

GERAÇÃO AFROTOMBAMENTO BAIANA: A ESTÉTICA NEGRA COMO MEIO DIFUSOR DE EMPODERAMENTO

Generation Afrotombamento of Bahia: Black esthetics as diffusion means of empowerment.

Leite, Nara de Cervino Teixeira; Especialista, FEBASP,
naracervino@gmail.com

Souza, Josenilde Silva; Mestre; PUC-SP, jooamanda@hotmail.com
Grupo de Pesquisa em Cultura (História, Sociologia, Antropologia, Psicologia,
Filosofia, etc.)

Resumo: A elaboração do presente artigo tem, como objetivo, analisar e compreender a Geração Afrotombamento da Bahia, uma tribo de jovens negros que faz uso da moda e da estética na comunicação da sua militância por igualdade racial. Com base no método antropológico da pesquisa netnográfica, a autora pôde observar a comunicação e traçar o perfil do grupo estudado através das suas redes sociais e de entrevistas, projetando seu futuro.

Palavras chave: Estética; Tribo; Afrotombamento.

Abstract: The elaboration of this article aims to analyze and understand the Generation Afrotombamento of Bahia, a tribe of young black people that uses fashion and esthetics to communicate their militancy pursuing racial equality. Using the anthropological method of netnography research, the author could observe the communication and describe the profile of the studied group through their social networks and interviews, projecting their future.

Keywords: Esthetics; Tribe; Afrotombamento.

Introdução

No ano de 2016, uma nova tribo ganhou destaque no Brasil: a Geração Afrotombamento. Esse grupo, composto por jovens negros cheios de atitude e

estilo, veio para afrontar o racismo velado no país, exigindo igualdade e respeito. O estado da Bahia, por possuir a cidade mais negra fora da África como capital, acaba concentrando muitos dos seus integrantes e apresentando inúmeros traços de origem africana disseminados em sua cultura local. Na busca por seus direitos, os pertencentes ao grupo estudado fazem uso da moda e da estética como meios comunicativos de seus valores. Há, então, o resgate da sua ancestralidade através das artes, do vestuário e da beleza. A propagação de suas mensagens é realizada por diversos canais: das produções do visual às produções textuais divulgadas na internet. Seus objetivos são disseminar seu empoderamento e chamar a atenção para questões sociológicas, na busca pela mudança de paradigmas.

Para compreender o movimento, antes foi necessário estudar a formação das neotribos, o poder comunicacional da estética, as representações do povo negro nas mídias, a segregação racial e a geração da qual fazem parte. Com isso, foi possível traçar o perfil dos afrotombadores e analisar os impactos que sua militância gera.

Com o intuito de compreender seus discursos antirracistas – carregados de vivências e reivindicações –, foram feitos estudos de antropologia cultural, através de uma análise netnográfica na rede social Facebook. Após, procedeu-se com entrevistas com alguns de seus representantes, em redes sociais e *in loco*. Além dos jovens, foram consultados importantes nomes da moda afro-baiana, que, apesar de estarem fora da faixa etária do grupo, acompanham e influenciam o atual processo de empoderamento afro.

A partir das observações feitas, surgiram as problemáticas quanto à validação do movimento no futuro. Seu caminho, de fato, guia os integrantes a uma desmarginalização verdadeira? Ele trará as mudanças sociais necessárias ou se limita ao campo estético? São essas as questões que este artigo busca responder.

1. Novas Socializações

1.1 Neotribalismo

Como postulado pelo sociólogo Michel Maffesoli (1998), apesar da tendência de massificação da pós-modernidade, vivenciamos a formação de pequenos nichos sociais, a partir de características segregacionais. A esse movimento, o autor dá o nome de “neotribalismo”, conceituando-o como um processo gerador de microagrupamentos efêmeros. Apesar da transitoriedade, essas pequenas tribos conseguem criar um estado de espírito duradouro, originando importantes mudanças na sociedade. Para que essas uniões ocorram, é necessário que haja identificação entre os indivíduos, com um sentimento de pertença, cuja confirmação ou rejeição acontece durante a realização do que Maffesoli chama de “rituais iniciativos”. Esses rituais conduzem à aderência ou não aos valores, aos modos, às ideologias e até à estética da tribo.

