

## SOCIALIZAÇÃO ANTIRRACISTA E CONSUMO: A PERSPECTIVA DE PAIS E MÃES DE CRIANÇAS NEGRAS

*Anti-racist socialization and consumption: the perspective of black children's parents*

**Danusa Vasconcellos<sup>1</sup>**

 0000-0002-8788-8369

✉ danvasconcellos@hotmail.com

**Marisol Goia<sup>2</sup>**

 0000-0001-8733-7885

✉ marisol.goia@facc.ufrj.br

<sup>1</sup> Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Fundação Getúlio Vargas (EBAPE/FGV)

<sup>2</sup> Faculdade de Administração e Ciências Contábeis, Universidade Federal do Rio de Janeiro (FACC/UFRJ)

### RESUMO

Este artigo tem como objetivo contribuir com o debate da chamada socialização do consumidor, incorporando a perspectiva de pais e mães de crianças negras empenhados em uma criação antirracista para seus filhos. Busca-se analisar o modo como a aqui denominada socialização antirracista se expressa na relação com mercados, serviços e produtos. A análise propõe que sejam integradas ao debate teórico de socialização e consumo dimensões tradicionalmente negligenciadas pela tradição de estudos de cultura e consumo, como as de racismo, antirracismo, trauma, entre outras reveladoras do legado colonial no Brasil. Por meio de uma pesquisa qualitativa junto a membros do Coletivo Pais Pretos Presentes, discutem-se perfis, trajetórias e antecedentes do ativismo familiar antirracista e o modo como tais esforços se materializam na adesão a serviços e produtos voltados para as crianças, especialmente instituições escolares, conteúdos culturais e brinquedos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Socialização, consumo, antirracismo, crianças negras.

### ABSTRACT

This article aims at contributing to the debate about consumer socialization incorporating the perspective of parents of black children who are dedicated to an antiracist upbringing of their offspring. It seeks to analyze how the here called antiracist, socialization, expresses itself in relation to markets, services, and products. The analysis proposes that traditionally neglected cultural and consumption dimensions, such as racism and discrimination events, as others revealing historically inherited domination processes in Brazil, be integrated into the theoretical debate about socialization and consumption. Using qualitative research carried out with members of the Pais Pretos Presentes Collective, the article discusses profiles, trajectories and families' antiracist activism antecedents alongside the way how such efforts are materialized in the adherence to services and products for children, particularly educational institutions, cultural content and toys.

**KEYWORDS:** Socialization, consumption, anti-racism, black children.

## 1 Introdução

O objetivo deste artigo é analisar o modo como práticas ligadas à socialização antirracista, empregadas por pais e mães de crianças negras, se manifestam na relação dessas famílias com o consumo. O trabalho se situa no movimento crescente de desconstrução de epistemologias dominantes nos campos da Administração e, especialmente, do Marketing, frequentemente ancoradas na colonialidade do saber (Abdalla & Faria, 2017; Ibarra-Colado, 2006; Grosfoguel, 2008). É estabelecida uma interlocução com a temática da socialização do consumidor, que, no que se refere à questão racial, carece de maior exploração teórica (Ekström, 2006; Rocha & Casotti, 2017; Rocha, Schott & Casotti, 2016).

Propõe-se uma problematização do conceito de socialização do consumidor, tal como se apresenta na tradição CCT (*Consumer Culture Theory*), com a inclusão de perspectivas que considerem o pensamento “fronteiriço”, isto é, daqueles que estão “à margem” (Gonzalez, 2018; Costa & Grosfoguel, 2016; Reis & Andrade, 2018; Cardoso, 2018). Isto porque, a despeito de os teóricos da noção de socialização terem concebido a existência de forças sociais imperativas e impositivas que se colocam sobre os indivíduos por meio do processo de socialização, esse poder é frequentemente teorizado de uma forma desvinculada das relações de dominação historicamente situadas.

Buscando transpor essa problemática, vale-se aqui de uma tradição distinta de CCT, ligada ao conhecimento produzido por intelectuais negras/os engajadas/os com a causa antirracista e decolonial (Kilomba, 2019; Ribeiro, 2018; hooks, 2013; Cavalleiro, 1999;). A partir de seus espaços e experiências, essas/es pensadora/es, mesmo sem mobilizar diretamente a linguagem do “processo de socialização”, com frequência, revelam os desafios enfrentados nas trajetórias de vida de sujeitos negros, permitindo que aspectos experienciais pouco abordados na literatura de consumo sejam melhor evidenciados.

Acredita-se que, à medida que o debate antirracista entra em pauta, o processo de socialização pode ser lido à luz de narrativas e experiências próprias de dinâmicas coloniais de dominação/subordinação que não deixam de trazer efeitos sobre as relações de sujeitos com mercados e com práticas de consumo.

Produções acadêmicas nacionais e internacionais sobre o racismo são ainda incipientes, diante da urgência e relevância que o tema comporta, o que pode estar relacionado, em parte, ao próprio ambiente institucional acadêmico, marcadamente elitista, branco e historicamente pautado em conhecimento eurocêntrico (Kilomba, 2019; Ribeiro, 2018; hooks, 2013). Nota-se, contudo, que a “raça” não apenas começa, paulatinamente, a adquirir maior legitimidade nos espaços institucionais de produção de conhecimento, como o racismo passa a ocupar, mesmo que timidamente, algum espaço na agenda de pesquisa na área de Consumo e Marketing (Meghji, 2020; Francis, 2020; Shoham & Gavish, 2016; Tadjewski, 2012; Douglas, 2012; Hirschman, 2001; Lamont & Molnár, 2001).

A proposta da presente pesquisa se desdobra em duas frentes principais. Na primeira, analisam-se perfis e trajetórias de pais e mães de crianças negras, buscando compreender as experiências que os conduziram a uma postura antirracista na socialização de seus filhos. A realidade socioeconômica e as trajetórias de vida foram levadas em conta nessa frente de trabalho. Na segunda, são estudadas as atitudes e estratégias desenvolvidas por esses pais e mães com vistas a construir condições mais respeitadas na criação de seus filhos, observando-se o modo como uma socialização antirracista se materializa na adesão a serviços e produtos, como instituições escolares, bens culturais e brinquedos.

## 2. Referencial Teórico

### 2.1. Socialização e consumo

O termo “socialização” foi historicamente desenvolvido em diferentes campos das Humanidades para se referir ao processo pelo qual os indivíduos aprendem a viver coletivamente. Tendo sua origem nas preocupações com as formas de organização e coesão da vida social francesa em fins do século XIX, a socialização ficou associada à Émile Durkheim que relacionou socialização e educação, considerando-a uma função de aprendizado essencialmente social. Durkheim criou as bases de uma abordagem clássica que percebe na família e na escola os primeiros espaços de socialização do indivíduo “moderno”, associando-a, ainda a uma ação exercida por gerações adultas sobre as crianças (Durkheim, 2011).

Os desdobramentos da noção de socialização exploram a relação “indivíduo e sociedade” sinalizando para um processo dinâmico, mais amplo do que a educação, e ligado às diversas experiências e realidades que constituem não apenas as crianças, mas os indivíduos, de modo geral, como seres sociais (Setton, 2011; Bourdieu, 1979; Dubet, 1996). Novas abordagens foram conferindo aos indivíduos uma participação mais ativa nas instâncias socializadoras, o que abriu a noção de socialização à maior margem de autonomia individual e de liberdade reflexiva (Berger & Luckmann, 2007; Dubar, 2000).

