante o vídeo elas riem e parecem se divertir. O vídeo mostra visualmente o que é descrito com o passar do vídeo: “Trançamos nos salões, nas cadeiras de plástico, nas calçadas, nos quintais. Trançamos afetos, ideias, risos e revoltas. Cada mecha é acolhida, cada nó uma aliança. Trançar é esperar com as mãos, com o coração e com a comunidade”. (Diário de campo, Instagram, 15/07/2025)

Esse exemplo mostra algo corriqueiro na realidade do coletivo: o empenho em impulsionar mulheres e coletivos com agendas para alcançarem objetivos em comum juntos. Isso demonstra que a lógica por meio da qual o coletivo atua é coletiva e não uma perspectiva de defesa individualista. Há uma consciência coletiva nas formas como o Mulheres do Salgueiro escolhe se defender.

O próprio processo de reflexividade, sobre a razão de ser e projeção futura do coletivo, as integrantes do coletivo elaboraram coletivamente a missão e visão da organização, deixando claro seu compromisso com a cidadania, inclusão social e transformação “potencializando a figura da mulher” e promovendo “cultura de paz”

no território (Diário de campo 2; Diário de campo 3). Em eventos institucionais, Joana – cofundadora do grupo – é apresentada e se apresenta como “uma mulher preta, periférica” orgulhosa de suas origens (Diário de campo 2), como “ativista de direitos humanos” (Diário de campo 9) e conta sua história como exemplo de luta comunitária.

Por fim, o coletivo usa suas redes sociais como uma ferramenta de promoção do ativismo político, pois visibiliza o debate sobre questões relevantes ao seu propósito com o uso de hashtags – como #Racismo, #LutaContraORacismo, #DiscriminaçãoRacial e #blackpower (Diário de campo, Instagram, 25/07/2025) – também com o uso de marcações de perfis de organizações parceiras – como @planointegradosaudefavelasrj e @oficialfiocruz. Em diário de campo, relato:

Quando o coletivo utiliza as marcações de outros perfis como o @planointegradosaudefavelasrj, @oficialfiocruz, a comunicação deixa de ser apenas um registro do evento Marcha das Mulheres Negras e passa a ser um instrumento de mobilização interinstitucional. As marcações funcionam como ferramenta de articulação política e criam redes de conexão entre diferentes atores e territórios. (Diário de campo, Instagram, 30/01/2025)

Deste modo, enquanto o engajamento em redes presenciais possibilita a construção de alianças estratégicas e a inserção do coletivo em espaços de debate locais e internacionais, a atuação digital amplia e reverbera essas ações, conectando o território a audiências mais amplas e fortalecendo a circulação de suas narrativas. Juntas, essas dimensões demonstram que o ativismo do coletivo não se limita a resistir, mas também cria alternativas concretas para enfrentar desigualdades de raça, gênero e classe.

Portanto, o uso das redes sociais pelo Mulheres do Salgueiro não é apenas comunicação, mas um mecanismo de defesa política contra a exclusão do mercado. Ao denunciar injustiças, criar narrativas próprias, mobilizar coletivamente e articular alianças, o coletivo transforma plataformas digitais em espaços de resistência e de afirmação de alternativas solidárias às lógicas excludentes do capitalismo.

Se partíssemos de uma perspectiva colonialista, o tipo de consumerismo relatado na literatura que mais se aproximaria da ideia do ativismo político do Mulheres do Salgueiro é o consumerismo político (Micheletti, 2006). Isto acontece quando cidadãos usam o mercado como arena para expressar reivindicações

políticas, sociais e éticas. Para tanto, lançam mão de estratégias como o boicote, *boycott* e compras éticas (que levam em consideração temas como sustentabilidade, direitos trabalhistas e responsabilidade social corporativa) (Micheletti, 2003).

Ainda que o coletivo utilize seu espaço para denunciar as consequências sociais dos mercados (Nason, 1989) e as externalidades negativas (Callon, 1998), como o racismo ambiental, o ativismo político das MS opera por uma lógica coletivista e não pela lógica individualista do consumerismo político descrito por Micheletti (2003; 2006). Quando Joana afirma: "Eu não acredito em caminhos trilhados sozinhos. Precisa ser em rede!", ela articula uma epistemologia coletivista que contrasta radicalmente com a soberania do consumidor individual propagada pelo neoliberalismo. Assim, o coletivo pratica uma lógica coletivista de consumerismo alinhada àquela desenvolvida pelo consumerismo transmoderno da Escola Nacional Florestan Fernandes (Hemais et al., 2024).

Diferente do consumerismo político, fundamentado em uma visão elitista de participação política baseada no poder de compra, o ativismo político do MS alicerça-se no conceito de "amefricanidade" de Lélia Gonzalez. O coletivo não atua por meio do "poder de compra" para influenciar mercados, mas pela construção de redes territoriais de resistência que emergem da própria experiência diaspórica. A participação na Marcha das Mulheres Negras, a articulação com a RAPPAS e as parcerias com assentamentos rurais demonstram como a política amefricana opera por meio de alianças que vão além da mediação do mercado.

Ao contrário do consumerismo político, que domestica movimentos sociais transformando-os em estratégias de mercado – como o *greenwashing* e *diversity washing* –, o ativismo das Mulheres do Salgueiro mantém sua radicalidade ao denunciar o "racismo ambiental" e ao afirmar que "lutar contra o racismo não é uma *'trend'*, é justiça".

Deste modo, o ativismo das Mulheres do Salgueiro e suas diferentes práticas emergem da perspectiva de "amefricanidade", na qual Gonzalez (2020g) enfatiza que a luta política das mulheres Negras nasce da experiência cotidiana proveniente da fusão das vivências da população negra na diáspora. Além disso, denunciam o racismo estrutural e propõem alternativas coletivas (Carneiro (2003) ao destino de exclusão e escassez reservados pelo capitalismo. Portanto, o ativismo político e mobilização comunitária do coletivo podem ser lidos como expressão viva do

pensamento feminista negro brasileiro, pois articulam cotidiano, denúncia, resistência e criação de mundos possíveis.

A postura do coletivo demonstra consciência Negra (Gordon, 2023) na medida em que buscam tirar o “véu” da alienação racial nesse processo de desvelar estruturas de opressão que muitas vezes são naturalizadas. Esta postura política não busca reformar o sistema por meio do consumo, mas questiona as próprias bases da modernidade colonial que produz territórios sacrificáveis.

4.3.2

Empreendedorismo comunitário e economia solidária

O empreendedorismo comunitário e a economia solidária desenvolvidos pelo Mulheres do Salgueiro configuram-se como respostas concretas às exclusões históricas que marcam o acesso de mulheres negras ao consumo e a outros direitos basilares enquanto cidadãs. Longe de reproduzir uma lógica mercantil de lucro individual, tais práticas se organizam em torno da coletividade, buscando criar alternativas sustentáveis de subsistência, proteção social e emancipação. Neste capítulo, examinam-se duas dimensões centrais desse processo: de um lado, a articulação entre a dimensão social e a dimensão comercial das iniciativas, que revela como a renda é constantemente reinvestida na comunidade; e, de outro, as práticas de inovação socioambiental e economia circular, que ampliam as possibilidades de geração de renda e de fortalecimento de vínculos comunitários em oposição ao individualismo capitalista.

Economia solidária: da subsistência à emancipação

Desde a sua origem, o Mulheres do Salgueiro buscou formas de garantir autonomia financeira e sustentar suas ações sociais. Um dos primeiros passos foi a criação de oficinas de costura, que ofereceram alternativas de trabalho e renda em um contexto em que o mercado capitalista relegava às mulheres negras periféricas funções precarizadas e mal remuneradas (Entrevista com Joana). Essa iniciativa inaugurou uma prática de produção coletiva, em que os resultados econômicos são reinvestidos em ações sociais.

Atualmente, o grupo mantém atividades comerciais (como confecção de roupas, artesanato em “couro de tilápia”, confecção de bolsas de lonas recicladas, bazares de roupas usadas, etc.) que têm como finalidade manter ou complementar as suas ações comunitárias:

A partir da troca de hoje (09/11/2023), tivemos a compreensão de que a atuação do coletivo Mulheres do Salgueiro era exercida em duas dimensões: comercial e social. A comercial tinha como mercado-alvo dos seus produtos, pessoas físicas (em eventos como feiras e bazares) e algumas pessoas jurídicas (como universidades e empresas). (...) a dimensão social tinha como mercado-alvo os moradores da região, jovens, sobretudo as mulheres. Esse grupo participava basicamente dos cursos e oficinas oferecidas em relação à temática da costura/moda, pré-vestibulares, horta comunitária e ações de assistência social, como aquelas ocorridas no período da pandemia. Percebemos, a partir deste esquema, que a dimensão comercial existia com a finalidade de suprir as atividades da dimensão social do coletivo. Ou seja: o coletivo praticava o empreendedorismo a fim de dar continuidade às atividades sociais, como os cursos de pré-vestibular, oficinas profissionalizantes e demais eventos sociais que ocorriam dentro da sede do coletivo ou fora dela. (Diário de Campo 6)

O texto acima, extraído do Diário de Campo 6, produzido a partir de reunião em um encontro do curso de Gestão Mercadológica para Empreendimentos Solidários (ocorrido na Escola de Negócios da PUC-Rio), mostra que o coletivo opera nas dimensões social e comercial. Esse modelo confirma que a dimensão comercial existe prioritariamente para sustentar a dimensão social, mostrando que o objetivo do coletivo não é a acumulação de lucro privado, mas sim a continuidade de iniciativas comunitárias que promovem educação, formação e cidadania.

Vale salientar que a dimensão comercial não é a única maneira de captação de recursos do coletivo e que, em momentos de privação e incertezas econômicas (como o período de pandemia do COVID-19), o MS foi contemplado por editais de fomento, como o Plano Fiocruz de Enfrentamento à Covid-19. Esse plano apoiou 54 projetos em favelas fluminenses e seus recursos foram utilizados para financiar ações voltadas à “proteção social, comunicação e informação, saúde mental, segurança alimentar, promoção de territórios sustentáveis e saudáveis, geração de emprego e renda, agricultura familiar e educação” (Silva, 2023).

O acesso a editais como o plano da Fiocruz supracitado é uma forma de o coletivo transpor a dependência exclusiva do mercado. Em vez de aceitar passivamente a negligência do Estado, o coletivo aproveita oportunidades institucionais para captar recursos e os redireciona a necessidades vitais (alimentação, saúde, educação).

No caso do coletivo, a verba foi utilizada em diversas ações, como o projeto “Mercado solidário: quilos necessários”, uma iniciativa de distribuição de cestas básicas a famílias em situação de vulnerabilidade e insegurança alimentar. Além disso, o MS criou a moeda social “Salgueiro Salva”, que funcionava da seguinte maneira: as famílias contempladas recebiam uma moeda que somente poderia ser utilizada para compra de alimentos não industrializados de pequenos produtores locais, como o assentamento Fazenda Engenho Novo. Essa foi uma forma de manter os recursos financeiros circulando dentro da comunidade, colaborando para a subsistência da comunidade em um momento de incertezas econômicas (Diário de campo 1; Diário de campo 4). Esse circuito econômico alternativo configura-se como uma prática de aquilombamento (Nascimento, 2018), ao priorizar pertencimento e reciprocidade sobre o lucro.

Tais práticas evidenciam que, diante do abandono do Estado e do mercado, a solidariedade organizada é um mecanismo de autodefesa comunitária, pois constrói alternativas de sobrevivência e reexistência, consolidando um modelo produtivo no qual a autonomia coletiva prevalece sobre a lógica de exploração capitalista. Dessa forma, o empreendedorismo comunitário, quando fundamentado em uma lógica solidária, transcende a racionalidade mercantil e ressoa a ética coletiva do quilombo, entendida como *lócus* histórico e presente de emancipação social, política e econômica (Nascimento, 2018).

Assim, ao organizar sua atuação em dimensões comercial e social, o Mulheres do Salgueiro demonstra que o empreendedorismo comunitário não se limita à geração de renda, mas funciona como estratégia de autodefesa e de reinvestimento coletivo. A partir desse eixo, torna-se possível compreender como o coletivo também avança para práticas de inovação socioambiental e de economia solidária, nas quais a produção não apenas garante recursos, mas também inaugura modos de fazer sustentáveis, circulares e emancipatórios, como explicitarei no item seguinte.

Inovação socioambiental: do resíduo à potência

No campo da inovação socioambiental, o coletivo expande suas iniciativas para além da subsistência imediata, experimentando práticas de economia circular e solidária que unem sustentabilidade ambiental, geração de renda e fortalecimento comunitário. Projetos como o couro de tilápia e a reciclagem de banners ilustram

como mulheres periféricas podem se tornar protagonistas de processos tecnológicos e sociais, construindo alternativas reais às contradições do capitalismo e ao *greenwashing* corporativo.

Os diários de campo destacam que o Projeto Couro de Tilápia – desenvolvido em parceria com o Instituto Gênesis da PUC-Rio – se tornou um caso de inovação social:

Em comunicação via *instagram*, o coletivo divulgou o projeto de transformação de pele de tilápia em produtos de couro. O post é formado por um conjunto de apresentações (cards) que mostram acessórios feitos com couro de tilápia: colares, bolsas, carteiras em cores variadas (azul, rosa, tons naturais) com acabamentos artesanais. Este projeto é um exemplo de como organizações comunitárias podem ser protagonistas de desenvolvimento tecnológico e social – utilizando-se da economia circular (reaproveitamento de resíduos) e sustentabilidade – desde que tenham acesso a parcerias qualificadas e recursos adequados para apoiar os processos. (Diário de campo, Instagram, 04/06/2025)

Nesse processo, as integrantes do coletivo aprenderam técnicas de curtimento e tingimento de couro de tilápia e passaram a produzir bolsas e acessórios diversos com esse resíduo. No entanto, a produção coletiva e sustentável não se limita a esse projeto. A transformação de resíduos em produtos de valor também ocorre com a confecção de produtos a partir de banners reaproveitados, vendidos em pedidos de larga escala como itens promocionais de empresas e eventos (como congressos e encontros universitários).

Tais práticas vão além do discurso empresarial de sustentabilidade, frequentemente apropriado em estratégias de *greenwashing*. Diferente das empresas que utilizam a sustentabilidade apenas como estratégia de marketing para aumentar vendas, o coletivo cria soluções efetivamente sustentáveis e comunitárias, nas quais a inovação tecnológica, a preservação ambiental e a geração de renda caminham juntas. Essa prática demonstra que a economia circular pode ser usada não como mercadoria, mas como ferramenta de emancipação.

