

EXTRATIVISMO SIMBÓLICO: apropriação cultural e geração de valor na comunicação e no consumo¹ SYMBOLIC EXTRACTIVISM: cultural appropriation and value creation in communication and consumption

Izabela Domingues ²

Resumo: Este artigo tem como objetivo discutir o fenômeno do extrativismo simbólico como fator de geração de valor para o consumo e a comunicação mercadológica contemporâneos. Parte do entendimento de que a colonialidade latino-americana foi pautada por diversas formas de extrativismos, sendo o extrativismo simbólico um importante ativo das indústrias criativas na atualidade, o qual requer um olhar atento e crítico em função do caráter de apropriação cultural inerente a ele, muitas vezes tratado como consumo de ativismo. A fim de formar profissionais e estudantes de Marketing e Comunicação capazes de transformar essas práticas, propomos a criação de um Guia de Boas Práticas e Créditos Criativos, que considere a transferência de riquezas materiais e simbólicas por direito dos povos negros e originários. Para tanto, fazemos uso da metodologia qualitativa, das técnicas de pesquisa bibliográfica e pesquisa na internet, num estudo de caráter notadamente exploratório.

Palavras-Chave: Extrativismo simbólico. Apropriação cultural. Comunicação. Consumo.

Abstract: This article aims to discuss the phenomenon of symbolic extraction as a factor in generating value for contemporary consumption and marketing communication. It starts from the understanding that Latin American coloniality was marked by various forms of extraction, with symbolic extraction being an important asset of the creative industries today, which requires an attentive and critical perspective due to its inherent cultural appropriation, often treated as activism consumption. In order to train Marketing and Communication professionals and students capable of transforming these practices, we propose the creation of a Guide of Best Practices and Creative Credits, which considers the transfer of material and symbolic wealth as the right of Black and Indigenous peoples. To this end, we use a qualitative methodology, bibliographic research techniques, and internet research, in a study that is notably exploratory in nature.

Keywords: Symbolic extraction. Cultural appropriation. Communication. Consumption.

*"É preciso buscar alternativas ao modelo de desenvolvimento
baseado no extrativismo, que sejam mais respeitosas
com o meio ambiente e com as pessoas"*

Henrique Cortez³

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Consumos e Processos de Comunicação. 35º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Natal - RN. 9 a 12 de junho de 2026.

² Professora e pesquisadora do Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM) e do Núcleo de Design e Comunicação (Campus Agreste/Caruaru) da UFPE. Doutora em Comunicação com pós-doutorado em Cultura do Consumo (COPPEAD/UFRJ). E-mail: izabela.domingues@ufpe.br

³ Disponível em www.ecodebate.com.br/2023/05/28/extrativismo-e-um-modelo-de-desenvolvimento-insustentavel/ Acesso em 04/02/2026.

1. Introdução

Este artigo faz parte de um percurso de pesquisa iniciado há mais de uma década, cujo objeto de investigação são as intersecções e fricções entre consumos, ativismos, comunicação, resistências, marcas, comportamento de moda e mercadorias. Na terceira década do século XXI, é possível observar a mercantilização e consequente publicização de bens materiais e simbólicos de grupos secularmente marginalizados por parte de empresas e marcas, sem nenhuma deferência à ancestralidade desses povos, menção ao histórico dessas criações ou apreço a processos e práticas constitutivos de diversas identidades culturais. No bojo dessa problemática, também se encontra o apagamento ou subvalorização dos seus criadores, integrantes de grupos minoritários, cujas identidades, entretanto, serviram e servem ao Capitalismo de diversas maneiras, da Modernidade aos dias atuais.

Há cerca de uma década, os debates sobre identitarismo se intensificaram e ganharam relevância na sociedade global, promovendo discussões acaloradas tanto a favor contra essas manifestações. Detratores dos movimentos identitários chamam essas reivindicações de vitimização, “mimimi” ou cultura woke, termo curioso por ser usado tanto de forma enaltecida quanto pejorativa, dependendo da vertente ideológica que o utiliza, progressista ou conservadora, respectivamente.

Para Pincourt e Lindsay (2024), a cultura woke está associada à ideologia woke, também denominada Justiça Social em Perspectiva Crítica ou Justiça Social Crítica. “A palavra *woke* diz respeito a ser ‘acordado’ ou ‘despertado’ para as supostas verdades da ‘dinâmica do poder sistêmico’ que organiza a sociedade” (LINDSAY in PINCOURT; LINDSAY, 2024). Está associada a uma série de questões sociais e políticas relacionadas a ativismos contemporâneos, como a luta antirracista, os movimentos sociais feministas, contra a LGBTfobia e o capacitismo, a favor da diversidade, da equidade e da inclusão, entre outras causas, para os quais a sociedade “despertou” no início do século XXI e que constituem uma cultura “desperta”, em suma, uma cultura “woke”.

Ao utilizar o termo de maneira pejorativa, teóricos liberais e grupos reacionários, no mundo inteiro, entendem que:

Os admiradores do *woke* concordarão integralmente com iniciativas relacionadas a “diversidade, equidade e inclusão”, tais como ações afirmativas e reparações. Eles também costumam concordar com doutrinas como o racismo sistêmico (e acreditar nelas) e apoiam os avanços do *woke*. Politicamente, eles se alinham com a (extrema) esquerda, são coletivistas e intervencionistas em suas perspectivas e com frequência são anticapitalistas. (PRECOURT; LINDSAY, 2024)

O fato é que, mais uma vez, na história do Ocidente, bens culturais - materiais e simbólicos - são usurpados e apropriados pelas elites econômicas e políticas a fim de reproduzir o capital, a partir de novas roupagens e “embalagens do sistema”⁴. Nesse contexto, compreendemos que, para além do extrativismo de matérias-primas, que está no cerne do processo colonial e neocolonial da América Latina, houve e há, do século XVI até a atualidade, o que denominamos de **extrativismo simbólico**, ou seja, a extração de valor de bens culturais e simbólicos criados por grupos minoritários a favor da reprodução dos capitais econômico e simbólico das elites socioeconômicas globalizadas.

