

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN
BACHARELADO EM MODA**

Maressa Martins Alves

**Moda, Masculinidade e Esportes de Luxo: A contribuição da moda para a construção da
imagem de Lewis Hamilton enquanto ícone identitário**

Juiz de Fora
2025

Maressa Martins Alves

Moda, masculinidade e esportes de luxo: a contribuição da moda para a construção da imagem de Lewis Hamilton enquanto ícone identitário

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Elisabeth Murilho da Silva

Juiz de Fora

2025

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Alves, Maressa Martins.

Moda, masculinidade e esportes de luxo : A contribuição da moda para a construção da imagem de Lewis Hamilton enquanto ícone identitário / Maressa Martins Alves. -- 2025.

58 f. : il.

Orientadora: Elisabeth Murilho da Silva

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design, 2025.

1. Moda. 2. Identidade. 3. Masculinidade. 4. Esportes de luxo. 5. Lewis Hamilton. I. Silva, Elisabeth Murilho da, orient. II. Título.

Maressa Martins Alves

Moda, masculinidade e esportes de luxo: a contribuição da moda para a construção da imagem de Lewis Hamilton enquanto ícone identitário

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Aprovado em 19 de março de 2025.

BANCA EXAMINADORA:

Prof.^a Dr.^a. Elisabeth Murilho da Silva – Orientadora
Universidade Federal de Juiz de Fora

M.^a. Deyse Pinto de Almeida
Universidade Federal de Juiz de Fora/PPGACL

Dr.^a. Laise Lutz Condé de Castro
Grupo de pesquisa em História e Cultura de Moda - Universidade Federal de Juiz de Fora

Dedico este trabalho à minha mãe, minha maior fonte de incentivo. Amo você.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por, até aqui, ter me ajudado, Ebenézer. Aos meus pais por terem me instruído no caminho e por, mesmo inconscientemente, moldarem quem eu sou hoje. Um agradecimento especial à minha mãe, Keila Martins, por sempre ser a minha maior incentivadora em tudo, por todo o apoio e pelas palavras de ânimo.

Agradeço aos amigos que fiz ao longo dessa caminhada, por terem me ensinado tanto, coisas que ficarão guardadas para sempre e por terem tornado esses anos mais leves e divertidos.

Agradeço aos meus professores por todos os ensinamentos, que me transformaram na estudante que eu sou e por me fazerem pensar na profissional que eu almejo ser. Obrigada por me apresentarem um mundo de possibilidades e por compartilharem do seu amor pela moda comigo. Em especial, agradeço à minha orientadora Prof.^a Dr.^a. Elisabeth Murilho por todo o auxílio durante esse processo e por compartilhar comigo tanto conhecimento. Muito obrigada também à M.^a. Deyse de Almeida e à Dr.^a. Laise Lutz por se disponibilizarem a compor a banca examinadora.

Por fim, agradeço a todos que estiveram comigo nessa jornada, direta ou indiretamente, e que torceram pela realização dos meus sonhos, muito obrigada!

Não aspiro a ser como os outros pilotos; quero ser único à minha maneira.

Lewis Hamilton

RESUMO

Lewis Hamilton, único piloto negro que até hoje já chegou a atuar na Fórmula 1, buscou gerar transformações no sistema racista e elitista do automobilismo e utilizou sua própria imagem e aparência para provocar tal feito. Considerando essa premissa, este trabalho busca analisar a contribuição da moda, como um dos principais artefatos usados pelo heptacampeão no processo de construção de sua identidade ativista, antirracista e sustentável. Para tal, é importante criar uma base teórica que inclua diferentes áreas do conhecimento necessárias para um melhor entendimento e análise do assunto. Por isso, foram aplicados estudos teóricos que pesquisam a moda, a história do povo negro americano, a construção de uma identidade, as subculturas urbanas, o luxo, o ativismo do piloto, a comunicação através da aparência, a fim de ser possível criar um estudo que objetiva explorar a importância e influência que a moda exerce no âmbito masculino, além de buscar compreender a moda como importante instrumento na formação de uma identidade.

Palavras-chave: Moda e identidade. Masculinidade. Esportes de luxo. Lewis Hamilton.

ABSTRACT

Lewis Hamilton, the only Black driver to have ever competed in Formula 1, sought to bring about changes in the racist and elitist system of motorsport, using his own image and appearance to achieve this. Based on this premise, this study aims to analyze the contribution of fashion as one of the key tools used by the seven-time world champion in the process of constructing his activist, anti-racist, and sustainable identity. To do so, it is important to establish a theoretical foundation that encompasses different areas of knowledge necessary for a better understanding and analysis of the subject. Therefore, theoretical studies were applied that explore fashion, the history of African Americans, identity construction, urban subcultures, luxury, the driver's activism, and communication through appearance, with the goal of creating a study that explores the importance and influence fashion has in the male sphere, while also seeking to understand fashion as a crucial tool in the formation of identity.

Keywords: Fashion and identity. Masculinity. Luxury sports. Lewis Hamilton.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Representação Cristã Europeia da Rainha de Sabá, Bellifortis, 1405.....	16
Figura 2 – Terno Zoot no Harlem, 1936.....	19
Figura 3 – Marcha dos Panteras Negras, 1968	20
Figura 4 – The Jackson 5	21
Figura 5 – Lewis Hamilton após vencer o Campeonato Britânico de Cadetes, 1995	27
Figura 6 – Fãs de Fernando Alonso fazendo <i>blackface</i> durante testes de Hamilton no Circuito da Catalunha, Espanha, 2008.....	29
Figura 7 – Lewis Hamilton comemorando seu primeiro título no GP do Brasil, 2008.....	30
Figura 8 – Lewis Hamilton em protesto pacífico do movimento BLM, Londres, 2020	34
Figura 9 – Lewis Hamilton com camiseta política no pódio do GP de Toscana, Itália, 2020 .	36
Figura 10 – Lewis Hamilton com óculos personalizado da Police no GP da Rússia, 2020	37
Figura 11 – Encontro de jovens brasileiros com Lewis Hamilton promovido pela Mission 44, São Paulo, 2023	39
Figura 12 – Desfile SS2020 Tommy Hilfiger x Lewis Hamilton, Londres, 2020	45
Figura 13 – Prévia da coleção Dior Homme e Lewis Hamilton, <i>online</i> , 2024.....	46
Figura 14 – Lewis Hamilton com o IWC Portugieser Tourbillon Rétrograde Chronograph no GP do Japão, 2023	48
Figura 15 – Lewis Hamilton com traje Burberry no MET Gala 2024,4 Nova Iorque, 2024 ...	50

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	O PRETO ATRAVÉS DO TEMPO: CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA ...	14
2.1	A CRIAÇÃO DA IDENTIDADE DO POVO NEGRO E A MODA	14
3	LEWIS HAMILTON, APARÊNCIA E IDENTIDADE	24
3.1	O PILOTO	24
3.2	O PILOTO ATIVISTA E A FÓRMULA 1	31
3.3	O PILOTO FASHIONISTA	40
3.4	O PILOTO, AS MARCAS E A MÍDIA	51
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS	54
	REFERÊNCIAS.....	56

1 INTRODUÇÃO

Em mais de 70 anos de história da Fórmula 1, Lewis Hamilton é, até hoje, o único piloto negro a atuar na categoria. Mesmo com todo o seu sucesso como atleta de alto nível, o heptacampeão não presenciou muitas mudanças acerca do sistema racista e elitista do automobilismo, o que levou o britânico a provocar essas transformações. Sua imagem atrelada a seus posicionamentos o transformaram em um ícone identitário, relacionado às causas defendidas por ele. A partir desse pressuposto, a presente pesquisa pretende analisar a moda como sendo uma das principais ferramentas usadas por Lewis Hamilton na construção e consolidação de sua imagem ativista, antirracista e sustentável, assim como observar os impactos gerados por um posicionamento pautado na aparência, sua relação com a autoafirmação de uma imagem masculina, ressaltando suas influências na moda esportiva relacionada ao universo de luxo no qual está inserido. Mais especificamente, a pesquisa também tem os objetivos de evidenciar a importância e influência que a moda exerce no âmbito masculino, especialmente no que diz respeito a homens negros, compreender a moda como importante instrumento na formação de uma identidade e refletir sobre o vínculo entre a moda e o processo histórico de resistência da população negra.

A motivação para a presente pesquisa, então, foi pautada na percepção da autora, enquanto estudante de Moda, quanto à falta de estudos que contemplem a moda esportiva masculina, em especial, no que tange ao homem negro, singularmente no âmbito esportivo de luxo, que relacionem a construção da imagem como instrumento fortalecedor de identidade racial. A ideia de usar o piloto como principal sujeito para esta pesquisa deu-se não só devido a admiração pessoal da autora pelo objeto de estudo, mas também em virtude do aumento da influência de Hamilton para além da bolha do esporte nos últimos anos, assim como do comprometimento demonstrado pelo piloto acerca de seus posicionamentos antirracistas e ambientalistas, que o colocam no foco da mídia. Outro fator que impulsionou a escolha de um atleta de alto nível e de um dos esportes mais caros da atualidade foi o crescente aumento da influência e a popularização, principalmente entre os jovens, da Fórmula 1 nas mídias sociais, estreitando laços com a moda e o cinema. Dessa forma, Lewis Hamilton foi considerado exemplo competente para que a relação entre os temas aqui abordados seja estabelecida, gerando informações pertinentes para os campos da moda e das ciências sociais.

Sendo assim, esta pesquisa possui caráter bibliográfico e documental. A pesquisa bibliográfica em questão se baseia em livros, publicações periódicas, artigos científicos online

e impressos. Já a pesquisa documental, se baseia em fontes mais diversas, como entrevistas, conteúdos midiáticos, e materiais de redes sociais, ou seja, fontes não científicas ou ainda não tratadas analiticamente, visto que se trata da análise de uma figura pública contemporânea e que não há a possibilidade de contato direto entre a pesquisadora e o objeto de estudo.

Com isso, partirei de uma revisão bibliográfica a respeito de conceitos e definições que abrangem o mundo da moda e suas relações com outras áreas. A começar com os estudos do historiador francês Michel Pastoureau, que esclarece questões históricas, sociais e simbólicas acerca de algumas cores em “Preto: história de uma cor” (2011). Já Deyse de Almeida, em “Os diferentes papéis da moda no universo hip hop” (2015), investiga a trajetória do povo negro em sua busca por identidade atrelado ao movimento hip hop. Relacionado a isso, a mesma autora discorre em “A Identidade construída pela aparência: a moda negra no contexto norte-americano” (2020). Enquanto Diana Crane, em “A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas” (2006), esclarece as relações entre roupa, imagem, identidade e aspectos da sociedade.

Em “Segredos de penteadeira: conversas transnacionais sobre raça, beleza e cidadania na imprensa negra pós-abolição do Brasil e dos EUA” (2013) de Giovana Xavier, a narrativa sobre a relação estabelecida entre homens de cor, raça, beleza e cidadania faz-se necessária para o entendimento acerca do estabelecimento da beleza negra em um contexto histórico e cultural, tal como o texto de Denise Sant’Anna, “História da Beleza no Brasil” (2014). Enquanto Frederico Girnos e Tarcísio Silva em “Piloto-ativista: as ações políticas de Lewis Hamilton no mundo da Fórmula 1” (2022) e “Quando um piloto se torna um ícone? A contribuição dos veículos de comunicação para a construção da imagem de Lewis Hamilton como ativista antirracismo” (2023), contribuem com a apresentação da trajetória do piloto e sua relação com o ativismo, testificadas por Lewis Hamilton em sua autobiografia, “My Story” (2007) e, reafirmadas por Frank Worral em sua obra “Lewis Hamilton: The Biography” (2016). Com Renato Ortiz em “Um universo singular” (2019), são apresentadas informações sobre o universo do luxo. Atreladas às definições apontadas por Ortiz, Elisabeth Silva em “A troca de passes entre a moda e o futebol: moda de luxo, moda esportiva e modelos de sucesso” (2017), narra sobre a influência de jogadores de futebol e suas relações com este universo de luxo. Ademais, Ana Santiago em “O Papel das Celebidades na Comunicação de Marketing das Marcas de Luxo: A Associação de Sharon Stone e Andie MacDowell à marca DouroAzul” (2013), apresenta uma análise sobre o papel de celebridades no processo de comunicação de marketing. Relacionado a isso, Hugo Ramos Sousa se aprofunda acerca dos patrocínios

desportivos em “Patrocínios Desportivos Dimensões mais Valorizadas numa celebridade Desportiva por um Patrocinador” (2010).