No debate de consumo, a socialização conquistou espaço e interesse na década de 1970 com Scott Ward (Ward, 1974; Moreira, Casotti & Campos, 2018; Campos, 2010). Motivados pela preocupação norte-americana sobre os efeitos das ações de Marketing em crianças, esses estudos buscaram desenvolver análises sobre o modo como os indivíduos se socializam enquanto consumidores. A própria socialização do consumidor foi definida por Ward (1974) como “os processos em que os indivíduos adquirem competências, conhecimento e atitudes relevantes para suas funções como consumidores em suas relações com o mercado” (Ward, 1974, p.2).

Em desdobramentos teóricos da temática, Ekström (2006) sugeriu a ampliação do escopo de estudos da socialização do consumidor para que seja considerada a socialização ao longo da vida, os diferentes eventos que marcam fases de vida, atentando para o contexto sociocultural em que a socialização ocorre (Ekström, 2006; Moreira, Casotti & Campos, 2018). Assim, à luz da tradição de estudos da CCT, a investigação da socialização do consumidor se voltou para os processos de aprendizado resultantes das interações sociais na cultura, com poder de influência sobre práticas e atitudes de consumo, permitindo, também a observação das transformações que ocorrem a partir desses processos com novos impactos sobre comportamentos de consumo (Casotti & Suarez, 2016; Arnould & Thompson, 2005; Vera, Gosling & Shigaki, 2019; Moreira, Casotti & Campos, 2018). As continuidades e descontinuidades entre a socialização para o consumo nos ambientes *online* e *offline* também mereceu atenção (Achilles, 2019).

Na análise CCT dos processos de socialização, as instâncias onde ocorrem as interações sociais são chamadas de agentes socializadores. Inicialmente, os agentes socializadores foram associados à família, escola e trabalho, mas passaram a se referir também à religião, pares, cultura de massa, propagandas, redes sociais, comunidades de marca e mercado (Ekström, 2006; Rocha; Schott & Casotti, 2018; Moreira, Casotti & Campos, 2018).

A maioria das pesquisas sobre a socialização do consumidor concentra seu foco na família como principal agente socializador (Carlson & Grossbart, 1988; John, 1999; Moschis & Moore, 1979). É a família que Epp e Price (2008) afirmam ser o lugar central das experiências de consumo. O processo de interação vivido no seio familiar e, principalmente,

a forma de comunicação ali estabelecida exerceriam grande importância para a socialização do consumidor, pois impactam na aquisição de informações, crenças e valores relacionados ao consumo das crianças (Moschis, 1985).

Ao observar o debate sobre socialização no campo de estudos de consumo e cultura, nota-se que as variáveis de análise centrais foram colocadas sobre as dimensões de idade, ciclos de vida ou gênero (Ward, 1974; Moschis, 1985, 2007; Epp & Price, 2008; Hota & Barstch, 2019; Shin & Co, 2019). A infância e a vida adulta receberam um olhar universalizante, com pouca atenção sobre as variações operadas pela dimensão racial na socialização de consumidores, inclusive em seus diferentes ciclos de vida.

No caso específico da aprendizagem para o consumo e a socialização, a questão racial é indicada por Ekström (2006) como lacuna teórica a ser preenchida e aparece trabalhada por Rocha, Schott & Casotti (2016); Rocha & Casotti (2017); Rocha (2018).

De modo geral, não se pode dizer que “raça” esteja ausente em debates sobre consumo, pois tal como o gênero, essa categoria é incorporada há décadas por Gestão e Marketing no âmbito de preocupações com a “inclusão” e a “diversidade”, fundamentadas em sentidos menos críticos do que utilitários (Lozano & Escrich, 2017). Contudo, parece ser apenas a partir dos últimos anos que pesquisadores “fronteiriços” - como os vinculados à diáspora africana – estão se fazendo mais visíveis nos espaços dominantes da produção científica da área de Marketing (Crockett & Grier, 2021; Grier, Thomas & Johnson, 2019), abraçando, produzindo e representando perspectivas com teor mais crítico e contestatório, incluindo a articulação entre racismo e legado colonial.

A esse respeito, é preciso considerar a análise decolonial sobre a relação entre o conhecimento produzido e os sujeitos que os produzem. Kilomba (2019), Ribeiro (2018), hooks (2013) e Collins (1986) tecem profundas críticas ao racismo dos ambientes universitários e científicos, alertando para as articulações entre o tipo de conhecimento produzido, a experiência dos sujeitos produtores de tais conhecimentos e as (desiguais) condições de possibilidade entre os diferentes sujeitos de serem ouvidos e reconhecidos. Assim, pode-se pensar que a predominância das elites brancas nos espaços acadêmicos da Administração se liga, em parte, ao baixo engajamento da área na produção sobre racismo.

## 2.2. Racismo, antirracismo e socialização

Se a socialização incute valores que norteiam a visão de mundo, a autoimagem e a auto representação dos indivíduos, os estereótipos herdados historicamente não podem ser negligenciados nas análises sobre a socialização (Pereira, 1987; Silva, 2017). O impacto da história, da colonização e do racismo na construção de subjetividades (Césaire, 1983; Morrison, 1992; Fanon, 2008), segue sendo debatido (Kilomba, 2019; Kon, Abud & Silva, 2017;). Negligenciar a força das relações colonizadoras sobre o nível inconsciente significa, para Gonçalves Filho (2017) ratificar um acordo tácito com uma dominação que, desde o período colonial, forja o país. Nesse processo, deve-se pensar que a família e a escola desempenham um papel de peso para a construção identitária das crianças dentro de moldes (racialmente) aceitos (Pereira, 1987; Cavalleiro, 1999).

Não resulta de um mero acaso que alguns intelectuais negros/as comprometidos com a causa antirracista, ao produzirem conhecimento, dêem visibilidade às suas experiências de vida, buscando recuperar o processo de socialização que marcou suas trajetórias (Gonzales, 2018; hooks, 2013; Ribeiro, 2017, 2018).

Para iluminar o tema do racismo especificamente na socialização escolar e familiar, vale citar referências cada vez mais conhecidas no Brasil, como a filósofa brasileira Djamila Ribeiro - cujo livro “Quem tem medo do feminismo negro?” ganhou visibilidade em 2018 -, e

a educadora norte-americana bell hooks autora da obra “Ensinando a Transgredir”, de grande reconhecimento entre pensadores decoloniais, como Grada Kilomba. Cabe esclarecer que hooks, buscando dar maior valor e importância à “substância” de suas ideias do que ao seu próprio nome, ou seus títulos, prefere ser citada em minúsculas, posição que expressa o teor político de sua crítica à academia.

Tendo seus principais estudos dirigidos à questão de raça, gênero, educação e história, hooks narra, que, enquanto aluna de uma escola frequentada somente por negros, tanto no corpo discente quanto docente, era possível “se reinventar através das ideias” (hooks, 2013, p. 11). Nessas escolas, os professores eram intencionalmente voltados a uma prática pedagógica fundamentalmente anticolonial (hooks, 2013). Anos mais tarde, ao ser integrada a uma escola mista, ou “branca”, seu desafio era lidar com as suposições de inferioridade genética e intelectual atribuída aos negros, e reforçada pelos professores brancos.