A história do Brasil, resultante de um percurso de mais de 300 anos de colonização, está profundamente atrelada às vivências extrativistas. E esse histórico segue se atualizando, configurando um novo fenômeno, definido também como uma categoria analítica criada na América Latina, chamado neoextrativismo (SVAMPA, 2019, p.24). Temos como hipótese de pesquisa que, tão nocivo quanto o extrativismo material é o extrativismo simbólico, usurpando de grupos oprimidos e subalternizados, há séculos, seus bens mais preciosos, aqueles que estabelecem, mantêm, reproduzem e enaltecem suas matrizes e identidades culturais.

2. Extrativismo e colonialidade: nosso passado e presente extrativistas

As relações entre colonialidade e extrativismo têm raízes profundas, assim como são profundos os laços entre o racismo, o Capitalismo e a escravidão, na constituição do Ocidente moderno. “A história do Brasil é a expressão dessa colonialidade” (LEITE in SVAMPA, 2019, p.08). A economia capitalista começou a ser estruturada com a conquista e a colonização da América, África e Ásia. Durante todo o período colonial brasileiro, o modelo agrário

⁴ O termo *embalagem do sistema* é utilizado pela professora Maria Arminda do Nascimento Arruda no seu livro *A Embalagem do Sistema: a Publicidade no Capitalismo Brasileiro*, com o intuito de problematizar novas e antigas formas de reprodução do capital no sistema capitalista. Ver ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. *A embalagem do sistema: a publicidade no capitalismo brasileiro*. São Paulo: EdUSP, 2015.

extrativista, escravista e predador teve como objetivo “produzir mercadorias (açúcar, mineração, gado, tabaco, algodão, café, etc.) para o exterior, rendas para as classes senhoriais e trabalho ou genocídio para os povos submetidos” (LEITE in SVAMPA, 2019, p.09-10). O extrativismo é considerado um estilo de desenvolvimento baseado na extração e apropriação da natureza “que alimenta um quadro produtivo escassamente diversificado e muito dependente de uma inserção internacional como fornecedor de matérias-primas” (SVAMPA, 2019, p.25). Para Gudynas (in SVAMPA, 2019, p.25), o extrativismo não se configura como um modo de apropriação, e, sim, como um modo de produção.

Ao longo da história, existiram sucessivas gerações de extrativismos, destacando-se na atualidade os de terceira e quarta geração, caracterizados pelo uso intensivo de água, energia e recursos. Da mesma forma, há diferenças entre o extrativismo tradicional – que os governos mais conservadores da região replicam – e o neoextrativismo progressista, um novo tipo no qual o Estado desempenha um papel mais ativo na captação do excedente e na redistribuição, garantindo desse modo certo nível de legitimação social, ainda que com os mesmos impactos sociais e ambientais negativos (GUDYNAS, 2009, 2015, in SVAMPA, 2019, p.25)

Durante o período da ditadura militar no Brasil (1964-1985), a acumulação de capitais se expandiu em todo o território nacional, fato que perdurou até o início do século XXI, tanto nos governos alinhados com a desregulamentação neoliberal quanto com as iniciativas progressistas.

Da indústria automobilística à petrolífera, da exploração madeireira à pecuária, as políticas geridas desde Brasília, Rio de Janeiro ou São Paulo – ecos daquelas originadas em Londres, Nova York ou Tóquio – representaram destruição humana, ambiental e cultural. (LEITE in SVAMPA, 2019, p.11).

Para Svampa (2019, p.32), o aumento da violência estatal e paraestatal evidencia os vínculos sempre tensos entre extrativismos e direitos humanos.

Certamente, a associação entre o neoextrativismo e a derrubada das fronteiras da democracia aparece como fato indiscutível: sem consentimento social, sem consulta à população, sem controle ambiental e com escassa presença do Estado, ou mesmo com ela, a tendência marca a manipulação das formas de participação popular, com o objetivo de controlar as decisões coletivas. (Svampa, 2019, p.31).

Essa discussão se insere também nos embates traçados a partir da emergência do Antropoceno, era em que a atuação humana sobre a natureza de maneira predatória impacta irre-

versivelmente as condições de vida no planeta Terra, e que é, de acordo com Svampa (2019), a expressão de uma crise da civilização moderna e capitalista.

A economia extrativista deteriora grave e irreversivelmente o meio ambiente. O estudo da atividade mineradora ou petrolífera ao redor do planeta evidencia inúmeros danos e destruições múltiplas e irreversíveis à Natureza. Além disso, são incontáveis as tragédias humanas e a destruição de potencialidades culturais dos povos. (ACOSTA in DILGER, LANG, PEREIRA FILHO, 2016, p.61-62).

Segundo Acosta, “o extrativismo tem sido um mecanismo de saque e apropriação colonial e neocolonial” (in DILGER, LANG, PEREIRA FILHO, 2016, p.61-62), constituindo-se, historicamente, em prol do desenvolvimento industrial e do bem-estar no Norte global. É sobre a dimensão da destruição humana e cultural atrelada aos processos de comunicação e consumo atuais que queremos lançar luzes neste artigo. Nosso objetivo é problematizar iniciativas usurpadoras e predatórias não das matérias-primas e dos bens materiais, mas de bens culturais e simbólicos, através do extrativismo simbólico, conforme discutiremos a seguir.

3. Do extrativismo material ao extrativismo simbólico

“Mais extrativismo, menos democracia.”

Maristella Svampa

Os vínculos entre colonialidade e extrativismo estão claros e patentes. Interligam países do Sul e do Norte global, há séculos, numa realidade ainda não superada. O que queremos propor agora é uma reflexão acerca dessas vinculações com os epistemicídios, ou seja, os ocultamentos e apagamentos deliberados dos saberes e conhecimentos dos povos subalternizados, visto que esses enredamentos nos levarão a compreender melhor como se constitui o extrativismo simbólico.

Como epistemicídio, entendemos, a partir de Sousa Santos e Meneses (2010) e, posteriormente, Carneiro (2013), a destruição sistemática dos conhecimentos produzidos por grupos secularmente marginalizados, como os povos negros e indígenas. Esse apagamento está atrelado à negação, exclusão ou desvalorização de formas de conhecimento e saberes não aceitos ou legitimados pelos padrões eurocêntricos. Carneiro (2023) argumenta que combater

o epistemicídio é essencial para garantir a valorização das epistemologias negras e a construção de uma sociedade mais justa.

O conceito de epistemicídio surgiu no contexto da crítica à colonialidade do saber, ou seja, à imposição de um único modelo epistemológico como universal. Sousa Santos e Menezes (2010) argumentam que o epistemicídio é uma das formas mais duradouras de dominação, pois afeta não apenas a produção de conhecimento, mas também a identidade e a autonomia dos povos marginalizados.