Além da produção e comercialização de produtos sustentáveis, ações como organização de bazares e participações em feiras solidárias aparecem como ações que promovem o financiamento e o fortalecimento de atividades sociais desenvolvidas pelo coletivo. Em diário de campo sobre postagem realizada no *instagram*, relato:

A imagem publicada mostra o interior do bazar, um espaço amplo com paredes brancas. O ambiente apresenta uma atmosfera acolhedora e organizada, com boa iluminação natural vinda de uma janela ao fundo. No centro da imagem, a logo circular "MS" em vermelho e branco e o seguinte título sobreposto: "MODA, IMPACTO E TRANSFORMAÇÃO:" em fonte grande e um subtítulo: "Conheça o bazar do MS!" (...) O post promove um bazar solidário como uma iniciativa de impacto social, posicionando-o como algo além de um bom local para fazer compras, mas como um espaço de transformação comunitária. O público-alvo da publicação são as pessoas da comunidade interessadas em consumo consciente e impacto social, especialmente mulheres. (Diário de campo, Instagram, 12/02/2025)

A realização de bazares e feiras solidárias, como o festival “Trançar é Esperançar” e a Feira de Artesanato Eco Sol (FAES), revela a construção de espaços de consumo consciente, nos quais a compra ultrapassa a lógica mercantil e se converte em ato de transformação social e comunitária.

Iniciativas como essas são criadas por organizações solidárias, devido às contradições do sistema capitalista, como um modo de produção alternativo e de oposição às produções dominantes (Leal & Rodrigues, 2018). Um modo no qual as benesses da atividade econômica estejam ao alcance daqueles que a produzem (Alves et al., 2016).

O capitalismo não apenas marginaliza as mulheres negras periféricas como trabalhadoras, relegando-as a funções precarizadas e mal remuneradas, mas também as exclui enquanto consumidoras. Ao naturalizar a lógica de mercado como mediadora do acesso a direitos, o sistema pressupõe um poder de compra que muitas vezes lhes é negado pelas condições estruturais de pobreza, racismo e sexismo. Portanto, em um modelo no qual cidadania é frequentemente reduzida à capacidade de consumo, mulheres negras são duplamente deslegitimadas: não ocupam plenamente o lugar de trabalhadoras reconhecidas nem de consumidoras consideradas pelo mercado. Essa exclusão se expressa na precariedade habitacional, no acesso desigual à saúde e educação e até no consumo cotidiano, em que bens de qualidade e serviços básicos lhes são negados ou oferecidos em condições de exploração.

A inovação socioambiental, expressa em iniciativas como feiras solidárias e economia circular, mostra que a criatividade comunitária pode articular sustentabilidade e geração de renda. Além disso, operam como estratégias de autodefesa contra a exclusão mercadológica, criando circuitos alternativos em que o acesso a bens e serviços não depende da lógica do poder de compra, mas da

solidariedade e da coletividade. Ao criar oportunidades econômicas que consideram as exclusões de raça, classe e gênero, o coletivo desenvolve estratégias interseccionais (Akotirene, 2019) que nenhuma versão do consumerismo colonialista consegue contemplar.

Em síntese, o empreendedorismo comunitário e a economia solidária desenvolvidos pelo Mulheres do Salgueiro evidenciam como a produção coletiva pode se constituir em um espaço de resistência e emancipação. Longe de reproduzir a lógica mercantil orientada pelo lucro individual, tais práticas reafirmam a centralidade da coletividade e a busca por justiça social e ambiental, funcionando como estratégias interseccionais frente às múltiplas opressões de raça, gênero e classe.

Tais iniciativas dialogam diretamente com os demais eixos de análise da pesquisa, indicando que o empreendedorismo comunitário e a economia solidária não são práticas econômicas isoladas, mas se articulam às dimensões do ativismo político, da educação e do empoderamento feminino, compondo estratégias políticas de resistência e reexistência, que contestam diretamente as exclusões impostas pelo capitalismo e pelo consumerismo tradicional.

4.3.3

Educação, formação e conscientização

A educação ocupa papel central nas práticas do Mulheres do Salgueiro, funcionando como alternativa ao abandono do Estado e à exclusão do mercado, que não reconhece mulheres negras periféricas como consumidoras legítimas de educação emancipadora. As oficinas e cursos do coletivo vão além da transmissão de técnicas: combinam aprendizado prático com acolhimento e conscientização, fortalecendo autoestima e autonomia.

As mulheres do Salgueiro organizam e participam de cursos, oficinas e rodas de conversa para compartilhar conhecimentos úteis e ampliar oportunidades. Em postagem realizada em 01/04/25, o coletivo revela, em tom celebrativo, que, no ano de 2024, atendeu diretamente “1.574 pessoas por meio de cursos, rodas de debates, oficinas, palestras” e que isso beneficiou 6.674 pessoas indiretamente.

Entre as ações recorrentes estão cursos de corte e costura (do nível iniciante ao avançado), modelagem de roupas, oficinas de pintura e tingimento, aulas de reforço escolar e até inclusão digital (como aulas de informática e alfabetização digital para jovens e idosos) (Diário de campo 1; Diário de campo 2). Mais do que treinamento técnico, essas atividades formativas têm uma dimensão de conscientização. Em depoimentos, integrantes do coletivo revelam o acolhimento dentro do mesmo e ilustram como os cursos servem também como rede de suporte social e educativa, ampliando a autoestima e a capacidade de decisão das mulheres.

Além de ações internas, o grupo promove educação comunitária mais ampla: realiza palestras em escolas e eventos (como o Dia Internacional da Luta pela Saúde da Mulher, abordado em postagens do grupo), informa sobre saúde, direitos e cidadania, e participa de circuitos culturais. Um dos objetivos declarados do coletivo é “construir uma cultura de paz no território” por meio de ações intersetoriais de saúde, educação e assistência. Com isso, constroem-se ambientes de aprendizado mútuo.

Deste modo, o Mulheres do Salgueiro promove uma formação interseccional (Akotirene, 2019), pois não separa técnica (costura, moda, oficinas) de consciência crítica. Assim, o coletivo auxilia suas alunas com a construção da autonomia financeira, mas também com a emancipação da consciência, pois promove discussões sobre raça e gênero e debates silenciados pela cultura ocidental.

Esses processos educativos produzem epistemologias próprias que são negras e faveladas e combatem o “epistemicídio negro” (Carneiro, 2023, p. 88) e fortalecem a autoestima intelectual de pessoas negras e periféricas. Portanto, as ações educacionais do coletivo compreendem atividades de fortalecimento da cultura negra e do conhecimento “sequestrado” pela cultura dominante (Carneiro, 2023, p. 91). Um exemplo disso é a visita à Região da Pequena África, relatada em fevereiro de 2025 no *Instagram*.

A foto mostra uma selfie em grupo com diversas mulheres, em sua maioria negras, sorridentes e celebrando o momento ao ar livre. Quem tira a selfie do grupo é Joana Belém. Sobre a imagem, o seguinte texto em destaque: "Reconectando com nossas raízes!", remetendo à visita à Pequena África. O post destaca a importância da educação histórica e do resgate da identidade afro-brasileira como parte integral dos projetos de saúde e bem-estar da comunidade. A atividade é apresentada como uma forma de reforçar a identidade afro-brasileira por meio do conhecimento de locais históricos significativos. (Diário de campo, Instagram, 06/02/2025)

O exemplo acima demonstra como as atividades educacionais do coletivo são um símbolo de resistência ao apagamento e silenciamento histórico. Se os indivíduos negros e sua cultura foram negados e apagados, conforme relata Carneiro (2005), as atividades de formação – profissional, política e social – promovidas pelo coletivo Mulheres do Salgueiro visam confrontar essa negação com afirmação e visibilidade das epistemologias negras periféricas. Deste modo, as práticas educativas do coletivo confrontam diretamente o epistemicídio que o conhecimento afrodiaspórico tem sofrido, e vão de encontro à lógica do consumerismo colonialista, que trata mulheres negras como consumidoras secundárias e não como produtoras de conhecimento.

Além disso, o coletivo apresenta um papel crucial para a comunidade ao denunciar o racismo em todas as suas facetas (estrutural, ambiental, epistêmico), quando produz conteúdo acerca de tais debates. Ao abrir o diálogo para esse tipo de discussão, o coletivo incentiva a mesma e educa a comunidade e os seus interlocutores de outros territórios a não naturalizar a desigualdade, como na reunião "Educação e cultura de paz", ocorrida em 21/09/2023, na sede do coletivo (Diário de Campo 3). Isso promove uma consciência racial crítica acerca da realidade vivida.

O caráter pedagógico das comunicações feitas pelo coletivo tem como finalidade tornar os indivíduos mais conscientes a fim de proteger sua vida e de sua comunidade. Um exemplo disso são as postagens que combatem a desinformação com informação e valorização da ciência, como no exemplo abaixo:

O coletivo publicou a imagem de uma criança, sem mostrar seu rosto, sendo vacinada. Aparecem duas mãos de profissional da saúde vestidas com luvas de procedimento médico. A mão esquerda segura o braço da criança e a direita aplica a vacina no braço dela. O texto sobreposto à imagem diz: “Mais vacina, menos luto! O que protege sua saúde não é a sorte, é a ciência.” O post é construído a partir de uma contextualização histórica, como casos de sucesso, como a erradicação da varíola e poliomielite. Para suportar seus argumentos a favor da ciência, são utilizados dados precisos sobre vacinação e saúde pública. Além disso, a comunicação destaca a importância de ações estratégicas da saúde pública brasileira (como os dias nacionais da vacinação) para garantir a erradicação da poliomielite no país. (Diário de campo, Instagram, 22/07/25)

Assim, com dados verificáveis e linguagem acessível, esse tipo de informação conscientiza, ao mesmo tempo que faz um apelo coletivo ao expor em sua legenda que “vacinar não é uma escolha individual. [emoji de punho negro cerrado] É uma

proteção coletiva!”. Esse conteúdo demonstra que o ato de se vacinar vai muito além de uma escolha individual e passa a ser uma responsabilidade coletiva, pois, quando uma pessoa se vacina, ela garante a sobrevivência de outrem.

Portanto, se existe uma deslegitimação do negro como portador de conhecimento ou intelectualidade (Carneiro, 2005), o coletivo e suas integrantes desmentem essa falácia colonial ao produzirem conhecimento nos diversos espaços que ocupam, sejam eles públicos, nas salas de aula do coletivo, em meios midiáticos ou nas universidades.

O fato de integrantes do coletivo terem se disponibilizado e engajado a participar de encontros do Curso de Gestão Mercadológica para Empreendimentos Solidários fornecido pelo IAG (PUC-Rio) mostra que o coletivo valoriza o constante aprendizado e entende os espaços educativos como oportunidades de troca, desenvolvimento pessoal e ampliação da rede de relacionamentos. Na última reunião do curso, houve um momento com alunas do curso no qual ouvimos atentamente seus *feedbacks* sobre o curso.

Pelos relatos das participantes, a percepção a respeito do curso foi positiva. Aparentemente, aquelas aulas superaram a expectativa de co-construção de conhecimento, planejada no início do curso, e se converteram em uma nova parceria entre o Coletivo e o IAG. (Diário de Campo 11)

Apesar da experiência positiva com o curso, a universidade ainda representa o espaço oficial da “colonialidade do saber” (Lander, 2005) ou do que Carneiro (2023, p. 121) chama de “saber branco”. De maneira geral, ao ocupar a universidade (para fazer palestras, dar aulas, participar de debates, mesas redondas e encontros), o coletivo expõe, com propriedade, o conhecimento de qualidade gerado pela favela, confronta a autoridade exclusiva da fala do branco e aplica, segundo Carneiro (2023), uma estratégia viável para combater o apagamento do conhecimento negro.

Em resumo, a educação no contexto do Mulheres do Salgueiro vai da qualificação profissional à conscientização política. Segundo Carneiro (2023) a educação, muitas vezes é usada como instrumento de negação do negro, da sua cultura, dos seus saberes e da própria identidade. É por meio da educação formal que o ser humano racializado experimenta, durante as fases mais tenras da vida, esse tipo de negação. De maneira oposta, as práticas educativas do coletivo refletem

uma educação possível que estimula a afirmação pessoal, social e a consciência racial dos indivíduos (Carneiro, 2023). Ela aparece, nos registros de campo, como meio de empoderar a comunidade, preparando os indivíduos tanto para o mercado de trabalho (por meio de formação profissional) quanto para a cidadania ativa (por meio de debates e mobilizações culturais).

A visita à Pequena África não é consumo cultural, mas reconexão com ancestralidade. Os cursos profissionalizantes não visam formar melhores consumidores, mas sujeitos autônomos capazes de questionar sua condição. As campanhas de vacinação combatem a desinformação não por meio da lógica publicitária, mas por meio da valorização da ciência como bem comum.

Portanto, tais práticas educativas do Mulheres do Sagueiro surgem como resposta direta ao abandono do Estado e à lógica mercadológica que não reconhece mulheres negras periféricas como consumidoras legítimas de educação (Carneiro, 2023). Enquanto o mercado oferece apenas cursos voltados à mão de obra barata, o coletivo promove uma formação que combina técnica e consciência crítica, combatendo o epistemicídio (Carneiro, 2023) e a colonialidade do saber (Lander, 2005). Assim, a educação praticada pelo coletivo não busca somente formar melhores consumidoras, mas mulheres autônomas, capazes de transformar suas realidades e afirmar a favela como espaço legítimo de produção de conhecimento.

É possível, portanto, identificar várias convergências significativas entre o ativismo do Mulheres do Sagueiro e a abordagem educacional da Escola Nacional Florestan Fernandes (ENFF) (Hemais et al. 2024), ambos operando dentro de uma lógica transmoderna de resistência ao consumerismo capitalista.

Ambas as organizações adotam uma pedagogia crítica que vai além da transmissão de conhecimentos técnicos. O coletivo Mulheres do Sagueiro promove "cursos, oficinas e rodas de conversa" que combinam formação profissional com conscientização política, assim como a ENFF desenvolve uma educação que busca "permitir que as pessoas compreendam as opressões que sofrem, para que possam agir com base neste conhecimento adquirido e mudar o seu ambiente coletivamente" (Hemais et al. 2024, p. 16).

Ambas as experiências demonstram que existe uma transmodernização do consumerismo capitalista, caracterizada por uma economia pró-vida em oposição à economia do lucro – uma vez que priorizam a sustentabilidade comunitária sobre o lucro individual. Ambas produzem conhecimento a partir de suas realidades

específicas, rejeitam o caráter individualista do consumerismo tradicional e implementam uma ética amorosa em suas ações.

Essa convergência demonstra que existem modelos alternativos de organização econômica e social que desafiam as bases do consumismo capitalista. É possível, portanto, que existam diversas versões de perspectivas não colonialistas do consumerismo, tanto nos contextos urbanos periféricos quanto nos rurais, ou dentro de comunidades de povos tradicionais.