Quando entramos em escolas brancas, racistas e dessegregadas, deixamos para trás um mundo onde os professores acreditavam que precisavam de um compromisso político para educar corretamente crianças negras. De repente, passamos a ter aula com professores brancos cujas lições reforçavam estereótipos racistas. (...) A escola ainda era um ambiente político, pois éramos obrigados a enfrentar a todos momentos pressupostos racistas dos brancos, de que éramos geneticamente inferiores, menos capacitados que os colegas, até incapazes de aprender. (hooks, 2013, p. 12)

O sentimento de não pertencimento ao ambiente escolar vivenciado por hooks (2013) na segunda fase escolar de sua infância e juventude, a acompanhou na fase adulta, onde no Ensino Superior havia um padrão “branco” de comportamento e de jornada intelectual aceitável:

Naquela época, os alunos oriundos de grupos marginais, que tinham permissão para entrar em faculdades prestigiadas e predominantemente brancas, eram levados a sentir que não estavam lá para aprender, mas para provar que eram iguais aos brancos. Estávamos lá para provar isso, mostrando o quanto éramos capazes de nos tornar clones de nossos colegas. (hooks, 2013, p.14)

Já Ribeiro (2018) afirma que sua experiência de vida escolar foi marcada por uma constante sensação de inadequação. Ao se lembrar das experiências vividas em instituições privadas, ela relata as sensações e dores de quando ouvia piadas sobre sua cor de pele e cabelo, ou sobre o constrangimento vivido nas aulas de História:

... todo dia eu tinha que ouvir piadas envolvendo meu cabelo e cor da minha pele. Lembro que nas aulas de história sentia a orelha queimar com aquela narrativa que reduzia os negros à escravidão . . . Quando aparecia a figura de uma mulher escravizada na cartilha ou no livro, sabia que viriam comentários como “olha a mãe da Djamila aí”. (Ribeiro, 2018, p. 8)

A busca por aceitação e enquadramento social teria produzido nela uma insistência em alisar os cabelos e participar do que ela chama de “ritual de tortura”, já que esse procedimento “estético” envolve o risco de queimaduras, o contato com produtos químicos e períodos de reclusão. Entretanto, mesmo com os episódios descritos com sofrimento, Ribeiro (2018) foi incentivada, em seu núcleo familiar, a sentir orgulho de suas raízes, como quando passava suas férias na companhia de sua avó, benzedeira, que valorizava os cabelos da neta, gostando de trançá-los cuidadosamente.

Em pesquisas sobre o processo de socialização de brasileiras negras em relação ao consumo de produtos e serviços de beleza (Rocha, Schott & Casotti, 2016; Rocha & Casotti, 2018), as mulheres relatam que, desde crianças e jovens são conduzidas a anular seus

traços físicos naturais. O alisamento de cabelo, por exemplo, é aprendido e vivenciado como algo “normal”, como uma prática necessária para as mulheres de cabelos crespos não se sentirem “diferentes”.

A perspectiva decolonial de Kilomba (2019), que realiza seu estudo no âmbito da psique, oferece uma profunda contribuição para a compreensão da dimensão experiencial de sujeitos negros. Ao tratar as experiências de mulheres negras na Europa, a autora mobiliza as noções de trauma, passado traumático e realidade traumática examinando experiências de racismo cotidiano. O racismo é entendido por Kilomba (2019) como uma reencenação do passado colonial, ancorado no sistema de *plantation*, e, ao mesmo tempo, uma realidade traumática ou um trauma colonial memorizado. Essa dimensão atemporal do racismo explica os motivos que conduzem a autora a intitular suas análises sobre as histórias de vida de jovens mulheres negras na Alemanha contemporânea de *Plantation Memories*.

No debate de Marketing, uma noção que passa a ser defendida para iluminar a dimensão racial das experiências é a de interseccionalidade (Gopaldas, 2013; Gopaldas & DeRoy, 2015). O termo foi criado por Crenshaw (1991), para descrever as diversas maneiras com que gênero, raça e classe interagem para moldar as experiências de opressão de mulheres negras. Deu-se destaque, com essa categoria, para o peso que mais de um aspecto exerce na produção de condições de privilégio e de opressão (Davis, 1981; Collins, 2014; Hirata, 2014). Segundo Gopaldas (2013), a interseccionalidade é uma contribuição para o debate de Marketing como forma de enxergar categorias identitárias conjugadas, especialmente as de gênero, raça e classe, que são tradicionalmente instrumentalizadas nesse campo de pesquisa como variáveis demográficas independentes.

### 3. Metodologia

A pesquisa tomou como universo, pais e mães de crianças negras, sendo eles mesmos negros ou não, que atuam ativamente na socialização de seus filhos por meio de uma postura de combate ao racismo. Reconhecendo a subjetividade desse tipo de categorização, convém explicitar que se considerou como atuação ativa o fato de afirmarem estar engajados em ações e debates com o objetivo principal de promover uma criação antirracista para seus filhos.

A seleção de sujeitos foi feita a partir de contatos com o perfil “Pais Pretos Presentes (PPP)”, do *Instagram*. Trata-se de um “coletivo de apoio, acolhimento, discussão e reflexão sobre as questões dos pais e mães pretas e seus desafios” (Pais Pretos Presentes, 2021). Iniciado em 2018, o coletivo formou-se pela inquietação de seu fundador, Humberto Baltar, que, ao saber que se tornaria pai, percebeu a necessidade de empoderar racialmente seu filho e prepará-lo para a realidade racista do Brasil. Com mais de 43 mil seguidores no perfil de sua conta no *Instagram*, o coletivo está presente em diversas plataformas digitais e possui diversas frentes de atuação. Nele as famílias encontram e produzem escuta ativa, afeto, assistência jurídica, encaminhamento psicológico, assessoria pedagógica para formação de seus filhos e auxílio financeiro emergencial para famílias em situação de vulnerabilidade.

Como método para a coleta de dados, optou-se por entrevistas semiestruturadas, que foram conduzidas por uma das autoras via *Zoom*, de outubro a novembro de 2020, sob acordo de preservação das identidades dos participantes.

Os assuntos tratados nas entrevistas corresponderam a dois conjuntos de questões. No primeiro, perfis e trajetórias, buscou-se compreender os antecedentes dos esforços voltados a uma socialização antirracista no seio familiar. A realidade socioeconômica e as trajetórias de vida foram levadas em conta neste grupo de perguntas. O segundo se voltou

para a socialização emancipatória das crianças, centrando-se nas escolhas, decisões e comportamentos práticos assumidos pelos entrevistados na criação de seus filhos e no modo como essa socialização é mediada pela adesão a serviços, como instituições escolares, e pelo consumo de bens, como conteúdos digitais e brinquedos.

Buscou-se não perder de vista que as práticas familiares e de mediação com os mercados aqui analisadas ganham o seu sentido no âmbito de modos de vida e visões de mundo específicos, os quais, como se verá, se ligam às classes médias e médias altas das grandes cidades brasileiras, com elevada escolarização. Assim, na construção do Quadro 1 - Perfil dos Entrevistados, não se intenciona afirmar que cada variável, separadamente, intervenha sobre o modo como os sujeitos socializam seus filhos. A proposta é oferecer uma ideia ampla do contexto econômico, social e cultural dos entrevistados, permitindo inscrever socialmente suas narrativas, ações, escolhas e experiências.

## 4. Resultados e Análises

### 4.1. Perfil dos entrevistados

Utilizando nomes fictícios para a preservação das identidades, o quadro abaixo apresenta o perfil dos entrevistados.

**Quadro 1 – Perfil dos Entrevistados**

Nome	Raça	Idade (anos)	Escolaridade	Ocupação	Cidade	UF	Religião	Número de filhos	Filho fruto de relacionamento interacial?
Alan	Negra	46	Ensino Superior	Agente de Atendimento	Sorocaba	SP	Evangélico	1	Sim
Érico	Negra	34	Ensino Superior	Fisioterapeuta	Porto Alegre	RS	Umbandista	1	Não
Hélio	Negra	27	Mestrado	Compositor Musical	Rio de Janeiro	RJ	Evangélico	1	Não
Fernando	Negra	33	Pós-Graduação	Consultor de Negócios	São Paulo	SP	Evangélico	2	Não
Marcelo	Negra	44	Pós-Graduação	Educador Físico	Porto Alegre	RS	Espírita	2	Não
Rosa	Branca	46	Ensino Superior	Desempregada	Presidente Prudente	SP	Não definida	1	Sim
Gláucio	Negra	41	Pós-Graduação	Gerente de Comunicação e Marketing	Presidente Prudente	SP	Budista		
Ana Maria	Branca	39	Mestrado	Programadora Cultural	São José do Rio Preto	SP	Católica	1	Sim
Elisa	Negra	37	Mestrado	Enfermeira	Guarapiranga	SP	Católica	1	Não
Paula	Negra	36	Ensino Superior	Funcionária Pública	Ladário	MS	Cristã	2	Não
Roberto	Negra	46	Ensino Superior	Autônomo	Jundiaí	SP	Evangélico	1	Sim
Rosilene	Negra	44	Pós-Graduação	Professora	São Paulo	SP	Católica	1	Não

Fonte: Elaborado pelas autoras

Como pode ser notado, dos doze entrevistados, dez se declararam negros/as, e as duas pessoas brancas do quadro são mulheres. Cabe dizer que o Coletivo Pais Pretos Presentes, assim como os grupos que derivam dele, não se limitam à participação de negros, contando também com pais e mães brancos como membros.