Nessa perspectiva, o extrativismo simbólico tem relação direta com o epistemicídio enquanto forma duradoura de dominação. Ao desvalorizar e deslegitimar saberes tradicionais, fica mais fácil se apropriar deles com o objetivo de lucrar sem dar créditos e repartir dividendos. O processo de extrativismo simbólico está atrelado à dimensão da apropriação cultural como uma estratégia de dominação que esvazia os significados das produções culturais de grupos historicamente marginalizados.

De acordo com William (2020), a apropriação cultural ocorre quando elementos de uma cultura são adotados por um grupo dominante, muitas vezes sem reconhecer ou respeitar seu significado original. Isso pode incluir vestimentas, símbolos, práticas religiosas, música e outros aspectos culturais. O problema da apropriação cultural surge quando esses elementos são retirados de seu contexto e utilizados de maneira superficial, sem dar créditos ou benefícios variados, dentre eles o lucro, às comunidades que os originaram (DOMINGUES, 2025).

A discussão sobre apropriação cultural envolve questões de poder, desigualdade e respeito. Enquanto algumas trocas culturais são naturais e enriquecedoras, a apropriação pode reforçar estereótipos e contribuir para o apagamento de tradições e identidades (WILLIAM, 2020).

A apropriação cultural está ligada à subjugação de alguns grupos sociais por outros, esvaziando objetos e práticas de seus significados originais, fortalecendo o apagamento da história e cultura de um povo. Para William (2020), ela ocorre “quando uma pessoa pertencente a um determinado grupo social dominante ou ao próprio grupo utiliza ou adota hábitos, vestuário, objetos ou comportamentos específicos de outra cultura”.

Na última década, com a maior visibilidade dos movimentos identitários e do consumo de ativismo (DOMINGUES, MIRANDA, 2018), amplamente midiaticizados pelas redes sociais digitais, é possível observar o aumento das discussões acerca de iniciativas de apropriação cultural apresentadas publicamente como “homenagem”, “apreciação cultural” e “apoio a causas”, entre outras justificativas. Na sociedade da informação, em que o valor de troca das mercadorias está cada vez mais pautado pelos seus significados, o extrativismo simbólico se torna um combustível interessante para tracionar negócios e ampliar os consumos associados às indústrias criativas.

3.1 Bens simbólicos como matérias-primas para as indústrias criativas do século XXI

Numa era globalizada e midiaticizada, em que as trocas culturais se dão com muita velocidade nas plataformas digitais, as apropriações culturais parecem ter ganho ainda mais força. Diariamente, basta abrir plataformas de *e-commerce* mundialmente famosas, como *Shopee*, *Shein* e *Ali Express* para constatar a oferta de roupas, calçados, acessórios, objetos de decoração para casa, utensílios domésticos, entre outros, que se utilizam de signos culturais advindos dos povos africanos e originários da América Latina, sendo comercializados por gigantes do comércio asiático.

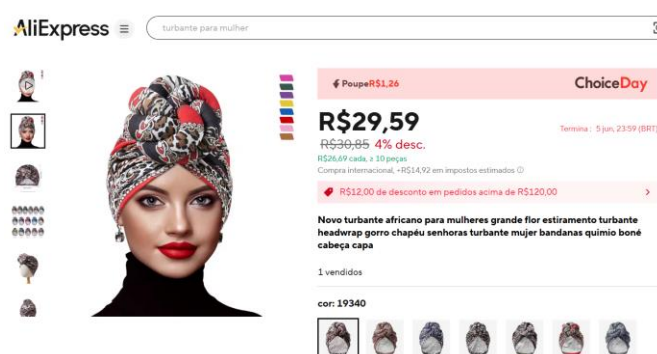
Em função da finitude das matérias-primas e dos recursos materiais no planeta Terra, a economia criativa despontou como um ativo econômico importante no século XXI. Enquanto os recursos materiais são finitos, as indústrias criativas entendem que a capacidade criativa humana é infinita, sendo ela uma das importantes fontes de geração de valor para o Capitalismo contemporâneo, também considerado Capitalismo artista.

O capitalismo não está mais centrado na produção material como na época fordista, mas no imaterial: o imaginário, os sonhos, a sensibilidade. Arte e mercado nunca se misturaram tanto, inflando a experiência contemporânea de valor estético. (LIPOVETSKY; SERROY, 2015)

Nessa perspectiva, faz todo sentido pensarmos que o extrativismo simbólico se torna uma fonte importante de ativos para os negócios na atual fase do Capitalismo. Apropriar-se de bens simbólicos e imateriais, advindos dos setores culturais e criativos, da Comunicação, do Design, da Moda e das culturas populares se transformou em algo capaz de amplificar re-

ceitas sem, necessariamente, distribuir renda como seus verdadeiros criadores, muitas vezes integrantes das populações vitimadas pelos epistemicídios.

Figura 1: Modelo feita com IA generativa em publicidade de turbante à venda na plataforma Ali Express



Fonte: Site do Ali Express

Na era da economia guiada por IA (IBRAHIM, 2025), em que inteligências artificiais generativas estão processando e reprocessando um número exponencial de dados relacionados a criações de pessoas e grupos sociais os mais diversos, não é difícil supor que o extrativismo simbólico tende a se intensificar. Se, mesmo com mercados mais regulados por direitos autorais, constatamos como a apropriação cultural acontece de forma frequente, imagine agora com a velocidade da extração exponencial de dados, sem maiores supervisões ou regulamentações. As discussões sobre a necessidade de regulações sobre a IA tendem a aumentar, mesmo assim não há garantias de que as apropriações culturais não sigam aumentando.