Com isso, o primeiro capítulo do trabalho se inicia com uma breve abordagem histórica acerca da cor preta e de suas conexões socioculturais com o povo não branco. Busco apresentar, também, a trajetória da população negra e sua relação com a moda em algumas partes do mundo, sobretudo na Europa e nos Estados Unidos, relacionando-os ao Brasil.

Já no segundo capítulo, apresento informações sobre a trajetória de Lewis Hamilton. O situo no ambiente do automobilismo, como também, sua relação com o ativismo antirracista e ambiental. Ademais, estabeleço sua ligação com a moda e o universo do luxo, traçando paralelos e conexões ao caminho histórico percorrido pelo povo negro. Analiso a posição do piloto em relação às marcas patrocinadoras e suas associações publicitárias, além de ponderar as intenções por trás dessas associações.

Portanto, o estudo faz-se imprescindível para sanar as questões iniciais do tema, de forma crítica, associando a construção de identidade e aparência, provocando novos diálogos do campo da moda para além da usualidade da roupa, mas também para aspectos socioculturais da vida contemporânea. A fim de compreender o quão essencial foi o uso assertivo da moda para o posicionamento identitário de Lewis Hamilton.

2 O PRETO ATRAVÉS DO TEMPO: CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA

Neste capítulo, tenho como objetivo apresentar uma breve contextualização histórica de algumas cores relacionadas à indumentária, sobretudo a cor preta. Da mesma forma, apresento as conexões socioculturais dessas cores com o povo não branco. Busco ressaltar a trajetória do povo negro e de afrodescendentes espalhados por algumas partes do mundo, principalmente Europa, Estados Unidos e Brasil, territórios que se relacionam diretamente com o foco principal da pesquisa, correlacionando esse caminho à moda e à construção de suas identidades a partir da mesma.

Inicialmente, apresentarei ponderações baseadas nos estudos do historiador francês Michel Pastoreau. Também utilizarei de publicações da Deyse de Almeida e Diana Crane, que correlacionam moda e identidade. A seguir, me apoiarei em estudos de Denise Sant’Anna, Giovana Xavier e Elisabeth Murilho da Silva. Dessa forma, irei abordar sobre o período da história que antecede o objeto principal desta pesquisa – a construção da identidade de Lewis Hamilton relacionada à sua aparência – evidenciando as implicações históricas e influências sobre o mesmo e sobre todo um povo.

2.1 A CRIAÇÃO DA IDENTIDADE DO POVO NEGRO E A MODA

A aparência de um indivíduo sempre foi pauta de discussões que atravessaram séculos. Na Idade Média Europeia, como na maioria das sociedades antigas, há uma grande valorização acerca da forma como os indivíduos se portavam na sociedade. Seja por suas vestimentas, ou até mesmo por questões biológicas e indiscutíveis, como a cor da pele, dos olhos e dos cabelos. Atualmente, o acesso a textos e imagens históricas, compõem uma abundante fonte de informações, proporcionando discussões cada vez mais amplas e concretas. Segundo Michel Pastoreau (2011), na metade da Idade Média, as peles escuras eram quase sempre retratadas de forma negativa, caracterizando personagens à margem da ordem social, moral ou religiosa. Essa repulsa, quase sempre associada ao vestuário e a outros aspectos físicos, foi disseminada por inúmeros autores em suas canções, contos e romances. Quanto mais escura é a sua pele, mais o personagem é temível (Pastoreau, 2011). Diferentemente das epopeias, nos romances de cavalaria, as cores dos corpos dos personagens têm como função distanciar e diferenciar nobres e plebeus, cavaleiros e vilões. Sendo assim, os nobres cavaleiros seduzem as damas e, envolvem os leitores, por suas ações cortesãs, suas vestes elegantes, sua beleza corporal e tudo isso só é possível pelo brilho do seu rosto, pelo loiro dos seus cabelos e, claro, pela

brancura da sua pele. Em contrapartida, os vilões, evidenciam a sua natureza má e transgressiva por seus cabelos pretos e pela sua pele escura. A cor da pele e dos cabelos não evidencia somente o caráter dos personagens, como também, está diretamente ligado a algo muito mais simples e puramente estético: a feiura deles. Pensamento este que também se popularizou anos depois no Brasil, como evidencia Denise Sant’Anna e ressaltarei mais adiante. A partir disso, é possível identificar o nascimento de um ideal coletivo que foi instaurado socialmente, ideal contrário a pessoas que possuam qualquer cor de pele diferente da branca, relegando pessoas de cor à margem da sociedade. Fato este que está diretamente relacionado ao domínio árabe sobre o continente europeu. Os valores não cristãos desses povos contribuíram para a criação desse ideário popular, afetando e envolvendo todas as esferas da sociedade.

Cerca de três décadas depois, na virada dos séculos XIII e XIV, nota-se uma pequena mudança acerca dessas crenças. As cores escuras negativas permanecem quase que indiscutivelmente, dominantes. Porém, nota-se um processo de cristianização dessas peles, no qual figuras cristãs passam a ser representadas com peles escuras em vitrais, pinturas, tapeçarias e outros painéis. Pastoureau (2011, p. 80) afirma que “Esse novo atributo [...] sublinha não o seu caráter negativo, mas seu exotismo”, aspecto que caracteriza figuras como a Rainha de Sabá e Baltazar, um dos três reis magos que visitam Jesus em seu nascimento, por exemplo. Essa representação, que tinha o intuito de demonstrar a universalidade da religião cristã, não perdurou até muito mais do que o princípio dos tempos modernos.

Figura 1 – Representação Cristã Europeia da Rainha de Sabá, Bellifortis, 1405



Fonte: Biografias de Mulheres Africanas (2021). Disponível em:

<https://www.ufrgs.br/africanas/makedda-seculo-x-a-c/>. Acesso em: 04 jan. 2025.

Nesse contexto, questões históricas demarcaram de maneira rígida uma grande diferenciação entre pessoas negras e brancas. Tais ideais firmados e difundidos na Idade Média europeia ultrapassaram tempo e espaço e, mesmo em meio a modificações, permanecem no imaginário social atual. Acontecimentos como o Apartheid na África do Sul¹, a segregação

¹ Regime de segregação racial na África do Sul que durou 46 anos, de 1948 a 1994. O sistema dividia a população em grupos raciais e restringia a interação entre eles. O apartheid atingiu diversas esferas da sociedade, afetando a economia, política e cultura da população.

racial nos Estados Unidos, mais de 300 anos de escravidão no Brasil, entre outros exemplos ao redor de todo o mundo, demonstram uma continuidade desses pensamentos acerca das pessoas de cor. Ou seja, a propagação desses valores, de maneira velada, ou não, se modificou ao longo dos séculos, mas nunca deixou de existir, moldando o racismo conhecido atualmente. Meu intuito não é esmiuçar os processos de mudanças dessas ideias ao longo dos anos, apenas evidenciarei através de fatos que esses estereótipos, remodelados e adequados cada qual ao seu tempo e à sua sociedade, carregam marcas do passado que refletem até os dias atuais. A partir disso, Giovana Xavier ressalta a boa fama do Brasil na imprensa afro-americana estadunidense pós-abolição, considerado como um “paraíso racial”, por conta da alta miscigenação entre brancos e negros:

[...] o Brasil em diversas ocasiões apareceu em jornais como [...] o *Chicago Defender*, que afirmava ser o ‘preconceito de raça desconhecido no Brasil’, o ‘país ideal para o homem negro’, e em magazines como o *The Crisis*, que, entre suas dezenas de comerciais, vendia lotes no país que considerava a ‘terra das oportunidades’ para aqueles que queriam ‘liberdade e poder’ (Xavier, 2013, p. 443-444).

Entretanto, estudos revelam o contrário. Ao analisar a História da Beleza no Brasil, Denise Sant’Anna ressalta que nas décadas de 1920 e 1930 a pele branca ainda dominava as propagandas de diversos produtos de beleza:

No entanto, nas décadas de 1920 e 1930, branquear a pele ainda era um conselho visto como positivo, um tema forte na propaganda de cosméticos, inclusive na imprensa negra (Sant’Anna, 2014, p.38).

O preconceito era reforçado de diversas formas. A miscigenação era relacionada a atraso cultural, indolência e sujeira. Um modelo único de beleza era difundido na sociedade: uma pele branca, delicada e fina. Tudo o que fugisse disso, considerado “encardido”, precisava ser regenerado (Sant’Anna, 2014). Semelhantemente à Idade Média, a ideia de caráter ou alma das pessoas era diretamente associado à pele ou aos sinais corporais. Fatos como esse, apenas evidenciam que a reputação da sociedade brasileira no exterior não passava de uma fantasia, já que a realidade era outra. De igual modo, o contexto dos afro-americanos também não se distanciava muito dessa realidade. Em ambos os contextos pós abolicionistas, tanto brasileiro quanto norte americano, o povo negro se viu forçado a firmar sua cidadania e afirmar a sua identidade, lançando mão de sua aparência como um dos principais meios para atingir seus objetivos, através da criação de uma beleza negra que colocasse esses homens e mulheres, agora livres, como “respeitáveis” dentro da sociedade, seja por meio de cosméticos, cuidados com a pele e cabelos, ou por meio da moda e das vestimentas, que é o foco principal desta pesquisa.

Nesse caso, a moda foi um dos meios pelos quais os afro-americanos encontraram de se desvencilhar da escravidão e de seu legado. Sendo assim, a moda é um meio importante pelo qual as pessoas se afirmam social e culturalmente dentro de uma sociedade, mas não só isso. As vestimentas de uma sociedade indicam seu modo de vida e possibilitam a análise das suas modificações, compreendendo mudanças de comportamento.

A partir disso, a população negra dos Estados Unidos, atribuiu um significado especial às suas roupas, desde o século XIX, como aponta Diana Crane (2006). Os negros buscavam ganhar respeito e afirmar sua identidade dentro da sociedade e utilizavam as roupas como uma de suas estratégias, com o intuito de se afastarem dos estereótipos e preconceitos sofridos. Visto que a sociedade norte-americana era extremamente racista, um artifício usado pelos negros para alcançar o respeito desejado, era imitar os signos distintivos das vestimentas daqueles que estavam em posições mais altas, como ressalta Diana Crane:

A assimilação do modo de vestir das classes dominantes era fundamental no século XIX, uma vez que as roupas transmitiam “informações tanto sobre o papel e a posição social daqueles que a vestiam quanto sobre sua natureza pessoal (Crane, 2006, p. 199).

Ao contrário do que se pode presumir apressadamente, a cópia desses trajes não fazia com que essas pessoas alcançassem o seu objetivo, pelo contrário, apenas os colocavam em posição de chacota e desdém por parte dos brancos, e chegavam a ser chamados de “macaquinhos de imitação”. Sendo assim, o povo negro se viu obrigado a articular outras maneiras de afirmação social. Com isso, surgiu o *zoot suit*, uma forma de protesto à discriminação econômica e racial da década de 1930. O terno, visivelmente divergente dos padrões da época, era composto por modelagens largas, tanto dos paletós, quanto das calças, cores vibrantes e ombreiras inusuais. Os *looks* eram acompanhados de acessórios chamativos, relógios e correntes douradas que chegavam a ultrapassar o tamanho dos casacos, chapéus e sapatos em duas cores.

Confeccionado em cores fortes (como azul-celeste), com chapéu combinando, usado com uma longa corrente dourada e um cinto com monograma, o terno *zoot* imediatamente identificava quem o vestia como parte de uma cultura diversa da branca, pois era oferecido apenas em bairros negros e usado somente por negros e hispânicos. O traje era uma afirmação contundente da identidade negra; representava ‘uma recusa subversiva a ser subserviente. (Crane, 2006, p. 361-362).