Os entrevistados podem ser pensados como pertencentes a uma classe média e média-alta. Apresentam alto nível de escolaridade, tendo todos concluído o nível superior e, alguns deles, são pós-graduados em programas *stricto sensu*. Há os que relatam terem crescido em famílias cujos pais e mães possuíam formação acadêmica ou profissional, mas

não houve unanimidade a esse respeito. A imensa maioria tem filhos em idade escolar matriculados em escolas particulares nas regiões Sudeste e Sul (8 em São Paulo, 1 no Rio de Janeiro, 2 no Rio do Sul e 1 no Mato Grosso do Sul).

#### 4.2. Paternidade preta

Um primeiro aspecto que chamou a atenção no decurso da pesquisa foi o grande interesse de homens em se voluntariar para ceder entrevistas. O motivo da surpresa se liga à ainda marcante atribuição social de responsabilidades sobre o universo infantil à maternidade e às mulheres. Apenas para citar uma clara evidência ligada à precariedade do papel social paterno no Brasil, no primeiro semestre de 2020, mais de 80 mil crianças nascidas no país sequer tiveram o nome de seus pais registrado em suas certidões (Estados de Minas, 2020). Mas, nesta pesquisa, os homens foram a maioria entre os que se dispuseram a tratar do tema da criação de filhos/as negros/as, demonstrando forte interesse no assunto. Cabe relacionar esse fato ao perfil do próprio coletivo que serviu de universo para a pesquisa, cuja motivação original de criação foi a busca por apoio e referências para uma “paternidade preta” mais atuante e presente.

A maior predisposição masculina a conversar sobre a criação dos filhos parece ter sido mais bem esclarecida ao longo de algumas entrevistas, como as que se detiveram em um problema que atinge especialmente os homens negros: a abordagem policial e a maior exposição a riscos envolvendo a integridade física e moral deles. A preocupação dos pais para que seus filhos estejam preparados para lidar com essa realidade aparece como uma das razões do engajamento paterno na socialização antirracista.

Fernando conta como foi sua primeira abordagem pela polícia aos treze anos:

Eu fui parado pela polícia a primeira vez eu tinha treze anos de idade. Não sabia até então como era ser parado pela polícia. A polícia apontou uma arma na minha cabeça porque eu tinha 1,80m e eles não sabiam que eu tinha treze anos de idade, mas pelo meu tamanho eles imaginaram que eu era um adulto. Me trataram como um adulto negro, não como um adulto branco. Prevendo isso, a gente vai procurar, principalmente para o meu filho, vou procurar prepará-lo para esta situação, como ele deve se portar nesse tipo de situação. Então eu tenho que preparar o meu filho, infelizmente não consigo mudar o outro lado. (Fernando)

O entrevistado Hélio, professor de música, narra o diálogo que teve com um aluno seu, branco:

... ele falou: “E, como é ser você? Eu disse: Ser eu é ter que andar na rua vestido bem, de calça, blusa, sapato minimamente bem, para poder me comparar a você a andar de bermuda e chinelo tranquilamente na rua. Eu falei que porque ele era branco, ele podia pegar um ônibus ali, na zona sul, de bermuda e chinelo, que ninguém iria achar estranho. Eu não. Se eu fizesse isso, o povo iria me olhar estranho, o povo iria achar que iria acontecer alguma coisa a qualquer momento, como segurar a bolsa por exemplo. (Hélio)

A abordagem violenta precoce ao homem negro no Brasil, assim como ocorre em outros países, traz ao debate a pertinência da noção de interseccionalidade (Gopaldas, 2013; Gopaldas & DeRoy, 2015), já que aponta para a interatividade das estruturas sociais de gênero e raça na propensão ou favorecimento de experiências. De acordo com o Atlas da Violência 2020, em 2018, os homicídios foram a principal causa dos óbitos da juventude masculina (grupo etário entre 15 e 29 anos), sendo que os negros representam 75,7% dessas vítimas.

O nascimento dos filhos/as é assinalado como um marco na trajetória desses pais para a decisão de agirem intencionalmente na construção de práticas e pensamentos emancipatórios junto a seus. A paternidade surge como uma espécie de marco na busca por uma nova construção identitária ancorada em um posicionamento antirracista, capaz de integrar as experiências passadas com os anseios de transformação do futuro. Diante de experiências traumáticas vividas ou assistidas, eles têm em comum o desejo de que seus filhos não sofram as mesmas experiências e não tenham suas vozes silenciadas diante desses tipos de situação.

O processo se evidencia claramente no entrevistado Marcelo, que se refere a ecos ainda presentes das experiências discriminatórias vividas na adolescência. Marcelo é um árbitro conceituado no país, tendo passado também na vida adulta e profissional por um episódio de racismo que ganhou projeção nos meios de comunicação. A denúncia de racismo feita por ele, quando ocorreu o caso, chegou a afetar sua carreira, restringindo possibilidades de ascensão futuras. Mas Marcelo se orgulha do exemplo dado aos filhos com sua atitude, que foi também motivada pela paternidade:

Mas aquilo para mim não fez com que eu me calasse, porque a questão da paternidade pesou muito mais do que todos esses privilégios e benefícios que eu poderia ganhar. Paguei um preço alto? Paguei. Mas não me arrependo nem um pouco porque assim como algumas portas se fecharam, outras se abriram. E o meu propósito não era ter medo das minhas manifestações, e sim de trazer um cenário melhor para os meus filhos. Então, essa questão veio se fortalecer muito mais depois da paternidade. (Marcelo)

É, portanto, na vivência simultânea de uma condição de gênero, raça e papel familiar que se localiza um importante impulsionador para os entrevistados homens da pesquisa empreenderem uma postura ativista antirracista na socialização dos filhos/as.

De um modo geral, e incluindo também as mães negras e brancas, pode-se dizer que essa “jornada” trará desdobramentos na relação das famílias enquanto consumidoras. A perspectiva do curso de vida, nos estudos de consumo e cultura, já sinalizava para a necessidade de reconhecer novas demandas físicas, sociais e emocionais ligadas a diferentes fases da vida (Moschis, 2007; Moreira, Casotti & Campos, 2018). Nessa abordagem, os eventos-gatilhos podem gerar novas percepções de identidade, e consequentemente novos comportamentos de consumo.

Tendo como foco seus filhos/as, pais e mães visam construir trajetórias de vida nas quais se apresentem como facilitadores do entendimento das crianças sobre o racismo. Trata-se de um posicionamento de desconstrução ou, nos termos de Tlostanova e Mignolo (2012), de “aprender a desaprender”, o que é entendido pelos entrevistados como algo a ser feito com cautela para evitar novas feridas nas crianças.