3.2 IAs generativas como ferramentas extrativistas de bens simbólicos

Nesse sentido, a ascensão do uso das inteligências artificiais nos campos do Marketing, da Comunicação e do Design se configura como um passo intensivo na ampliação do extrativismo simbólico, visto que as inteligências artificiais tendem a processar e reprocessar signos textuais, visuais e sonoros sem dar o crédito e atestar a fonte, tornando-se ferramenta de extração de valor simbólico não remunerado para seus legítimos criadores. Ao discorrer sobre o impacto generalizado da inteligência artificial na economia atual e futura, Ibrahim avalia:

A inteligência artificial está se tornando uma infraestrutura transversal de raciocínio, presente em todas as esferas da vida individual, organizacional e coletiva. Por isso, seu uso irá ser muito maior do que como apenas uma ‘ferramenta de automação’ que afeta a produtividade ou os setores industriais. O que está em jogo é algo maior. (IBRAHIM, 2025, p.233)

Curiosamente, o super extrativismo simbólico atrelado à emergência das inteligências artificiais generativas acarreta também o aumento do extrativismo de um bem material fundamental: a água doce. Em 2025, somente a ferramenta de inteligência artificial ChatGPT tinha 400 milhões de usuários semanais. Se cada um fizesse entre 20 e 50 perguntas, o consumo estimado seria de 200 milhões de litros de água por semana. (G1, 2025).

Para entender a dimensão de toda essa água, a equipe do portal Globo.com analisou o consumo diário de água em várias cidades brasileiras por pessoa, utilizando como base os dados do Instituto Trata Brasil. (G1, 2025) O valor usado em alguns comandos para a inteligência artificial seria o bastante para manter a população de cidades inteiras por um dia, como por exemplo, a cidade de Guarulhos, no estado de São Paulo, que consome 170 milhões de litros de água por dia⁵.

Com a popularização do uso das inteligências artificiais, o consumo de água doce deve se intensificar exponencialmente. O volume cada vez maior de água necessário para a manutenção dos *data centers*, locais em que estão instalados os equipamentos de processamento desses dados, já preocupa especialistas no mundo inteiro.

Para além da interface exibida na tela, cada comando enviado a uma ferramenta de inteligência artificial é processado em data centers. A IA é uma tecnologia que exige intenso poder de computação — e, por isso, consome grandes quantidades de energia. (G1, 2025)

No neocolonialismo digital, países periféricos e semiperiféricos como o Brasil já estão sendo procurados para atender a essa demanda, movimento que só reforça nossa condição neocolonial, alvo dos extrativismos materiais e simbólicos.

4. Apropriação cultural, apreciação cultural ou consumo de ativismo?

⁵ Disponível em [Fazer 20 perguntas ao ChatGPT pode evaporar meio litro de água | G1](#). Acesso em 08/02/2025.

Domingues e Miranda (2018) defendem que o consumo de ativismo tem uma relação direta com o consumo de moda. Entendem que o apoio expressivo a causas se manifestou como um fenômeno epidêmico na segunda década do século XXI, dentre as quais podemos destacar as ações afirmativas e iniciativas variadas de reparação histórica em função das violações e opressões associadas ao passado colonial latino-americano. De acordo com as autoras (2018), “o consumo de ativismo é a adesão ao discurso ativista como valor simbólico de interação social que não implica em prática de ação ativista, mas que também não a exclui.”

Curiosamente, a indústria da moda é uma das que mais fazem uso da apropriação cultural na contemporaneidade, o que vem repercutindo mundialmente em casos que ganharam grande visibilidade midiática. “Apenas em 2019, grifes como Carolina Herrera, Louis Vuitton e Max Mara foram criticadas por reproduzirem padrões característicos dos povos mexicanos e asiáticos em suas criações.” (ESTEVÃO, 2020). No ano seguinte, 2020, foi a vez da marca de luxo italiana Prada lançar, na Milão Fashion Week, um modelo de sandália muito semelhante às populares sandálias rasteiras de couro nordestinas. Tal similaridade chamou a atenção dos internautas brasileiros, gerando uma crítica à evidente apropriação criativa da grife. Num caso patente de apropriação cultural, a grife de luxo europeia foi acusada de copiar as típicas sandálias nordestinas, com conhecidos trançados de couro e palha. (ESTEVÃO, 2020)

Figura 2: Sandália comercializada pela grife de luxo Prada



Fonte: Portal Metrôpoles ⁶

⁶ ESTEVÃO, Ilca Maria. Apropriação cultural: Prada é acusada de copiar sandálias nordestinas. *Metrôpoles*, 12 jul. 2020. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/apropriacao-cultural-prada-e-acusada-de-copiar-sandalias-nordestinas>. Acesso em: 22 fev. 2026.

De acordo com Estevão (2020, online), “a estética agradou aos clientes internacionais: no início desta semana, o CEO da marca, Patrizio Bertelli, relatou que a coleção fez a empresa chegar aos dois dígitos de crescimento na Ásia”. O sucesso, entretanto, não se converteu em créditos de qualquer natureza, nominais ou financeiros, para os artesãos brasileiros responsáveis pela criação do design original do artefato, que vemos na figura a seguir.

Figura 3: Sandália vendida no comércio popular na cidade de Caruaru/PE



Sandálias produzidas no Brasil custam, em média, R\$ 50

Fonte: Portal Metrôpoles⁷

Esse fato gerou indignação dos brasileiros, em especial, nordestinos, que reconheceram a cópia, propagada como criação original da grife. A atriz e apresentadora Regina Casé, de família pernambucana, comentou no perfil do Instagram da Prada: “Da feira de Caruaru!!! Brasil!” (CASÉ in ESTEVÃO, 2020, online).

⁷ ESTEVÃO, Ilca Maria. Apropriação cultural: Prada é acusada de copiar sandálias nordestinas. *Metrôpoles*, 12 jul. 2020. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/apropriacao-cultural-prada-e-acusada-de-copiar-sandalias-nordestinas>. Acesso em: 22 fev. 2026.

Figura 4: Comentário sobre a semelhança entre a sandália nordestina e a sandália da Prada



Fonte: Portal Metrôpoles ⁸

Após a repercussão negativa, a marca apagou o *post*, sem, no entanto, trazer qualquer esclarecimento ou retratação sobre o fato de ter copiado a sandália típica nordestina sem fazer qualquer menção à mesma. Mesmo com a supressão da postagem, internautas continuaram expondo a atitude apropriadora da grife, com comentários como: “Do Nordeste do Brasil para as vitrines da Prada”, “É a cara do Nordeste. Ou melhor, da feira de Caruaru” e “Estética do cangaço, não é Prada? Te entendo! Apaixonante mesmo”. (ESTEVÃO, 2020, online)

⁸ ESTEVÃO, Ilca Maria. Apropriação cultural: Prada é acusada de copiar sandálias nordestinas. *Metrôpoles*, 12 jul. 2020. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/apropriacao-cultural-prada-e-acusada-de-copiar-sandalias-nordestinas>. Acesso em: 22 fev. 2026.

