

SUBMISSÃO / RESUMO-EDITAIS (PROPEGI/PROEC/PROGRAD) -
TRABALHOS LOCAIS - GRADUAÇÃO

CONSUMO DE PRODUTOS AFRO: RESISTÊNCIA, CULTURA E MERCADO

Igor Henrique Cabral E Silva (igor.hcsilva@upe.br)

Izabele Sousa Barros (izabele.barros@upe.br)

José Lucas Soares De Melo (jose.lsmelo@upe.br)

Luis Mateus A. Pereira (luisalmeidap23@gmail.com)

Marcos Angelo Santana Da Silva Júnior (marcosangelojr17@gmail.com)

Miguel Campanhol Stodolni (miguel.cstodolni@upe.br)

Thiago Henrique Do Nascimento Siqueira (thiago.hnsiqueira@upe.br)

Introdução: O consumo de produtos do nicho afro representa uma forma de valorização cultural e afirmação identitária, ganhando espaço em diversos mercados. Apesar da expansão, persistem desafios que limitam seu desenvolvimento. Compreender esse mercado é essencial para analisar como o consumo reforça a representatividade negra e fortalece a economia criativa no Brasil. Objetivo: Este estudo buscou refletir sobre a relevância dos produtos do nicho afro, seu destaque no consumo, fatores que influenciam o mercado e barreiras à ascensão social e econômica. Metodologia: A pesquisa, de caráter

quantitativo, exploratório e descritivo, foi realizada no contexto da disciplina Administração Mercadológica II da FCAP/UPE. Foram aplicados 36 questionários online a consumidores e empreendedores, buscando identificar hábitos de consumo, fatores de decisão e barreiras. Os dados foram analisados por estatística descritiva. Resultados: A idade média dos respondentes foi de 24 anos; 31% conheciam o termo “nicho afro” e 72% consumiam produtos relacionados. Música e literatura foram as categorias mais consumidas, seguidas por moda, beleza e cosméticos. Quanto à percepção, 86% consideraram o nicho “muito importante culturalmente”. Identidade cultural (33%) e qualidade (53%) foram fatores centrais de compra, enquanto preço e falta de divulgação se destacaram como barreiras. Conclusão: O consumo afro vai além da dimensão econômica, funcionando como espaço de resistência, identidade e inclusão. Embora a amostra seja reduzida, os dados oferecem pistas relevantes sobre padrões de consumo e percepção do mercado. Os achados reforçam o conceito de consumo identitário, em que escolhas refletem pertencimento e valorização cultural, evidenciando a importância da representatividade. O potencial do nicho na economia criativa sugere impactos sociais e econômicos positivos, promovendo diversidade e inclusão.

Palavras-chave: consumo afro; identidade; economia criativa.