A emergência do terno *zoot* trouxe à tona características do vestuário masculino que desde o século XVIII já não eram mais usadas, indo de encontro com a sobriedade tida como

padrão e a valorização da ética do trabalho; a extravagância e a opulência confrontavam o conservadorismo, como forma de protesto e de identificação de um grupo racial e étnico. O excesso de tecido também era uma afronta à entrada do país na guerra, enquanto o racionamento era regulamentado, negros e hispânicos eram ainda mais chacoteados pelo restante da população. Além disso, a escolha por cores pouco práticas denota desprezo pelo aspecto utilitário da roupa e um tipo de demonstração de riqueza, pela despreocupação em se fazer notar. Logo, o contexto norte-americano fez com que o terno *zoot* se transformasse, de fato, em uma vestimenta de resistência, já que jovens negros vestidos de maneira considerada “fora dos padrões” eram perseguidos pela polícia e deixados completamente nus na rua por garotos brancos de gangues opostas do sul da Califórnia, fato este que não impediu que o terno fosse usado, pelo contrário, se tornou um símbolo de manifestação ideológica e resistência.

Figura 2 – Terno Zoot no Harlem, 1936



Fonte: Esquerda Online (2019). Disponível em: <https://esquerdaonline.com.br/2019/06/17/as-zoot-suit-riots-e-a-hipocrisia-estadunidense/>. Acesso em: 06 jan. 2025.

O terno *zoot* foi apenas um dos precursores para a formação de um estilo próprio do povo negro. Aqueles que, anteriormente, buscavam copiar o opressor, agora buscam criar uma identidade negra própria. Nesse contexto, Deyse de Almeida ressalta:

Naquele estágio, buscava-se negar a supremacia da cultura europeia que havia mutilado os continentes americano e africano em busca de riqueza e poder. Os padrões do colonizador e do explorador precisavam ser superados, pois não expressavam os interesses das minorias que conduziam a aspiração por mudança (Almeida, 2020, p. 72).

Dentre tantas coisas que excluía os negros de um padrão estético dentro da sociedade, o cabelo é, com certeza, um dos maiores exemplos. Para se encaixarem no “socialmente bonito”, o cabelo crespo natural, era substituído pelo estilo “liso europeu”, afetando diretamente a autoestima desses indivíduos. Outro artifício usado, majoritariamente pelos homens, era o corte de cabelo bem curto. Porém, a partir da década de 1960, com o desenvolvimento do “estilo negro” e a afirmação das suas identidades, passam a assumir a forma natural dos cachos, como aponta Almeida (2020).

A moda sempre foi muito significativa politicamente para o povo afrodescendente. Por meio dela, também, participantes do movimento político Panteras Negras² se estabeleceram e eram facilmente reconhecidos. Compunham as vestimentas símbolos militares e utilitários, como boinas e bolsos nas jaquetas, majoritariamente pretas e feitas em couro; além de calças, confeccionadas comumente em jeans, o tecido juvenil; e luvas negras. O look autêntico, geralmente vinha acompanhado de cabelos *black power*, expressão originada dentro da luta do povo negro por direitos civis que logo passou a ser utilizada para denominar os cabelos crespos e volumosos dos membros do movimento e, brevemente mais tarde, de todos os negros.

Figura 3 – Marcha dos Panteras Negras, 1968



² Os Panteras Negras fizeram parte de um movimento político e social que aconteceu nos Estados Unidos a partir da década de 1960, no contexto do movimento pelos direitos civis. O grupo defendia, entre outras coisas, a autodefesa armada e a emancipação dos negros. Combatiam a violência policial e a opressão racial. Inspiraram outros movimentos sociais ao redor do mundo e deram voz à comunidade negra.

Fonte: Aventuras na História (2021). Disponível em:

<https://aventurasnahistoria.com.br/noticias/vitrine/panteras-negras-conheca-o-movimento-armado-que-protegia-negros-da-violencia-policial.phtml>. Acesso em: 06 jan. 2025.

Na década de 1970, a *Soul Music* foi fundamental para trazer uma aparência particular para os negros. O movimento começou nos Estados Unidos e se difundiu de forma extraordinária, a ponto de chegar a diversas outras partes do mundo, como o Brasil. O estilo difundiu entre os seus adeptos o uso dos cabelos *black power*, sapatos de plataforma bicolores, camisas e calças coloridas. Características essas que não eram exclusivas do estilo *soul*, mas foram essenciais para o processo de criação de uma identidade racial. Sobre isso, Pedro D’Allevedo aponta em “1958, o ano que não terminou”:

Essa manifestação cultural desembarca no Brasil ainda na primeira metade dessa década, promovendo a valorização da negritude e de uma estética negra, pleiteando o reconhecimento e a consequente busca pelos direitos das populações negras (D’Allevedo, 2017, p. 102).

Figura 4 – The Jackson 5



Fonte: ALECE (2023). Disponível em: <https://www.al.ce.gov.br/noticias/lembrancas-96-apresenta-sucesos-de-the-jackson-5>. Acesso em: 18 jan. 2025.

Durante todo o processo de estabelecimento da identidade racial do povo negro, é inegável o hibridismo cultural entre os negros norte-americanos e os afrodescendentes

brasileiros. Nesse momento, os jovens negros brasileiros voltam suas atenções a artistas provenientes do cenário negro norte-americano, como James Brown e os Jackson Five, notadamente da *soul music*, que influenciaram diretamente na expressão de um comportamento que visava externar sua negritude. Muito provavelmente, a negritude já existia, apenas estava adormecida (D'Allevedo, 2017).

Nesse momento que ela é posta para fora, num movimento de construção de uma nova negritude local que se combinou com referenciais modernos e internacionais, especificamente aqueles assimilados da realidade norte-americana. (D'Allevedo, 2017, p. 107).

Apesar de não ter sido o primeiro, o surgimento do *hip hop*, que abrange estilo musical e estético, de fato, pode ser relacionado ao surgimento de um estilo específico do povo negro. O *hip hop* surgiu com o intuito dos negros compartilharem, da maneira mais democrática possível, suas vivências e sofrimentos da vida cotidiana. O movimento envolve, basicamente, três expressões: a música *rap*, a dança *break* e o grafite, representação visual (Almeida, 2015). O estilo, que não precisava de instrumentos caros, ou habilidades musicais muito apuradas, permitia que qualquer um se integrasse facilmente à prática da rima. A partir de então, é possível identificar esse acontecimento como um marco real da emancipação dos negros em sua maneira de vestir, já que a indústria da moda se viu obrigada a considerá-los consumidores específicos, ressalta Almeida (2020). As roupas eram escolhidas de acordo com as especificidades de cada um dentro do movimento. Os dançarinos de *break*, por exemplo, preferiam roupas que conferissem conforto e liberdade de movimentos. “Nesse sentido, a mídia desempenhou um papel fundamental para que o *hip hop* ganhasse os Estados Unidos e se espalhasse também pelo mundo”, Almeida (2020, p. 80) destaca. Rapidamente, simpatizantes começaram a surgir, obrigando os reais membros da subcultura a procurarem novas formas de se distinguir daqueles que queriam imita-los apenas pelo modismo. Assim, é possível identificar uma inversão de papéis. Até a década de 1970, os negros eram quase obrigados a imitar os signos das vestimentas do povo branco em prol de aceitação social. Agora, os negros da subcultura *hip hop* são imitados por pessoas de fora da comunidade, brancos inclusive, pelo simples fato do estilo estar na moda. Dessa maneira, o *hip hop* foi um caminho importante na trajetória dos negros em direção à fama e ascensão econômica. Os cantores passaram e usufruir de artigos luxuosos, como mansões, carros exclusivos, correntes de ouro, *grillz*³ e, claro, roupas de grifes de luxo, já que foi,

³ São chamadas *Grillz*, placas dentais, confeccionadas em materiais como metal, ouro ou outras pedras preciosas que se tornaram um acessório de moda e um símbolo de estilo e status, difundido, principalmente, dentro da comunidade negra através da ascensão de rappers norte-americanos.

majoritariamente, por meio dos rappers americanos que essa nova relação entre eles e o mercado foi estabelecida. Nesse contexto, o *rap* foi responsável por transmitir aos de fora da comunidade e, também aos de dentro, uma imagem positiva, do negro de sucesso, coisa que, até então, só era possível quando relacionada a uma carreira esportiva e “assim, ocorreu um verdadeiro intercâmbio de influências entre o esporte e a subcultura: rappers usavam itens de atletas do basquete e atletas se vestiam com signos do hip hop”, Almeida (2020, p. 85).

Logo, é fato que a construção da comunidade afrodescendente, em todo o mundo ocidental de maneira geral, levou tempo para acontecer. O avanço foi gradual, e contou com inúmeras ferramentas para fortalecer os sentimentos de identificação e afirmação do povo negro, para consigo mesmos e para com a sociedade, sendo a moda uma delas. Os homens, principalmente os negros, passam a usufruir de novos símbolos masculinos a serem seguidos, tendo como exemplos o *rapper* e o atleta, que substituem a antiga imagem do homem de terno como modelo de sucesso (Silva, 2017). Além disso, o aumento da valorização do lazer sobre o trabalho passa a ser outro detalhe definidor da aparência masculina (Crane, 2006). Toda a busca por mudanças, refletiu na solidificação dos ideais e reivindicações da comunidade, afetando, também, a estética do grupo, estabelecendo seus próprios padrões de beleza e fortificando sua cultura; processo que se movimenta até os dias de hoje e ganha novos vetores de transformação, como será apresentado no próximo capítulo.

3 LEWIS HAMILTON, APARÊNCIA E IDENTIDADE

Neste capítulo, tenho como objetivo apresentar a história do piloto de Fórmula 1 Lewis Hamilton, figura importante para o entendimento e demonstração desta pesquisa. Evidenciando sua trajetória como o único atleta de alto nível negro dentro da categoria, como também sua influência fora dela, além de analisar a sua relação com as causas sociais que defende e com a moda, ideais importantes para a construção de sua identidade. Nesse sentido, a adoção desta perspectiva permitirá compreender a concretização do personagem na linha do tempo, e a delimitação de mais um capítulo na história ancestral do povo negro, perdurando e evoluindo até os dias atuais, através de figuras como Hamilton.

Inicialmente, apresentarei uma contextualização da origem de Lewis Hamilton, baseada nos estudos “Piloto ativista: as ações políticas de Lewis Hamilton no mundo da fórmula 1” (2022) e “Quando um piloto se torna ícone? A contribuição dos veículos de comunicação para a construção da imagem de Lewis Hamilton como ativista antirracismo” (2023), ambos de Frederico Girnos e Tarcísio Silva, como também publicações biográficas de Frank Worrall (2016) e declarações do próprio piloto acerca de sua história. A seguir, optei por utilizar as ponderações de Diana Crane sobre os papéis sociais da moda (2006), pesquisas de Deyse de Almeida acerca da relação da moda com o movimento hip hop (2015), Elisabeth Murilho da Silva e seus apontamentos sobre a moda e esportistas como modelos de sucesso (2017) e Renato Ortiz com sua pesquisa acerca do universo do luxo (2019). Finalmente, utilizei considerações de Ana Santiago (2013) e Hugo Ramos Sousa (2010), ambos relacionados à mídia, publicidade e comunicação. Me aproveitarei das fronteiras abertas, que possibilitam a relação desta pesquisa com diversas áreas de estudo, como a moda e as ciências sociais.

Desta maneira, irei me debruçar sobre a trajetória de Lewis Hamilton até se tornar um dos maiores campeões da história da Fórmula 1 e, depois, como isso implicou no seu reconhecimento fora das pistas, sua influência ativista e *fashion* e, o mais importante, como tudo isso reverbera a identidade do povo negro, mediante um personagem tão engajado e ativo socialmente.

3.1 O PILOTO

Lewis Carl Davidson Hamilton, mais conhecido como Lewis Hamilton, um dos maiores campeões da Fórmula 1, nasceu no dia 7 de janeiro de 1985, na cidade de Stevenage, Reino

Unido. Filho de Carmen Larbalestier, inglesa e branca, e Anthony Hamilton, descendente de granadinos⁴ e negro. Seus antepassados, foram para a Europa na grande imigração do Caribe para as ilhas britânicas nos anos 1960. Assim, como apontam Frederico Girnos e Tarcísio Silva, Lewis se identifica como mestiço (Girnos; Silva, 2022). A realidade tensa da família Hamilton, começou antes mesmo de Lewis nascer. A chegada de seus avós na capital inglesa não foi muito tranquila. Os imigrantes não foram bem aceitos na região, já que os locais suspeitavam e sugeriam que os novatos roubariam seus empregos, causando um problema social (Worrall, 2016). Apesar de ter se mudado para o interior inglês, o avô de Hamilton, Davidson, não conseguiu encontrar em Stevenage uma realidade livre da discriminação racial. “Tinham 3 tipos de reações que famílias negras podiam esperar em Stevenage. Tinham aqueles que nos recebiam de braços abertos, aqueles que nos toleravam e aqueles que ativamente nos desprezavam...” (Younge, 1999, *online*)⁵.