Óbvio que a gente tem que trabalhar de uma maneira pedagógica, educativa, porque também não pode ser tão agressivo desde pequeno. Porque senão a criança vai ficar perdida, não vai saber realmente qual a mensagem ideal que o seu pai ou seu responsável está tentando passar. (Marcelo)

### 4.3. A escolha de escola

Dada a relevância da escola no processo de socialização da criança, esse foi um elemento central de preocupação dos pais e mães estudados, e de atenção por parte da pesquisa. Diante das escolas, e, sobretudo, considerando o processo de privatização da educação básica no Brasil (Cunha 2007; Freitas, 2016) as famílias podem ser pensadas como sujeitos que irão praticar decisões de escolha específicas a partir das possibilidades disponíveis (Orellana, Caviedes, Bellei & Contreras, 2018). Por se tratar de um grupo de

nível socioeconômico “confortável”, os pais e mães entrevistados compartilham a vivência da escolarização dos filhos/as em dinâmicas mercantis, orientando-se, majoritariamente, pelo ensino em escolas privadas (Adrião, 2009). Sob este aspecto, aproximam seu perfil de classe ao das elites das grandes cidades do país, podendo ser pensadas como “consumidoras da educação” (Vieira & Goia, 2020).

A questão interseccional novamente se mostra relevante para a compreensão da peculiaridade com que esses pais e mães de crianças negras atuarão em um processo de decisão pelo estabelecimento de ensino de seu filho/a. Se, por um lado, a condição de classe aproxima os/as filhos/as deles dos grupos de escolarização privilegiada no país, de outro, a negritude posiciona as crianças como grupos minorizados em espaços majoritariamente brancos.

Foi notório que o processo de escolha de escola é carregado de ansiedades e grandes desafios para os pais e mães entrevistados. Marcelo menciona que, no seu tempo de escola, o ensino de história do Brasil transmitia a concepção de que os índios eram preguiçosos, e os negros, desalmados, o que justificaria terem sido escravizados. Por esse motivo, ressalta a importância de um posicionamento ativo dos pais quanto ao ensino, para que os filhos/as saibam refutar inverdades. Érico e sua esposa afirmam ter buscado por uma instituição de ensino privado que propicie aproximação com a cultura negra, como por exemplo, a oferta de aulas de capoeira. Rosa e Gláucio, revelando assumir uma postura ativa no processo de escolha de escola, buscaram verificar se a instituição incorporava em seu currículo, tópicos de educação afro-brasileira e indígena. Eles optaram por um colégio privado com poucas crianças negras e entendem que um movimento de acompanhar a questão racial nas escolas deve começar nas famílias.

Para Ana Maria, encontrar uma escola que atenda aos seus anseios tem sido uma questão desafiadora. O fato de sua filha estar matriculada em uma escola que apresenta representatividade negra em seu corpo docente e discente não foi suficiente, pois a criança já teria sofrido dois ataques racistas. No momento em que a entrevista foi feita, Ana Maria estava justamente procurando por outra escola. Além do currículo escolar, nas visitas aos estabelecimentos, ela observa se nos cartazes e pinturas está presente alguma representatividade negra. Ela também busca saber a respeito dos professores, se os livros da biblioteca mostram ou tratam sobre crianças negras, em suma, relatou uma atitude extremamente atenta nos detalhes do cotidiano escolar com relação à diversidade racial. Ela reconhece a dificuldade que terá de encontrar um mesmo estabelecimento de ensino capaz de conciliar todas as suas expectativas para a escolarização e socialização da filha:

Porque infelizmente eu não vou encontrar ... então essa que eu fui agora já saí chocada, ela [a filha] adorou. Mas eles chamam uma das funcionárias da escola de Tia Preta, aquela Tia Preta. Todas tinham um nome, aquela é Tia Eliana, aquela é tia não sei o quê, aquela é a Tia Preta. (Ana Maria)

Merece atenção o caso de Alan, que, mesmo tendo condições financeiras de pagar pelo ensino privado, decidiu matricular sua filha em uma escola pública. Ele zela pelo fato de que ela tenha contato com pessoas mais “próximas à sua realidade, inclusive no que se refere à raça. Na tomada de decisão ele considerou a experiência vivida por seu enteado. Em seu período escolar numa instituição privada, o menino sentia-se inferior por não poder consumir da mesma forma que os demais amigos de classe, como alguns brinquedos e viagens internacionais. Antecipando a repetição desse quadro para sua filha, e considerando também a questão racial, Alan decidiu por uma escola pública. Ele se preocupa com a questão racial na socialização da filha para além da escola, incluindo as relações de vizinhança e os locais de moradia. A filha reside numa cidade a 120 km de São Paulo. Ao comparar com a sobrinha, que reside na cidade de São Paulo, ele acredita que as condições para o empoderamento da filha com relação a sua negritude sejam piores:

Primeiro é que ela (a sobrinha) vive muito mais entre os iguais, e a cultura, percepção, autoafirmação, ela é maior quando você se sente dentro de uma comunidade. (Alan)

Reiterando a ideia de Alan, Marcelo conta que algumas vezes sai de seu bairro, que é de classe média, para que seus filhos tenham contato com outras crianças negras:

Eventualmente a gente tem que sair desse espaço e levá-los em outros lugares, porque eles também têm que se deparar e encontrar crianças iguais a eles. (Marcelo)

Nota-se que o processo de escolha e decisão para o investimento em educação leva em conta os aspectos tidos como fundamentais em uma socialização antirracista: a representatividade negra no corpo administrativo e no corpo docente das escolas; uma abordagem da questão racial no material didático; ensino de história afro-brasileira no currículo regular; oferta de atividades artísticas e culturais que valorizem as identidades e expressões de matriz africana, entre outros. Por meio desses esforços, os pais e mães de crianças negras se posicionam enquanto tomadores de decisão, buscando assegurar que os ambientes escolares privados possam ser frequentados por seus filhos/as com respeito, liberdade e acolhimento.

Também fica evidente como a questão interseccional se coloca na interpretação dos relatos sobre os desafios enfrentados por esses pais e mães na questão escolar dos/as filhos/as. No caso da “paternidade preta ativa”, a raça se conjugava ao gênero para a compreensão do intenso engajamento masculino na socialização emancipatória de seus filhos. Aqui, a variável raça se conjuga principalmente à de classe, demarcando, para essas famílias, experiências de socialização paradoxais. Por um lado, as crianças em questão podem ser favorecidas - e são, de fato, privilegiadas com relação a outras crianças negras -, no tocante a suas condições socioeconômicas, por outro, estão mais sujeitas à discriminação nos espaços institucionais escolares frequentados em virtude da questão racial. Classe e raça precisam ser entendidas, portanto, em conjunto na análise do processo de escolha de escola das famílias negras das classes médias e altas no Brasil.

#### 4.4. Bens culturais e itens de consumo

Entre os pais e mães entrevistados ficou notória a intenção de desconstruir, junto aos filhos/as, a inferiorização social e o silenciamento sobre os negros. Esse esforço se manifesta no incentivo ao desenvolvimento das capacidades das crianças, e por meio da exaltação da beleza negra, principalmente no que tange à cor de pele e textura de cabelos. Eles parecem enfaticamente trabalhar a valorização das características físicas e estéticas das crianças, como resposta à estigmatização social dos negros que, no Brasil, é fortemente associada ao corpo e aos traços fenotípicos (Lamont & Molnár, 2001; Tella, 2008).