1.2 Imagem e estética

1.2.1 A comunicação

A estética serve ao intuito de comunicar nossa identidade, cultura e ancestralidade. As sociedades mais antigas já faziam uso de acessórios, pinturas corporais e vestes como códigos ritualísticos e sociais determinados. Na era em que vivemos - Era da Iconofagia (BAITELLO JUNIOR, 2005), ou Era do Capitalismo Artista (LIPOVETSKY, 2015) - a reprodução frenética das imagens pode causar um esvaziamento de seus significados com uma reverberação superficial, sem memória profunda e perene.

Apesar disso, há um fenômeno de ressignificação do consumo, de forma hedonista, objetivando a firmação identitária. A imagem pessoal é planejada (com fundamentos de moda, beleza e estilo) e exibida em redes sociais de

alcance mundial, como o Facebook. Através desses canais, cada indivíduo se valoriza e insere em tribos, para lutar por respeito e reconhecimento.

1.2.2 O corpo do negro na mídia

A imagem do povo do Brasil, como salientado pelo antropólogo Gilberto Freyre (1987), é resultante de uma grande miscigenação, equilibrando diversos tipos físicos. Apesar disso e do atual enaltecimento dos hinos à diferença e às etnicidades, Lipovetsky (2015) reconhece que, no fim, o modelo de beleza ideal continua sendo o velho padrão eurocêntrico. Padrão esse estabelecido pelas publicidades, modas, mídias, modelos e marcas de cosméticos.

2. Territorialidade

2.1 Segregação

Como dito pelo geógrafo urbanista Altemar Amaral Rocha (2011), o Brasil é conhecido por seu abismo de desigualdade entre as classes sociais, com uma concentração espacial da pobreza na formação das famosas favelas. O processo de urbanização e o capitalismo ganharam força junto à abolição da escravatura, no final do século XIX, quando os negros foram abandonados à própria sorte, sem direitos e caminhos a seguir. Assim, eles acabaram refugiando-se em guetos, onde os serviços públicos não chegavam e não chegam até os dias atuais (tal como educação, saneamento básico, mobilidade pública e saúde).

Na maioria das grandes cidades, como em São Paulo, essa segregação acontece “empurrando” seus habitantes de baixa renda para zonas periféricas distantes. Mas, no caso de Salvador, não existem zonas tipicamente pobres, como é considerada a Zona Leste da capital paulista. Na capital baiana, todo bairro dito nobre possui uma favela ao lado para atendê-lo, fornecendo mão de

obra serviçal. É o caso da favela do Calabar e do bairro de Ondina. Como comparativo paulistano, temos o que ocorre entre o distrito de Paraisópolis e o Morumbi, mas se repetindo ao longo de toda a cidade. Temos, assim, um dos bairros mais pobres em conjunção com um dos mais ricos.

Segundo o Censo 2015 do IBGE, Salvador é a quarta maior cidade do país, com uma população de quase três milhões de habitantes. Destes, 50,8% são afrodescendentes, tornando-a a cidade mais negra fora da África. Essa população está concentrada justamente nos guetos, subordinada pela minoria branca e privilegiada, ainda carregando as consequências da exploração, como baixa qualificação educacional e profissional.

2.2 Reconquista

Lucrécia Ferrara (2014) conceitua que o espaço público é o território localizado da cultura, fundamentado pela coletividade e contextualizador da dinâmica cultural do sujeito no coletivo. No século XXI, as multidões voltam a ocupar as ruas, graças ao estímulo das conexões feitas em espaços virtuais. Aí nascem e são divulgadas manifestações populares como passeatas, festas e feiras livres. Esses eventos estão efervescendo em Salvador, possibilitando encontros entre indivíduos antes segregados individualmente.

Milton Santos (1996), geógrafo baiano, falou sobre a necessidade desse processo de retomada dos espaços para a conquista plena da cidadania e reconstrução da identidade do povo. Na atualidade, os jovens estão desalienando-se, conhecendo a cultura popular e ocupando o entorno, para “enfrentar o futuro sem romper a continuidade” (SANTOS, 1996, p.66). É nesse contexto que se insere a geração Afrotombamento¹, buscando o empoderamento negro através do resgate das suas manifestações culturais.

¹ Neotribo de jovens negros, que buscam ganhar poder através da luta por seus direitos e contra as desigualdades raciais. Nessa militância, a estética é usada como um importante veículo comunicacional. Afro = afrodescendente / tombamento = ação de tomar; gíria usada para causar choque, fazer sucesso, arrasar, brilhar, chamar atenção.

