

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE GRADUAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Andressa Carvalho

**AS MULHERES NEGRAS E A TRANSIÇÃO CAPILAR:
EMPODERAMENTO, CONSUMO E PADRÃO ESTÉTICO.**

**Santa Maria, RS, Brasil
2016**

Andressa Carvalho

**AS MULHERES NEGRAS E A TRANSIÇÃO CAPILAR: EMPODERAMENTO,
CONSUMO E PADRÃO ESTÉTICO.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS) como requisito parcial a obtenção do título de **Bacharel em Publicidade e Propaganda.**

Orientadora: Prof^a. Dr^a Milena Carvalho Bezerra Freire de Oliveira-Cruz

Santa Maria, RS, Brasil
2016

Andressa Carvalho

**AS MULHERES NEGRAS E A TRANSIÇÃO CAPILAR: EMPODERAMENTO,
CONSUMO E PADRÃO ESTÉTICO.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS) como requisito parcial a obtenção do título de **Bacharel em Publicidade e Propaganda.**

Aprovado em __ de dezembro de 2016.

Milena Carvalho Bezerra Freire de Oliveira-Cruz, Dr^a. (UFSM)
(Presidente/Orientadora)

Flavi Ferreira Lisboa Filho, Dr. (UFSM)

Giane Vargas Escobar M.^a(UFSM)

Santa Maria, RS
2016

DEDICATÓRIA

As mulheres negras de minha vida; minha sorridente tia Catia, minha alegre prima Gabriella, minha cuidadosa avó Julieta, minha linda irmã Andriéli, e minha encantadora e forte mãe, Ana Cristina.

AGRADECIMENTOS

Este ano foi especificamente *atípico* por diversos motivos; houve muita raiva, desânimo, choros e lágrimas; houve, ainda bem, muito aprendizado e desconstruções. Os sentimentos também foram muitos, os tremores de felicidade e tristeza; o frio na barriga de medo e excitação. Entre os meus favoritos, a satisfação e alegria por chegar ao fim desse estimado e temido trabalho de conclusão de curso.

Este trabalho, assim como a transição capilar, que é o tema aqui estudado foram experiências que vivi com muita intensidade; os dois foram difíceis, cansativos e extremamente *bons*; muito conhecimento foi assimilado e muito carinho foi dedicado. E apesar de ambos serem processos solitários, existem algumas pessoas as quais sou excepcionalmente grata e desejo agradecer.

Aos meus pais, que me ensinaram a não me contentar com o mínimo, por todos os esforços que realizaram para criar uma filha ambiciosa, orgulhosa e determinada, muito obrigada. Agradeço muitíssimo ao meu pai, Joelmir, por me incentivar a leitura e o amor aos livros; obrigada por acreditar e investir em mim. Obrigada a minha mãe Ana Cristina, por me amar mesmo com meus defeitos, perdoar meus tantos erros e me ensinar que eu sempre posso desejar e realizar mais.

Aos meus avós, Julieta e Dari, obrigada por não se arrependem de me mimar. Agradeço a minha irmã Andriéli e a minha prima Gabriella que me acompanham sempre com boas gargalhadas, apontando o lado engraçado da vida. Obrigada a minha tia Catia, por estar presente e não se esquecer de sorrir. A minha amiga de longa data, Camila Marques, obrigada por sempre estar aí para mim.

A minha orientadora, Milena Freire, obrigada por todo o incentivo e por abraçar esse trabalho junto comigo; por esclarecer as dúvidas e manter o foco. Obrigada aos amigos que ouviram minhas queixas e preocupações e compreenderam minha ausência nos últimos meses. As “Cacheadas em Transição” e a todos os outros grupos de mulheres cacheadas e crespas que não me deixaram sozinha, mas me inspiraram e apoiaram. Ao *feminismo das pretas* com vocês aprendi que não preciso lutar só. Ao povo negro, é nós por nós sempre.

*Mas é preciso ter força
É preciso ter raça
É preciso ter gana sempre
Quem traz no corpo a marca
Maria, Maria
Mistura a dor e a alegria.*

*Mas é preciso ter manha
É preciso ter graça
É preciso ter sonho sempre
Quem traz na pele essa marca
Possui a estranha mania
De ter fé na vida*

Maria, Maria
(Milton Nascimento e Fernando Brant)

RESUMO

AS MULHERES NEGRAS E A TRANSIÇÃO CAPILAR: EMPODERAMENTO, CONSUMO E PADRÃO ESTÉTICO.