Assim, a educação promovida pelo Mulheres do Salgueiro se constitui como prática insurgente frente às exclusões impostas pelo mercado e pelo Estado. Ao articular formação profissional, consciência crítica e valorização dos saberes negros, o coletivo combate o epistemicídio e oferece alternativas à precarização do trabalho. Diferente do consumerismo tradicional, que reduz cidadania ao consumo, sua pedagogia forma mulheres autônomas, capazes de transformar suas trajetórias e fortalecer a comunidade.

4.3.4

Empoderamento feminino e fortalecimento comunitário

O empoderamento feminino e o fortalecimento comunitário constituem dimensões essenciais do trabalho do Mulheres do Salgueiro, articulando-se como práticas insurgentes frente às exclusões impostas pelo mercado e pelo Estado. Se, por um lado, o mercado ignora as mulheres negras periféricas como consumidoras legítimas de autonomia e emancipação, oferecendo apenas versões liberais de empoderamento limitadas à lógica do consumo, por outro, o coletivo cria espaços de resistência que valorizam o cuidado, a solidariedade e a construção de uma consciência crítica. Nesse sentido, a luta cotidiana do grupo não dissocia a busca pela autonomia individual da transformação coletiva: ao mesmo tempo em que promove a emancipação das mulheres em suas trajetórias pessoais, constrói redes de pertencimento e proteção social que afirmam a favela como lugar de produção de conhecimento, identidade e poder político.

Empoderamento interseccional

Desde sua concepção, o grupo se posiciona numa luta contra as estruturas opressoras de raça e gênero. Isso aparece explicitamente na visão organizacional do coletivo, pois afirmam-se como um “coletivo de mulheres negras”, já a missão realça o lugar das mulheres negras “como sujeito de direito”. Nas ações cotidianas do coletivo, essa dupla resistência se expressa em pelo menos dois sentidos: empoderamento feminino e fortalecimento comunitário.

O fortalecimento de mulheres é um tema recorrente no *corpus* dessa pesquisa. Desde a criação, o objetivo declarado do coletivo é “fortalecer as mulheres” da comunidade. Isso se manifesta na promoção da autonomia – financeira, emocional e de direitos – das mesmas. Em entrevista ao podcast Conexão Gonçalense, Joana revela:

Então, eu acredito demais na potência que existe nas pessoas que acordam 5 horas da manhã para enfrentar duas horas de trânsito para ir para o trabalho. Mas eu também acredito na potencialidade das mulheres que não conseguem, às vezes, fazer esse deslocamento porque têm os filhos para tomar conta. Então, elas precisam ali meio que... Criar um jeito de subsistir. Criar alternativa de subsistir, sabe? (Diário de campo, Instagram, 03/07/2025)

Quando Joana fala sobre "a potencialidade das mulheres que não conseguem, às vezes, fazer esse deslocamento porque têm os filhos para tomar conta", ela está evidenciando como a maternidade solo, a precariedade econômica e as responsabilidades de cuidado se combinam e limitam a mobilidade dessas mulheres.

Deste modo, o coletivo aplica o enegrecimento do feminismo proposto por Carneiro (2003) ao considerar condições concretas das mulheres negras periféricas – que são mães solo, trabalhadoras precarizadas, moradoras de comunidades marginalizadas – para construir suas estratégias de empoderamento. O Mulheres do Salgueiro não tenta adaptar um feminismo branco à realidade dessas mulheres, mas constrói um feminismo que nasce da experiência delas, enquanto mulheres racializadas.

Como destaca Carneiro (2003), o feminismo negro não pode ser apenas discursivo - deve produzir transformações concretas na vida das mulheres. Portanto, a busca por autonomia financeira por meio de cursos profissionalizantes e a criação de redes de apoio mútuo são exemplos da práxis do feminismo do Mulheres do Salgueiro. Ademais, a interseccionalidade, como sistematizada por Akotirene

(2019), deixa de ser apenas conceito teórico para tornar-se metodologia de ação. O coletivo não separa a luta antirracista da luta feminista, nem dissocia o empoderamento individual do fortalecimento comunitário.

O empoderamento exercido no Mulheres do Salgueiro apresenta uma dimensão interseccional (Akotirene, 2019), uma vez que ele atua como rede de proteção para mulheres negras em múltiplas vulnerabilidades. Tal como no relato do Diário de campo 4. Ao se apresentar, uma participante do curso disse que “o (coletivo) Mulheres do Salgueiro salvou a vida dela, pois apresentou uma oportunidade de ela existir para além da cansativa rotina de cuidar dos filhos, trabalhar, lidar com um ambiente familiar difícil”. Isso também foi perceptível no relato sobre a história de Roberta:

Roberta recorreu ao coletivo Mulheres do Salgueiro em um período de sua vida em que viveu um relacionamento abusivo e que não conseguia autonomia financeira para sair daquela situação. (...) O coletivo proporcionou não só a oportunidade de sobrevivência (por meio dos cursos e oficinas de costura), mas também o apoio emocional que aquela mulher precisava. (Diário de campo 4)

Diante de uma realidade comum a muitas mulheres, como precariedade econômica, machismo e racismo, o fazer político cotidiano do coletivo proporciona o empoderamento de mulheres racializadas por meio de uma prática interseccional (Akotirene, 2019).

Assim, a busca pela autonomia financeira reflete uma agenda feminista que é acolhedora à diversidade, pois, quando criam cursos profissionalizantes e oficinas, ministram palestras, participam de eventos e manifestações públicas, o fazem com a finalidade de promover mudança nas estruturas que as oprimem. Não se trata de uma busca por autonomia individualista conformada ao *status quo*, mas de uma busca revolucionária que visa o interesse coletivo.

Nos eventos (palestras, encontros, debates), conversa-se abertamente sobre misoginia e machismo. Isso mostra que o coletivo atua como reduto de apoio mútuo, em que as mulheres se reconhecem nas experiências umas das outras e vencem medos. Isso fica perceptível no depoimento de Lígia, mulher preta, mãe, avó, moradora da comunidade do Salgueiro há 59 anos e educadora do coletivo. Em vídeo produzido para a rede social do coletivo durante o curso de Gestão Mercadológica no IAG (PUC-Rio).

Mulheres do Salgueiro representa liberdade. Liberdade porque eu, quando fui para o Mulheres do Salgueiro, eu estava numa fase difícil, tinha perdido a minha mãe, estava em depressão. Então Mulheres do Salgueiro foi assim, foi uma terapia. Mulheres do Salgueiro, vamos dizer assim, me salvou. Eu consegui enxergar o horizonte, consegui fazer coisas diferentes. Então Mulheres do Salgueiro, para mim, é assim: é liberdade. Liberdade de pensamentos ruins, liberdade econômica, liberdade, às vezes, de uma pessoa opressora, de uma pessoa que tá te oprimindo. Então liberdade, eu defino Mulheres do Salgueiro. (Diário de campo, Instagram, 06/09/2024)

A sede do coletivo funciona como um espaço autônomo de enunciação e organização política, no qual as integrantes podem se afirmar como sujeitos de direito. Ao oferecer atividades voltadas às mulheres – mas que incluem homens e jovens também –, o coletivo reforça a ideia de que o caminho da transformação social coletiva passa pela emancipação das mulheres negras. Não se trata de uma organização que atua "para" as mulheres da periferia, mas "com" e "a partir" delas. Esse protagonismo territorial faz com que o coletivo atue, de forma integrada, contra as dinâmicas de poder excludentes, oferecendo proteção social por meio do fortalecimento da identidade negra e do empoderamento das mulheres da comunidade.

Dessa maneira, o coletivo atua para ampliar a autonomia financeira, emocional e política das mulheres negras periféricas, que são sistematicamente excluídas ou marginalizadas como consumidoras. Enquanto o mercado oferece um empoderamento ilusório, reduzido à liberdade de escolha via consumo, o Mulheres do Salgueiro promove um empoderamento interseccional, que considera maternidade solo, responsabilidades de cuidado e condições de trabalho precarizadas. Cursos profissionalizantes, oficinas e espaços de fala funcionam como alternativas concretas frente à negação do mercado, formando mulheres que não apenas sobrevivem, mas se reconhecem como sujeitos de direito. Esse empoderamento não é individualista, mas construído de forma coletiva, enraizado na realidade das mulheres negras periféricas e em diálogo com o feminismo negro (Carneiro, 2003; Akotirene, 2019).

Se, por um lado, o empoderamento feminino promovido pelo Mulheres do Salgueiro responde diretamente às exclusões que o mercado impõe às mulheres negras, oferecendo-lhes instrumentos concretos de autonomia financeira, emocional e política, por outro, essa conquista não é concebida de forma isolada ou individualista. O coletivo entende que a emancipação plena das mulheres só pode se consolidar quando acompanhada do fortalecimento de laços comunitários, que

ampliam as redes de proteção e transformam a experiência individual em projeto coletivo. Assim, a transição entre empoderamento e fortalecimento comunitário expressa a lógica interseccional do feminismo negro: a luta das mulheres do Salgueiro não se limita ao acesso a direitos individuais, mas se expande para a construção de uma comunidade solidária e insubmissa, capaz de enfrentar, de forma coletiva, as práticas excludentes do mercado e do Estado.

Fortalecimento comunitário: comunidade e cuidado

O fortalecimento comunitário ocupa papel central na atuação do Mulheres do Salgueiro, pois o coletivo compreende que a emancipação das mulheres negras periféricas não pode ser desvinculada da construção de redes solidárias de apoio mútuo. Mais do que oferecer respostas fragmentadas às opressões de raça, gênero e classe, o grupo organiza espaços de convivência, cuidado e produção de vínculos que ampliam a noção de família e de comunidade. Essa prática transforma a sede do coletivo em um território de enunciação e resistência, no qual a identidade negra é fortalecida e a solidariedade se consolida como resposta às práticas excludentes do mercado e do Estado.

A forma de organização do coletivo contribui para isso, pois as participantes definem sua atuação como um ato de amor ao próximo e de cuidado mútuo. Por meio do trabalho coletivo, elas expandem a noção de família e cuidado, formando uma rede de suporte que vai além da relação doméstica tradicional nuclear ocidental.

Portanto, um ponto importante a respeito desse trabalho de fortalecer a comunidade, dentro da perspectiva do Mulheres do Salgueiro, é que isso envolve amor. Durante fala em entrevista ao *podcast* Conexão Gonçalense, Joana expõe que, para fazer o trabalho de ativismo que exerce há mais de 20 anos, é preciso amor:

Tem que amar o que faz. Tem que amar trabalhar com gente. Tem que amar muito. Tem que amar. Mas é um amor diferente, sabe? É um amor diferente da relação familiar. É um amor diferente, é um amor que consegue olhar para o outro, sabe? Porque eu acho que a gente vive uma sociedade muito preconceituosa por vários segmentos. (...) Porque você amar o seu filho, a sua mãe, é fácil. Quero ver você amar o próximo que você não conhece, que está numa situação de vulnerabilidade social

extrema, sabe? Tem gente que não quer nem apertar a mão dessas pessoas. Então, é sobre isso que a gente está falando. (Diário de campo, Instagram, 03/07/25)

Tais ações são orientadas por uma ética amorosa (hooks, 2021). Pois esse amor ao qual Joana se refere não é somente um sentimento, é ação. O amor das colaboradoras do Mulheres do Salgueiro não é apenas sentido, é feito. Ele se traduz em colocar em prática diariamente todas as dimensões do amor, como “cuidado, compromisso, confiança, responsabilidade, respeito e conhecimento” (hooks, 2021, p. 111). São práticas diárias capazes de transformar indivíduos e comunidades, uma vez que promovem cura, esperança e a possibilidade de bem-estar em escala coletiva (hooks, 2021).

Segundo hooks (2021), todos os movimentos sociais pela liberdade são guiados por uma ética amorosa. Embora se tenha notado a introdução de movimentos sociais, sobretudo de mulheres na esfera política, essa ainda é dominada por uma lógica patriarcal conduzida por homens brancos e suas visões do que é relevante. No entanto, se todas as políticas públicas fossem elaboradas a partir dessa concepção, “não teríamos que nos preocupar com o desemprego, as pessoas em situação de rua, o fracasso de escolas em ensinar às crianças ou os vícios” (hooks, 2021, p. 114).

Portanto, entendo que a ética amorosa, conforme formulada por hooks (2021), constitui-se como uma prática política que rompe com a lógica autointeressada do consumo. Enquanto o consumerismo tradicional reduz a liberdade das mulheres negras periféricas à sua capacidade de exercer ativismo no mercado – restringindo-as a um lugar secundário e muitas vezes invisível como consumidoras –, essa política do cuidado desloca o foco da ação individual para o fortalecimento coletivo. Em vez de centrar-se no “direito de consumir”, o Mulheres do Salgueiro fundamenta suas práticas em princípios de cuidado, compromisso, respeito e responsabilidade, promovendo espaços de acolhimento, geração de renda coletiva e produção de saberes compartilhados.

Ao transformar oficinas, bazares ou moedas sociais em experiências de reciprocidade e pertencimento, o coletivo substitui o empoderamento liberal baseado na lógica de mercado por uma emancipação enraizada na solidariedade e na interdependência. Como se a liberdade de cada um só fosse possível mediante a liberdade do outro.

Deste modo, quando Joana fala sobre um "amor diferente" que "consegue olhar para o outro", ela está articulando uma política do cuidado que desafia tanto o individualismo neoliberal quanto uma noção patriarcal de fazer política. Além disso, propõe uma ruptura com as formas tradicionais de assistencialismo. Essa ética amorosa torna-se, assim, uma ferramenta de resistência às estruturas opressoras de raça e gênero.

Assim, o empoderamento interseccional promovido pelas Mulheres do Salgueiro supera radicalmente as noções liberais de empoderamento via consumo. Quando Lígia diz que o "Mulheres do Salgueiro representa liberdade", revela dimensões de emancipação que nenhuma teoria tradicional do consumerismo consegue capturar. Esta liberdade não é a "liberdade de escolha" da qual o ex-presidente dos EUA, John F. Kennedy referia-se, em discurso histórico em 1962, no qual expunha os direitos fundamentais do consumidor. A liberdade da qual Lígia fala é a liberdade ontológica de existir como sujeito de direitos, pois o coletivo funciona como espaço de cura coletiva, em que mulheres negras podem se reconhecer como produtoras de conhecimento, como sujeitos políticos, como agentes de transformação.