3. A Geração

A geração Afrotombamento é, na verdade, uma tribo integrante da questionadora geração Y (ou *millennials*). O que os caracteriza – além do fato de serem negros – são suas atitudes, sua politização e seu estilo. Esses jovens cresceram em meio ao racismo. Agora, conectados mundialmente, ganham força usando a estética para elevar a autoestima (individual e de todo o grupo), conquistando visibilidade nas ruas e na internet. Dessa forma, combatem a opressão que sofrem, afrontando as barreiras e se auto-afirmando como dignos de quaisquer espaços. Eles querem, podem e devem ser protagonistas do cinema, da televisão e, claro, da moda. A conquista desses espaços já é perceptível, como provado pelos exemplos, que veremos posteriormente.

3.1 Sua estética

Se antes o negro recolhia-se à margem para qual foi coagido, na tentativa de se passar despercebido, hoje ele quer chamar atenção por onde quer que passe. Para tal, os representantes dessa geração transgridem os padrões estéticos brancos e assumem sua identidade racial. Há, então, o resgate de tradições de vestuário, mixado com tendências contemporâneas. No afrofuturismo, eles encontram o equilíbrio entre o resgate das suas origens e o anseio pelo futuro, no qual não serão mais oprimidos. Diversos criadores, da moda ao audiovisual, estão explorando esse estilo em voga na Bahia.

Há a inspiração na vestimenta usada nos terreiros de Candomblé e Umbanda², como os abadás, alakás, kaftas, batas, saias, vestidos e panos da costa. As roupas brancas simbolizam seu deus maior, Oxalá. Tecidos leves e fluidos como o algodão e o linho, com babados, rendas e bordados do artesanato nordestino, resgatam a imagem tradicional da baiana. Peças estampadas ilustram os Orixás, o povo negro, padronagens gráficas africanas

² Religiões de raiz afro, muito fortes na Bahia.

e frases questionadoras. O futurismo traz modelagens de estética clean e inovadora, e o uso dos metalizados.

São usados acessórios carregados de fé, como os búzios e os símbolos de suas divindades. Na cabeça, sustentam turbantes ou ornamentos inspirados nas paramentas³. Guias⁴ e contreguns⁵ os mantêm protegidos pelas entidades de sua devoção.

A contemporaneidade fica a cargo das tendências da moda vigente no momento, bem como no *street style* do *rap*, *R&B* e *hip-hop*. A inspiração vem de artistas negros estrangeiros (Beyoncé, Rihanna, Drake e Kanye West) e brasileiros (Karol Conka, MC Carol e Emicida).

Em sua beleza, usam maquiagens irreverentes, com referências a pinturas tribais e futuristas. Quando não estão usando os tradicionais trançados e *dreads*, exibem os cabelos naturalmente crespos. Quanto ao corpo, há uma redução daqueles que querem branquear a pele e afinar o nariz.

Imagem 1: Flyer da edição de junho de 2016 da Batekoo. Festa de empoderamento, para a qual os jovens afrotombadores montam os seus melhores *looks*.



Fonte:

<https://www.facebook.com/batekoo/photos/a.1403984793226956.1073741826.1399327387026030/1604813896477377/?type=3&theater>, 2016.

3.2 Seus modos

³ Acessórios de cabeça similares a coroas, usados pelos orixás.

⁴ Colares de contas, usadas como para-raios de energias ruins que venham de fora.

⁵ Braceletes de palha trançada, usados acima do bíceps, com a finalidade de proteção contra espíritos desencarnados.

Com esse visual bem concebido, eles estão prontos para sair e se divertir com o *twerk* e danças afro nas festas de empoderamento negro, afrontando o preconceito. Àqueles que os encaram na rua, julgando-os estranhos, só resta respeitar. Os tombadores continuarão questionando o racismo velado da sociedade brasileira (RISÉRIO, 2012).

3.3 Suas conquistas

3.3.1 Nas passarelas

Em outubro de 2016, o *rapper* Emicida estreou com sua marca LAB no SPFW junto com seu irmão e produtor, Evandro Fióti. Foi a primeira vez que as passarelas do maior evento de moda do país tiveram um *casting* de modelos majoritariamente negro. Todos os componentes da apresentação possuíam uma ligação direta com a luta do povo afrodescendente marginalizado. Enquanto na música se ouvia: “Fiz com a passarela o que eles ‘fez’ com a cadeia e a favela, enchi de preto”, nas camisetas se lia: “I love quebrada”. Como dito na matéria do FFWD, um dos maiores portais de moda do Brasil, o *rapper* negro e de origem humilde levou a voz da rua para as passarelas.