Aos dois anos de idade, os pais de Hamilton se separaram e o piloto passou a morar com a sua mãe e irmãs. Lewis conta em seu livro autobiográfico, *My Story*, que por ser muito novo não entendeu o que estava acontecendo entre seus pais (Hamilton, 2007). Com isso, sua rotina mudou e o garoto passou a se encontrar com o pai apenas aos finais de semana. Anthony, desde sempre grande entusiasta do automobilismo, presenteou o menino com um carrinho de controle remoto e, a partir daí, viu uma nova paixão nascer em Lewis. Aos oito anos de idade, Hamilton deixou o controle remoto de lado para pegar nos volantes de fato, iniciando na categoria de *kart* e contando sempre com o apoio de seu pai. Ao ver o talento e o entusiasmo do filho, Anthony juntou dinheiro para comprar um *kart* de segunda mão, o incentivando a participar de corridas amadoras, o que logo evoluiu para competições locais e, é a partir desse momento que Hamilton passa a morar com seu pai, que chegou a trabalhar em 3 empregos diferentes para financiar o menino e as corridas. Sendo o único menino negro em um mundo dominado por brancos, os problemas financeiros não eram os únicos a atingir Lewis. Ele e sua família sofreram racismo diversas vezes durante a sua infância:

Também me lembro das adversidades como a única família negra na pista. Me lembro das coisas que gritavam para nós[...] naquele meio havia muito racismo e nós nem sempre éramos bem-vindos, mas ficávamos na nossa, e o meu pai dizia: ‘deixe para falar na pista’ nós

⁴ Natural, habitante ou cidadão das Ilhas Granadinas, ilhas de São Vicente e Granadinas, país no Caribe.
⁵ Disponível em: <https://www.theguardian.com/books/1999/sep/11/guardianfirstbookaward1999.gurardianfirstbookaward>. Acesso em: 24 ago. 2024.

sempre competíamos e silenciávamos os críticos com o desempenho⁶ (Hamilton, 2019, *online*).

Em 1995, Hamilton ganhou pela primeira vez o Campeonato Britânico de Cadetes, com apenas 10 anos, sendo o piloto mais jovem a conquistar esse feito. Durante uma festa comemorativa do campeonato, o jovem piloto se viu encorajado a pedir um autógrafo para Ron Dennis, até então chefe da equipe McLaren de Fórmula 1, o que fez com que a grande equipe ficasse de olho em Hamilton.

Figura 5 – Lewis Hamilton após vencer o Campeonato Britânico de Cadetes, 1995

⁶ *I also remember the kind of adversity we face being the only black family on the track. And I remember the things that were shout to me and us [...] on the scene there was racism we weren't always particularly welcomed, but we just capt to ourselves and my dad always says 'do you talk on the track'. So we just always go out and silence our critics by performance* (Tradução da autora). Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8089222>. Acesso em: 24 ago. 2024.



Fonte: Lewis Hamilton via Instagram (2019). Disponível em: https://www.instagram.com/p/B4j56MUAo_4/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNW FIZA. Acesso em: 30 jul. 2024.

Em 1998, com seus bons resultados, o piloto recebeu um convite pessoal de Dennis, para participar de um programa de desenvolvimento de jovens pilotos da McLaren, em conjunto com a Mercedes. O contrato, de longo prazo e em formato totalmente novo, oferecia todo apoio necessário para a sua carreira e as equipes teriam a opção de contratá-lo quando ele chegasse à idade de correr pela Fórmula 1. Cerca de dois anos depois, superando todos os estigmas, sociais, raciais e econômicos, Lewis Hamilton foi campeão europeu de *kart*, superando o jovem piloto alemão, Nico Rosberg, seu companheiro de time e filho do dono da equipe, Keke Rosberg⁷.

⁷ Keke Rosberg também é ex-piloto de Fórmula 1. O finlandês, que atuou na categoria de 1978 a 1986, ficou famoso na década de 1980, ganhando apenas um título mundial em 1982 pela equipe Williams. Disponível em: <https://ge.globo.com/motor/formula-1/blogs/fl-memoria/post/2020/12/06/keke->

Nas temporadas seguintes Hamilton se destacou extraordinariamente em diversas categorias, como a Fórmula Renault Britânica e a Fórmula 3 Europeia, chegando a participar pela primeira vez da GP2⁸, em 2006. Em seu ano de estreia, Hamilton venceu a competição, o que o levou a ser contratado pela McLaren para ser o parceiro de equipe do atual bicampeão do mundo, Fernando Alonso, na Fórmula 1 (Girnos; Silva, 2022), até então, o piloto mais jovem a conseguir esse feito, com apenas 22 anos. Apenas um ano depois, em sua estreia na maior categoria do automobilismo, o jovem piloto terminou o campeonato na posição de vice-campeão, além de quebrar inúmeros recordes na categoria, incluindo o grande marco de ser o primeiro piloto negro a vencer uma corrida de Fórmula 1 e, até hoje, o único.

Durante a temporada de 2008, Girnos e Silva ressaltam:

Durante o Grande Prêmio da Espanha, na casa de Alonso, viu nas arquibancadas torcedores do espanhol usando palhas de aço no lugar do cabelo, pintarem suas caras de preto e usarem camisas com os dizeres ‘família do Hamilton’ (Girnos; Silva, 2022, p. 4).

Apesar de se mostrar um grande piloto na categoria, ao ponto de ser capaz de competir com o atual campeão, a trajetória de Hamilton não foi livre de percalços. Pelo contrário, a realidade foi bastante desafiadora. Suas vitórias e recordes pareciam não ter tanta importância quanto a sua cor de pele.

Figura 6 – Fãs de Fernando Alonso fazendo *blackface*⁹ durante testes de Hamilton no Circuito da Catalunha, Espanha, 2008

[rosberg-foi-um-dos-pilotos-icone-dos-anos-1980-com-um-titulo-e-show-de-controle-do-carro.ghtml](#). Acesso em: 8 set. 2024.

⁸ Competição que reúne os melhores jovens pilotos do planeta; principal porta de entrada para a Fórmula 1.

⁹ Termo usado para se referir ao ato de pintar, principalmente, o rosto com tinta preta, com a intenção de ridicularizar pessoas negras e servir de entretenimento. Prática que começou na década de 1830 para criar um mecanismo de estigma sobre a população negra após a abolição da escravidão nos Estados Unidos.



Fonte: Blog F1 Memória (2020). Disponível em: <https://ge.globo.com/motor/formula-1/blogs/f1-memoria/post/2020/02/02/o-dia-em-que-lewis-hamilton-foi-vitima-de-racismo-durante-testes-no-circuito-de-barcelona.ghtml>. Acesso em: 29 jul. 2024.

Diante dos fatos, a equipe McLaren emitiu uma nota, dizendo: “A McLaren corre e testa em circuitos espanhóis há muitos anos, e todos aqueles ligados à equipe veem a Espanha e os espanhóis com grande afeto, incluindo Lewis” (Sabino, 2020, *online*)¹⁰. A equipe preferiu não se indispor com os fãs espanhóis, a se posicionar contra os ataques racistas direcionados ao seu piloto principal daquele momento. A falta de posicionamento da equipe demonstra a rigidez do sistema no qual está inserida. Ao invés de usar a sua influência e autoridade para repudiar os acontecimentos, escolheu amenizar a situação, fugindo de problemas e polêmicas. Enquanto que a FIA declarou:

A FIA está surpresa e desapontada pelos abusos direcionados a Lewis Hamilton. Insultos dessa natureza são clara violação aos princípios protegidos pelos nossos estatutos. Qualquer repetição disso resultará em sérias sanções (Sabino, 2020, *online*).

Mesmo sendo um pouco mais dura, o posicionamento não acarretou em nenhuma grande mudança. O racismo, ignorado pelas autoridades envolvidas e o piloto impedido de se expressar.

¹⁰ Disponível em: <https://ge.globo.com/motor/formula-1/blogs/f1-memoria/post/2020/02/02/o-dia-em-que-lewis-hamilton-foi-vitima-de-racismo-durante-testes-no-circuito-de-barcelona.ghtml>. Acesso em: 24 ago. 2024.

Em detrimento do racismo, ao final da sua segunda temporada, em 2008, o piloto conquistou o tão sonhado título mundial de Fórmula 1 pela primeira vez, sendo o piloto mais jovem a conseguir esse feito, até então. Depois de longos anos sem vencer, em 2014, o piloto estreou em sua nova e atual equipe, a alemã Mercedes Benz, emplacando uma série de vitórias nos anos de 2014, 2015, 2017, 2018, 2019 e 2020.

Figura 7 – Lewis Hamilton comemorando seu primeiro título no GP do Brasil, 2008



Fonte: Motorsport (2018). Disponível em: <https://motorsport.uol.com.br/f1/news/hamilton-nao-sei-se-eu-me-recuperaria-de-derrota-em-2008/3209029/>. Acesso em: 29 jul. 2024.

Após conquistar os 7 títulos, ainda em 2020, o piloto foi nomeado cavaleiro no Reino Unido e recebeu o título de ‘*Sir*’. Hamilton foi nomeado na lista de honrarias e recebeu o título do Príncipe Charles por seus serviços no automobilismo. A lista de honras reconhece aqueles que alcançaram a excelência em uma variedade de atividades, incluindo celebridades e anônimos. Ademais, o piloto tem uma relação bem estabelecida com o Brasil e com os seus fãs brasileiros. Hamilton se declara abertamente fã do ex-campeão de Fórmula 1, Ayrton Senna, o que colaborou para aumentar a sua afinidade com o país. Todo o seu carinho, foi demonstrado ser recíproco, ao ganhar o título de cidadão brasileiro honorário, em 2022. A justificativa seria a homenagem feita pelo piloto em 2021, ao ganhar o GP de Interlagos, em São Paulo, e dedicar a vitória a Ayrton Senna.

Hoje o piloto se iguala a Michael Schumacher¹¹ em número de títulos e, é o maior recordista em número de pódios, número de vitórias, número de *poles*¹², entre outros inúmeros recordes que o piloto continua a quebrar a cada corrida. Mesmo com todo o seu sucesso na F1, Lewis Hamilton não presenciou, até hoje, a entrada de outros pilotos negros na categoria. Apesar de todas as suas conquistas e trabalho, poucas alterações aconteceram acerca do racismo preso ao sistema elitista e branco do automobilismo. O que levou o heptacampeão a utilizar a sua notoriedade para mudar essa realidade, como descreverei a seguir.

3.2 O PILOTO ATIVISTA E A FÓRMULA 1

Desde a sua entrada na Fórmula 1, Lewis Hamilton já parecia ser um grande atleta. A cada corrida concluída, o piloto batia seus próprios recordes e, também de seus concorrentes, o que acarretou em uma série de vitórias e títulos mundiais. Com isso, a partir de 2014, o público pôde ver um novo comportamento do piloto, dentro e fora das pistas. A timidez e a quietude das temporadas anteriores, se transformaram em maturidade e confiança. Sua verdadeira personalidade foi exposta, conseguindo ser quem ele queria ser e não quem queriam que ele fosse. O comportamento acompanhou também uma série de mudanças em sua aparência, que será o foco da próxima seção.