Figura 5: Repercussão negativa sobre o lançamento da sandália da Prada



Fonte: Portal Metrôpoles ⁹

Entramos aí na diferenciação entre apreciação cultural e apropriação cultural. Algumas iniciativas de apropriação cultural não fazem qualquer menção à usurpação de bens simbólicos, como no caso da Prada. Outras, porém, insistem é dizer que a apropriação é, na verdade, uma apreciação cultural, coberta de boas intenções por buscar homenagear um certo símbolo, bem ou grupo sociocultural. Nesse caso, William (2020) é taxativo:

Acreditar que o uso de um turbante ou de um cocar é uma homenagem, que negros e indígenas vão se sentir lisonjeados com ações que muitas vezes os desumanizam, julgar que pode decidir o que é melhor para um grupo ao qual não pertence só reitera uma ideia de superioridade. (William, 2020).

Essa discussão se enquadra também no entendimento de que há, nesse tipo de apropriação indébita, a prática de **consumicídio** (Domingues, 2025). O termo consumicídio foi proposto pelo pesquisador espanhol Josep Maria Galí, no seu livro *Consumicídio: Ensayo sobre el Consumo (in)Sostenible*, em 2013, para denominar o movimento da sociedade de consumo que, ao se tornar cada vez mais consumista, rumo à sua autodestruição. Nas nossas pesquisas, entretanto, propomos usar o conceito numa outra perspectiva: *consumicídios como*

⁹ ESTEVÃO, Ilca Maria. Apropriação cultural: Prada é acusada de copiar sandálias nordestinas. *Metrôpoles*, 12 jul. 2020. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/apropriacao-cultural-prada-e-acusada-de-copiar-sandalias-nordestinas>. Acesso em: 22 fev. 2026.

práticas de consumo forjadas pelos epistemicídios e resgatadas pela sociedade de consumo global como vetores de inovação ou bens de consumo de moda. (Domingues, 2025).

Existe uma linha tênue entre o consumicídio e o consumo de ativismo? Como saber quando estamos nos apropriando indebitamente e quando estamos levantando bandeiras e visibilizando causas com as quais nos identificamos? Precisamos, cada vez mais, refletir sobre essas questões e formar cidadãos, consumidores e profissionais aptos a discernirem com consciência o que configura cada uma dessas possibilidades e suas implicações sociais, morais, éticas, políticas e econômicas.

5. Os ativismos e seus impasses: é consumicídio ou consumo de ativismo?

Foucault nos ensinou que “onde há poder, há resistência”. Olhando em retrospecto, com o auxílio de pensadores como Carneiro (2023) e William (2020), fica evidente que diversas práticas ancestrais dos povos negros e originários se mantiveram vivas durante todos os séculos de opressão, subjugação, sofrimento e banimento, em função da capacidade de não se deixarem apagar, cooptar ou banir, como, por exemplo, o uso de turbantes, símbolo da cultura e da resistência negras. Entretanto, o uso de turbantes por mulheres brancas tem sido objeto de discussão, em função do significado original de identidade cultural e luta simbólica associado ao acessório.

É imperativo, na atualidade, refletir sobre como práticas ancestrais apagadas pelos epistemicídios estão sendo vendidas como inovação na sociedade atual, considerando que há de se ter muito cuidado com o consumo de ativismo que, a despeito das melhores intenções por parte de ativistas, militantes e consumidores e cidadãos apoiadores de muitas causas, pode se configurar como um instrumento de reprodução das apropriações indébitas.

Consumicídios são práticas culturais que estão sendo resgatadas e mercantilizadas, não necessariamente como uma forma de incidência política e reivindicação/reafirmação de matrizes culturais, mas como objetos de moda, associados ou não, a um consumo de ativismo.

Funcionam como dispositivos de apropriação cultural (William, 2020), visto que se apropriam de práticas originais de grupos sociais minoritários por grupos historicamente privilegiados (Bento, 2022), que, ou não se reportam a esses grupos, ou são simplesmente mercantilizadas sem gerar nenhum lucro ou dividendo para as populações que criaram tais recursos e têm neles símbolos de resistência aos

apagamentos sistematicamente perpetrados durante séculos de opressão. (DOMINGUES, 2025)

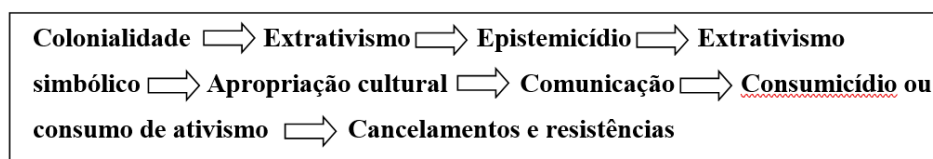
Essas apropriações e usos atrelados a um consumo de moda ganham repercussões que mais parecem fortalecer o apagamento dessas identidades culturais do que promover reflexões acerca dos legados e significados de resistência seculares.

Ainda sobre a polêmica do extrativismo simbólico da grife de luxo Prada em relação às sandálias típicas nordestinas, uma declaração do estilista Walério Araújo durante uma entrevista ao portal Metrôpoles é representativa de como parte dos integrantes das indústrias criativas no Brasil e no mundo extraem bens simbólicos de outros grupos sociais sem qualquer constrangimento ou cerimônia, colocando-se, inclusive, como propagador/disseminador desses saberes como admirador e por isso faz questão de compartilhar. Araújo defendeu que não vê problema em uma marca de luxo “se inspirar” em artesãos regionais. E diz que ele mesmo *já reinterpreto*u as sandálias de couro em sua primavera/verão 2012. (ESTEVÃO, 2020, online).

É bom para mais pessoas conhecerem a história tão forte e tão bonita do povo nordestino. Usei na minha coleção masculina e, para a feminina, pedi ao Fernando Pires para copiar o modelo, mas incluir saltos e plataformas de madeira. Fica feio é quando não falam qual foi a inspiração. Essa vista grossa é um absurdo. (ARAÚJO in ESTEVÃO, 2020, online).

De acordo com o estilista, sua iniciativa foi de apreciação cultural, ao contrário da apropriação, pois visa a entender, respeitar e aprender as heranças de outros povos, em vez de utilizá-las para interesse próprio sem conhecer o significado que determinados objetos e comportamentos têm para as sociedades que os originaram. Percebamos, entretanto, que há uma aquiescência ao fato de que houve um uso para “interesse próprio”. (ESTEVÃO, 2020, online).