Roberto compartilha como a questão do tom pele é tratada, uma vez que seu filho é fruto de uma relação inter-racial:

(...) mas ele sempre falava que queria ser mais clarinho como a mãe, e eu perguntava: “Por que?” E ele dizia: “Porque todo mundo é assim”. Eu falava que não, que não é assim “porque você é bonito, você é diferente”. (Roberto)

Principalmente para as meninas, os modos de tratar do cabelo aparecem em evidência, como Fernando relata:

A minha esposa passou por transição capilar e mostrou para ela [filha] que o cabelo dela era bonito também. Quando minha filha nasceu, a minha esposa ainda tratava o cabelo com química. Então a minha filha não tinha visto o cabelo dela igual ao cabelo

da mãe. Ela descobriu que o cabelo dela era igual ao da mãe, agora recentemente. Então é uma coisa muito mais presente. Até se preocupando, como ela, principalmente a Heloísa que tem essa questão de ser mulher, tem a questão da vaidade, tem a questão da autoestima, como ela vai lidar com isso desde cedo. (Fernando)

Marcelo afirma ter sido marcado, na adolescência, pela impossibilidade de assumir sua negrite usando cabelo grande, pois aprendeu que homens negros de cabelo grande eram socialmente associados a desleixo ou sujeira. Atualmente, ele trata a questão buscando conscientizar seus filhos que, mesmo sendo pequenos (5 e 7 anos), são incentivados a terem uma autoestima elevada e a não temerem ocupar diferentes espaços sociais:

Eu trato essa questão com eles desde cedo, a questão da autoestima, a questão da negritude, de dizer “sou preto, meu pai é preto, minha mãe é preta”. De não ter o medo, receio e deles se enxergarem desde cedo sendo negros. Que o nariz deles realmente vai ser diferente, que a boca é diferente, a cor é diferente, o cabelo é diferente, mas com todas as diferenças eles devem ser respeitados por todos. (Marcelo)

Nesse sentido, a busca por modelos de referência aparece como muito importante para uma projeção de identidade por parte da criança. Marcelo conta que o filme Pantera Negra, protagonizado por um herói negro, causou grande impacto em seu filho em termos de identificação com o personagem. Ele afirma trazer constantemente referências positivas de pessoas negras, como a figura do jogador de basquete norte-americano LeBron James, destacando a beleza no estilo negro, com o uso de adereços como bandanas e tranças.

Alan também afirma ter apresentado à filha um universo musical e televisivo com protagonistas negros. E, pode-se dizer que foi assim que emergiu o universo de consumo de bens culturais que compõe a experiência de socialização das crianças negras aqui em estudo, isto é, na medida em que pais e mães discorriam sobre as formas como abordam questões raciais na relação com os/as filhos/as.

Ana Maria pontua que sua maior preocupação é a constituição da subjetividade da filha:

A gente tem livros de personagens negros. Mas eu não tenho livro só assim. Uma das questões com os livros de literatura com personagens negros é que muitos deles esquematizam o racismo ... Lógico ela já ouviu várias vezes, mas eu nunca falei diretamente com ela. Então, eu prefiro priorizar... vou até fazer uma compra agora, tô pesquisando bastante livros de literatura que contenham personagens negros, mas que o assunto ali seja a constituição da subjetividade. Porque uma das minhas preocupações é essa, né? Como é constituída a subjetividade da criança negra se sempre ela lê coisas divertidas, livros divertidos de poesia, mas que estão representadas as crianças brancas? (Ana Maria)

Para Fernando, tão importante quanto a representatividade é fazer com que discursos de valorização dos negros cheguem também às crianças não negras. Para ele, se os pais querem criar crianças antirracistas, o livro infantil, por exemplo, não pode ser comprado apenas para as crianças negras e seria primordial que as crianças brancas vissem também o protagonismo negro, alterando os imaginários habituais.

O processo de desconstrução de padrões euro-centrados foi iniciado cedo na socialização da filha de Elisa. Com dois anos de idade, sua menina ainda não demonstraria preferência por desenhos com crianças negras, mas através do esforço da mãe, ela se acostuma a vê-las no universo lúdico infantil:

Eu peguei alguns desenhos, imprimi alguns desenhos de crianças negras, colei na parede dela para ela se identificar, então A Princesa e o Sapo, a Mônica Negra, sabe? Eu colei na parede onde ela brinca e ela vai vendo, vai falando, eu chamo ela de pretinha, “Oh, minha pretinha, a Mônica neguinha”. E já fala, né? Ela já fala isso: “*eu sou a pretinha da mãe*”, então vai se tornando uma coisa natural. (Elisa)

Elisa, assim como outros entrevistados, acredita que aquilo que os filhos veem os responsáveis consumindo serve como referência de importância para a família, como um todo. Por isso muitas vezes há uma disposição de investir valores altos para adquirir um determinado produto que simbolize essa importância. Apesar de reconhecerem uma oferta maior de produtos que representem a população negra, ou que se voltem para ela, em comparação com décadas passadas, essa oferta ainda não seria muito acessível. Comenta-se o valor praticado para as bonecas e bonecos negros, que muitas vezes custam o triplo do valor de uma boneca branca e loira, revelando o paradoxo de se ter nas prateleiras “produtos caros e raros para crianças negras, quando 56% da população do Brasil é negra”. Segundo Lamont e Monár (2001) os negros gastam desproporcionalmente mais do que os brancos em itens que refletem uma posição de igualdade social.

Além da questão relacionada ao preço, outro problema colocado seria a própria oferta de produtos. Mesmo para aqueles que possuem condições econômicas para fazê-lo, encontrar tais itens requer um esforço de busca que, como coloca Ana Maria, por vezes, resulta em decepção:

Uma vez, eu estava em São Paulo numa viagem a trabalho e estava pertinho da Paulista. Eu entrei na *Ri Happy*, da Paulista, que é uma loja enorme. E não tinha bonecas negras. Então é muito assustador porque assim, eu mandei uma mensagem que é até importante para as crianças brancas verem crianças negras ali. Senão elas crescem achando que só elas são crianças, né? Eu acho que a nossa identidade como branco se achando a universal, já vem daí, né? De você entrar numa loja de brinquedo e não ver ali, outras cores, outras formas, né? (Ana Maria)

Fernando, ao comparar com os itens disponíveis na sua infância, na década de 1990, ao que hoje seus filhos consomem, como desenhos, roupas e brinquedos, afirma que há um grande avanço. Porém, ele considera que ainda há um longo caminho a ser percorrido. Utilizando como exemplo a sequência de filmes da Marvel, explica:

Por exemplo: super-heroína. Hoje a gente vê o filme da Marvel, tem os Vingadores, que apareceram com sessenta heróis e tinha só o Pantera Negra e a outra personagem, de negros. Eu estou usando os super-heróis como exemplo. Princesa negra só tem uma em um universo de dezenas de princesas da Disney. Se o parâmetro for de quando eu era criança, realmente avançou muito. Mas se o parâmetro for do que as outras crianças [não negras] de hoje em dia encontram, ainda está muito mais baixo. (Fernando)

Diversos artigos de consumo apareceram nas falas dos pais e mães entrevistados em meio aos esforços deliberados por fortalecer a construção identitária dos filhos enquanto indivíduos negros. Por meio desses itens, eles buscam alargar as possibilidades de representatividade e visibilidade de referências a que seus filhos serão expostos durante a infância. Aproximando as crianças de certos tipos de bonecos/as, livros, desenhos, filmes e conteúdos digitais espera-se que as crianças se familiarizem com personagens, narrativas e situações nas quais os/as negros/as ocupem posições valorizadas, representando beleza, capacidade, nobreza, heroísmo, valor pessoal, e em suma, vivenciem realidades mais favoráveis para o desenvolvimento pessoal e humano delas.

## 5. Considerações Finais

Este artigo buscou interpretar os sentidos assumidos pelo consumo nas narrativas de um conjunto de indivíduos pertencente aos segmentos de classe média e média alta. O grupo estudado é composto por sujeitos empenhados em criar seus filhos/as negros/as de modo a ampliar as possibilidades de combater a desvalorização historicamente associada aos negros e que constitui um legado colonial no Brasil.