A partir de 2017, o até então tricampeão, começou a implementar na F1 uma realidade que antes não se via. O ano foi marcado pela preocupação de Hamilton fora das pistas. O piloto começou a se posicionar abertamente, principalmente através de suas redes sociais, em favor da defesa dos animais e do meio ambiente, além da sua luta contra a desigualdade social e a violência policial. Neste mesmo ano, Lewis anunciou sua decisão em se tornar vegano, retirando de sua dieta todo e qualquer alimento de origem animal. Para parte do público, seus posicionamentos são um tanto quanto “hipócritas”, principalmente vindos de um piloto de

¹¹ Michael Schumacher é ex-piloto de Fórmula 1. O alemão detém uma série de recordes e, além de Hamilton, foi o único piloto a conquistar sete vezes o título de campeão mundial da categoria. Conquistou seu primeiro título em 1994 e repetiu esse feito em 1995, 2000, 2001, 2002, 2003 e 2004, sendo cinco desses pela equipe Ferrari. Em dezembro de 2013, sofreu um acidente enquanto esquiava nos Alpes Franceses. O ex-piloto, com 44 anos na época, foi atirado a dez metros de distância, batendo a cabeça em pedras. Devido à gravidade do acidente, foi colocado em coma induzido e, por causa da importunação da imprensa, a família Schumacher decidiu manter total sigilo sobre o estado de saúde de Michael. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/esportes/noticia/2024/07/05/michael-schumacher-o-que-se-sabe-sobre-o-estado-de-saude-do-ex-piloto-apos-acidente-do-esqui.ghtml>. Acesso em: 9 set. 2024.

¹² *Pole*, conhecida como *pole position*, é a primeira posição em que um piloto pode largar a corrida na Fórmula 1.

Fórmula 1, um dos esportes menos sustentáveis existentes, como afirmou James Robinson, um dos maiores fazendeiros de Kendal na Inglaterra, em entrevista para o site Farmers Guardian (Robinson, 2017)¹³. Mesmo em meio às críticas, o piloto não deixou de se movimentar e, continuou em contato com outros pilotos e responsáveis pelas corridas em um esforço para reduzir os impactos da Fórmula 1 sobre o meio ambiente, além de cobrar mais sustentabilidade dos líderes mundiais. “A extinção da nossa raça torna-se cada vez mais provável à medida que usamos os nossos recursos. Os líderes mundiais não têm educação ou não se preocupam com o ambiente de jeito nenhum”¹⁴, afirmou o piloto através de suas redes sociais (Hamilton, 2019, *online*).

Outro ponto importante para demonstrar a importância ativista de Hamilton, dentro e fora da F1, é a sua luta antirracista. Frederico Girnos e Tarcísio Silva afirmam que em mais de 70 anos de história da Fórmula 1, jamais se viu um piloto negro, além de Lewis Hamilton, atuar na categoria (Girnos; Silva, 2023). O piloto britânico esperava que suas vitórias abrissem portas para outros meninos negros nas categorias de formação da F1, mas, infelizmente, não foi o que aconteceu. Apesar de todas as suas conquistas, o sistema elitista e majoritariamente branco permaneceu praticamente o mesmo e, “[...]foi então que ele percebeu que ficar calado sobre seus sentimentos e sobre tudo o que via não era a solução” (Girnos; Silva, 2022, p. 4). O piloto, que sempre foi orientado a “deixar para falar na pista”, ignorando todo o racismo que sofria, apenas vencendo os adversários, compreendeu que somente o silêncio e seus títulos não seriam o suficiente para mudar essa realidade e achou, em sua reputação de multicampeão, uma forma de se posicionar e não se deixar calar.

“A Fórmula 1 é um esporte extremamente elitista, dominado por pessoas brancas e com uma porta normalmente fechada quando o assunto são os movimentos sociais” (Girnos; Silva, 2022, p. 4). Apesar de sempre parecer preocupado com causas sociais, se manifestando através de suas redes sociais, Hamilton começou a se posicionar ativamente contra atitudes da Fórmula 1 em 2020. Com o crescimento dos protestos do *Black Lives Matter*¹⁵, decorrente da morte de

¹³ Disponível em: <https://motorsport.uol.com.br/f1/news/veganismo-hipocrita-de-hamilton-irrita-fazendeiros-955699/1646370/>. Acesso em: 24 ago. 2024.

¹⁴ *Extinction of four race becoming more and more likely as we over use our resources. World leaders either uneducated or don't care about the environment at all* (Tradução da autora). Disponível em: <https://revistamonet.globo.com/Noticias/noticia/2019/10/lewis-hamilton-preocupa-fas-apos-desabafo-nas-redes-sociais-querer-desistir-de-tudo.html>. Acesso em: 24 ago. 2024.

¹⁵ *Vidas Negras Importam* (Tradução da autora). Movimento ativista internacional que teve origem na comunidade afro-americana, voltado para campanhas contra a violência direcionada às pessoas negras.

George Floyd¹⁶. O piloto protestou através de sua conta no Instagram e, também esteve presente em manifestações nas ruas de Londres.

Figura 8 – Lewis Hamilton em protesto pacífico do movimento BLM, Londres, 2020

¹⁶ George Floyd, afro-americano, foi assassinado em 25 de maio de 2020, vítima de violência policial nos Estados Unidos. O então policial de Minneapolis, Derek Chauvin, ajoelhou-se no pescoço dele durante mais de oito minutos, enquanto estava deitado de bruços na estrada. O acontecido, gerou grande revolta social e uma onda de protestos antirracistas ao redor de todo o mundo.



Fonte: Instagram (2020). Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CBtUH0OBRf3/?igsh=MTRmcXloczZwYjVzdQ>. Acesso em: 7 ago. 2024.

O piloto afirmou através da sua conta no Instagram:

Fiquei orgulhoso de estar reconhecendo e apoiando o movimento *Black Lives Matter* e minha herança negra [...] tenho uma sensação extremamente positiva de que a mudança vai acontecer, mas não

podemos parar agora. Continuem pressionando.¹⁷ (Hamilton, 2020, *online*).

Ao perceber que o público recebeu seus posicionamentos de forma positiva, Lewis continuou de outras formas e inovou, utilizando camisetas com frases políticas.

Em um primeiro momento com ‘*Black Lives Matter*’ estampado, mas conforme suas ações começaram a se mostrar positivas, passou a trazer mais e mais frases e significados diferentes, em momentos cada vez mais ‘fora da linha’. (Girnos; Silva, 2022, p. 5).

O piloto se aproveitou de cerimônias de pódios, que são extremamente padronizadas e tradicionais, para tirar o macacão da equipe, deixando à mostra uma camiseta com os dizeres “Prendam os policiais que mataram Breonna Taylor”¹⁸. O seu posicionamento incomodou a FIA, que tentou sabotar suas manifestações, através de multas e novas regras, que proibiram o uso de camisetas com manifestações políticas, sendo permitido apenas o uso dos macacões de uniformes das equipes, com a justificativa de que estaria buscando garantir a “integridade das equipes” (Girnos; Silva, 2022). Neste caso, os macacões da Fórmula 1 assumem uma posição similar à dos ternos citados por Diana Crane em seu estudo sobre o papel social da moda, “o terno de trabalho começa a ser visto mais como um uniforme que esconde a identidade do indivíduo do que um traje que a revela” (Crane, 2006, p. 343).

Figura 9 – Lewis Hamilton com camiseta política no pódio do GP de Toscana, Itália, 2020

¹⁷ *I was proud to be out there acknowledging and supporting the Black Lives Matter movement, and my black heritage. [...] I'm feeling extremely positive that change will come, but we cannot stop now. Keep pushing.* (Tradução da autora). Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CBtUH0OBRf3/?igsh=MTRmcXloczZwYjVzdQ==>. Acesso em: 7 ago. 2024.

¹⁸ *Arrest the cops who killed Breonna Taylor* (Tradução da autora). Breonna Taylor de 26 anos, outra vítima da violência policial norte-americana. Foi morta a tiros por policiais de Louisville, em 13 de março de 2020, dentro do seu próprio apartamento. A jovem foi baleada oito vezes. Sua morte também motivou protestos por todo o mundo em apoio ao movimento *Black Lives Matter*.



Fonte: Estadão (2022). Disponível em: <https://www.estadao.com.br/esportes/velocidade/fia-manifestacoes-formula-1-hamilton-vettel/>. Acesso em: 9 ago. 2024.

A mesma autora ressalta a importância da camiseta como meio identificador daquele que a veste. A decoração das camisetas com dizeres impressos ou desenhos surgiu na década de 1940, com rostos e *slogans* de políticos por exemplo, mas desde o século XIX as peças já eram utilizadas com o intuito de identificar seu usuário com uma organização ou com equipes esportivas. Diferentes posicionamentos ligados a ideologia, política, raça, gênero e lazer são transmitidos através de uma camiseta. (Crane, 2006).

Algumas vezes, elas usam camisetas para demonstrar seu apoio a causas sociais e políticas, grupos ou organizações com os quais estão comprometidas. Eventualmente, a camiseta se torna um meio de resistência das camadas populares (Crane, 2006, p. 349).

Neste caso, é possível perceber que a manifestação não vem da camada popular, mas se relaciona diretamente com pessoas dessa classe social. O uso da camiseta política por Lewis Hamilton constitui uma forma de protesto, ao ponto que transmite e comunica seus ideais antirracistas, o que gera uma identificação com outros afrodescendentes ao redor do mundo, como também com os simpatizantes dessa mesma ideologia e, conseqüentemente, firma sua identidade relacionada às causas ativistas que pratica.

Após a proibição, o britânico apareceu com óculos personalizados da marca Police, para a qual já havia colaborado numa linha de óculos anteriormente, no GP da Rússia de 2020 com a frase “*Black Lives Matter*”. Exemplos como este, que só podem ser vistos de perto, evidenciam a consciência que Hamilton tem acerca de sua imagem midiática. O piloto é fotografado de maneira que as frases fiquem legíveis, provavelmente lhes dando um destaque maior do que receberiam se estivessem em camisetas, pois revela, ao mesmo tempo, sua atitude ativista e sua tentativa de driblar as regras feitas para silenciá-lo. Além disso, o piloto continua a exibir seus posicionamentos através de mensagens em seus capacetes, por exemplo, frustrando as tentativas da Federação de evitar protestos durante as cerimônias.

Figura 10 – Lewis Hamilton com óculos personalizado da Police no GP da Rússia, 2020



Fonte: Cultura UOL (2020). Disponível em: https://cultura.uol.com.br/esporte/noticias/2020/09/29/184_apos-veto-de-camisetas-hamilton-inova-em-protesto-antirracismo.html. Acesso em: 9 ago. 2024.

Diante de tudo isso, o piloto britânico fundou a Mission 44¹⁹. A instituição foi fundada em 2021 com o objetivo de construir um futuro mais justo, acreditando que um sistema educacional inclusivo, em conjunto com oportunidades de emprego e empoderamento dos jovens são capazes de estabelecer igualdade dentro do automobilismo, aumentando a presença

¹⁹ Missão 44. O nome é uma referência ao número do carro de Lewis e uma lembrança de que é possível ter sucesso independente da sua origem.

de minorias no esporte. A organização não governamental de Hamilton tem por alvo jovens do Reino Unido, Estados Unidos e Brasil e conta com uma rede de parceiros em todo o mundo, além de ser a primeira ONG a ser apoiada de forma oficial pela F1, que promoveu durante o GP da Inglaterra de 2024 um evento de *networking* para estudantes. O evento reuniu jovens parceiros de organizações de caridade e os colocou frente a empregadores do ramo automobilístico para trocarem ideias sobre como melhorar o acesso à funções STEM²⁰. No Brasil, especificamente, a instituição começou suas pesquisas de forma mais ativa em 2023. Stephanie Travers, engenheira e diretora sênior de desenvolvimento na Mission 44, afirmou que “foi uma grande experiência para ele estar envolvido, mas também para nós na Mission 44, aprender sobre o Brasil e vir aqui antes de começar o trabalho” (Travers, 2023, *online*)²¹. A ONG já estabeleceu parcerias com a Uneafro Brasil²², com o Ceap²³ e com a Ação Educativa²⁴, levando 60 estudantes da capital paulista ao Autódromo de Interlagos em São Paulo para um encontro e conversa com o heptacampeão. Os estudantes discutiram acerca dos desafios e barreiras que eles enfrentam e detalharam a realidade da juventude brasileira. Com isso, Hamilton apontou um prazo de dois anos para o estabelecimento de iniciativas voltadas para os estudantes no país.