Figura 6: Fenômenos correlacionados do extrativismo simbólico com o consumo e a comunicação



Fonte: autoria própria

A essa altura, como podemos identificar na figura 6, já conseguimos perceber o encadeamento de processos que envolvem o extrativismo simbólico e tem origem na **colonialidade** das Américas, cujo motor foi (e continua sendo, com outros contornos na contemporaneidade) o **extrativismo**. Esse, por sua vez, para acontecer, precisou contar com os **epistemicídios**: o extrativismo atuando na extração das matérias e os epistemicídios no sequestro das ideias a fim de apagar qualquer legitimação ou resistência. O **extrativismo simbólico**, surge, então como a extração pelas elites econômicas de bens culturais e saberes ancestrais criados por povos minoritários a fim de obter ganhos materiais e simbólicos sem dar os devidos créditos a seus criadores originais. Está pautado na **apropriação cultural** que, através da **comunicação** social, incentiva práticas de **consumicídio** ou **consumo de ativismo**. Como essas práticas tendem a ser polêmicas, visto que na sociedade digital global, todos se comunicam com todos por meio das plataformas digitais, acontecem, por conseguinte, gritas de repúdio e repulsa a essas extrações indébitas e sem transferência de créditos, gerando iniciativas de **cancelamento** de marcas, pessoas, produtos e serviços, bem como atitudes de **resistência** em relação a essas atitudes.

5. É possível evitar o extrativismo simbólico? Novos olhares e práticas para profissionais e estudantes de Marketing, Comunicação e Design.

Conhecer as histórias no plural, em seu grande leque de diversidade e matizes, evitando “o perigo de uma história única” (ADICHIE, 2019), é fundamental para transformar conhecimento em consciência. Quanto mais acessarmos outras epistemes, para além dos saberes eurocentrados e coloniais, mais teremos a possibilidade de formar cidadãos, consumidores e profissionais com outras perspectivas, amplitude de repertório e capacidade crítica para tomar decisões éticas e estéticas que promovam reparações históricas e creditações afirmativas legítimas.

Vejamos, por exemplo, esta história que, acreditamos, muitos desconhecem: durante a colonização das Américas, na costa caribenha do chamado Novo Reino de Granada, mulheres escravizadas criaram uma maneira discreta e estratégica de criar e esconder, de forma visível e acima de qualquer suspeita, mapas de fuga e rotas de orientação para espaços de liberdade.

Os desenhos das “tranças de raiz”, presas ao couro cabeludo e próprias dos povos africanos, não tinham apenas o caráter estético: funcionavam como códigos para rotas de fuga compreendidos apenas pelos homens e mulheres escravizados. “Após combinarem com os homens, elas concordaram que iam usar as tranças, os penteados, como um código secreto que indicava os caminhos por onde deveriam escapar.” (VENTURA, 2023, online).

Figura 9: Rotas de fuga desenhadas nas “tranças de raiz”



Fonte: Portal BBC News (2023)¹⁰

As mulheres escravizadas tinham o papel de cartógrafas, “criando e usando na cabeça mapas desenhados com cabelos”. (VENTURA, 2023, online) Tal saber não deveria ser desconsiderado historicamente, perante sua importância social e política, e ser reduzido a uma escolha estética, como um bem de consumo de moda no mundo atual, que desconsidera o significado e a importância desses códigos, nesse artefato (a trança de raiz), para a história dos povos africanos sequestrados e escravizados.

Elas desenhavam com tranças, por exemplo, uma trança enrolada indicava uma montanha; aquelas que eram como cobras, sinuosas, indicavam que havia uma fonte de água – um riacho ou um rio –; uma trança grossa indicava que naquela seção havia um destacamento de soldados. (VALÊNCIA in VENTURA, 2023, online).

Histórias como essa nos fazem pensar em como há muito por aprender e disseminar, em sociedades e mercados tão dominados pela branquitude, como os mercados do marketing e da publicidade brasileiros. Para esses setores, tudo e todos são passíveis de virar produto, e

¹⁰ VENTURA, Dalia. ‘Tranças da liberdade’: como penteados ajudaram escravizados em fugas. *BBC News Mundo*, 12 mar. 2023. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cnkw9153nl7o>. Acesso em: 22 fev. 2026.

processos e práticas de resistência histórica como essa são rapidamente reprocessados e apresentados como bens de consumo com valor agregado, considerando sua história ou não, mas não creditando aos seus verdadeiros criadores: os povos ancestrais de matriz africana ou indígena.

Nesse sentido, propomos, como uma das muitas iniciativas possíveis de combate ao extrativismo simbólico e à ampliação da consciência histórica para profissionais de marketing e comunicação a criação de um **Guia de Boas Práticas e Créditos Criativos**.

Não por acaso, uma das alternativas ao modelo de desenvolvimento baseado no extrativismo é chamado **pós-extrativismo** e defende uma transição para uma economia mais diversificada, que não dependa exclusivamente da exportação de matérias-primas, mas que valorize também os setores produtivos locais, a soberania alimentar, a agroecologia, a economia solidária, a educação e a cultura. (CORTEZ, 2023).

Nossa proposição de um Guia de Boas Práticas e Créditos Criativos de combate ao extrativismo simbólico e valorização dos saberes ancestrais não eurocentrados vem ao encontro dessa mudança de paradigma proposta pelo pós-extrativismo. Esse movimento entende que é mister reconhecer os limites ecológicos do planeta e os direitos da natureza, promover a participação democrática e a justiça social, respeitar os saberes e as cosmovisões dos povos originários e tradicionais e questionar o conceito de progresso baseado no crescimento econômico ilimitado. (CORTEZ, 2023).

O pós-extrativismo postula, em convergência com nossa discussão, a **valorização da diversidade cultural e biológica**, reconhecendo e exaltando “o papel dos povos indígenas, quilombolas, ribeirinhos e de outros grupos tradicionais na conservação dos recursos naturais e na promoção do desenvolvimento local”. (CORTEZ, 2023). Não podemos esquecer que esses grupos possuem saberes ancestrais e práticas sustentáveis que devem ser respeitados e valorizados, principalmente em face aos desafios do Antropoceno.