As dinâmicas relatadas indicaram as limitações de instrumentalizar o conceito de “socialização do consumidor”, tal como foi definido por Ward (1974) em pesquisas sobre experiências de embate contra estruturas históricas de dominação. Não foi reconhecida uma socialização voltada a ensinar ou conduzir as crianças a se tornarem consumidoras, mas um conjunto de ações orientadas por sentidos de segurança emocional e física, autoaceitação, senso crítico, luta e empoderamento. Uma socialização que, pode-se dizer, apresenta uma natureza política em diálogo com o legado colonial escravizador e os traumas por ele deixados. Por isso, acredita-se que uma discussão sobre o comportamento de consumo desses sujeitos se esvaziaria sem a devida análise e compreensão dos sentidos ativistas a ele relacionados.

As análises evidenciam que a maternidade/paternidade atua como um evento catalizador de uma práxis antirracista, envolvendo a socialização dos filhos. Opondo-se ao comum abandono paterno brasileiro, a “paternidade preta” apareceu como uma experiência dotada de recursos motivadores para uma tentativa de reversão das experiências traumáticas e violentas vividas por homens negros no decurso de suas trajetórias. Nesse sentido, a partir da criação dos filhos, os padrões de consumo das famílias são alterados, podendo assumir sentidos emancipatórios. Os “agentes socializadores” aqui tratados buscam imprimir uma prática crítica dos padrões racistas em um processo facilitado ou mediado pelo mercado e por bens de consumo, materializando-se em serviços escolares, bens culturais, conteúdos digitais e brinquedos.

A escolha de produtos e serviços que representem a negritude e as crianças negras atua como uma expressão tangível da afirmação de sujeitos e vozes historicamente silenciados. Através da escolha de escolas mais atentas à temática racial, busca-se garantir que desde cedo os/as negros/as terão argumentos para refutar paradigmas racistas e preconceituosos. Por meio da escolha de filmes, desenhos, livros e conteúdos digitais específicos, com personagens negros em papéis protagonistas, busca-se fomentar a representatividade negra e associar a negritude a referências de beleza, intelecto e capacidade.

Essa pesquisa abre oportunidades para a inclusão de novos estudos no âmbito do consumo e da perspectiva antirracista. Sugere-se, assim, o aprofundamento das lentes da interseção de gênero, raça e classe vinculada às experiências de consumo, assim como novos estudos sobre negritude e representatividade nos padrões de consumo das gerações futuras.

## Referências

- Achilles, J. V. (2019). *Cosméticos Naturais sob a ótica da socialização do consumo: O consumidor de beleza diante desta tendência de mercado*. Dissertação de Mestrado. Fundação Getúlio Vargas - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas. Rio de Janeiro, Brasil
- Abdalla, M. M., & Faria, A. (2017). Em defesa da opção decolonial em administração/gestão. *Cadernos EBAPE.BR*, 15(4), 915-929.
- Adrião, T. (2009). Indicações e reflexões sobre as relações entre as esferas públicas e privadas para a oferta educacional no Brasil. *Políticas Educativas*, 3(1), 48-64.

- Almeida, S.L. (2020). *Racismo Estrutural*. São Paulo: Editora Jandaíra.
- Arnould, E. J; & Thompson, J. C. (2005). Consumer Culture Theory (CCT): Twenty-Years of Research. *Journal of Consumer Research*, 31(4), 868-882.
- Atlas da Violência. (2020). Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Recuperado de: <<https://www.ipea.gov.br/atlasviolencia/download/24/atlas-da-violencia-2020>>-
- Berger, R. L, & Luckmann, T. (2007). *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. (27 ed.) Petrópolis: Ed. Vozes.
- Bourdieu, P. (1979). *La distinction: critique social du jugement*. Paris: Minuit
- Campos, R. A. (2010). *A transmissão familiar como chave de leitura do processo de difusão de inovações: uma investigação interpretativa e microsocial da doação e consumo de produtos de beleza*. Tese de Doutorado. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.
- Cardoso, C. P. (2018). Experiência de Mulheres Negras e o Feminismo no Brasil. *Revista da ABPN*, 10(25), 317-328.
- Carlson, L., & Grossbart, S. (1988). Parental Style and Consumer Socialization of Children. *Journal of Consumer Research*, 15, 77–94.
- Casotti, L. M, & Suarez, M. C. (2016). Dez anos de Consumer Culture Theory: delimitações e aberturas. *Revista de Administração de Empresas*, 56(3), 353-359.
- Cavalleiro, E. S. (1999) O Processo de Socialização na Educação infantil: A Construção do Silêncio e da Submissão. *Rev. Bras. Cresc. Desenv. Hum.*, 33-45.
- Césaire, A. (1983). Notebook of a return to the native land. In: Césaire, Collected poetry. Berkeley: University of California Press.
- Collins, P. H. (1986). Learning from the Outsider Within: The Sociological Significance of Black Feminist Thought. *Social Problems*, 33(6), 14–32.
- Collins, P. H. (2014). "Intersectionality: a knowledge project for a decolonizing world?". Comunicação ao colóquio internacional Intersectionnalité et Colonialité: Débats Contemporains, Université Paris Diderot.
- Costa, J. B, & Grosfoguel, R. (2016). Decolonialidade e perspectiva negra. *Revista Sociedade e Estado*, 31(1), 15-24.
- Crenshaw, K. (1991) *Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence Against Women of Color*. *Stanford Law Review*, 43,1241–1299.
- Crockett, D., & Grier, S. A. (2021). Race in the Marketplace and COVID-19. *Journal of Public Policy & Marketing*, 40(1), 89-91.
- Cunha, L. A. (2007). O desenvolvimento meandroso da educação brasileira entre o estado e o mercado. *Educação & Sociedade*, 28(100). Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/es/v28n100/a0928100.pdf>
- Cunha, L. A. (2011). Contribuições para a análise das interferências mercadológicas nos currículos escolares", *Revista Brasileira de Educação*, 16(48), Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/rbedu/v16n48/v16n48a04.pdf>
- Douglas, D. D. (2012). Venus, Serena, and the inconspicuous consumption of blackness: A commentary on surveillance, race talk, and new racism(s). *Journal of Black Studies*, 43(2), 127-145.
- Dubar, C. (2000), *La socialisation*. Paris: Armand Collin.
- Dubet, F. (1996). *Sociologia da experiência*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Durkheim, E. (2011). *Educação e Sociologia*. Coleção Textos Fundantes da Educação. Petrópolis: Ed. Vozes.
- Ekström, K. M. (2006). Consumer Socialization Revisited. In: BELK, R. W. (Ed.). *Research in Consumer Behavior*. Bingley: Emerald Group Publishing. 10, 71-98.