Logo, o empoderamento feminino e o fortalecimento comunitário promovidos pelo Mulheres do Salgueiro revelam uma forma de resistência que vai além das concepções liberais de autonomia baseadas no consumo. Ao articular práticas orientadas por uma ética amorosa (hooks, 2021), o coletivo substitui a lógica autointeressada do mercado por uma política do cuidado, da solidariedade e da interdependência. Nesse processo, reafirma a centralidade das mulheres Negras periféricas como sujeitos de direitos e produtoras de conhecimento, desafiando as exclusões impostas tanto pelo Estado quanto pelo capitalismo. A experiência das mulheres que definem o coletivo como espaço de liberdade evidencia que a emancipação alcançada não se reduz à "liberdade de escolha" do consumidor, mas expressa a liberdade ontológica de existir, resistir e transformar. Assim, o Mulheres do Salgueiro constrói alternativas concretas às práticas excludentes do consumerismo, consolidando-se como território de reexistência e cura coletiva, no qual o empoderamento se realiza em sua dimensão interseccional e comunitária.

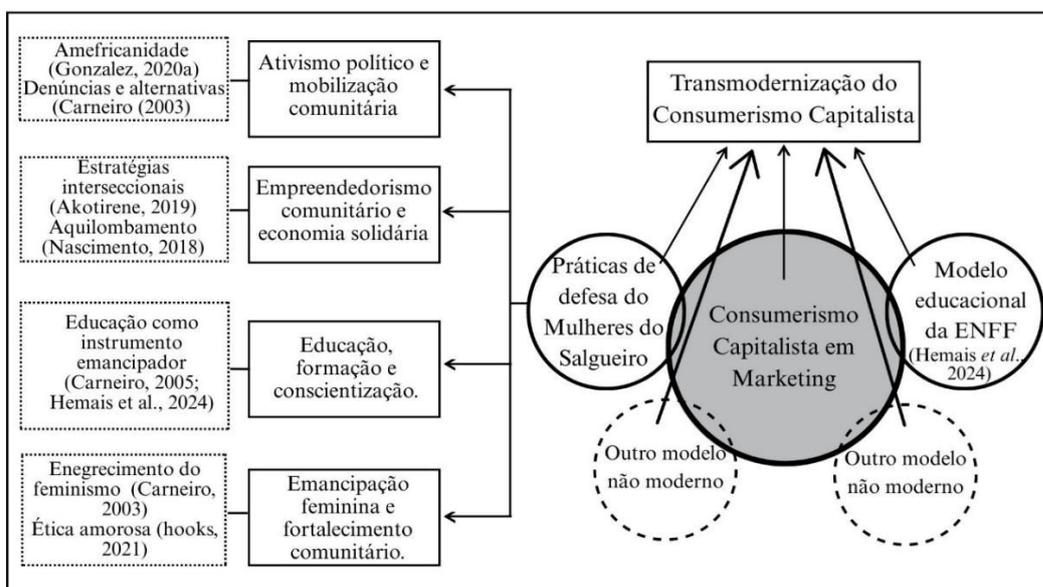
5

Discussão

Este capítulo apresenta a discussão dos resultados desenvolvida a partir da análise das práticas de defesa do coletivo Mulheres do Salgueiro. O esquema conceitual a seguir sintetiza os fundamentos teóricos e as dimensões empíricas que sustentam a análise, articulando os eixos de atuação do coletivo às epistemologias amefricanas e decoloniais que fundamentam esta pesquisa.

O modelo conceitual abaixo busca evidenciar que as práticas de defesa desenvolvidas pelas Mulheres do Salgueiro operam como mediações entre o paradigma moderno/colonial do marketing e a emergência de um modelo alternativo – não moderno – de produção e consumo, com o qual o próprio marketing pode obter aprendizados. O esquema funciona como um mapa interpretativo: os blocos à esquerda indicam as bases epistemológicas que sustentam as ações do coletivo, enquanto, à direita, observa-se o movimento de transmodernização, no qual organizações não modernas tensionam o consumerismo capitalista e configuram alternativas éticas, educativas e comunitárias ao modelo hegemônico.

Figura 1 – Práticas de defesa do Mulheres do Salgueiro



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

A análise das práticas do coletivo Mulheres do Salgueiro revela dinâmicas que, quando observadas à luz da perspectiva amefricana de intelectuais brasileiras – como Gonzalez (2020), Carneiro (2003; 2005), Nascimento (2018) e Akotirene (2019) –, permitem compreender sua atuação não apenas como um empreendimento econômico solidário, mas como uma estratégia de resistência contra as opressões estruturais de raça e gênero encontradas no mercado. Essa lente de interpretação desloca o olhar das categorias universalizantes do consumerismo – construídas a partir do Norte Global e enraizadas em epistemologias coloniais – para práticas fundamentadas na experiência histórica, cultural e política das mulheres Negras brasileiras.

Ao propor o conceito de amefricanidade, Lélia Gonzalez apontava para a necessidade de reconhecer uma identidade política e cultural que combina elementos africanos, indígenas e afro-diaspóricos presentes na realidade latino-americana. O coletivo Mulheres do Salgueiro apresenta esse princípio ao articular moda sustentável, reaproveitamento de materiais, moedas sociais e ações comunitárias em práticas que ultrapassam o horizonte do consumo.

Suas ações funcionam como estratégias de re-existência, em que a produção de bens não se reduz à lógica mercadológica, mas se transforma em veículo de afirmação identitária, sobrevivência coletiva e transformação social. Quando o coletivo re-existe, ele se move em direção a práticas estratégicas voltadas para a retomada das narrativas obliteradas pelos representantes da colonialidade (Santos & Santos, 2022).

Ao contrário do que pregam as narrativas neoliberais do consumerismo, que individualizam responsabilidades e confundem consumo com cidadania (Kotler, 1972; Ottman, 1992; Micheletti, 2003; 2006), as mulheres do Salgueiro dão novos sentidos às práticas de produção e comercialização de bens. Inspiram-se em um imaginário quilombola (Nascimento, 2018) ao incorporar o coletivo como um espaço que não é apenas físico, mas simbólico e político: um lugar de autonomia, solidariedade e continuidade da luta contra toda sorte de aprisionamentos coloniais e suas heranças contemporâneas. Nesse sentido, o coletivo se apresenta como um quilombo contemporâneo, no qual a economia solidária e o trabalho coletivo são instrumentos de defesa da vida em um território marcado por precariedades históricas do mercado e pela violência do Estado.

No caso do Mulheres do Salgueiro, as práticas de educação comunitária, os cursos pré-vestibulares e as oficinas de capacitação profissional configuram ações que enfrentam simultaneamente as desigualdades de gênero, de raça e de classe. Essas práticas encarnam o enegrecimento do consumerismo (Carneiro, 2003), pois promovem o acesso ao conhecimento e à autonomia econômica de mulheres negras, sem se limitarem a um discurso liberal de “empoderamento individual” que reproduz lógicas colonialistas do consumo. Ao contrário, tratam-se de iniciativas de empoderamento coletivo que visam transformar o território e garantir direitos fundamentais historicamente negados.

As ações do coletivo demonstram que, nas comunidades periféricas racializadas, as práticas de produção e consumo não podem ser compreendidas apenas pela ótica de mercado, mas pela urgência da vida. Nesse sentido, as práticas do Mulheres do Salgueiro deslocam a noção de consumerismo para além da lógica eurocêntrica de escolha individual, afirmando-se como práticas de sobrevivência e reinvenção que questionam a naturalização da desigualdade.

Assim, a análise das práticas do coletivo evidencia que o consumerismo, em sua acepção colonialista, é um conceito insuficiente para compreender realidades como a do Complexo do Salgueiro. O que se observa é a emergência de um “consumerismo” amefricano, não no sentido de uma nova categoria mercadológica, mas enquanto prática social enraizada em epistemologias negras e feministas que transformam o ato de produzir e consumir enquanto gestos políticos. As mulheres do Salgueiro demonstram que o consumo, quando atravessado pelas invisibilidades (Gordon, 2023) e pelas opressões racial e de gênero (Akotirene, 2019), pode ser reapropriado como estratégia de luta, desde que integrado a projetos coletivos que transcendam a lógica neoliberal da individualização e da mercantilização da vida.

Desse modo, ao articular as contribuições de teóricas amefricanas, ensejo demonstrar que o coletivo Mulheres do Salgueiro não atua apenas no campo econômico, mas inscreve sua prática em uma tradição amefricana de resistência que conjuga trabalho, território, educação, coletividade e afirmação. Tal perspectiva permite não apenas criticar as limitações coloniais do conceito de consumerismo, mas também vislumbrar formas alternativas de economia, cidadania e emancipação, centradas na defesa da vida, na solidariedade e na coletividade das populações negras periféricas brasileiras.

A partir de uma concepção tradicional estadunidense – Day e Aaker (1970), Becker (1972), Kotler (1972) e Bloom e Greyser (1981) –, o consumerismo é centrado essencialmente no mercado. É um movimento de defesa do consumidor em busca de maior proteção contra abusos de empresas – ou governos – e garantia de direitos básicos (qualidade, segurança, transparência). Há uma ênfase no fortalecimento de normas, códigos de defesa e mecanismos de controle do consumo (Day & Aaker, 1970). E emerge a partir de uma lógica individualista, uma vez que se centra na soberania do consumidor como agente racional de escolha no mercado (Kotler, 1972). Essa concepção parte da premissa de que o consumo é a arena privilegiada da cidadania (Micheletti, 2003). A ação política se traduz na capacidade do indivíduo de escolher ou boicotar produtos, reforçando a lógica liberal de que o consumidor detém autoridade sobre o mercado.

Em contraposição, o *Mulheres do Salgueiro* se afasta desse enquadramento em vários aspectos. Em primeiro lugar, o coletivo não centraliza o consumidor individualmente, mas a comunidade como sujeito coletivo. As ações não são voltadas à soberania de compra de cada pessoa, mas à redistribuição solidária de recursos (ex.: moeda social “Salgueiro Vive”, feiras comunitárias, redes de troca). Segundo, não atua dentro da lógica de mercado formal, mas nas margens: utiliza reaproveitamento de materiais (banners, jeans usados, couro de tilápia, óleo), doações e parcerias para gerar renda e sustentar ações sociais. Em terceiro lugar, não reivindica apenas o acesso a bens no sentido restrito de mercado, mas amplia a noção de consumo ao reivindicar direitos básicos — como educação, saúde, moradia e segurança alimentar — que garantem a vida em dignidade. Por fim, suas práticas não se orientam por um consumo individualista, mas por um consumo inclusivo e coletivo, que se constrói na organização política, na autogestão comunitária e na luta para que todas e todos possam consumir desde o mínimo vital até dimensões mais complexas da vida social.

Assim, enquanto o consumerismo clássico reforça a ideia do consumidor como sujeito de direitos no mercado, o *Mulheres do Salgueiro* desloca o eixo para a cidadania construída no território, apesar das práticas de exclusões e invisibilidades do mercado (Gordon, 2023).

As ações do coletivo se aproximam, portanto, de uma lógica transmoderna do consumerismo (Hemais et al., 2024), que compreende práticas que rompem com a matriz moderna/colonial do consumo e operam sob bases coletivas, de

solidariedade e de educação emancipadora. Nessa visão, o consumo deixa de ser ato individual racional e passa a ser um ato político-comunitário, conectado à preservação da vida e à memória histórica dos grupos subalternizados.

O coletivo Mulheres do Salgueiro aproxima-se dessa concepção de diversas formas: o grupo opera em redes de solidariedade e não em trajetórias individuais de consumo. As ações voltadas ao ativismo político e mobilização comunitária transmitem essencialmente a lógica transmoderna de que o consumo somente faz sentido quando mediado por laços comunitários. Além disso, por meio da economia solidária e das práticas sustentáveis de produção, o coletivo subverte a lógica linear e descartável do consumo moderno, aproximando-se de uma ética da circularidade e da sustentabilidade, condizente com a perspectiva transmoderna.

O Quadro 2, abaixo, sintetiza as diferenças e aproximações entre as concepções de consumerismo, evidenciando como o Coletivo Mulheres do Salgueiro propõe um modelo alternativo que redefine as fronteiras entre consumo, território e emancipação.

Quadro 2 – Distanciamentos e aproximações do coletivo Mulheres do Salgueiro em relação às concepções de consumerismo

Dimensão	Consumerismo clássico (autores seminiais de marketing)	Práticas do coletivo Mulheres do Salgueiro	Consumerismo transmoderno (Hemais et al., 2024)
Sujeito central	O consumidor individual, racional, soberano no mercado.	A comunidade como sujeito coletivo, mulheres Negras como protagonistas.	O coletivo e o território, enraizados em ancestralidade e solidariedade.
Lógica de ação	Defesa de direitos do consumidor via escolha (boicote, compra, denúncias a órgãos de regulação).	Geração de renda solidária, moedas sociais, reaproveitamento de materiais, redes de apoio.	Consumo como prática política de reexistência, ligada à vida e ao bem comum.
Finalidade	Garantir transparência, segurança e qualidade dos produtos; cidadania via consumo.	Sustentar projetos sociais (educação, pré-vestibular, apoio comunitário), garantir sobrevivência coletiva.	Emancipação comunitária, preservação da vida e do território e ruptura com a colonialidade.
Lógica econômica	Mercado formal, regulação estatal, empresas e consumidores como polos centrais.	Economia solidária, autogestão, alianças com ONGs, universidades e movimentos sociais.	Alternativas ao mercado moderno/colonial: circularidade, solidariedade e sustentabilidade comunitária.
Base epistemológica	Modernidade eurocêntrica.	Feminismo negro e epistemologias amefricanas	Perspectiva transmoderna: decolonial.

Exemplo prático	Boicote a produtos com defeito ou práticas abusivas de empresas.	Moeda social “Salgueiro Vive”, bazares solidários, produções sustentáveis e cursos profissionalizantes gratuitos.	Redes de consumo solidário, economia criativa e conscientização para consumo.
------------------------	--	---	---

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Uma vez que o coletivo centra suas ações no território – por meio da experiência de vida na favela – e na própria ancestralidade, isso também se aproxima da dimensão transmoderna do consumo enquanto práticas fundamentadas em experiências históricas e culturais locais, e não universalizadas a partir do Norte Global. E, por fim, tal como na lógica do consumerismo transmoderno, a finalidade do consumo (de bens, cursos, moedas sociais) não é um fim em si, mas meio para emancipação das mulheres e da comunidade. Isso corresponde aos mecanismos de cuidado e conscientização sobre consumo e dos complexos aspectos políticos, sociais, econômicos e históricos que implicam o mesmo (Hemais et al., 2024).