Para a concepção plural e diversificada desse instrumento formativo, um guia, como o próprio nome indica, sugerimos a criação de um comitê formado por representantes do primeiro, segundo e terceiro setores, além de operadores do campo do Direito, em especial

aqueles que podem pensar e incidir sobre a defesa dos direitos autorais dos povos ancestrais. Também imaginamos, como proposta para iniciar a conversa entre esses atores sociais, a transferência de 3 tipos de créditos aos criadores originais de bens simbólicos de matriz africana, indígena e de culturas populares diversas. São eles: 1) Créditos nominais; 2) Créditos materiais; 3) Créditos financeiros.

Como **créditos nominais** entendemos as menções, citações, referências nominais e contextualização sobre a criação e manutenção dos inventores e mantenedores daquele bem simbólico e/ou material. Como **créditos materiais**, entendemos, como no exemplo citado anteriormente, a transferência de ganhos materiais, como equipamentos, propriedades, materiais de interesse do grupo proprietários dos saberes primordiais e seus signos, em contrapartida à utilização de imagens, símbolos, sons, entre outras criações notadamente referenciadas a um certo grupo minoritário. Isso se daria através de entidades, associações, centros culturais, entre outros. Como **créditos financeiros**, propomos a pactuação de uma quantia razoável em moeda nacional ou estrangeira, considerando parâmetros de mercado e uma relação de ganha-ganha para ambas as partes, cedentes e usufruintes.

Nos estudos de Branding e Publicidade, já sabemos que o tripé de sustentação de uma marca está na sua capacidade de articular IMAGEM, DISCURSO e AÇÃO (VIEIRA, 2002), ou seja, toda e qualquer marca, na atualidade, precisa espelhar aquilo que busca construir como **comunicação em ações** que respaldem o que ela diz sobre si mesma, efetivamente transformando suas PROMESSAS em ENTREGAS. Desta forma, é bastante razoável que, ao buscar se apropriar de signos e símbolos de um certo grupo sociocultural, qualquer marca seja convocada a DEVOLVER ESTA APROPRIAÇÃO COM AÇÕES CONCRETAS.

Ao criticar o extrativismo simbólico e as apropriações culturais, na atualidade, lideranças governamentais e sociais estão solicitando contrapartidas não somente simbólicas, como menções e créditos nominais, mas também materiais como pagamentos, royalties, transferências sobre lucros, entre outras possibilidades de ganhos merecidos a partir dos ativos que construíram com seus saberes, capacidades de luta, resistência e preservação dos seus bens culturais. (ESTEVÃO, 2019)

Em 2018, após a grife de luxo europeia Louis Vuitton utilizar bordados típicos de um povoado mexicano em uma cadeira, a Secretária de Cultura do México na época, Alejandra

Frausto, sugeriu que a grife pensasse em “benefícios diretos e concretos para todas as partes”, já que a arte supostamente copiada era “resultado de conhecimentos e habilidades transmitidos por muitas gerações” (FRAUSTO in ESTEVÃO, 2019). A questão é tão séria e urgente que, após marcas como a francesa Isabel Marant e a *fast fashion* Zara serem acusadas de apropriação da cultura mexicana, a bancada governista do Senado do México apresentou um projeto de lei.

O Movimento de Regeneração Nacional, proposto pela esquerda mexicana, espera proteger as comunidades indígenas do plágio e dar reconhecimento e monetização aos povos nativos. Contudo, enquanto as regras sugeridas não são colocadas em prática, o governo tem abordado as empresas diretamente. (ESTEVÃO, 2019)

Da mesma forma que o STORYTELLING (narração de histórias) se tornou um ativo importante para marcas no mundo atual, o STORYDOING (transformação das narrativas em ações efetivas), pelo visto, também precisará se tornar. A consciência crescente sobre esse tipo de extrativismo e apropriação está mobilizando não somente consumidores e cidadãos, mas também organizações do primeiro, segundo e terceiro setores em diversos países, buscando reparações históricas não somente do passado, mas, acima de tudo, do presente, no qual as extrações sem qualquer pactuação ou consentimento não param de acontecer.

6. Saberes ancestrais e horizontes para a comunicação: considerações finais.

Em alinhamento com o GT Consumos e Processos de Comunicação do 35º Encontro Anual da Compós, entendemos o consumo como “acontecimento sociocultural amplo, que alicerça culturas e engendra imaginários, práticas e produções sociais”. Por isso, buscamos, neste artigo, problematizar dimensões materiais, simbólicas e culturais associadas ao que denominamos **extrativismo simbólico**, tanto no plano sociológico da produção e da circulação, quanto no plano subjetivo e reflexivo dos indivíduos, contribuindo para novos horizontes nas pesquisas em Comunicação e Consumo, bem como na formação de jovens profissionais e da atualização dos veteranos (formados em outro contexto sócio-histórico dominado pelo paradigma hegemônico eurocentrado).

Em pleno século XXI, o fenômeno do extrativismo adquiriu novas dimensões, não só objetivas – pela quantidade e pela escala dos projetos, pelos diferentes tipos de atividades, pelos atores nacionais e transnacionais envolvidos -, mas também subjetivas, a partir do surgimento de grandes resistências sociais, que questionaram

o avanço vertiginoso da fronteira das commodities e, diante do espólio, foram elaborando outras linguagens e narrativas em defesa de outros valores – a terra, o território, os bens comuns, a natureza, etc. (SVAMPA, 2019, p.18)

Em fevereiro de 2026, o perfil @noticiarioperiferico, no Instagram, publicou uma declaração do guitarrista mexicano-estadunidense Carlos Santana sobre a dívida impagável dos povos do mundo inteiro com os povos africanos, responsáveis por culturas ancestrais da história humana. A publicação destaca a reflexão do artista sobre a centralidade da África na construção da música mundial. “A música que muita gente chama de latina ou hispânica é, na real, africana” (SANTANA in NOTICIÁRIO PERIFÉRICO, 2026)¹¹.