3.3.2 Nas revistas

Em outubro de 2016, a glamourosa revista de Joyce Pascowitch comemorou seu aniversário de 10 anos. Para a matéria de capa dessa edição especial, foi dado o nome de “Realeza de Verdade”, com três artistas escolhidos para estampá-la: os *rappers* Emicida e Karol Conka e a atriz Taís Araújo. Definidos como “símbolos de ousadia e poder”, eles batalharam para chegar ao sucesso numa sociedade racista e estão utilizando a visibilidade que conquistaram para lutar pela igualdade. Já a Afro Brasil, nasceu em junho de 2016 para representar seu povo sob novos ângulos e caminhos de vida, tornando-os protagonistas.

3.3.3 Nas festas

O festival anual Afropunk teve grande influência na disseminação desse movimento ao redor do mundo. O evento nascido em Nova Iorque, em 2005, já ganhou edições em Paris e Londres. Durante sua realização, o público resgata sua história através de uma exploração artística e estética, montando *looks* incríveis e cheios de significado. Seu portal na *web* conta com ações artísticas e manifestações de negros em favor da valorização de seu povo. Alguns dos participantes do estudo netnográfico realizado para esse presente trabalho tiveram projetos de fotografia, eventos e coleções contemplados por eles.

Em 2014, inspirada no festival americano, nasceu a festa soteropolitana Batekoo: um evento inclusivo, com entradas a preços acessíveis, a fim de fortalecer o movimento negro periférico. Sua política é afirmada ao abraçar diversos ritmos da música *black* nacional e estrangeira, normalmente vistos com preconceito. Os frequentadores batalham por uma libertação social e do corpo ao dançar desde o *hip-hop* dos Estados Unidos, passando pelo *twerk* jamaicano e indo até o *funk* carioca e pagodão baiano. Uma das dificuldades contornadas por seu criador, Maurício Sacramento, é a de encontrar um espaço grande o suficiente para sua realização, já que algumas casas a barraram por sua ligação com as favelas. Apesar disso, a festa sempre é um sucesso, ganhando edições lotadas nas principais capitais do país.

3.3.4 Nos concursos de beleza

O evento Miss Brasil 2016, buscando a mulher mais bonita do país, surpreendeu ao escolher uma negra pela segunda vez em toda a sua história. A primeira foi a do ano de 1986. Agora, temos a baiana Raissa Santana, representante do estado do Paraná, onde mora desde muito nova. Em entrevista ao portal G1, a estudante de 21 anos mostrou sua gratidão por poder influenciar meninas como ela a amarem a própria imagem.

4 Método de Pesquisa

4.1 Definição

No intuito de entender melhor os pertencentes à geração Afrotombamento, foram utilizados os canais amplificadores dessas vozes: a internet e as redes sociais. Para tanto, escolheu-se o método de estudo antropológico da netnografia. Essa técnica consiste na aplicação de estudos etnográficos em comunidades *on-line*, onde seus membros disponibilizam informações valiosas para a sua compreensão. A antropóloga Ruth Benedict (2013) trata da etnografia como um método de imersão na vida social de um grupo, observando e coletando dados para posterior análise e interpretação. É possível, dessa forma, compreender a cultura de um povo em sua totalidade. Graças à sua adaptação para o meio virtual, feita pelo marqueteiro e professor Robert Kozinets (2014), esse estudo pôde ser feito sem a necessidade da presença física do pesquisador. Usa-se, então, a coleta de dados (*posts*, imagens, comentários, vocabulários, símbolos, etc.) e sua análise para compreender as formas de comunicação, os desejos e os padrões seguidos pela comunidade escolhida.

Para entender a comunidade de jovens negros envolvidos no processo de empoderamento discutido anteriormente, foram selecionados cinco representantes dessa tribo, para observação através do Facebook e entrevistas. Também foram entrevistados, *in loco* e via redes sociais, três criadores de moda de outras faixas etárias: o *designer* gráfico Alex Bispo e as *designers* de moda Carol Barreto e Madá Negif, a fim de se ter uma visão além do alcance dos jovens. Os entrevistados, então, se subdividem em duas categorias. Os criadores são: os três *designers*, o músico Rafa Dias, o fotógrafo Edgar Azevedo e o produtor de eventos Maurício Sacramento. Os influenciadores são Aíla Oliveira e Cleidson Marques.