Nesse sentido, o coletivo se afasta do consumerismo moderno/colonial e se aproxima da proposta de consumerismo transmoderno (Hemais et al., 2024), pois articula consumo, território, comunidade e solidariedade como dimensões indissociáveis de um projeto de emancipação social. Nesse ponto, torna-se relevante destacar como as práticas do coletivo Mulheres do Salgueiro tensionam os limites da concepção clássica de consumerismo desenvolvida pelos autores seminais do marketing, ao mesmo tempo em que se aproximam da noção de consumerismo transmoderno formulada por Hemais et al. (2024).

Enquanto a tradição clássica entende o consumidor como sujeito individual e racional, que exerce cidadania sobretudo por meio de escolhas de mercado, o coletivo opera a partir de uma lógica comunitária, territorial e decolonial, na qual o consumo é ressignificado como prática política e de sobrevivência.

Deste modo, o Mulheres do Salgueiro rompe com a lógica moderna e eurocêntrica do consumerismo clássico, ao rejeitar a centralidade do indivíduo consumidor e ao afirmar a comunidade como sujeito político. Suas práticas, ancoradas em economia solidária, redes de apoio e epistemologias amefricanas, aproximam-se do consumerismo transmoderno na medida em que ressignificam o consumo como prática de reexistência, solidariedade e emancipação coletiva. Assim, o caso aqui investigado demonstra que, em territórios periféricos e racializados, o consumo não pode ser reduzido a escolhas individuais de mercado, mas precisa ser compreendido como dimensão de uma luta histórica interseccional

contra as opressões de raça, gênero e classe (Akotirene, 2019), apontando para alternativas decoloniais de organização social e econômica.

6

Considerações finais

O presente estudo partiu da problematização do conceito de consumerismo no campo do marketing, cuja origem e consolidação se encontram enraizadas em paradigmas neoliberais e eurocêtricos (Day & Aaker, 1970; Kotler, 1972; Hilton, 2009). Desse modo, parto da premissa de que, ao substituir o cidadão pelo consumidor (Canclini, 1997; Santos, 2011), o consumerismo ocidental desenvolveu uma lógica excludente que limitou a compreensão da cidadania em sociedades pós-coloniais, como a brasileira. Em contraposição, busquei visibilizar práticas e epistemologias de mulheres Negras amefricanas, que, ao se engajarem em formas de ativismo comunitário e solidário, revelam dimensões de resistência que estão contidas no escopo do consumo, mas a extrapolam.

O objetivo do presente estudo foi analisar, pela perspectiva amefricana de intelectuais brasileiras, as práticas do coletivo Mulheres do Salgueiro contra opressões de raça e gênero, a fim de apresentar uma perspectiva não colonialista do consumerismo.

Para alcançar esse objetivo, o percurso metodológico foi delineado sob uma perspectiva feminista, decolonial e amefricana, orientada por uma ética de solidariedade e pela recusa de práticas investigativas coloniais. A pesquisa adotou a etnografia feminista como abordagem central, compreendendo-a não apenas como método, mas como posicionamento epistemológico e político que reconhece o saber situado e a coautoria das mulheres do Coletivo Mulheres do Salgueiro. Inspirada em autoras como Smith (2018), Mama (2011), Manning (2018) e Castillo (2021), essa escolha metodológica implicou uma postura reflexiva e comprometida com a escuta, o cuidado e a construção conjunta de conhecimento. Ao assumir minha posicionalidade — enquanto mulher negra, sudestina e periférica —, reconheci que minhas experiências informam o modo como percebo e interpreto o mundo, o que exigiu um exercício contínuo de reflexividade e de responsabilização ética frente às participantes. Assim, a pesquisa se configurou como um processo dialógico e colaborativo, no qual as mulheres do coletivo não foram tratadas como

“objetos” de estudo, mas como sujeitas produtoras de conhecimento. A devolutiva final dos resultados, que contou com a concordância e o reconhecimento das participantes em relação às análises desenvolvidas, reafirmou o compromisso ético-político do estudo e demonstrou que o percurso metodológico escolhido foi coerente com a proposta de apresentar uma leitura não colonialista do consumerismo e das práticas de resistência de mulheres Negras em contextos de vulnerabilidade e potência coletiva.

A partir do referencial teórico mobilizado, foi possível demonstrar que o feminismo negro brasileiro (Gonzalez, 2020; Carneiro, 2003; Nascimento, 2016; Akotirene, 2019) oferece lentes analíticas valiosas para desestabilizar as narrativas universalizantes do consumerismo. As contribuições dessas intelectuais evidenciaram que as experiências de mulheres negras amefricanas no Brasil são atravessadas por múltiplas opressões de raça, gênero e classe, cujos efeitos não podem ser explicados por categorias forjadas por lentes epistemológicas do Norte Global. Desse modo, o feminismo negro, aliado a uma perspectiva decolonial (Lugones, 2014; Gordon, 2023; Sodré, 2023), possibilitou reconhecer nas práticas de resistência dessas mulheres uma crítica ontológica ao projeto moderno-colonial.

A análise temática decolonial (Bosco Pinto, 2014) das práticas do coletivo Mulheres do Salgueiro revelou quatro eixos centrais de atuação: ativismo político e mobilização comunitária, empreendedorismo comunitário e economia solidária, educação e conscientização crítica, e empoderamento feminino aliado ao fortalecimento comunitário. A partir deles, foi possível propor um modelo conceitual de mediação que interpreta as ações do coletivo como um movimento de transmodernização — isto é, um processo de resistência e criação de alternativas éticas e solidárias frente ao modelo capitalista hegemônico (Dussel, 2012; Hemais et al., 2024).

O ativismo político do coletivo Mulheres do Salgueiro articulou práticas de mobilização que vão além da lógica individualista do consumerismo político (Micheletti, 2003; 2006), inscrevendo-se em uma tradição amefricana de luta coletiva (Gonzalez, 2020a). Ao participar de manifestações, dialogar com instituições acadêmicas e promover redes comunitárias, o grupo produz uma cidadania insurgente que denuncia o racismo estrutural e cria alternativas de existência (Carneiro, 2003). Diferentemente da noção liberal de participação pelo “poder de compra”, sua ação funda-se na coletividade e na ancestralidade como

formas de resistência. Assim, o ativismo do MS reapropria a favela como espaço político, desafiando a colonialidade do poder (Quijano, 2000) que marca os territórios racializados.

O empreendedorismo praticado pelo MS revela-se como estratégia de sobrevivência coletiva e não como adesão à lógica mercadológica neoliberal. Ao criar produtos a partir da economia circular – como bolsas feitas de banners reaproveitados ou acessórios em couro de tilápia –, o coletivo realiza inovação social que alia sustentabilidade e emancipação (Leal & Rodrigues, 2018; Alves et al., 2016). Em vez de mercantilizar o cuidado ambiental, o Mulheres do Salgueiro constrói arranjos econômicos interdependentes, reafirmando que a sustentabilidade deve estar enraizada em princípios de justiça social e racial.

A dimensão formativa do Mulheres do Salgueiro alia capacitação técnica e conscientização crítica, configurando-se como pedagogia de resistência que confronta o “epistemicídio negro” (Carneiro, 2023). Ao ofertar cursos de corte e costura, oficinas de alfabetização digital e rodas de debate sobre racismo e gênero, o coletivo produz uma educação interseccional (Akotirene, 2019) que articula saberes técnicos, históricos e políticos. Diferente do consumerismo, que forma sujeitos para o mercado, o Mulheres do Salgueiro forma sujeitos políticos capazes de reivindicar direitos e construir novos futuros.

O empoderamento promovido pelo Mulheres do Salgueiro emerge de uma práxis feminista negra enraizada na experiência concreta das mulheres periféricas (Carneiro, 2003). As iniciativas de geração de renda, acolhimento emocional e formação política evidenciam que o coletivo não busca apenas autonomia individual, mas fortalecimento comunitário enquanto horizonte emancipatório. Essa perspectiva utiliza a interseccionalidade enquanto metodologia prática (Akotirene, 2019), ao integrar simultaneamente raça, gênero, classe e maternidade solo em suas ações. Ao articular cuidado e solidariedade como valores centrais, o coletivo pratica uma ética amorosa (hooks, 2021) que transforma a luta política em ato de cura coletiva. Tal concepção desafia tanto o individualismo neoliberal quanto os feminismos hegemônicos brancos, materializando o “enegrecimento do feminismo” proposto por Carneiro (2003). Assim, o empoderamento construído pelo MS não se restringe à liberdade de escolha do consumidor (Kennedy, 1962), mas à liberdade ontológica de existir como sujeito de direitos e produtor de conhecimento.

Esses eixos articulam-se de forma indissociável no cotidiano do coletivo, conformando uma experiência amefricana de resistência e criação. O Mulheres do Salgueiro demonstra, assim, que práticas de subsistência, cuidado, formação e luta política não podem ser reduzidas à lógica liberal do consumerismo, mas constituem epistemologias próprias, produzidas a partir da interseção entre raça, gênero, classe e território (Gonzalez, 2020; Akotirene, 2019).

Essa articulação evidencia que as ações do coletivo não se limitam a enfrentar as múltiplas dimensões da colonialidade – do poder, do saber, do ser (Quijano, 2000) e de gênero (Lugones, 2014) – mas propõem alternativas emancipatórias fundamentadas na solidariedade, na ancestralidade e em uma ética amorosa (hooks, 2021). Ao mesmo tempo, tais práticas desafiam as fronteiras disciplinares do marketing e tensionam conceitos estabelecidos, como o de consumerismo (Day & Aaker, 1972), demonstrando sua insuficiência para abarcar realidades periféricas e racializadas.

Dessa forma, a síntese dos temas analisados conduz a reflexões mais amplas sobre os limites do conceito ocidental de consumerismo e sobre a potência das práticas de mulheres Negras periféricas como formas de resistência e reinvenção da cidadania.

No plano empírico, o caso do coletivo Mulheres do Salgueiro mostrou que o ativismo de mulheres Negras periféricas vai além da lógica de “defesa do consumidor”. As práticas de economia solidária, educação popular, formação política e articulação comunitária desenvolvidas pelo coletivo configuram formas alternativas de enfrentamento à necropolítica (Mbembe, 2016) e à precarização da vida em territórios racializados (Gordon, 2003). Nesse sentido, o coletivo não reivindica apenas direitos de consumo, mas mobiliza estratégias de sobrevivência e reexistência (Kilomba, 2021), criando espaços de cuidado, memória e emancipação.

A reflexão sobre o percurso desta pesquisa revela que o consumerismo tradicional do marketing não é neutro, mas se constitui a partir de perspectivas que reproduzem violências raciais. A lógica de consumo que estrutura essa área foi historicamente construída a partir de uma ontologia eurocentrada que constrói um mundo orientado para o corpo branco (Ahmed, 2012). Essa “orientação” cria espaços em que o consumidor branco é o sujeito esperado, e os demais são corpos “fora do lugar” (Ahmed, 2012, p. 38). Como observa Gonzalez (1988), o racismo se constituiu como uma estrutura epistemológica que define quem pode ser

reconhecido como sujeito de desejo, de consumo e de cidadania. Assim, o marketing, ao adotar o consumo como mediador universal da vida social, reproduz uma política de desumanização que marginaliza corpos negros e periféricos, restringindo-os às margens do mercado ou convertendo suas expressões culturais em mercadorias exóticas e apropriáveis. O consumerismo, nesse sentido, é uma tecnologia de racialização, pois produz a ilusão de igualdade de acesso enquanto perpetua as assimetrias materiais e simbólicas do colonialismo.

Diante disso, as práticas do coletivo Mulheres do Salgueiro oferecem uma contra-narrativa potente e uma possibilidade pedagógica para o campo do marketing. Suas ações demonstram que existem epistemologias e práticas econômicas que não cabem nas lógicas hegemônicas de mercado, mas que podem ensiná-lo a ser mais ético, relacional e comprometido com a justiça social. A circularidade produtiva, a valorização da ancestralidade e a solidariedade que orientam o coletivo evidenciam um saber prático que não é apenas resistência, mas também proposição de outro modo de organizar a vida econômica. Essa aprendizagem se alinha ao que Dussel (2012) denomina de transmodernidade – um processo de deslocamento ético e epistêmico que parte das margens para reconfigurar o centro. Assim, o marketing poderia aprender com experiências como a do Mulheres do Salgueiro a redefinir o valor não apenas como transação, mas como relação; e o consumo, não como ato de compra, mas como ato de pertencimento e cuidado. Trata-se de deslocar o foco da persuasão para a reciprocidade, da competição para a interdependência e da acumulação para a sustentabilidade comunitária.

Essas reflexões têm implicações profundas para o ensino e a formação em marketing. Se o campo deseja realmente avançar rumo à decolonização do saber, é necessário revisar suas bases curriculares e epistemológicas, incorporando as vozes, práticas e teorias produzidas por sujeitos historicamente silenciados. As epistemologias amefricanas e as experiências de coletivos periféricos podem servir como referenciais críticos para uma pedagogia do marketing comprometida com a equidade racial e de gênero. Isso exige, como sugere Freire (1970), uma educação libertadora, na qual o aprendizado não se limita à transmissão de técnicas de mercado, mas promove consciência crítica sobre as consequências éticas e políticas das práticas mercadológicas. Formar profissionais de marketing a partir dessa perspectiva implica romper com a neutralidade científica e reconhecer que todo ato

de consumo e toda estratégia comunicacional são também atos políticos. Assim, o ensino do marketing poderia se tornar um espaço de reconstrução epistemológica, em que se aprende com as margens e se reorienta o campo para servir à vida – e não ao lucro.

Apesar de trazer contribuições relevantes para a área do marketing, este estudo apresenta limitações que precisam ser reconhecidas. Em primeiro lugar, a investigação concentrou-se em um único coletivo – o Mulheres do Salgueiro – localizado em um território específico da região metropolitana do Rio de Janeiro. Tal delimitação, embora tenha possibilitado um mergulho aprofundado em práticas locais de resistência, restringe a generalização dos achados para outros contextos periféricos do Brasil e do contexto latino-americano.

Outro limite importante refere-se ao fato de que o conceito de consumerismo, aqui problematizado a partir de uma crítica decolonial, ainda carece de maior sistematização teórica quando confrontado com epistemologias negras e amefricanas. Apesar do esforço em tensionar as narrativas hegemônicas do marketing (Kotler, 1972; Hilton, 2009), entendo que este trabalho representa apenas um passo inicial na construção de alternativas conceituais mais robustas e alinhadas ao Sul Global (Santos, 2011; Gordon, 2023).

Diante dessas limitações, vislumbram-se algumas possibilidades de continuidade. Pesquisas futuras, como, por exemplo, a realização de estudos comparativos entre diferentes coletivos de mulheres Negras no Brasil ou em outros países latino-americanos, de modo a identificar convergências e singularidades nas práticas de resistência (Carneiro, 2003; Gonzalez, 2020) e a ampliar a compreensão de tais práxis emancipatórias no Sul Global.