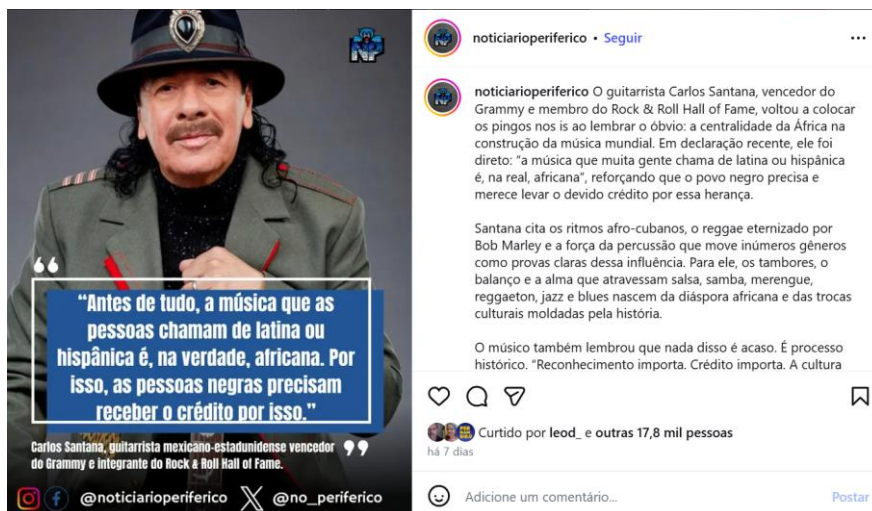
Santana cita os ritmos afro-cubanos, o reggae eternizado por Bob Marley e a força da percussão que move inúmeros gêneros como provas claras dessa influência. Para ele, os tambores, o balanço e a alma que atravessam salsa, samba, merengue, *reggaeton*, jazz e blues nascem da diáspora africana e das trocas culturais moldadas pela história. O músico evidenciou que nada disso é por acaso, trata-se de um processo histórico. “Reconhecimento importa. Crédito importa. A cultura viaja, mas as origens permanecem” (SANTANA in NOTICIÁRIO PERIFÉRICO, 2026)¹². O músico defende que o povo negro precisa e merece levar o devido crédito por essa herança.

O depoimento de Santana reforça um debate urgente sobre identidade, pertencimento e justiça histórica, deixando claro que a marca da África na música global não é detalhe, é fundamento. Há muito dos saberes africanos em toda a cultura global, inclusive na cultura do consumo. Desta forma, precisamos ampliar a consciência crítica sobre essas relações de pertencimento e despossessão a fim de transformar o presente e o futuro e modificar o olhar sobre o passado eurocentrado.

¹¹ **NOTICIÁRIO PERIFÉRICO.** Carlos Santana defende dar créditos ao povo negro por suas criações. *Instagram*, 12 de fevereiro de 2026. Disponível em: www.instagram.com/p/DUrDGwvD7sS/ Acesso em: 15 fevereiro 2026.

¹² **NOTICIÁRIO PERIFÉRICO.** Carlos Santana defende dar créditos ao povo negro por suas criações. *Instagram*, 12 de fevereiro de 2026. Disponível em: www.instagram.com/p/DUrDGwvD7sS/ Acesso em: 15 fevereiro 2026.

Figura 10: Guitarrista Santana defende créditos ao povo negro por suas criações



Fonte: Instagram @noticiarioperiferico (2026)

No seu livro *História Preta das Coisas*, Pinheiro busca evidenciar que nem toda centralidade é branca e nem todo pioneirismo é europeu (2021, p.69).

Ressignificar vidas e intelectualidades pretas é importante para pessoas negras reconstruírem suas subjetividades positivamente, mas também para que pessoas brancas reconstruam as suas, pois não é nada saudável viver achando que o mundo é só seu. (PINHEIRO, 2021, p.69)

Por fim, buscamos com esta pesquisa, em consonância com o propósito deste encontro, e com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU de números 04 (educação de qualidade), 08 (trabalho decente e crescimento econômico), 10 (redução das desigualdades) e 12 (consumo e produção responsáveis), contribuir para fomentar reflexões críticas e aprofundar discussões sobre como os saberes tradicionais e as inovações contemporâneas podem dialogar para enriquecer o pensamento comunicacional brasileiro.

Referências bibliográficas

- ACOSTA, Alberto. Extrativismo e neoextrativismo: duas faces da mesma maldição. In: DILGER, Gerhard; LANG, Miriam; PEREIRA FILHO, Jorge (orgs.). *Descolonizar o imaginário: debates sobre pós-extrativismo e alternativas ao desenvolvimento*. São Paulo: Fundação Rosa Luxemburgo, 2016.
- ADICHIE, Chimamanda Ngozi. *O perigo de uma história única*. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.
- CARNEIRO, Suely. *Dispositivo de racialidade: A construção do outro como não ser como fundamento do ser*. São Paulo: Zahar, 2023.

CORTEZ, Henrique. Extrativismo é um modelo de desenvolvimento insustentável. *EcoDebate*, 28 maio 2023. Disponível em: <https://www.ecodebate.com.br/2023/05/28/extrativismo-e-um-modelo-de-desenvolvimento-insustentavel/>. Acesso em: 22 fev. 2026.

DOMINGUES, Izabela. *Como práticas ancestrais apagadas pelos epistemicídios estão sendo vendidas como inovação na sociedade atual: apropriação cultural e consumicídios*. Trabalho apresentado em: COMUNICON/CONGRESSO INTERNACIONAL EM COMUNICAÇÃO E CONSUMO, 2025, São Paulo. São Paulo: Escola Superior de Propaganda e Marketing, 2025.

DOMINGUES, Izabela; MIRANDA, Ana Paula de. *Consumo de ativismo*. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2018.

IBRAHIM, Eduardo. *Economia guiada por IA*. Criando valor com inteligência artificial sem substituir os humanos. Rio de Janeiro, Alta Books, 2025.

WILLIAM, Rodney. *Apropriação cultural*. São Paulo: Editora Jandaíra, 2020.

LIPOVETSKY, G; SERROY, J. *A estetização do mundo*. Viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

PINHEIRO, Bárbara Carine Soares. *História preta das coisas*. 50 invenções científico-tecnológicas de pessoas negras. São Paulo: Editora Livraria da Física, 2021.

SANTOS, Boaventura de Sousa; MENESES, Maria Paula. *Epistemologias do Sul*. São Paulo: Almedina, 2010.

SVAMPA, Maristella. *As fronteiras do neoextrativismo na América Latina*. Conflitos socioambientais, giro ecoterritorial e novas dependências. São Paulo: Elefante, 2019.

VIEIRA, Stalimir. *Marca*. O que o coração não sente os olhos não vêem. (Reflexões sobre marketing e ética). São Paulo: Edições Loyola, 2002.