Figura 11 – Encontro de jovens brasileiros com Lewis Hamilton promovido pela Mission 44, São Paulo, 2023

²⁰ *Science, technology, engineering, mathematics*. Sistema de aprendizado científico, o qual agrupa disciplinas educacionais em ciência, tecnologia, engenharia e matemática.

²¹ Disponível em: <https://ge.globo.com/motor/formula-1/noticia/2023/11/06/lewis-hamilton-traz-projeto-de-diversidade-na-f1-ao-brasil.ghtml>. Acesso em: 9 set. 2024.

²² Uneafro Brasil é um movimento que se organiza em núcleos de educação popular e formação política pelas periferias de São Paulo, entre outros locais, e lutam em prol da igualdade de oportunidades para minorias sociais, como a população negra, indígena e quilombola.

²³ Centro Educacional Assistencial Profissionalizante (Ceap) é uma ONG na capital paulista que atua no modelo de escola profissionalizante gratuita, oferecendo anualmente cursos de formação e qualificação profissional para jovens em situação de vulnerabilidade socioeconômica.

²⁴ Ação Educativa é uma associação civil sem fins lucrativos que atua nos campos da educação, da cultura e da juventude, na perspectiva dos direitos humanos.



Fonte: Instagram (2023). Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CzM5sXCPIH8/?igsh=MWc0bWo1OWVlbXl2NQ>. Acesso em: 10 ago. 2024.

Após a sua criação, a instituição lançou The Hamilton Commission²⁵. O que incitou o desenvolvimento do estudo foi a falta de representatividade na foto da equipe Mercedes no final da temporada de 2019. Após 10 meses de pesquisa, a Comissão publicou o seu relatório,

²⁵ Relatório que analisou motivos para a falta de diversidade étnico-racial no automobilismo que inclui 10 recomendações de mudança.

“Acelerando a mudança: melhorando a representação de pessoas negras no automobilismo do Reino Unido”²⁶, que inclui, por exemplo, solicitações para que as equipes de Fórmula 1 ampliem o acesso ao automobilismo expandindo programas de aprendizagem e experiência de trabalho, pedido de apoio a novas abordagens para aumentar o número de professores negros em projetos STEM e lançamento de programas de bolsas de estudo para ajudar graduados negros com diplomas em engenharia a progredir para funções no automobilismo. Toda essa movimentação chamou a atenção de Stefano Domenicali, presidente e CEO da Fórmula 1 que afirmou que o esporte está comprometido com a mudança e tomará medidas (Domenicali, 2021, *online*)²⁷. Até hoje, Hamilton já investiu cerca de 20 milhões de libras na instituição, o que corresponde a cerca de 140 milhões de reais.

3.3 O PILOTO FASHIONISTA

A discussão sobre a relação entre moda e esporte nos leva aos anos 1990. Diana Crane, em seu livro *A Moda e seu Papel Social*, ressalta que é a partir desta década que as vendas de terno diminuem consideravelmente, já que deixou de ser o traje de trabalho masculino. Sendo assim, a imagem do homem de terno também deixa de ser o modelo a ser seguido pelos homens que almejam sucesso masculino (Crane, 2006). Diante dessa realidade, as roupas e calçados esportivos começam a ganhar destaque, como ocorreu com Adidas e Nike (Silva, 2017). Poucos anos antes, na década de 1980, as mudanças já começaram a acontecer. A Adidas encontrou no movimento *hip hop* uma estratégia de sucesso para se estabelecer no mercado, já que a Nike, até então, levava a preferência dos jovens norte-americanos e a Rebook prevalecia sobre o mercado fitness (Almeida, 2015). Dessa forma, é possível identificar a ascensão do Run DMC²⁸ totalmente ligada a esse fato. Nessa mesma época, o *rap*, de maneira geral, não era considerado comercial pela mídia, devido suas canções serem “agressivas demais”, como as músicas “*You’re Gonna Get Yours*” (Você vai pegar o seu – tradução da autora) e “*Sophisticated Bitch*” (Cadela sofisticada – tradução da autora) do grupo Public Enemy²⁹, que contavam sobre as

²⁶ *Accelerating Change: Improving Representation of Black People in UK Motorsport* (Tradução da autora).

²⁷ *The sport is committed to change and will take action.* (Tradução da autora). Disponível em: <https://www.formula1.com/en/latest/article/hamilton-commission-makes-10-recommendations-in-first-report-on.1SKHcdJsRgLqccqggddWdV>. Acesso e: 24 ago. 2024.

²⁸ Grupo de *hip hop* responsável por influenciar a disseminação do estilo *rap*, além de misturar com novos ritmos, como rock e *heavy metal* e estreitar os laços entre o *hip hop* e a moda.

²⁹ Grupo de *rap* norte-americano formado em 1982 que trouxe ao gênero um conteúdo mais politizado, o que o ligou a cultura e ao conhecimento.

rotinas dos bairros marginalizados e suas relações com armas e prostitutas, respectivamente. Mesmo com a alta identificação e apreciação da juventude, principalmente a negra, a mídia relutava em reconhecer os valores do estilo que transformou a cultura do *hip hop* (Almeida, 2015). Uma das principais escolhas do grupo Run DMC, eram os tênis Adidas, que eram usados sem cadarço, o que gerou a admiração e imitação dos inúmeros jovens que os seguiam. O calçado se transformou em um signo próprio do grupo, que recebeu até mesmo uma homenagem através da música “My Adidas” (Almeida, 2015). Mais especificamente em 1987, a Adidas anunciou sua nova linha de calçados *Run DMC: a Super Star e a Ultra Star*, modelos desenhados para serem usados sem cadarço, após uma apresentação do grupo em sua turnê no ano anterior. Foi a primeira vez que tênis eram propagados por personalidades não ligadas a área esportiva, como cita Deyse de Almeida em seu estudo sobre os Diferentes Papéis da Moda no Universo Hip Hop. A parceria foi significativa para ambos os lados, fazendo com que a moda *hip hop* ultrapassasse as fronteiras da periferia e conseguisse se tornar um exemplar da cultura urbana e, ajudando a marca Adidas a estabelecer o seu público-alvo ampliando sua participação no mercado (Almeida, 2015). Nesse contexto, é possível traçar uma relação entre moda esportiva e subculturas urbanas. Crane ressalta que “lucros extraordinários para confecções que atendem o mercado jovem dependem da seleção de roupas de músicos de *rap* dos bairros negros” (Crane, 2006, p. 364-365).

Na década de 1990, ainda é possível destacar a marca italiana de moda, Benetton, e a forma como a grife estreitou os laços com o mundo esportivo. Ao longo dos anos 1980, a marca United Colors of Benetton patrocinou duas equipes de Fórmula 1: a inglesa Tyrrell, e a também italiana Alfa Romeo. Porém, a grande ousadia aconteceu em 1986, quando Luciano Benetton, dono e um dos fundadores da marca, decidiu assumir uma equipe por cerca de dois milhões de libras, o que corresponde a mais de quatorze milhões e quinhentos mil reais atualmente. Nos primeiros anos, a equipe denominada Benetton Formula desempenhou o papel de *outsider*, cujo principal objetivo era importunar as duas grandes equipes da época: a americana Williams e a italiana Ferrari. A equipe e a grife atingiram seu auge nos anos 1990, com uma de suas maiores associações: a contratação de Michael Schumacher. Depois de conquistar o terceiro lugar em 1993, o piloto venceu pela primeira vez a classificação dos pilotos em 1994, e consecutivamente no ano seguinte, o que gerou o triunfo da marca de moda. Anos antes, por volta da década de 1980, a grife já havia alcançado sua popularidade com as camisetas de todas as cores possíveis, através das publicidades de Oliviero Toscani. Porém, ao longo do tempo, as publicidades se tornaram cada vez mais polêmicas, a ponto de lojas serem atacadas em razão de suas propagandas cômicas. A associação com a Fórmula 1 contribuiu para

que a respeitabilidade da marca fosse reestabelecida. As boas colocações da equipe no campeonato e a parceria com Schumacher, alavancaram exponencialmente a popularidade da marca e concederam-na um amplo conhecimento de fibras e tecidos de alta tecnologia que agregam valor à grife italiana até hoje. Na mesma época, outra marca que se estabeleceu a partir de publicidades voltadas à associação com músicos populares foi a Tommy Hilfiger, tornando-se uma das confecções mais bem-sucedidas do mundo (Crane, 2006, p. 365). A marca começou quando Thomas Jacob Hilfiger, fundador e até hoje designer principal, decidiu comprar jeans com a finalidade de customizar as peças e revende-las. Thomas apresentou em 1985, com a fundação oficial da marca, sua primeira coleção de roupas masculinas que foi voltada a jovens universitários. É, hoje, uma das maiores marcas de *lifestyle* do mundo, reconhecida internacionalmente por celebrar a essência do estilo *cool* clássico americano, o que atualmente é chamado de estilo *preppy*³⁰. A marca foi a patrocinadora das turnês mundiais dos Rolling Stones, em 1997 e 1999, o que contribuiu para que a marca caísse no gosto popular juvenil. Porém, não foi apenas a cultura popular que ajudou a alavancar a marca. Sua relação com o mercado esportivo também foi extremamente importante para sua consolidação no mercado. Em 1991, a Tommy ingressou no mundo automobilístico, com o patrocínio de três anos à equipe Lotus de Fórmula 1. E não parou por aí. A marca norte-americana foi a primeira marca não automotiva a patrocinar a equipe da Ferrari, contendo uniformes desenhados pelo próprio estilista em 1998. Mais de 17 anos depois, em 2018, a marca anunciou o seu retorno ao universo do automobilismo com o patrocínio plurianual da equipe Mercedes-AMG Petronas de Fórmula 1. Nesse mesmo ano, Lewis Hamilton já era tetracampeão mundial, sendo três desses quatro títulos conquistados com a equipe Mercedes. Porém, para entender melhor a relação do piloto com a Tommy Hilfiger, e com o mercado de luxo de maneira geral, é preciso destacar alguns acontecimentos. Desde a ascensão de David Beckham, ver atletas em desfiles de moda, exibindo seus estilos modernos e seguros, revelando-se grandes apreciadores de itens de luxo se tornou algo habitual (Silva, 2017). A celebração dos atletas, como os jogadores de futebol, a partir da década de 1990, permitiu que essas figuras desfrutassem de um estilo de vida que antes era característico apenas de celebridades do cinema ou da música pop.

Se antes eram associados com mais frequência ao vestuário esportivo, agora atletas também ocupam o lugar de modelos de roupas masculinas de luxo e seus comportamentos, e cortes de cabelo e estilos

³⁰ *Preppy* que traduzindo do inglês significa “formal”. Estilo que se caracteriza por um visual sofisticado e, ao mesmo tempo, descontraído e casual. Originário da sociedade elitista norte-americana na década de 1970.

característicos são imitados por adolescentes e jovens do mundo inteiro, considerando o alcance global de muitos deles (Silva, 2017, p. 175).

Essa nova relação entre jogadores de futebol e itens de luxo foi possível devido a sua popularização internacional, promovida pelos avanços midiáticos, principalmente televisivos, nas décadas de 1970 e 1980. Os canais de notícias esportivas estavam cada vez mais interessados em exibir as vidas pessoais dos jogadores, disseminando seus estilos, gostos e visões de mundo, fazendo com que suas imagens se estabelecessem cada vez mais entre o público internacional o que, conseqüentemente, gerou o maior uso de seus rostos em campanhas publicitárias de marcas globais (Silva, 2017). Devido ao fato da maioria desses jogadores serem advindos de origens periféricas, essas campanhas geraram uma maior identificação com o público em geral, que se via representado por essas personalidades. Esta é uma realidade que não se limitou apenas a jogadores de futebol. Mesmo com processos um pouco diferentes, os avanços das mídias sociais contribuíram para disseminar a transmissão de esportes que até então não eram tão populares fora da Europa, como a Fórmula 1, por exemplo. Desde a década de 1970, canais de TV aberta brasileira, como a TV Record e a Rede Globo, buscaram transmitir as corridas da categoria, devido a entrada de pilotos brasileiros na mesma época, como Emerson e Wilson Fittipaldi, em seguida Nelson Piquet nos anos 1980 e 1990, Ayrton Senna no final dos anos 1980 e começo dos anos 1990 e, mais recentemente, Felipe Massa e Rubinho Barrichello nos anos 2000. Embora, todos fossem brancos e de elite, acabaram sendo muito populares em razão da mídia que os promovia. O empenho da rede de televisão Bandeirantes em se firmar como canal esportivo no Brasil, teve grande influência nesse aspecto (Silva, 2017). Se atletas de esportes populares, como o futebol alavancaram suas carreiras a ponto de serem estrelas de campanhas da moda de luxo, quanto mais os atletas de esportes que já estavam envolvidos nesse universo, como os pilotos da Fórmula 1. A esse respeito, Renato Ortiz, em seu estudo sobre o universo do luxo, define esse universo como:

[...] um território no interior do qual habita um modo de ser e estar no mundo: ele é constituído por indivíduos, instituições, práticas e objetos. Trata-se portanto, de um todo, totalidade na qual a integração das partes que o compõem faz-se necessária, elas encontram-se interligadas (Ortiz, 2019, p 65).