Do ponto de vista teórico, este estudo contribui para o fortalecimento do campo dos estudos decoloniais em marketing, ao propor um modelo conceitual que tensiona as fronteiras entre o consumo moderno e as práticas não modernas de reexistência, incorporando epistemologias amefricanas como horizonte crítico. A pesquisa demonstra que o marketing pode ampliar seus referenciais ao aprender com experiências comunitárias que, embora situadas à margem dos paradigmas tradicionais de mercado, produzem valor social, educativo e político, revelando outras possibilidades éticas e epistemológicas de relação entre consumo, cidadania e coletividade.

No campo aplicado, futuras pesquisas poderiam explorar como iniciativas comunitárias, como as do Mulheres do Salgueiro, podem dialogar com políticas públicas de economia solidária e educação popular, ampliando a escala e o impacto de práticas já consolidadas (Mbembe, 2016; Kilomba, 2021). Outra vertente relevante seria investigar as possibilidades e limites da interlocução crítica entre coletivos comunitários e organizações privadas, evitando a reprodução de práticas de *diversity washing* e *greenwashing* (Baker et al., 2022; Yang et al., 2020).

Assim, reconhece-se que este trabalho não encerra o debate, mas, ao contrário, abre caminhos profícuos para novas investigações. Ao articular críticas teóricas e evidências empíricas sobre os limites do consumerismo no contexto brasileiro, esta tese buscou oferecer subsídios para que futuras pesquisas aprofundem e expandam o diálogo entre marketing, feminismo negro e perspectivas decoloniais.

Referências

AKOTIRENE, C. **Interseccionalidade**. Pólen Produção Editorial LTDA, 2019.

AHMED, S. **On being included: Racism and diversity in institutional life**. Durham: Duke University Press, 2012.

ALCADIPANI, R.; ROSA, A. R. From global management to glocal management: Latin American perspectives as a counter-dominant management epistemology. **Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration**, v. 28, n. 4, p. 453-466, 2011.

ASSIS, D. N. Conceição de. **Interseccionalidades**. - Salvador: UFBA, Instituto de Humanidades, Artes e Ciências; Superintendência de Educação a Distância, 2019. 57 p.

AZEVEDO, T. S. et al. A mulher preta na historiografia brasileira: análise da ausência de mulheres negras em livros didáticos de História do Ensino fundamental II e Ensino Médio” In: **Práticas Educativas antirracistas: Desafios, Perspectivas e Estratégias em pesquisa**. Editora Científica Digital, 2023.

BAKER, A. C. et al. Diversity washing. **Journal of Accounting Research**, 2022.

BALLESTRIN, L. O Sul Global como projeto político. **Horizontes ao Sul**, v. 15, 2020.

BBC, **Quem era Bernadete Pacífico e o que se sabe sobre seu assassinato**. 2023. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/c97nyp2vpndo>. Acesso em 12/10/24.

BBC. **Caso João Pedro: Quando o Estado mata nossos filhos a Justiça não acontece, diz mãe do adolescente morto em operação policial**.

2021 Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-57121830>. Acesso em: 10/10/24.

BECKER, B. W. Consumerism: a challenge or a threat? **Journal of Retailing**, v. 48, n. 2, p. 16-28, 1972.

BENTO, C. **O pacto da branquitude**. Companhia das letras, 2022.

BLOOM, P. N.; GREYSER, S. A. The maturing of consumerism. **Harvard Business Review**, v. 59, n. 6, p. 130-139, 1981.

BOSCO PINTO, J. Da investigação temática à pesquisa-ação. In L. S. Duque-Arazola, & M. J. M. Thiollent (Orgs.), João Bosco Guedes Pinto: **Metodologia, teoria do conhecimento e pesquisa-ação: textos selecionados e apresentados**. Belém, PA: UFPA. 2014.

BOWEN, F.; ARAGON-CORREA, J. A. Greenwashing in corporate environmentalism research and practice: The importance of what we say and do. **Organization & Environment**, v. 27, n. 2, p. 107-112, 2014.

BRESSER-PEREIRA, L. C. Reforma gerencial e legitimação do estado social. **Revista de administração Pública**, v. 51, p. 147-156, 2017.

BULANDA, G. **Housewives's League of Detroit**, 1932. Hour Detroit. Disponível em: <https://www.hourdetroit.com/the-way-it-was-articles/the-way-it-was-housewives-league-of-detroit-1932/>. Acesso em: 20/09/2024

CALLON, M. An essay on framing and overflowing: economic externalities revisited by sociology. **The Sociological Review**, v. 46, n. S1, p. 244-269, 1998.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro. Editora UFRJ. 1997.

CARNEIRO, S. Enegrecer o feminismo: a situação da mulher negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero. **Racismos contemporâneos. Rio de Janeiro: Takano Editora**, v. 49, p. 49-58, 2003.

CARNEIRO, A. S. Entrevista "Sobrevivente, testemunha e porta voz". Entrevistadora: Bianca Santana. **Revista Cult**, ano 20, p. 13-20, n. 223, maio 2017.

CARNEIRO, A. S. Mulheres em movimento. **Estudos avançados**, v. 17, p. 117-133, 2003b.

CARNEIRO, Aparecida Sueli. **A construção do outro como não-ser como fundamento do ser.** 2005. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005. Acesso em: 28/07/2025.

CARNEIRO, A. S. **Dispositivo de racialidade: a construção do outro como não ser como fundamento do ser.** Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2023.

CARREIRO, J. Our economic way out: Black American consumers' cooperation in the first half of the twentieth century. **Shopping for change: Consumer activism and the possibilities of purchasing power**, p. 97-108, 2017.

CASTILLO, R. A. H.. Etnografía feminista en contextos de múltiples violencias. **Alteridades**, v. 31, n. 62, p. 41-55, 2021.

CASTRO, M. **Mulheres negras são 54% dos trainees, mas só ocupam 1,8% das cadeiras dos conselhos de administração.** O Globo. 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/noticia/2024/09/17/mulheres-negras-sao-54percent-dos-trainees-mas-so-ocupam-3percent-das-cadeiras-dos-conselhos.ghtml>. Acesso em: 20/09/2024.

CHAVIS, B. Forward. In: BULLARD, R. (Ed.). **Confronting Environmental Racism: voices from the grassroots.** Cambridge: South End Press, 1993.

CNN, **Policiais que abordaram jovens negros filhos de diplomatas no RJ viram réus.** 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/policiais-que-abordaram-jovens-negros-filhos-de-diplomatas-no-rj-viram-reus/> Acesso em: 10/10/2024

COLLINS, P. H.; BILGE, S. **Interseccionalidade.** Boitempo Editorial, 2021.

CRENSHAW, K. A interseccionalidade na discriminação de raça e gênero. **VV. AA. Cruzamento: raça e gênero. Brasília: Unifem**, v. 1, n. 1, p. 7-16, 2004.

CRENSHAW, K. Demarginalizing the intersection of race and sex: A Black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. In: **University of Chicago Legal Forum.** 1989. p. 138-67.

CRENSHAW, K. Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. **Revista estudos feministas**, v. 10, n. 1, p. 171-188, 2002.

CRIOLA. *Quem somos?* 2020. Disponível em: <https://criola.org.br/onepage/quem-somos/>. Acesso em: 01/10/2024.

CUSICANQUI, S. R. **Ch'ixinakax utxiwa: una reflexión sobre prácticas y discursos descolonizadores**. Tinta limón, 2010.

DAVIS, A. **Mulheres, raça e classe**. Boitempo editorial, 2016.

DAY, George S.; AAKER, David A. Marketing Education: A Guide to Consumerism. **Journal of Marketing**, v. 34, n. 3, p. 12-19, 1970

DHILLON, Jaswinder K.; THOMAS, Nest. Ethics of engagement and insider-outsider perspectives: issues and dilemmas in cross-cultural interpretation. **International journal of research & method in education**, v. 42, n. 4, p. 442-453, 2019.

DUNEZAT, X. Sexo, raza, clase y etnografía de los movimientos sociales. Herramientas metodológicas para una perspectiva interseccional. **Revista de Investigaciones Feministas**, v. 8, n. 1, p. 95-114, 2017.

DUSSEL, E. D. Transmodernity and interculturality: An interpretation from the perspective of philosophy of liberation. Transmodernity: **Journal of Peripheral Cultural Production of the Luso-Hispanic World**, v. 1, n. 3, 2012.

EVARISTO, C. A escrevivência e seus subtextos. *In*: DUARTE, C. L.; NUNES, I. R. (Org.). **Escrevivência: a escrita de nós: reflexões sobre a obra de Conceição Evaristo**. Rio de Janeiro: Mina Comunicação e Arte, 2020. P. 26-47.

ESPOSITO, J.; EVANS-WINTERS, V. **Introduction to intersectional qualitative research**. SAGE Publications, Incorporated, 2021.

FANON, F. *Pele negra, máscaras brancas*/Frantz Fanon; tradução de Renato da Silveira. **Salvador: EDUFBA**, p. 194, 2008.

FANON, F. **Os condenados da terra**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2022.

FARIA, A; HEMAIS, M. W. Transmodernizing Management Historiographies of Consumerism for the Majority. **Journal of Business Ethics**, p. 1-19, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04528-y>. Acesso em: 20/09/2024.

FDA. *FDA Leadership: 1907 to Today*. 2018a. Disponível em: <<https://www.fda.gov/about-fda/fda-leadership-1907-today/harvey-w-wiley>> Acesso em: 03/08/2020

FDA. Taste of Raspberries, Taste of Death The 1937 Elixir Sulfanilamide Incident. 2018b. Disponível em: < <https://www.fda.gov/about-fda/histories-product-regulation/sulfanilamide-disaster>> Acesso em: 04/08/2020

FEIJÓ, J. **A participação de mulheres negras no mercado de trabalho**. Portal FGV. 2022. Disponível em: <https://portal.fgv.br/artigos/participacao-mulheres-negras-mercado-trabalho>. Acesso em: 20/09/2024

FERNANDES, F. **O negro no mundo dos brancos**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1972.

FERREIRA, M.; HEMAIS, M. Horizontes de decolonização em marketing: uma proposta com base na crítica à colonialidade da teoria da globalização de mercados. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 21, n. 2, p. e2022-0134, 2023.

FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido**. 17. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1970.

FREYRE, G. Prefácio à 1ª edição (Gilberto Freyre). IN: FREYRE, Gilberto. **Casa Grande & Senzala: introdução à história da sociedade patriarcal no Brasil**. Rio de Janeiro: Record, 2000, pp. 29-63.

GARRIDO, M. C. M. Militantes negros nos estados unidos e no brasil: king jr., malcolm x e militantes brasileiros envolvidos na atuação do movimento negro unificado, relações possíveis (1950-1980). **Afro-Ásia**, n. 56, 2017.

GELEDES. *10 mulheres negras ativistas de destaque no Brasil*. 2012 Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/10-mulheres-negras-ativistas-de-destaque-brasil/>> Acesso em: 24/08/2020

GOMES, B. **Sete em cada 10 feminicídios no Brasil são de mulheres negras**. O Globo. 2022. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/noticia/2022/11/mulheres-negras-sao-vitimas-de-quase-7-em-cada-10-femicidios-no-brasil.ghtml>. Acesso em: 20/09/2024.

GONÇALVES, J. *Mães negras e a batalha contra o consumo infantil*. 2014. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/maes-negras-e-a-batalha-contra-o-consumo-infantil-por-juliana-goncalves/>. Acesso em: 20/10/2020

GONZALEZ, L. A categoria político-cultural de amefricanidade. In: **Tempo Brasileiro**. Rio de Janeiro, Nº. 92/93 (jan./jun.). 1988, p. 69-82.

GONZALEZ, L. A importância da organização da mulher negra no processo de transformação social. In: LIMA, Marcia e RIOS, Flávia orgs. **Por um Feminismo Afro-latino-americano: ensaios, intervenções e diálogo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2020g, p. 267-270g.

GONZALEZ, L. A mulher negra na sociedade brasileira: uma abordagem político econômica. In: LIMA, Marcia e RIOS, Flávia orgs. **Por um Feminismo Afro-latino-americano: ensaios, intervenções e diálogo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2020a, p. 49-64.

GONZALEZ, L. Cultura, etnicidade e trabalho: efeitos linguísticos e políticos da exploração da mulher. In: LIMA, Marcia e RIOS, Flávia orgs. **Por um Feminismo Afro-latino-americano: ensaios, intervenções e diálogo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2020f, p. 313-324.

GONZALEZ, L. Entrevista ao Pasquim. In: LIMA, Marcia e RIOS, Flávia orgs. **Por um Feminismo Afro-latino-americano: ensaios, intervenções e diálogo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2020e, p. 25-44.

GONZALEZ, L. Mulher negra. In: LIMA, Marcia e RIOS, Flávia orgs. **Por um Feminismo Afro-latino-americano: ensaios, intervenções e diálogo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2020c, p. 94-111.

GONZALEZ, L. Por um feminismo afro-latino-americano. In: LIMA, Marcia e RIOS, Flávia orgs. **Por um Feminismo Afro-latino-americano: ensaios, intervenções e diálogo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2020d, p. 139-150.

GONZALEZ, L. Racismo e Sexismo na Cultura Brasileira. In: LIMA, Marcia e RIOS, Flávia orgs. **Por um Feminismo Afro-latino-americano: ensaios, intervenções e diálogo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2020b, p. 75-93.

GONZALEZ, L. Racismo e sexismo na cultura brasileira. **Revista ciências sociais hoje**, v. 2, n. 1, p. 223-244, 1984.

GORDON, L. R. **Medo da consciência negra**. Todavia, 2023.

GROSGOUEL, R. A estrutura do conhecimento nas universidades ocidentalizadas: racismo/sexismo epistêmico e os quatro genocídios/epistemicídios do longo século XVI. **Soc estado [Internet]**. 2016Jan;31(1):25–49. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-69922016000100003>. Acessado em: 28/01/2024

GROSGOUEL, R. Del «extravismo económico» al «extravismo epistémico» y al «extravismo ontológico»: una forma destructiva de conocer, ser y estar en el mundo. **Tabula rasa**, n. 24, p. 123-143, 2016.

GROVOGU, S. A revolution nonetheless: The Global South in international relations. **Global South, The**, v. 5, n. 1, p. 175-190, 2011.

GUATIMOSIM, P. Projeto em comunidade de São Gonçalo capacita mulheres através da costura. **FAPERJ**. 2023. Disponível em: <https://www.faperj.br/?id=406.7.0>. Acesso em: 10/10/24

GURR, H.; OLIVER, L.; HARVEY, O.; SUBEDI, M.; TEIJLINGEN, E. V. The Importance of Positionality for Qualitative Researchers. **Dhaulagiri Journal of Sociology and Anthropology**, p. 48-54, 2024.