AUTORA: ANDRESSA CARVALHO

ORIENTADORA: MILENA CARVALHO BEZERRA FREIRE DE OLIVEIRA-CRUZ

O trabalho a seguir possui como objetivo central verificar se e como a transição capilar é compreendida e experimentada enquanto mecanismo de empoderamento pela mulher negra a partir das vivências compartilhadas por integrantes da comunidade online no facebook “Cacheadas em Transição”. A transição capilar é o processo que vivencia-se ao parar com a manipulação dos cabelos, decidindo pelo uso natural destes. O estudo fundamenta-se na teoria sociocultural do consumo proposta por Garcia-Canclini (2008) para interpretar as relações de consumo desenvolvidas pelas integrantes da comunidade. As propostas de Stuart Hall (2002) e Tadeu da Silva (2014) colaboram para compreendermos o processo de produção de identidade da mulher negra a partir da transição capilar; assim como a teoria de Pierre Bourdieu (2002) sobre o poder e a violência auxilia no entendimento da condição social da mulher negra. Metodologicamente a pesquisa apresenta-se como um estudo de etnografia virtual, seguindo os princípios propostos por Christine Hine (2004). Foram avaliadas 652 publicações realizadas por mulheres negras na comunidade online, no período de 1 a 31 de julho de 2016. A partir da análise dessas publicações, o resultado do estudo aponta que apesar do processo de transição não libertar totalmente as mulheres negras da cultura do embraquecimento, este inicia um exercício de questionamento sobre a imposição do padrão de beleza branco e afirma a identidade negra e crespa de forma mais positiva. O estudo também sugere que o empoderamento da mulher negra é alcançado, pois esta passa a ser percebida também como um ser vaidoso e com poder de consumo, ressignificando a feminilidade negra, questão negada historicamente. Comunidades online como a “Cacheadas em Transição” estabelecem como espaços essenciais de incentivo, apoio e integração das mulheres negras.

Palavras- chave: Transição capilar. Mulher Negra. Consumo. Empoderamento Negro. Identidade Negra.

ABSTRACT

BLACK WOMEN AND THE CAPILLARY TRANSITION: EMPOWERMENT, CONSUMPTION AND AESTHETIC STANDARD.

AUTHOR: ANDRESSA CARBALHO

SUPERVISOR: MILENA CARVALHO BEZERRA FREIRE DE OLIVEIRA-CRUZ

The following work aims to verify if and how the capillary transition is understood and experienced as a mechanism of empowerment by black women based on the experiences shared by the members of the online community on Facebook called "cacheadas em transição". The capillary transition is the process that is experienced when one stops the hair manipulation, deciding by the natural use of it. The study is based on the sociocultural theory of consumption proposed by Garcia-Canclini (2010) to interpret the consumption relations developed by the members of the community. The proposals of Stuart Hall (2002) and Tadeu da Silva (2014) collaborate to understand the production process of identity of the black woman from the capillary transition, as well as Pierre Bourdieu (2002) theory about power and violence helps to understand the social condition of the black woman. Methodologically, the research presents itself as a study of virtual ethnography, following the principles proposed by Christine Hine (2004). A total of 652 publications were conducted by black women in the online community, from July 1 to 31, 2016. Based on the analysis of these publications, the study results indicate that, although the transition process does not totally liberate black women from the culture whitening begins an exercise of questioning about the imposition of the white beauty pattern and affirms the black and curly identity in a more positive way. The study also suggests that the empowerment of the black woman is achieved, since it is also perceived as a vain and consuming power, re-signifying black femininity, a matter historically denied. Online communities such as "cacheadas em transição" establish as essential spaces for the encouragement, support and integration of black women.

Key words: Capillary transition. Black woman. Consumption. Black Empowerment. Black Identity. .