4.2 Aplicação

Durante as entrevistas, pôde-se ter uma noção das dificuldades pelas quais o povo negro passa, sentindo-se diminuto com os julgamentos sofridos no dia a dia. Vários deles ressaltaram o quanto é difícil, mesmo após a tomada de consciência empoderadora, livrar-se das feridas em sua autoestima. Alguns dos participantes do estudo foram privados até de direitos básicos para uma boa qualidade de vida e desestimulados a alimentar expectativas para o futuro.

Cleidson Marques, influenciador digital e estudante de Arquitetura, conta sobre como os próprios pais tentam desacreditá-lo dos seus sonhos. Eles reproduzem o negativismo disseminado pela sociedade racista, de que a faculdade e o meio profissional que escolheu não são apropriados para negros. Para seguir em busca dos seus objetivos, o entrevistado afronta o preconceito.

Maurício Sacramento, idealizador e produtor da festa Batekoo, conta que: “Ser negro te constrói uma personalidade insegura. Você sempre é escorraçado, mal visto, o último a ser chamado. Seus padrões estéticos não combinam com o da maioria das pessoas.”

A fim de reverter esse sentimento, há ações de conquista e criação de espaços, das universidades ao mercado de trabalho, do entretenimento às artes. Os representantes mais politizados buscam inserir seu povo em suas criações: produzindo festas para eles, inserindo pagode nas músicas eletrônicas, colocando signos de sua religiosidade em acessórios e roupas, reproduzindo as padronagens ancestrais nos turbantes, fotografando negros para editoriais de moda e levando-os para as passarelas de grandes desfiles.

Os influenciadores fazem sua parte ao comunicar-se através de textos publicados em redes sociais, conversas privadas, palestras e mesas redondas. Dessa forma, vão empoderando uns aos outros, de preto para preto.

Em entrevista, a *designer* de moda e pesquisadora Carol Barreto afirmou: “Creio que toda pessoa negra tem consciência do racismo – nosso cotidiano reitera isso todos os dias –, mas poucas pessoas foram educadas e

instrumentalizadas para o enfrentamento”. Ela assume, assim, a responsabilidade de criar artigos e coleções, influenciando negros que não tenham as mesmas condições de estudo e estimulando outros artistas afro a pautar e fortalecer seus trabalhos com referências identitárias.

A diáspora africana no Brasil, com a mistura de diversas etnias, atrapalha a conquista desse conhecimento. Como Carol Barreto afirmou durante a entrevista:es

Nossa diferença é o total apagamento da nossa origem, memória e história. Jamais saberei de onde vieram meus ancestrais daquele enorme continente africano, jamais poderei detalhar a minha origem.

Mesmo com essa dificuldade, todos os entrevistados reconhecem o interesse da tribo conhecer sua ancestralidade mais a fundo.

5. A Esperança

A Geração Afrotombamento é forte e já conquistou muita visibilidade com sua luta, apoiada na comunicação através da estética. Eles estão fazendo o que podem para chamar atenção para si, buscando conhecer e fazer uso de seus traços culturais ancestrais na militância. Dessa forma, seu estilo também os conecta numa rede de elos e fortalece o movimento. A partir dessa união, eles podem trocar experiências e informações, a fim de passar o empoderamento de uns para os outros. Sua aparição nas mídias, como revistas de moda, serve para retomar a autoestima coletiva, instigando para o fim da segregação do seu povo. Essa representatividade é fundamental para que os negros cresçam sabendo que podem chegar aonde quiserem, sem esbarrar em barreiras de cunho racista.

Mas a valorização estética e a conquista das mídias devem ser apenas o começo, pois o fim desejado vai além da moda. O objetivo final é a conquista de um poder pleno e duradouro, para que as próximas gerações não necessitem passar pelas opressões que eles sofreram ao longo da vida.

Para que isso ocorra, gerando uma verdadeira mudança nas questões sociais e abolindo o racismo, é necessário que as movimentações e discussões se estendam a questões humanitárias. O foco deve voltar-se à busca da desmarginalização do povo negro, possibilitando que todos tenham acesso a uma vida digna, com educação, saúde, alimentação, moradia e mobilidade de qualidade. Enquanto boa parte da população afrodescendente continuar tendo o acesso a direitos básicos negados, a tomada de poder será superficial e sem esperanças para o futuro. Essa questão foi levantada por Aíla Oliveira, militante negra e estudante de história, durante sua entrevista.