HARRIS, R. G.; CARMAN, J. M. Public regulation of marketing activity: Part I: Institutional typologies of market failure. **Journal of Macromarketing**, v. 3, n. 1, p. 49-58, 1983.

HEMAIS, Marcus Wilcox; DOS SANTOS, Rafaela Barbosa Ferreira. Understanding the Brazilian consumerism movement from a decolonial perspective: The case of protest. **Journal of Macromarketing**, v. 41, n. 2, p. 315-331, 2021.

HEMAIS, M. W.; QUINTÃO, R. T.; BARROS, D. F. Education by the Escola Nacional Florestan Fernandes as Transmodernization from Capitalist Consumerism. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 28, n. 2, p. e230270, 2024.

HERNÁNDEZ, A. C. Memoriando la reflexión: el diario de campo desde una escritura etnográfica feminista. **donde no habite el olvido Herencia y transmisión del testimonio**, p. 131.

HILTON, M. 'Consumer Movements', in Frank Trentmann (ed.), **The Oxford Handbook of the History of Consumption** (2012; online edn, Oxford Academic, 18 Sept. 2012), <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199561216.013.0026>, accessed em: 20/09/2024.

HILTON, M. **Prosperity for all: Consumer activism in an era of globalization**. Cornell University Press, 2009.

HOLMES, A. G. D. Researcher Positionality--A Consideration of Its Influence and Place in Qualitative Research--A New Researcher

Guide. **Shanlax International Journal of Education**, v. 8, n. 4, p. 1-10, 2020.

HOOKS, B. **O feminismo é para todo mundo: políticas arrebatadoras**. Editora Record, 2018.

HOOKS, B. **Straightening our hair. Tenderheaded: A comb-bending collection of hair stories**, p. 111-116, 2001.

HOOKS, B. **Tudo sobre o amor: novas perspectivas**. São Paulo: Editora Elefante. 2021.

IBGE. **Desigualdades Sociais por Cor ou Raça no Brasil**. 2019
Disponível em:
<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101681_informativo.pdf
> Acesso em: 19/08/2020

IBGE. **Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar**. 2015. Disponível em:
<<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv97870.pdf>>. Acesso em: 19/08/2020.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: Características gerais dos domicílios e dos moradores 2019**. 2020.
Disponível em:
<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101707_informativo.pdf
> Acesso em: 19/08/2020.

KENNEDY, J. F. Special message to the Congress on protecting the consumer interest. **Public papers of the presidents of the United States**, v. 93, p. 236, 1962.

KILOMBA, G. **Memórias da plantação: episódios de racismo cotidiano**. Editora Cobogó, 2019.

KOTLER, P. What consumerism means for marketers. **Harvard business review**, v. 50, n. 3, 1972.

LANDER, E. (Ed.). **A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais: perspectivas latino-americanas**. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales= Conselho Latino-americano de Ciências Sociais, 2005.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: **Artes Médicas**; Belo Horizonte: UFMG, 1999.

LEAL, M. C.; GAMA, S. G. N. D.; PEREIRA, A. P. E.; PACHECO, V. E.; CARMO, C. N. D.; SANTOS, R. V. A cor da dor: iniquidades raciais na atenção pré-natal e ao parto no Brasil. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 33, p. e00078816, 2017.

LEAL, K. S.; RODRIGUES, M. de S. Economia solidária: conceitos e princípios norteadores. **Humanidades & Inovação**, v. 5, n. 11, p. 209-219, 2018.

LEVITT, T. **The globalization of markets**. 1983.

LIMA, M.; RIOS, F.; FRANÇA, D. Articulando gênero e raça: a participação das mulheres negras no mercado de trabalho (1995-2009). **Dossiê Mulheres Negras**, p. 53, 2013.

LORDE, A. **Irmã outsider: ensaios e conferências**. Autêntica Editora, 2021.

LUGONES, M. Colonialidad y género. **Tabula rasa**, n. 9, p. 73-102, 2008.

LUGONES, M. Rumo a um feminismo descolonial. **Revista estudos feministas**, v. 22, p. 935-952, 2014.

MACEDO, T. C. **30 anos do Código de Defesa do Consumidor: uma análise sobre publicidades discriminatórias nas relações de consumo**. 2020. Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/30-anos-do-codigo-de-defesa-do-consumidor-uma-analise-sobre-publicidades-discriminatorias-nas-relacoes-de-consumo/>>. Acesso em: 20/10/2020.

MACHADO, L. V. N. **Poder feminino e identidade na Irmandade da Boa Morte**. 2013.

MAMA, A. What does it mean to do feminist research in African contexts?. **Feminist Review**, v. 98, n. 1_suppl, p. e4-e20, 2011.

MANNING, J. Becoming a decolonial feminist ethnographer: Addressing the complexities of positionality and representation. **Management Learning**, v. 49, n. 3, p. 311-326, 2018.

MBEMBE, A. Necropolítica. **Arte & ensaios**, n. 32, p. 122-151, 2016.

MICHELETTI, M. Political consumerism: Why the market is an arena for politics. In: **Ethics and the Politics of Food**. Wageningen Academic, 2006. p. 21-27.

- MICHELETTI, M. Why political consumerism?. In: **Political virtue and shopping: individuals, consumerism, and collective action**. New York: Palgrave Macmillan US, 2003. p. 1-36.
- MOHANTY, C. T. Under Western eyes: Feminist scholarship and colonial discourses. **Boundary 2**, p. 333-358, 1984.
- MONSMA, K. Como pensar o racismo: o paradigma colonial e a abordagem da sociologia histórica. **Revista de Ciências Sociais: RCS**, v. 48, n. 2, p. 53-82, 2017.
- NASCIMENTO, B. **Beatriz Nascimento, quilombola e intelectual: possibilidades nos dias de destruição**. Maria Beatriz Nascimento. Diáspora Africana: Editora Filhos da África. 2018. 488p.
- NASON, R. W. The social consequences of marketing: macromarketing and public policy. **Journal of Public Policy & Marketing**, p. 242-251, 1989.
- NZINGA, H. **Agenda das Mulheres Negras Construindo o Futuro com Justiça Climática**. Criola. 2023. Disponível em: <https://criola.org.br/wp-content/uploads/2024/06/publicacao-Agenda-das-Mulheres-Negras-2.pdf>. Acesso em: 20/09/2024
- OTTOMAN, J. A. Industry's response to green consumerism. **Journal of Business Strategy**, v. 13, n. 4, p. 3-7, 1992.
- PÉREZ, M. Violencia epistémica: reflexiones entre lo invisible y lo ignorable. **El lugar sin límites. Revista de Estudios y Políticas de Género**, v. 1, n. 1, p. 81-98, 2019.
- PIEIDADE, V. **Dororidade**. Nós, 2018.
- QUIJANO, Anibal. Coloniality of power and Eurocentrism in Latin America. **International sociology**, v. 15, n. 2, p. 215-232, 2000.
- RIOS, F.; RATTS, A. A perspectiva interseccional de Lélia Gonzalez. **Pensadores negros—pensadoras negras do século XIX e XX**, v. 1, p. 387-402, 2016.
- ROSTOW, W. W. Etapas do desenvolvimento econômico. **traducción), Zahar E ditores, Rio de Janeiro**, 1964.
- SANTANA, B. **Continuo preta: a vida de Sueli Carneiro**. Companhia das Letras, 2021.
- SANTOS, M. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: BestBolso, 2011.

SANTOS, F. **Negros têm quase 4 vezes mais chances de serem mortos pela polícia do que brancos, mostra Anuário de Segurança Pública.**

2024. Disponível em: < Negros têm quase 4 vezes mais chances de serem mortos pela polícia do que brancos, mostra Anuário de Segurança Pública>. Acesso em: 10/10/24.

SANTOS, G.; SANTOS, D. S. Epistemologias de reexistência: um diálogo teórico-metodológico entre interseccionalidade e aquilombagem crítica. **Revista Brasileira de Educação**, v. 27, p. e270028, 2022.

SAUL, A.; SAUL, A. M. A metodologia da investigação temática: elementos político-epistemológicos de uma práxis de pesquisa crítico-emancipatória. **Revista e-Curriculum**, v. 15, n. 2, p. 429-454, 2017.

SCHUCMAN, L. V.. **Entre o encardido, o branco e o branquíssimo: raça, hierarquia e poder na construção da branquitude paulistana.** 2012. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

SILVA, A. C. **Fiocruz lança mapa de iniciativas que combateram efeitos da pandemia em favelas.** Disponível em: <<https://jornalocidadao.net/fiocruz-lanca-mapa-de-iniciativas-que-combateram-efeitos-da-pandemia-em-favelas/>>. Acesso em: 20/07/2025.

SILVA, V. F.; WANDERLEY, S. Aproximações entre a metodologia da investigação temática ea abordagem decolonial: uma proposta para a área dos Estudos Organizacionais. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 20, n. 4, p. 514-526, 2022.

SMITH, L. T. **Descolonizando metodologias: pesquisa e povos indígenas**; tradução. Roberto G Barbosa. Curitiba: Ed. UFPR, 239 pp. 2018.

SODRÉ, M. **O fascismo da cor: uma radiografia do racismo nacional.** Editora Vozes, 2023.

STOLE, I. L. History of Consumer Movements. In.: **The Wiley Blackwell Encyclopedia of Consumption and Consumer Studies.** John Wiley & Sons, 2015. Disponível em: <<https://doi.org/10.1002/9781118989463.wbeccs056>>. Acesso em: 03/08/2020.

TATE, S. A. Descolonizando a raiva: a teoria feminista negra e a prática nas universidades do Reino Unido. In: **Decolonialidade e pensamento afrodiaspórico** / organizadores Joaze Bernardino-Costa, Nelson

Maldonado-Torres, Ramón Grosfoguel. -- 1. ed. -- Belo Horizonte : Autêntica Editora, 2018.

TRENTMANN, Frank. Citizenship and consumption. **Journal of Consumer Culture**, v. 7, n. 2, p. 147-158, 2007.

TRINDADE, Gabriela Silva Trindade. **Mulheres do Salgueiro: construindo uma educação ambiental desde o chão das periferias**. Dissertação de mestrado (mestrado em educação). Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. 2021.

TRUTH, S. E eu não sou uma mulher? – Sojourner Truth. Tradução de Osmundo Pinho, **Geledés**, 8 jan., 2014. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/e-nao-sou-uma-mulher-sojourner-truth/>.

Acesso em: 20/01/2024

WALSH, C. Critical Interculturality and Decolonial Pedagogy: In-Surgir, Re-Existing and Re-Living. In: Candau, V. M. (Ed.). **Intercultural Education in Latin America: Between Conceptions, Tensions and Proposals**. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2009. p. 12-43.

WERNECK, J.; IRACI, N. A situação dos direitos humanos das mulheres negras no Brasil: violências e violações. *São Paulo: Criola-Geledés*, 2016

WHEELER, K. **Fair trade and the citizen-consumer: shopping for justice?** Springer, 2012.

YANG, Z.; HUONG, N. T. T.; NAM, N. H.; NGA, N. T. T.; THANH, C. T. Greenwashing behaviours: Causes, taxonomy and consequences based on a systematic literature review. **Journal of business economics and management**, v. 21, n. 5, p. 1486-1507, 2020.

YIP, S. Y. Positionality and Reflexivity: Negotiating Insider-Outsider Positions within and across Cultures. **International Journal of Research & Method in Education** 47 (3): 222–32. doi:10.1080/1743727X.2023.2266375. 2023.

Anexo I - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido I

Título do projeto: Limites do consumerismo no contexto brasileiro: Uma análise sobre o ativismo de mulheres Negras amefricanas

Pesquisadora responsável: Míriam de Souza Ferreira

Orientador: Marcus Wilcox Hemais

Convite: Você está sendo convidada a participar da pesquisa intitulada *Limites do consumerismo no contexto brasileiro: uma análise sobre o ativismo de mulheres Negras amefricanas*, sob a responsabilidade da pesquisadora Míriam de Souza Ferreira, aluna de doutorado do curso de administração da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), sob a orientação do Professor Marcus Wilcox Hemais.

Justificativa:

Uma vez que o campo de estudos do marketing é dominado por teorizações que partem de uma perspectiva moderna e eurocêntrica de produção do conhecimento, carecem estudos desta área, no contexto brasileiro, que partam de teorizações locais e adequadas aos fenômenos que aqui ocorrem. Deste modo, a presente pesquisa se justifica, pois, ao analisar o ativismo de mulheres negras brasileiras e utilizar teorias locais para oferecer uma releitura do conceito de consumerismo a partir de uma ótica local, a pesquisa provoca reflexão e informa sobre a importância desse grupo para a prática e teoria alinhadas às investigações de problemas sociais brasileiros.

Objetivos:

A presente pesquisa tem por objetivo analisar, a partir do ponto de vista de intelectuais brasileiras, as práticas do coletivo Mulheres do Salgueiro contra opressões de raça e gênero a fim de apresentar uma perspectiva alternativa ao conceito de consumerismo.

Metodologia:

Caso concorde com a participação na pesquisa, sua participação ocorrerá por meio de entrevista, com duração estimada de 45 a 60 minutos, em formato presencial, em local de sua preferência/conveniência. O teor das perguntas a serem realizadas se restringirá ao tema desta pesquisa, a saber: o coletivo, sua formação, as atividades exercidas ao longo de sua existência, como tais atividades transformaram o seu entorno e as formas como o coletivo lidou com opressões de raça e gênero ao longo da sua história. Sua identidade não será revelada, a fim de garantir seu anonimato e confidencialidade. Ao descrevê-la, a pesquisadora fará uso de um pseudônimo (nome fictício). A entrevista será gravada em áudio somente para que a pesquisadora possa transcrevê-la para o formato de texto. A pesquisadora se compromete a salvar esta gravação tão somente para sua transcrição em arquivo de mídia local, devidamente protegido por senha para evitar qualquer divulgação em meios e formatos não autorizados pela entrevistada.

Participantes da pesquisa:

Os critérios para a inclusão da participante nesta fase da pesquisa (entrevista) é escolher a representante ativa que seja mais antiga na administração do coletivo. Ou seja: uma integrante atual do coletivo que vivenciou todas as fases desta organização, desde a sua criação, para que se conheça, com mais detalhamento e profundidade, as atividades desenvolvidas pelo coletivo ao longo do tempo. Para tanto, optou-se por escolher a co-fundadora e atual coordenadora do coletivo. O critério de exclusão de participantes nesta etapa da pesquisa é não selecionar participantes que não vivenciaram todas as fases do coletivo.