Isto é, não são apenas os objetos que compõem esse universo que conferem a ele essa excepcionalidade, mas também práticas, ideologias e instituições. Por exemplo, as marcas patrocinadoras desse esporte, como Rolex, Ferrari Trento e Qatar Airways, os orçamentos milionários das equipes, que chegam a ultrapassar 500 milhões de dólares, ou seja mais de 2 bilhões de reais, tecnologias e engenharias de ponta, todos esses elementos partilham de um

valor simbólico, que vai muito além de seus valores econômicos, que lhes dão sustentação e coerência. Esses objetos não podem ser compreendidos da mesma maneira se analisados isoladamente, todos fazem parte de um sistema de significados que os transcende. Ortiz estabelece quatro argumentos sólidos que definem, arquitetam e fundamentam a geografia desse universo, sendo eles: excepcionalidade, raridade, tradição e identidade. Ou seja, o luxo está relacionado a muitos atributos, que excedem a apenas um preço mais elevado. Assim, é evidente que o ambiente da Fórmula 1 se enquadra no universo do luxo delimitado por Renato Ortiz.

Dessa forma, é fácil entender como Lewis Hamilton se tornou símbolo publicitário de diversas marcas de luxo. Tudo isso, finalmente, resultou na parceria da equipe Mercedes com a Tommy Hilfiger, em 2018. O patrocínio destinado à equipe, logo foi seguido do título de Hamilton a embaixador global da marca e o lançamento da sua primeira parceria particular, denominada TommyxLewis. A coleção cápsula destinada à temporada outono/inverno de 2018 foi a primeira das quatro colaborações; duas em 2019, para as estações de outono/inverno e primavera/verão do mesmo ano, e a última dedicada à primavera/verão de 2020. Em suma, todas as coleções apresentam uma mistura do clássico e do moderno, do *streetwear* e do *sportswear*. Em todas, é possível identificar peças casuais e urbanas, como camisetas, moletons e calças *joggers*, além de itens utilitários, que fazem parte da rotina esportiva do piloto, como mochilas e calçados. Todos envolvidos por signos de luxo, como bordados da logomarca clássica da Tommy. A coleção mais atual, contribui mais ativamente às causas defendidas por Hamilton. A coleção conta com 75% dos materiais sustentáveis, incluindo um polímero a base de plantas chamado Sorona, algodão 100% orgânico e materiais reciclados e veganos. O desfile da coleção, que foi apresentado na Semana de Moda de Londres, em fevereiro de 2020, contou com a presença de celebridades, como a cantora H.E.R. e a *top model* Naomi Campbell, além dos próprios Tommy Hilfiger e Lewis Hamilton.

Figura 12 – Desfile SS2020 Tommy Hilfiger x Lewis Hamilton, Londres, 2020



Fonte: Instagram (2020). Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B8qYZfgBOS9/?igsh=dnV3OW90OXJ4bHFv>. Acesso em: 24 ago. 2024.

Após seis longos anos de parceria com a Tommy Hilfiger e, com o anúncio da saída do piloto da equipe Mercedes e o seu ingresso na Scuderia Ferrari de Fórmula 1 em 2025, o inglês se tornou embaixador global da Dior. A notícia veio acompanhada de uma coleção cápsula assinada por Hamilton e Kim Jones, diretor criativo da Dior Homme. A coleção *lifestyle*, lançada em outubro de 2024, se dedica a transmitir virtuosidade, funcionalidade e luxo. Mais uma vez, o piloto co-cria uma coleção que se relaciona com seu ativismo. As peças, feitas com 80% de materiais sustentáveis, também são totalmente livres de couro animal. As malhas desenvolvidas em Burkina Faso³¹ por tecelões africanos, evidenciam um dos temas de inspiração: o continente africano. A coleção se relaciona diretamente com as aspirações de

³¹ País na África Ocidental.

Lewis, como a prática de *ski* e *snowboard*. Além das vestimentas, fazem parte da coleção itens como calçados, mochilas e pranchas de *snowboard*.

Figura 13 – Prévia da coleção Dior Homme e Lewis Hamilton, *online*, 2024



Fonte: Dior (2024). Disponível em: <https://www.dior.com/couture/var/dior/storage/images/horizon/fashion/mens-fashion/dior-and-lewis-hamilton/lookbook-slider/visuel-1/44384019-1-fre-FR/visuel-1.jpg?imwidth=460>. Acesso em: 24 ago. 2024.

Nesse sentido, a imagem de Lewis é bastante associada a publicidades de itens de luxo que reafirmam socialmente sua masculinidade, como relógios e óculos. Um bom exemplo é a parceria do piloto com a renomada marca suíça de relógios IWC Schaffhausen. Hamilton, que já é embaixador da marca desde 2013, foi o rosto escolhido para estrelar diversas campanhas nesses mais de dez anos de parceria. Até que, em 2023 o piloto lançou um modelo desenhado por ele em colaboração com o diretor de design da marca, Christian Knoop. O relógio de pulso é ousado e carrega um mostrador verde-azulado e uma pulseira azul-petróleo, além de conter em suas matérias primas doze diamantes e cristal de safira, fato este que o distancia extremamente do ideal de sustentabilidade defendido pelo piloto. A mineração de diamantes

em qualquer lugar do mundo, como países africanos ou em territórios indígenas brasileiros, por exemplo, atinge diretamente o meio ambiente e a população que vive em seu entorno, causando degradação do solo, alteração na qualidade das águas e transtornos à saúde da população e de seus trabalhadores. O relógio conta, também, com um cronógrafo, que poderia ser usado para cronometrar uma corrida de Fórmula 1, por exemplo. Itens como este, se relacionam ainda mais com o universo do luxo citado por Ortiz. Outra parceria de sucesso é a do piloto inglês com a marca *eyewear* Police, como já foi citado na seção anterior. As marcas de luxo Louis Vuitton e Hermès por exemplo, recorrem ao desenvolvimento de itens menores, como relógios, lenços e bolsas, como forma de gerar oportunidade maior de compra, quando comparados às roupas, mas que conferem às marcas igualmente luxo, ou até mais. Nesses casos, a exposição desses produtos não significa necessariamente um estímulo à compra, já que o objeto em questão não está ao alcance da maioria da população, então não há uma maneira de aumentar de forma considerável o mercado de consumo (Ortiz, 2019). Sendo assim, a intenção da mensagem visual criada é a de se autoafirmar como participante desse universo, e estabelecer, ainda mais, esse universo em meio ao sistema.

Figura 14 – Lewis Hamilton com o IWC Portugieser Tourbillon Rétrograde Chronograph no GP do Japão, 2023



Fonte: Instagram (2023). Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CxkBXdeoQ4b/?igsh=MTRINzBxZTFnbTB5dg>. Acesso em: 24 ago. 2024.

Desde a entrada de Lewis Hamilton na F1, em 2008, até hoje, é nítida uma grande mudança em sua aparência. A partir de 2014, o público presenciou diversas mudanças em suas atitudes e posicionamentos, que foram acompanhados de uma série de transformações em sua imagem pessoal. O inglês, se tornou mais ousado, abandonou os cabelos raspados e experimentou variados estilos capilares, desde o cabelo natural, passando pelo platinado e

inovando com o uso de tranças e *dreads*, apareceu com o corpo tatuado, além de ser visto em eventos com personalidades dos mundos da moda e da música. O piloto passou a ser cotado para capas de revistas que unem o mundo da moda com o mundo dos esportes, como a revista GQ, GQ Sports, Men's Health, entre outras edições espalhadas por todo o mundo. Foi em 2018, que Lewis teve a oportunidade de participar do MET Gala³² pela primeira vez, a convite da Tommy Hilfiger, fato que se repetiria em 2019. Em 2021, já não mais a convite da marca, Hamilton comprou uma mesa no evento, levando três jovens designers negros para participarem do maior evento de moda do mundo. O piloto se juntou com o *stylist* Law Roach e com outras celebridades, como a cantora Kehlani, para apoiar e dar visibilidade a criadores negros que até então não estavam estabelecidos na mídia e no mercado. Mais recentemente, em 2022, o piloto foi ao evento a convite da marca Burberry. O *look* escolhido, mais uma vez, exaltava a cultura negra, com um poema inspirado na vida de John Ystumlllyn, jardineiro inglês do século XVIII, primeira pessoa negra a ser registrada legalmente no país de Gales.

Figura 15 – Lewis Hamilton com traje Burberry no MET Gala 2024, Nova Iorque, 2024

³² Considerado um dos maiores eventos de moda do mundo, é um evento anual de angariação de fundos em benefício do Museu Metropolitano de Arte de Nova Iorque, marca o início da exposição anual de moda do Costume Institute.



Fonte: Instagram (2024). Disponível em: <https://www.instagram.com/p/C6tby3otE8X/?igsh=dG9yZXQwdG50dm1i>. Acesso em: 24 ago. 2024.

Inegavelmente, a fama de Hamilton, juntamente ao seu título de atleta de alto rendimento e ao ambiente elitizado no qual já estava inserido, conferiram a ele destaque e evidência, colocando-o no foco das marcas, assunto que será discutido na próxima seção, o piloto soube aproveitar bem as oportunidades para estabelecer ainda mais sua identidade ligada às causas socioambientais que defende, buscando sempre tornar a cultura negra conhecida e dar oportunidade a jovens negros que, como ele, não possuem origens pautadas em privilégios.

Sendo assim, é possível identificar que Lewis Hamilton reinventou a estética *sportwear*, principalmente, no ambiente elitizado e purista ao qual pertence. O piloto, que não esconde seu interesse por causas sociais, moda e esportes radicais, não tem medo de apresentar seu estilo único nos *paddocks*³³, relacionando-o às suas ideologias, e se diferenciar totalmente de seus colegas de profissão, o que contribuiu para que o inglês se consolidasse como um dos maiores representantes da moda para atletas masculinos da atualidade. Como já dito anteriormente, a FIA tem estabelecido regras rígidas acerca de variados detalhes, sendo a obrigatoriedade do uso dos macacões e uniformes das equipes em cerimônias e momentos protocolares uma delas. Porém, nem mesmo todas as normas são capazes de inibir o piloto a se posicionar da maneira que acha melhor. Se em meados da década de 1980, o *rap* foi o primeiro meio a conceder à juventude negra uma ascensão financeira até então não experimentada (Almeida, 2015), Lewis Hamilton é o exemplo de que, atualmente, o esporte é mais uma forma de oferecer um futuro extraordinário a jovens negros e, se empenha em tornar essa realidade cada vez mais comum.

3.4 O PILOTO, AS MARCAS E A MÍDIA

É certo que a identidade sociocultural criada por Lewis Hamilton ao longo dos anos, teve respaldo e apoio direto na sua forma de se comunicar através de suas vestimentas e de sua aparência, gerando identificação com a população negra de diversas partes do mundo, e também, se afirmando em relação à população branca que o cerca. Desta forma, é possível perceber o piloto como foco publicitário de diversas marcas contemporâneas, sobretudo as marcas de luxo, que se relacionam diretamente ao esporte e ao universo no qual o piloto está inserido.