A esperança é que os afrotombadores aproveitem os holofotes que ora os iluminam para trazer essas questões fundamentais à lume, juntamente com sua imagem. A partir dessa luta, eles podem atingir a requalificação educacional e profissional que os levará além de uma simples imagem de tribo a ser observada. A real conquista dessa geração, que já é passível de observação, não é o seu estilo. Seu maior mérito é a conquista de espaço, nas faculdades e no mercado de trabalho em que decidem se inserir.

Referências

AFRO Brasil. Revista on-line. Disponível em:

<http://www.revistaafrobrasil.com.br/revista_Afro_Brasil.php>. Acesso em: 30 out. 2016.

AFRO PUNK. Disponível em: <<http://afropunkfest.com/brooklyn/about-the-festival/>>. Acesso em: 15 set. 2016.

AGÊNCIA BRASIL. Os 467 anos de Salvador. Disponível em:

<<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-03/os-467-anos-de-salvador-cidade-mais-negra-fora-da-africa>>. Acesso em: 16 out. 2016.

BAITELLO JUNIOR, Norval. **A Era da Iconofagia**: Ensaios de Comunicação e Cultura. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

BENEDICT, Ruth. **Padrões de Cultura**. Petrópolis: Editora Vozes, 2013.

FFW. **Estreia impactante**: LAB de Emicida traz a voz das ruas para passarela do SPFW. 2016 [on-line]. Disponível em:

<<http://ffw.uol.com.br/noticias/moda/estreia-impactante-lab-de-emicida-traz-a-voz-das-ruas-pra-passarela-do-spfw/>>. Acesso em: 30 out. 2016.

FREYRE, Gilberto. **Modos de homem & modas de mulher**. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 2000.

_____. “Meninas negras vão se sentir representadas”, diz nova Miss Brasil.

Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2016/10/meninas-negras-vaio-se-sentir-representadas-diz-nova-miss-brasil.html>>. Acesso em: 10 out. 2016.

GOLDENBERG, Miriam. **O corpo como capital**: Para compreender a cultura brasileira. Disponível em:

<<https://revista.eefd.ufrj.br/EEFD/article/viewFile/199/150>>. Acesso em 16. set. 2016. In: Arquivos em Movimento, 2.2, 2006. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

KOZINETS, Robert V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Penso Editora, 2014.

LIPOVESTKY, Gilles; SERROY, Jean. **A Estetização do Mundo**: Viver na Era do Capitalismo Artista. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MAFFESOLI, Michael; **O Tempo das Tribos**. O declínio do individualismo nas sociedades de massa. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MEQUETREFISMOS. Dossiê Afrofuturismo. Disponível em:

<<http://mequetrefismos.com/modas/dossie-afrofuturismo-saiba-mais-sobre-o-movimento-cultural/>>. Acesso em: 01 out. 2016.

OLIVEIRA, Sidnei. **Jovens para Sempre**: Como entender os conflitos de gerações. São Paulo: Integrare Editora, 2012.

_____. **Geração Y**: Ser potencial ou ser Talento? Faça por merecer. São Paulo: Integrare Editora, 2013.

PINTO, Virgínia Bentes et al. **Netnografia**: uma abordagem para estudos de usuários no ciberespaço. 2007 [on-line]. Disponível em:

<<http://www.bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/article/view/582/418>>. Acesso em: 30 out. 2016.

PROSS, Harry; **A Sociedade do Protesto**. Vol. I. 1. ed. São Paulo: Annablume, 1997.

RISÉRIO, Antonio. **A Utopia Brasileira e os Movimentos Negros**. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2012.

ROCHA, Altemar Amaral. **A produção do espaço, segregação residencial e desigualdades sociais na morfologia urbana das cidades brasileiras**. In: Simpósio Cidades Médias e Pequenas da Bahia, 2., 2011. Vitória da Conquista: UESB, 2011. Disponível em: <http://www.uesb.br/eventos/simposio_cidades/anais/artigos/eixo7/7b.pdf>, Acesso em 14. set. 2016.

SANTOS, Milton. **O Espaço do Cidadão**. 3. ed. São Paulo: Nobel, 1996.