Riscos e Benefícios:

Os benefícios indiretos esperados com a participação na pesquisa é o fato de que a mesma poderá produzir evidências que apoiem o desenvolvimento de ações e políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo de mulheres periféricas e, com isso, proporcionar uma possibilidade de mobilidade social para esse grupo. Ainda que a pesquisadora tente adotar ações para diminuir riscos, é possível que a participante se sinta constrangida ou desconfortável com algumas perguntas. Além disso, é possível que haja quebra de sigilo ou comprometimento do anonimato da entrevistada.

A fim de diminuir os efeitos adversos da participação na pesquisa, a pesquisadora se compromete a conduzir a participante a uma instituição de tratamento psicológico caso sejam relatados danos psicológicos à participante. Além disso, os dados não serão armazenados em nuvem, mas sim em pastas em dispositivos de armazenamento externo, devidamente protegidos por senhas.

Sigilo e Privacidade:

O sigilo e a privacidade dos dados – nome, voz, imagem e qualquer outra informação que possa vir a identificar o participante – será garantido durante todas as fases da pesquisa.

Despesas e Ressarcimento:

O participante não terá qualquer tipo de custo ou vantagem financeira com a participação nesta pesquisa. Caso o participante tenha despesas decorrentes de sua participação nesta pesquisa, a pesquisadora se compromete em ressarcir-la a partir de seus próprios recursos.

Assistência e acompanhamento:

A pesquisadora se compromete a promover acompanhamento da participante em todas as fases da pesquisa e após a mesma. Caso ocorram danos materiais e imateriais causados pela participação na pesquisa, a participante terá direito à assistência imediata (emergencial e sem custos para a participante) e integral (caso ocorram complicações e danos, diretos ou indiretos, decorrentes da participação na pesquisa) enquanto for necessário.

Participação voluntária e direito de desistência:

A participação da pesquisada é voluntária e a mesma é livre para decidir sobre sua participação, podendo recusar-se a participar ou retirar seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem qualquer tipo de constrangimento e/ou penalização.

Garantia de acesso aos resultados da pesquisa:

A pesquisadora se compromete a divulgar para as participantes os resultados da pesquisa, quando concluída.

Acesso ao pesquisador em caso de dúvidas:

A participante terá acesso a pesquisadora responsável pela investigação, a doutoranda Míriam de Souza Ferreira, para esclarecimento de dúvidas, em qualquer fase da pesquisa. Suas dúvidas poderão ser sanadas por meio de contato telefônico (21988816156), e-mail (miriam.sfo@gmail.com), ou presencialmente.

Menção à Câmara de Ética em Pesquisa da PUC-Rio:

O órgão responsável para dirimir dúvidas relacionadas à ética na pesquisa é a Câmara de Ética em Pesquisa da PUC-Rio. Localizada na Rua Marquês de São Vicente, Nº 225, Edifício Kennedy, 2º andar, Gávea- 22453-900. Rio de Janeiro, RJ. Telefone: (21) 3527-1618.

Menção às Resoluções 466/12 e 510/16 do CNS:

A pesquisa atende todas as especificações da Resolução 466, de 12 de dezembro de 2012, que aprova as diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos, e da Resolução 510, de 07 de abril de 2016, que dispõe sobre normas aplicáveis à pesquisa em Ciências Humanas e Sociais.

Consentimento:

Eu, _____, de maneira voluntária, livre e esclarecida, concordo em participar da pesquisa acima identificada. Estou ciente dos objetivos do estudo, dos procedimentos metodológicos, das garantias de sigilo e confidencialidade, dos riscos e suas formas de contorno, da possibilidade de esclarecimentos permanentes sobre eles. Fui informada de que se trata de uma pesquisa vinculada ao Programa de Pós Graduação em Administração da PUC-Rio. Está claro que minha participação é isenta de despesas e que minha imagem, meu nome e voz não serão publicados sem minha prévia autorização por escrito. Este Termo foi impresso e/ou enviado em duas vias, das quais uma me foi concedida e ficará em minha posse e a outra será arquivada pelo/a pesquisador/a responsável.

A pesquisadora deve garantir que o participante da pesquisa receberá uma via digital ou impressa do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, assinada e rubricada pelo pesquisador.

Data: _____, _____ de _____ de _____.

Assinatura do Participante

Assinatura do/a Pesquisador/a

Anexo II - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido II

Título do projeto: Limites do consumerismo no contexto brasileiro: Uma análise sobre o ativismo de mulheres Negras africanas

Pesquisadora responsável: Míriam de Souza Ferreira

Orientador: Marcus Wilcox Hemais

Convite: Você está sendo convidada a participar da pesquisa intitulada *Limites do consumerismo no contexto brasileiro: uma análise sobre o ativismo de mulheres Negras africanas*, sob a responsabilidade da pesquisadora Míriam de Souza Ferreira, aluna de doutorado do curso de administração da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), sob a orientação do Professor Marcus Wilcox Hemais.

Justificativa:

Uma vez que o campo de estudos do marketing é dominado por teorizações que partem de uma perspectiva moderna e eurocêntrica de produção do conhecimento, carecem estudos desta área, no contexto brasileiro, que partam de teorizações locais e adequadas aos fenômenos que aqui ocorrem. Deste modo, a presente pesquisa se justifica, pois, ao analisar o ativismo de mulheres negras brasileiras e utilizar teorias locais para oferecer uma releitura do conceito de consumerismo a partir de uma ótica local, a pesquisa provoca reflexão e informa sobre a importância desse grupo para a prática e teoria alinhadas às investigações de problemas sociais brasileiros.

Objetivos:

A presente pesquisa tem por objetivo analisar, a partir do ponto de vista de intelectuais brasileiras, as práticas do coletivo Mulheres do Salgueiro contra opressões de raça e gênero a fim de apresentar uma perspectiva alternativa ao conceito de consumerismo.

Metodologia:

Caso concorde com a participação na pesquisa, sua participação ocorrerá da seguinte maneira: a pesquisadora fará descrições das atividades, dos debates e pautas praticadas pelo coletivo a fim de relatar e debater a atividade do grupo como um todo. Isso ocorrerá em eventos/reuniões do coletivo, na sede ou fora dela. Essas descrições comporão o diário de campo, no qual a pesquisadora anota e descreve de que maneira as práticas de defesa contra opressões de raça e gênero se traduzem no dia-a-dia do grupo. No diário de campo sua identidade, o anonimato e a confidencialidade serão garantidos pela utilização de um pseudônimo (nome fictício). A pesquisadora se compromete a salvar os documentos de textos referentes aos diários de campos em arquivo de mídia local, devidamente protegidos por senha para evitar qualquer divulgação em meios e formatos não autorizados.

Participantes da pesquisa:

O critério adotado para incluir as participantes na pesquisa é o fato de que estas precisam estar envolvidas com as atividades executadas pelo coletivo. O critério de exclusão das participantes dos registros de diário de campo é não selecionar participantes que não contribuam com as atividades do coletivo.

Riscos e Benefícios:

Os benefícios indiretos esperados com a participação na pesquisa é o fato de que a mesma poderá produzir evidências que apoiem o desenvolvimento de ações e políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo de mulheres periféricas e, com isso, proporcionar uma possibilidade de mobilidade social. Ainda que a pesquisadora tente adotar ações para diminuir riscos, é possível que a participante se sinta constrangida ou desconfortável com algumas perguntas. Além disso, é possível que haja quebra de sigilo ou comprometimento do anonimato da entrevistada. Pode ocorrer, ainda, o comprometimento da liberdade de escolha da participante para o consentimento, diante da concordância de todo um coletivo.

A fim de diminuir os efeitos adversos da participação na pesquisa, a pesquisadora se compromete a conduzir a participante a uma instituição de tratamento psicológico, caso sejam relatados danos psicológicos à mesma. Além disso, os dados não serão armazenados em nuvem, mas sim em pastas em dispositivos de armazenamento externo, devidamente protegidos por senhas.

Sigilo e Privacidade:

O sigilo e a privacidade dos dados – nome, voz, imagem e qualquer outra informação que possa vir a identificar o participante – será garantido durante todas as fases da pesquisa.

Despesas e Ressarcimento:

O participante não terá qualquer tipo de custo ou vantagem financeira com a participação nesta pesquisa. Caso o participante tenha despesas decorrentes de sua participação nesta pesquisa, a pesquisadora se compromete em ressarcir-la a partir de seus próprios recursos.

Assistência e acompanhamento:

A pesquisadora se compromete a promover acompanhamento da participante em todas as fases da pesquisa e após a mesma. Caso ocorram danos materiais e imateriais causados pela participação na pesquisa, a participante terá direito à assistência imediata (emergencial e sem custos para a participante) e integral (caso ocorram complicações e danos, diretos ou indiretos, decorrentes da participação na pesquisa) enquanto for necessário.

Participação voluntária e direito de desistência:

A participação da pesquisada é voluntária e a mesma é livre para decidir sobre sua participação, podendo recusar-se a participar ou retirar seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem qualquer tipo de constrangimento e/ou penalização.

Garantia de acesso aos resultados da pesquisa:

A pesquisadora se compromete a divulgar para as participantes os resultados da pesquisa, quando concluída.

Acesso ao pesquisador em caso de dúvidas:

A participante terá acesso a pesquisadora responsável pela investigação, a doutoranda Míriam de Souza Ferreira, para esclarecimento de dúvidas, em qualquer fase da pesquisa. Suas dúvidas poderão ser sanadas por meio de contato telefônico (21988816156), e-mail (miriam.sfo@gmail.com), ou presencialmente.

Menção à Câmara de Ética em Pesquisa da PUC-Rio:

O órgão responsável para dirimir dúvidas relacionadas à ética na pesquisa é a Câmara de Ética em Pesquisa da PUC-Rio. Localizada na Rua Marquês de São Vicente, Nº 225, Edifício Kennedy, 2º andar, Gávea- 22453-900. Rio de Janeiro, RJ. Telefone: (21) 3527-1618.

Menção às Resoluções 466/12 e 510/16 do CNS:

A pesquisa atende todas as especificações da Resolução 466, de 12 de dezembro de 2012, que aprova as diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos, e da Resolução 510, de 07 de abril de 2016, que dispõe sobre normas aplicáveis à pesquisa em Ciências Humanas e Sociais.

Consentimento:

Eu, _____, de maneira voluntária, livre e esclarecida, concordo em participar da pesquisa acima identificada. Estou ciente dos objetivos do estudo, dos procedimentos metodológicos, das garantias de sigilo e confidencialidade, dos riscos e suas formas de contorno, da possibilidade de esclarecimentos permanentes sobre eles. Fui informada de que se trata de uma pesquisa vinculada ao Programa de Pós Graduação em Administração da PUC-Rio. Está claro que minha participação é isenta de despesas e que minha imagem, meu nome e voz não serão publicados sem minha prévia autorização por escrito. Este Termo foi impresso e/ou enviado em duas vias, das quais uma me foi concedida e ficará em minha posse e a outra será arquivada pelo/a pesquisador/a responsável.

A pesquisadora deve garantir que o participante da pesquisa receberá uma via digital ou impressa do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, assinada e rubricada pelo pesquisador.

Data: _____, _____ de _____ de _____.

Assinatura do Participante

Assinatura do/a Pesquisador/a

Anexo III - Roteiro para a entrevista

- 1) Antes de adentrarmos aos questionamentos relativos ao coletivo Mulheres do Salgueiro, você poderia se apresentar?
- 2) Como começa a história do Mulheres do Salgueiro?
- 3) Quais são as principais atividades do coletivo Mulheres do Salgueiro?
- 4) Quais são os principais objetivos do coletivo Mulheres do Salgueiro?
- 5) O que vocês pretendem alcançar com suas práticas?
- 6) Você poderia me falar das parcerias do coletivo? Quem são? De que maneira ocorrem?
- 7) Como você definiria a trajetória do Coletivo?
- 8) O coletivo lidou com algum tipo de opressão? Poderia descrever como isso aconteceu?
- 9) Quais são as suas aspirações para o Mulheres do Salgueiro?
- 10) Como você enxerga o Mulheres do Salgueiro no futuro?
- 11) Para concluirmos, gostaria de agradecer pela disponibilidade e participação na entrevista. Tem algo que eu não perguntei que você gostaria de falar?

Anexo IV - Declaração de anuência para observação na rede social do coletivo

Eu, _____, responsável pelo coletivo Mulheres do Salgueiro, autorizo a Sra. Míriam de Souza Ferreira, responsável pela pesquisa “Limites do consumerismo no contexto brasileiro: Uma análise sobre o ativismo de mulheres Negras amefricanas”, a realizar observações na rede social (instagram) do coletivo Mulheres do Salgueiro, desde que no tratamento de dados e na pesquisa, sejam garantidos: o sigilo, privacidade e confidencialidade.

_____, ____ de _____ de _____

(Coordenadora do Coletivo)

Anexo V – Relação dos diários de campo provenientes de eventos

Diários de campo	Evento	Local	Data
Diário de Campo 1	Evento "Potencializando Redes do Salgueiro".	Faculdade de Formação de Professores/UERJ São Gonçalo	23/05/2023
Diário de Campo 2	Entrevista de Joana à "TV Daki".	<i>Youtube</i>	05/08/2023
Diário de Campo 3	Reunião "Educação e cultura de paz".	Sede do coletivo	21/09/2023
Diário de Campo 4	Reunião 1 do curso Gestão Mercadológica para Empreendimentos Solidários.	IAG PUC-Rio	14/09/2023
Diário de Campo 5	Reunião 2 do curso Gestão Mercadológica para Empreendimentos Solidários.	Zoom	05/10/2023
Diário de Campo 6	Reunião 3 do curso Gestão Mercadológica para Empreendimentos Solidários.	IAG PUC-Rio	09/11/2023
Diário de Campo 7	Reunião 5 do curso Gestão Mercadológica para Empreendimentos Solidários.	IAG PUC-Rio	22/02/2024
Diário de Campo 8	Adiamento da 7ª Reunião.		04/04/2024
Diário de Campo 9	Palestra de Joana na turma de Mestrado Acadêmico em Administração do IAG PUC-Rio.	Zoom	16/04/2024
Diário de Campo 10	Reunião 7 do curso Gestão Mercadológica para Empreendimentos Solidários.	IAG PUC-Rio	18/04/2024
Diário de Campo 11	Reunião 9 do curso Gestão Mercadológica para Empreendimentos Solidários.	IAG PUC-Rio	07/06/2024
Diário de Campo 12	Evento "Seminário de avaliação em educação ambiental de base comunitária em favela", na FFP UERJ (São Gonçalo).	Faculdade de Formação de Professores/UERJ São Gonçalo	26/06/2024