O uso de celebridades na promoção de marcas de luxo aumentou nos últimos anos. Ana Santiago em seu estudo sobre o papel das celebridades na comunicação de marketing das marcas de luxo destaca que “No setor da moda, por exemplo, as estatísticas mostram que o número de anúncios onde aparecem celebridades duplicou em dez anos” (Santiago, 2013, p. 31). Na maioria das vezes, não há nenhuma maneira de aumentar expressivamente a aquisição de tais produtos. Isto é, a divulgação desses anúncios não está ligada ao estímulo à compra, devido ao baixo número de clientes potenciais. Ou seja, a intenção é tornar algo visível, expor a inacessibilidade e espetacularizar esse estilo de vida (Ortiz, 2019). Visto que o ser humano

³³ Local por onde os carros da Fórmula 1 passam para voltar à garagem durante os treinos e efetuar troca de pneus na corrida.

precisa de modelos para sua referência, as marcas de luxo têm recorrido cada vez mais às celebridades, que satisfazem hoje, juntamente com os *digital influencers*, essa necessidade (Santiago, 2013). Porém, esse tipo de associação não é particular apenas aos dias atuais. Nas décadas de 1980 e 1990, é possível destacar as estratégias publicitárias da grife italiana Benetton e sua associação com o mundo automobilístico, assumindo uma equipe de Fórmula 1.

Outro meio pelo qual as marcas buscam se estabelecer no mercado é através dos patrocínios. Os patrocínios são mais aceitos pelo público por serem considerados uma tentativa velada de persuasão, enquanto a publicidade é vista como um meio direto (Sousa, 2010). Desta forma, é possível reconhecer a presença abundante de patrocínios desportivos no ambiente da Fórmula 1, sendo um ótimo exemplo para esta pesquisa. Nesse sentido, a categoria mais alta do automobilismo é um ambiente onde as marcas exercem o marketing através do desporto, o que Hugo Sousa identifica como sendo

Grandes empresas utilizam o desporto como veículo para promover e publicitar os seus produtos, serviços ou marca, procurando atingir grandes mercados ou nichos de mercado devidamente identificados (Sousa, 2010, p. 5-6).

Ou seja, os inúmeros *banners* Rolex³⁴ espalhados por todo o circuito das corridas, as garrafas de espumantes Ferrari Trento³⁵ borrifadas no pódio, as diversas marcas impressas nos carros e nos macacões dos pilotos, como Ray Ban³⁶ e Puma³⁷, são exemplos de patrocínios desportivos que, ao aparecer nas transmissões televisas asseguram um aumento de visibilidade ao expor o seu logotipo, podendo aumentar também, sua credibilidade. Além disso, a relação patrocinador e patrocinado deve gerar benefícios para ambas as partes. O patrocinado poderá receber fundos, bens, serviços e, simplesmente, notoriedade, o colocando em evidência e atraindo outros patrocinadores (Sousa, 2010). Já o patrocinador tem o aumento de relevância da marca, através do acréscimo de valores sociais atribuídos devido a associação à figura pública em questão (Santiago, 2013).

Dessa maneira, é possível analisar as associações publicitárias de Lewis Hamilton. Visto que a Fórmula 1 é um sistema em que cada equipe tem uma gama de patrocinadores bem definida, ainda assim muitos pilotos não sofrem com os termos de exclusividade, podendo

³⁴ Marca suíça de relógios de luxo.

³⁵ Empresa italiana especializada na produção de vinho espumante.

³⁶ Marca norte-americana de óculos de sol e de grau.

³⁷ Marca alemã de vestuário, sapatos e acessórios esportivos e casuais.

representar empresas e marcas que não necessariamente patrocinam suas equipes. A associação do piloto com a Dior em 2024 é um bom exemplo para tal afirmação. Como já citado anteriormente, após um longo contrato com a Tommy Hilfiger, marca patrocinadora da Mercedes, até então equipe de Hamilton, o britânico anunciou sua nova parceria com a grife Dior. Junto com o anúncio da troca das equipes, o piloto se viu livre para associar-se a uma marca que representa e se relaciona simbolicamente com essa nova fase da sua carreira, mesmo não sendo patrocinadora da sua nova equipe. A marca francesa, quando comparada à Tommy Hilfiger, é significativamente mais luxuosa, exclusiva, clássica e, conseqüentemente, mais cara. Da mesma forma, associar-se à imagem moderna, preocupada com causas ambientais e sociais, autêntica e jovem do piloto, atribui à marca valores sociais que ultrapassam os benefícios tangíveis dos produtos.

Após passar os últimos doze anos na equipe Mercedes, o piloto fez, em 2025, uma das mais significativas mudanças da sua carreira. A chegada do heptacampeão à equipe italiana Ferrari, uma das mais tradicionais equipes da categoria, gera alguns questionamentos. Nesse caso, diante de todo o histórico ativista e irreverente do piloto, talvez seja desafiador achar um denominador comum entre os interesses do contratante e do contratado. Porém, é um fator interessante para refletir sobre a imagem que ambos querem passar perante a mídia e os públicos que cada um deseja atingir. Não é o meu objetivo me aprofundar sobre essas questões, porque são inúmeras e todas são apenas hipóteses. Porém, é inegável que todas essas mudanças interferem em ambas as imagens até aqui estabelecidas, tanto do piloto, quanto da equipe, ficando vulneráveis e suscetíveis a transformações perante o imaginário social e midiático.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste trabalho, procurei apresentar a moda e a aparência como meios indispensáveis no auxílio à formação da identidade do povo negro ao redor do mundo e ao longo dos anos. Ressaltando a afirmação racial e social dos afrodescendentes através de uma revolução social e política associada a uma resistência não verbal, decorrente de preconceitos raciais criados no imaginário social que ultrapassaram séculos e se adaptaram cada um ao seu próprio tempo e espaço, culminando em atingir o cenário ao qual Lewis Hamilton, sujeito principal desta pesquisa, está inserido.

Observando diferentes momentos da história, é possível concluir que prevaleceu, quase que ininterruptamente, um padrão de repressão no que tange a posição da população negra na sociedade – e aqueles que ousam desafiá-lo. A partir de uma análise histórica, percebe-se que, desde a antiguidade, pessoas não brancas são subjugadas socialmente e associadas a aspectos pejorativos que ultrapassaram séculos e se adequaram cada um à sua contemporaneidade. Com isso, afrodescendentes ao redor de todo o mundo, se viram inseridos em uma realidade marcada pela herança da escravidão e forçados a lutar por respeito social, se utilizando de diversos aspectos para conseguir tal feito, sendo sua própria aparência e vestimentas meios de resistência não verbal. Essa é uma conjuntura que, mesmo diante de possíveis privilégios, ultrapassa tempo, espaço, posição social ou econômica, autoridade ou notoriedade, sendo capaz de afetar a realidade de toda uma descendência.

Dessa forma, é fato a perpetuidade desse cenário na vida e carreira de Lewis Hamilton, piloto heptacampeão de Fórmula 1 e objeto de estudo desta pesquisa. Lewis Hamilton, ao se ver inserido em um sistema imutável de privilégios, criou, em si mesmo, um agente revolucionário que, ao longo do tempo, com ousadia e persistência, tem sido capaz de fazer o improvável: chamar a atenção dos líderes desse sistema, gerando mudanças estruturais que, a longo prazo, podem fazer com que o piloto não seja um caso isolado nessa história, gerando oportunidade para a entrada de outros pilotos negros à categoria mais alta do automobilismo.

Além disso, a aparência atual do piloto é fruto de um longo processo de afirmação racial diante do ambiente da Fórmula 1. Processo este que levou anos e amadureceu em conformidade a uma série de mudanças comportamentais. A imagem criada por Hamilton é um forte meio de resistência não verbal utilizada em favor das causas que defende, evidenciando seus engajamentos e gerando distinção entre os demais pilotos. A intencionalidade por trás da escolha de suas vestimentas, acessórios, cortes de cabelo e, até mesmo, tatuagens, corroboram para enfatizar seus discursos e posicionamentos. De igual modo, não há ingenuidade nas

associações publicitárias e patrocínios do piloto que, por sua vez, dão suporte, propositalmente, aos próximos passos de sua carreira.

Selecionar os dados, de forma concisa e coesa, para compor esta pesquisa não foi tarefa fácil, devido a abundância de informações e inúmeras abordagens possíveis. Por esse mesmo motivo, é importante ressaltar que há a necessidade de um estudo mais aprofundado e amplo a respeito deste assunto, no qual se possa chegar a conclusões mais definitivas. Contudo, é de extrema importância pontuar que foi uma experiência gratificante, de muito aprendizado no qual, tive a oportunidade de empregar os conhecimentos teóricos adquiridos ao longo da graduação no curso Bacharelado em Moda. Em suma, todo o processo da graduação, resultando nesse trabalho de conclusão de curso, formou uma bagagem de conhecimentos, acadêmicos e pessoais, que acompanhará todo o caminho a ser percorrido a partir daqui, alcançando, assim, o objetivo desta pesquisa.

REFERÊNCIAS

- [ALMEIDA, D. P.](#) A identidade construída pela aparência: a moda negra no contexto norte-americano. *In: Revista Dobras*, [s. l.], n. 30, 2020, p. 64-90.
- ALMEIDA, Deyse Pinto de. **Os diferentes papéis da moda no universo hip hop**. 2015. Tese (Mestrado em Artes, Cultura e Linguagens; área de concentração: Arte, Moda: História e Cultura) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2015.
- CONVERSA com Bial. Direção: Flávio Nascimento. Produção: Anelise Franco. Rio de Janeiro: Estúdios Globo; Rede Globo, 2019. (44 min).
- CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2006.
- DALLEVEDO, Pedro Tadeu F. **1958 – o ano que não terminou: memória e performance na cena do baile black nostalgia paulistano**. Tese de Doutorado, UFPB, p. 79-124.
- FRASES DE FÓRMULA 1 [2025]: veja todas as 93 mais inspiradoras. *In: ESPORTELÂNDIA*. [S. l.] 15 jan. 2025. Disponível em: <https://www.esportelandia.com.br/automobilismo/frases-de-formula-1/#:~:text=%E2%80%9CO%20piloto%20que%20nunca%20sentiu,minha%20maneira.%E2%80%9D%20%E2%80%94%20Lewis%20Hamilton>. Acesso em: 10 jan. 2025.
- F1: Drive to Survive. Produção: James Gay-Rees. [s. l.]: Netflix, 2019-2024.
- GIRNOS, F. B.; & SILVA, T. T. Quando um piloto se torna um ícone? A contribuição dos veículos de comunicação para a construção da imagem de Lewis Hamilton como ativista antirracismo. *In: Revista Brasileira De Iniciação Científica*, [S. l.], n. 10, 2023.
- GIRNOS, F. B.; & SILVA, T. T. Piloto-ativista: as ações políticas de Lewis Hamilton no mundo da Fórmula 1. **Anais do XVIII Enecult – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura**. Salvador, 2022.
- HAMILTON, L. **My Story**. [s. l.], HarperSport, 2008.
- ORTIZ, Renato. Um universo singular. *In: ORTIZ, Renato. O Universo do luxo*. São Paulo: Alameda, 2019. p. 63-113.
- PASTOUREAU, Michel. Uma cor na moda, séculos XIV-XVI. *In: Preto: História de uma Cor*. São Paulo: Senac, 2011. p. 77-108.
- SANT'ANNA, D. B. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.
- SANTIAGO, A. O papel das celebridades na comunicação de marketing das marcas de luxo: a associação de Sharon Stone e Andie MacDowell à marca DouroAzul. *In: International Journal of Marketing, Communication and New Media*. Online, Vol.1, nº 1, 2013, p. 27-41.
- SILVA, E. M. A troca de passes entre a moda e o futebol: moda de luxo, moda esportiva e modelos de sucesso. *In: SIMILI, I. G.; & BONADIO, M. C. Histórias do vestir masculino: narrativas de moda, beleza e elegância*. 1. ed. Maringá: Eduem, 2017. p. 175-187.

SOUSA, Hugo Miguel Ramos. **Patrocínios desportivos dimensões mais valorizadas numa celebridade desportiva por um patrocinador**. Lisboa: ISCTE, 2010. Dissertação de mestrado.

WORRAL, Frank. **Lewis Hamilton: Triple World Champion: The Biography**. Inglaterra: John Blake, 2016.

XAVIER, G. Segredos de penteadeira: conversas transnacionais sobre raça, beleza e cidadania na imprensa negra pós-abolição do Brasil e dos EUA. Rio de Janeiro, vol 26, nº 52, 2013, p. 429-450.