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 -- Angela Yvonne Davis	43
FIGURA 2 -- Taís Araújo: antes e depois	50
FIGURA 3 -- Produtos Lola	51
FIGURA 4 -- Produto da Linha “to de cacho” da Salon Line	51
FIGURA 5 -- Postagem Fixa na Comunidade	64
FIGURA 6 -- Classificação Capilar	65
FIGURA 7 -- Fases do cronograma capilar	67
FIGURA 8 -- Publicação (1) sobre o tipo quatro	68
FIGURA 9 -- Publicação (2) sobre o tipo quatro	68
FIGURA 10 -- Publicação (3) sobre o tipo quatro	68
FIGURA 11 -- Sobre a classificação capilar	69
FIGURA 12 -- Cuidados específicos (1) para cabelo tipo quatro	70
FIGURA 13 -- Cuidados específicos (2) para cabelo tipo quatro	70
FIGURA 14 -- Cuidados específicos (3) para cabelo tipo quatro	71
FIGURA 15 -- Produtos (1) de uma participante	73
FIGURA 16 -- Produtos (2) de uma participante	74
FIGURA 17 -- Maionese Capilar Salon Line	75
FIGURA 18 -- Cuidado com os cabelos e consigo mesmo	76
FIGURA 19 -- Consumo de produtos	76
FIGURA 20 -- O processo de transição capilar	80
FIGURA 21 -- Herança do alisamento revisitada	81
FIGURA 22 -- Identidade em conflito	82
FIGURA 23 -- Depoimento positivo (1) sobre o processo de transição capilar.	83
FIGURA 24 -- Depoimento positivo (2) sobre o processo de transição capilar.	84
FIGURA 25 -- Dualidade das identidades	85
FIGURA 26 -- Relato (1) sobre o fator encolhimento no cabelo tipo quatro	86
FIGURA 27 -- Relato (2) sobre o fator encolhimento no cabelo tipo quatro	87
FIGURA 28 -- O estigma do cabelo duro	88
FIGURA 29 -- A busca pelo <i>cacheado</i>	89
FIGURA 30 -- Pelo fim do frizz	89

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 A CONSTRUÇÃO DA DUPLA SUBORDINAÇÃO DA MULHER NEGRA	13
2.1 O SER MULHER E O SISTEMA DE SUBMISSÃO CONSTITUÍDO ATRAVÉS DO PODER E DA VIOLÊNCIA SIMBÓLICA	13
2.2 MULHER NEGRA: A MARGINALIZAÇÃO E A VULNERABILIDADE SOCIAL	16
2.3 ESCRAVA, DOMÉSTICA, MÃE PRETA E MULATA: OS ESTEREÓTIPOS MÍDIÁTICOS RESERVADOS A MULHER NEGRA	20
2.4 BELEZA E ESTÉTICA COMO FORMA DE CONTROLE SOCIAL	27
2.5 ESTÉTICA E RACISMO: EMBRANQUECER E ALISAR	34
3 DESCONSTRUINDO AS SUBORDINAÇÕES: O EMPODERAMENTO DA MULHER NEGRA	38
3.1 TRAJETÓRIA E CONQUISTAS DO MOVIMENTO NEGRO NOS EUA E NO BRASIL	38
3.2 O PORQUÊ DA TRANSIÇÃO	49
4 APORTE TEÓRICO METODOLÓGICO	53
4.1- ETNOGRAFIA VIRTUAL E O DESAFIO DO CONTRÁRIO: TORNANDO EXÓTICO O FAMILIAR	53
4.2- CATEGORIAS DE ANÁLISE: IDENTIDADE E CONSUMO	58
5 PESQUISA E ANÁLISE DA COMUNIDADE “CACHEADAS EM TRANSIÇÃO....	62
5.1- COMUNIDADE ONLINE E GRUPO DE APOIO: AS “CACHEADAS EM TRANSIÇÃO”	62
5.2- O CONSUMO EM SEU MODO DISTINTIVO E INTEGRATIVO E A CLASSIFICAÇÃO CAPILAR.	67
5.3- O CRONOGRAMA CAPILAR E O CONSUMO COMO AÇÃO RITUALÍSTICA.	71
5.4- IDENTIDADE E EMPODERAMENTO NEGRO	77
5.4.1- Um novo padrão?.....	86
6 CONCLUSÃO	92
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	95

1 INTRODUÇÃO

Os estímulos para o desenvolvimento deste estudo surgem de questionamentos pessoais formulados durante a vivência do processo de transição capilar, que é a experiência de por fim ao uso de produtos que possuem como objetivo a manipulação dos cabelos, decidindo pelo uso natural destes. Sendo comum principalmente entre as mulheres cacheadas e crespas, pois são estas que diferem do padrão de beleza eurocentrado do cabelo liso, a pesquisa trabalhará as questões referentes ao processo de transição pela perspectiva da mulher negra.