- Epp, A. M., & Price L. L. (2008). Family Identity: A Framework of Identity Interplay in Consumption Practices. *Journal of Consumer Research*, 35, 50-70.
- Estado de Minas. (2020). Mais de 80 mil crianças foram registradas sem o nome do pai em 2020. Disponível em: [https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2020/08/09/interna\\_gerais,1174535/mais-de-80-mil-criancas-foram-registradas-sem-o-nome-do-pai-em-2020.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2020/08/09/interna_gerais,1174535/mais-de-80-mil-criancas-foram-registradas-sem-o-nome-do-pai-em-2020.shtml).
- Fanon, F (2008). *Peles negras, máscaras brancas*. Salvador: EDUFBA.
- Francis, J. N. P. (2020). A Macromarketing Call to Action—Because Black Lives Matter!. *Journal of Macromarketing*, 29(1), 37-57.
- Freitas, L. C. (2016). Três teses sobre as reformas empresariais da educação: perdendo a ingenuidade. *Cadernos CEDES*, 36(99), 137-153.
- Gonçalves Filho, J. M. (2017). A dominação racista: o passado presente. In: *O racismo e o negro no Brasil: questões para a psicanálise*. São Paulo: Perspectiva.
- Gonzalez, L. (2018). *Primavera para as rosas Negras: Lélia Gonzalez em primeira pessoa*. Editora Filhos da África.
- Gopaldas, A. (2013). Intersectionality 101. *Journal of Public Policy and Marketing*, 32, 90-94.
- Gopaldas, A. & DeRoy, G. (2015). An intersectional approach to diversity research. *Consumption Markets & Culture*, 18(4), 333-364.
- Grier, S.A.; Thomas, K. D., & Johnson, G. D. (2019). Re-imagining the marketplace: Addressing race in academic marketing research. *Consumption Markets & Culture*, 22(1), 91-100.
- Grosfoguel, R. (2008). Para descolonizar os estudos de economia política e os estudos pós-coloniais: transmodernidade, pensamento de fronteira e colonialidade global. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 80, 115-147.
- Hirata, H. (2014). Gênero, classe e raça: interseccionalidade e consubstancialidade das relações sociais. *Tempo Social, Revista de Sociologia da USP*, 26 (1)1.
- Hirschman, E. C. (2001). Ethnicity, Racism, and Colonization of Consumption. *AMA Educators Proceedings*, 12, 236–244.
- Hooks, B. (2013). *Ensinando a Transgredir: a educação como prática de liberdade*. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes.
- Hota, M., & Barstch, F. (2019). Consumer socialization in childhood and adolescence: Impact of psychological development and family structure. *Journal of Business Research*, 105, 11-20.
- Ibarra-Colado, E. (2006). Organization Studies and Epistemic Coloniality in Latin America: Thinking Otherness from the Margins. *Organization*, 13(4), 463-488.
- John, D. R. (1999). Consumer Socialization of Children: A Retrospective Look at Twenty-Five Years of Research. *Journal of Consumer Research*, 26, 183-213.
- Kilomba, G. (2019). *Memórias da plantação: episódios de racismo cotidiano*. Rio de Janeiro: Cobogá.
- Kon, N. M., Abud, & Cristiane; Silva, M. L (2017). *O racismo e o negro no Brasil: questões para a psicanálise*. São Paulo: Perspectiva.
- Lamont, M., & Molnár, V. (2001). How black uses consumption to shape their collective identity. *Journal of Consumer Culture*, 1(1), 31-45.
- Lozano, J. F., & Eschrich, T. (2017). Cultural diversity in business: A critical reflection on the ideology of tolerance. *Journal of Business Ethics*, 142(4), 679–696.
- Meghji, A. (2020). Contesting racism: how do the black middle-class use cultural consumption for anti-racism? *Identities*, 27(5), 595-613.
- Moreira, C. S. C., Casotti, L.M., & Campos, R. D. (2018). Socialização do Consumidor na vida adulta: desafios e caminhos para a pesquisa. *Cadernos EBAPE*, 16(1), 119-134.
- Morrison, T. (1992). *Playing in the dark. Whiteness and the Literary Imagination*. New York: Vintage Books.

- Moschis, G. P. (1985). The Role of Family Communication in Consumer Socialization of Children and Adolescents. *Journal of Consumer Research*, 11, 898-913.
- Moschis, G. P. (2007). Life Course perspectives on consumer behavior. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 35, 295-307.
- Moschis, G. P., & Moore, L. R. (1979). Family Communication and Consumer Socialization. *Association for Consumer Research*, 6, 359-363.
- Orellana, V.; Caviedes, S; Bellei, C.; & Contreras, M. (2018). La elección de escuela como fenómeno sociológico: Una revisión de literatura. *Revista Brasileira de Educação*, 23 ( e230007), 1-19.
- Pais Pretos Presentes [@paispretos]. *Instagram*. Recuperado em 1 jan. 2021.
- Pereira; J. B. (1987). A criança negra: identidade étnica e socialização. *Cadernos de Pesquisa*, 63, 41- 45.
- Reis, M., & Andrade, M. (2018). O pensamento decolonial: análise, desafios e perspectivas. *Revista Espaço Acadêmico*, 202, 1-11.
- Ribeiro, D. (2017). *O que é lugar de fala?* Belo Horizonte: Letramento.
- Ribeiro, D.(2018). *Quem tem medo do feminismo negro?* São Paulo: Companhia das Letras.
- Rocha, A. R. C., Schott, C. & Casotti, L. M. (2016). Socialization of the Black Female Consumer: Power and Discourses in Hair-Related Consumption. *Advances in Consumer Research*, 44, 333-337.
- Rocha, A. R. C., & Casotti, L.M. (2017). Reflexões sobre o consumidor negro brasileiro. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 11 (2), 47-62.
- Rocha, A.R.C. (2018). Selective and “Veiled” demarketing from the perspective of black female consumers. *Revista Organizações & Sociedade*, 25(87), 610-631.
- Setton, M. G. J. (2011). Teorias da Socialização: em estudo sobre as relações entre indivíduo e sociedade. *Educação e Pesquisa*, 37(4), 711-724.
- Shin, J. H., & Co, C. Y. (2019). Analyzing Consumer Socialization of Child: An Empirical Study of Elementary Students. *Journal of Marketing Thought*, 5 (4), 9-14.
- Shoham, A., & Gavish, Y. (2016). Antecedents and buying behavior consequences of consumer racism, national identification, consumer animosity, and consumer ethnocentrism. *Journal of International Consumer Marketing*, 28(5), 296-308.
- Silva, M.L. (2017). Racismo no Brasil: Questões para psicanalistas. In: *O racismo e o negro no Brasil: questões para a psicanálise*. São Paulo: Perspectiva.
- Tadajewski, M. (2012). Character analysis and racism in marketing theory and practice. *Marketing Theory*, 12 (4), 485-508.
- Tella, M. A. P. (2008). Estigma e desqualificação social dos negros em São Paulo e Lisboa. *Ponto e Vírgula*, 3, 152-168.
- Tlostanova, M. V., & Mignolo, W. (2012). *Learning to Unlearn: Decolonial Reflections from Eurasia and the Americas* (Transoceanic Series). Ohio State University Press.
- Vera, L. A. R., Gosling, M. S., & Shigaki, H. B. (2019). Teoria da Cultura do Consumo: possibilidades, limitações e caminhos em estudos de marketing no Brasil. *Revista de Gestão dos Países de Língua Portuguesa*, 18(1), 15-32.
- Vieira, A. R., & Goia, M. R. (2020). Motivações para a escolarização bilíngue: um estudo com famílias de classe média-alta no Rio de Janeiro. *Revista de Ciências Sociais*, 51(3), 63-69. Recuperado de: <https://doi.org/10.36517/rcs.51.3.d03>
- Ward, S. (1974). Consumer Socialization. *Journal of Consumer Research*, 1(2), 1-14.

## Autoras

**1. Danusa Vasconcellos**, Mestre em Gestão Empresarial pela Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Fundação Getúlio Vargas (EBAPE-FGV).

**2. Marisol Goia**, Doutora em Antropologia Urbana, Universitat Rovira i Virgili – Espanha. Professora da Faculdade de Administração e Ciências Contábeis, Universidade Federal do Rio de Janeiro (FACC/UFRJ).

## Contribuição das autoras

Contribuição	Danusa Vasconcellos	Marisol Goia
1. Definição do problema de pesquisa	✓	✓
2. Desenvolvimento de hipóteses ou questão de pesquisa (no caso de trabalho empírico)	✓	✓
3. Desenvolvimento de proposição teóricas (no caso de trabalho teórico)		
4. Referencial/fundamentos teórico(s) / revisão de literatura	✓	✓
5. Definição de procedimentos metodológicos	✓	✓
6. Coleta de dados / trabalho de campo	✓	
7. Análise e interpretação de dados (quando existentes)	✓	✓
8. Revisão do texto		✓
9. Redação do texto	✓	✓