A problemática do estudo consiste em compreender como as vivências compartilhadas sobre o processo de transição capilar na comunidade online do facebook “Cacheadas em Transição” são interpretadas por suas participantes, e de que modo estas leituras se refletem na construção de suas auto representações como mulheres negras. A partir do tema determinado, a transição capilar, a comunidade online torna-se nosso objeto empírico e as publicações realizadas nesta, nosso objeto de estudo.

O propósito principal da pesquisa é identificar *como e se* a transição capilar é percebida e experimentada enquanto mecanismo de empoderamento¹ pela mulher negra, a partir das vivências compartilhadas por integrantes da comunidade online no facebook. A fim de resolver à problemática e o propósito central do trabalho, desenvolvemos alguns objetivos específicos que consistem em primeiramente compreender o que significa *ser mulher* em nossa sociedade; com os conceitos propostos por Bourdieu (2002) sobre poder e violência simbólica, discutimos as construções sociais que estabeleceram a mulher como ser subordinado à dominação masculina.

Refletimos então de que forma as diretrizes históricas, políticas e culturais colaboraram para a construção da *dupla submissão* da mulher negra. A seguir, identificamos como as representações midiáticas da mulher negra colaboram para a

¹ O Grupo de Estudos “Atinuké”, em 2016, após reflexões pautadas por uma de suas coordenadoras, Nina Fola, definiu por não mais utilizar a palavra “empoderamento”, pois significa também “dar/conceder” poder a alguém e este grupo pensa que as mulheres negras não podem e não querem ter um poder “delegado pelo outro” e sim exercer o poder está dentro de cada mulher negra. Nesse sentido, o termo mais adequado na concepção desse grupo de estudos seria “**apoderamento**”, que significa apossar-se, assenhorar-se, tomar posse de, invadir.

construção de sua posição social. Avaliamos ainda como o padrão estético de beleza contribui para a sujeição do gênero feminino e para a depreciação da mulher negra. A partir dessas considerações, analisamos quais os principais movimentos no Brasil e nos EUA que marcaram a resistência e a luta contra o racismo. Buscamos então compreender as características dos tempos atuais que favorecem a transição capilar.

Este estudo propõe a análise de conteúdo a partir de uma comunidade online, sendo a etnografia virtual eleita como método apropriado para esta investigação. Seguindo os princípios propostos por Hine (2004) sobre a etnografia no campo virtual, desenvolvemos três categorias de análise para a pesquisa.

Garcia Canclini (2008) com a teoria sociocultural do consumo auxilia na construção e desenvolvimento das categorias de análise, *o consumo em seu modo distintivo e integrativo e a classificação capilar*; consiste em avaliar como o processo de transição e a prática de classificação capilar exercita a diferenciação e a integração das mulheres negras. A segunda categoria de análise, *o consumo como ação ritualística e o cronograma capilar*, busca perceber a relação entre os rituais de cuidados pessoais desenvolvidos durante o processo de transição e as práticas de consumo de produtos pelas integrantes.

A partir das teorias acerca do conceito de identidade desenvolvidas por Tadeu da Silva (2014) que apresenta a identidade e diferença como resultado de um mesmo processo, e de Stuart Hall (2005) que expõe as questões referentes ao deslocamento da identidade, desenvolvemos a terceira categoria de análise, *a identidade e empoderamento negro*. Esta categoria tem como objetivo identificar como a identidade negra é produzida a partir da transição capilar e se as mulheres que realizam o processo tornam-se mais *empoderadas*. O último capítulo do trabalho desenvolve então as três categorias de análise de acordo com os 652 publicações coletados e armazenados no período da análise.

2 A CONSTRUÇÃO DA DUPLA SUBORDINAÇÃO DA MULHER NEGRA

2.1 O SER MULHER E O SISTEMA DE SUBMISSÃO CONSTITUÍDO ATRAVÉS DO PODER E DA VIOLÊNCIA SIMBÓLICA.

Para entender como se dá a dupla subordinação da mulher negra é necessário compreender e vincular dois conceitos que são pilares das hierarquias e construções sociais: gênero e etnia. O termo gênero surge como substituição ao termo sexo no período em que as pesquisadoras feministas buscavam legitimar seus trabalhos em relação à figura da mulher (SCOTT, 1989). Para Molina (2011), o objetivo do conceito é desnaturalizar a condição de submissão da mulher na sociedade.

Se existe a submissão de uma parte, neste caso da mulher; existe a dominação de outra, a do homem. Bourdieu (2002) discute em sua obra justamente a questão da dominação masculina, refletindo sobre as relações de poder imbricadas nas relações sociais entre os gêneros. Scott (1989) já afirmava que o gênero seria a primeira instância que ofereceria significado e sentido às relações de poder e às relações sociais.

A submissão feminina existe a partir da dominação masculina, e vice-versa. Estas estão profundamente vinculadas e são constituídas mediante o poder e a violência simbólica (BOURDIEU, 2002). Existe algumas características que são necessárias interpretar para entendermos as reais articulações do poder simbólico. Primeiramente é preciso compreender que o poder simbólico está presente e é fator constitutivo das nossas construções, hierarquias e relações sociais. Ele perpetua-se simbolicamente, pois acontece de forma invisível, sutil, *quase implícita* em nossas relações. Sucede de forma progressiva e incessante, através de diversas práticas e discursos que moldam e disciplinam comportamentos. Sua reprodução ocorre através de “agentes específicos (entre os quais os homens, com suas armas como a violência física e a violência simbólica) e instituições, famílias, Igreja, Escola, Estado” (BOURDIEU, 2002, p.23).

Outra questão importante para entendermos a competência do poder simbólico é compreender que ele só exerce se a partir de uma *cumplicidade*, de um consentimento do grupo dominado. Isto é, o grupo dominante (homens) articula e cria uma realidade de dominação, a partir de diversos mecanismos, que faz com que

o grupo dominado (mulheres) entenda que aquela realidade é verdadeira, legítima e natural, que aquele lugar é autêntico, que aqueles papéis e comportamentos são válidos. Ocorre uma naturalização da submissão por parte dos dominados, e também dos dominantes (BOURDIEU, 2002). Isto é, o grupo dominante também compreende que tem um papel, uma função a desempenhar nas relações e hierarquias sociais. Confirmamos assim que o exercício do poder não acontece de forma arquitetada e idealizada pelo grupo dominante, mas pelo reconhecimento de lugares instituídos por todas as partes relacionadas nas construções e relações sociais cotidianas. Não buscamos aqui justificar as violências e opressões as quais as mulheres têm sido submetidas em suas relações com os homens, mas elucidar o estabelecimento de uma ordem a qual todos estão penderes.

Cabe ressaltar que em nossa sociedade a religião teve um grande papel como mecanismo de legitimação dessa dominação. Em épocas em que o progresso de teorias científicas era pouco apurado, a Igreja Católica detinha um poder econômico, social e político intenso. Como instituição social, ela conseguiu consolidar-se como um lugar de conhecimentos e saberes legítimos e verdadeiros. Através de interpretações bíblicas, o clérigo atribui e representa a figura da mulher como um ser que tem uma constante tendência aos “pecados” e por isso deve ser controlada e regida por uma figura masculina, do mesmo modo limita o corpo feminino com finalidades meramente procriadoras (DEL PRIORE, 2001).

O poder simbólico que permeia as relações de gênero, nesse sentido, utiliza como principal ferramenta de reprodução os preceitos religiosos, tendo amparo de outras instituições, como a família por exemplo. A mulher foi excluída e inferiorizada em diversos âmbitos: políticos, econômicos, educacionais, científicos, etc.

Durante muitos séculos, no caso do Brasil, desde o descobrimento no século XVI até quase o final do século XX, a mulher foi vista como um objeto a ser moldado, manuseado pelo homem, bem como pela igreja também, instituição que não via a mulher mais do que uma reprodutora e mãe de filhos, subordinada aos mandos e desmandos do homem. Este determinava como aquela deveria proceder em sua vida. Na literatura, a mulher foi representada de maneira submissa devido a uma sociedade patriarcal que controla a vida e os desejos da mulher. A figura masculina era exaltada em detrimento da feminina, dando ao homem poder e autoridade (FRANÇA, 2011, p.1)

Outro argumento utilizado para fortalecer a atuação do poder simbólico refere-se à biologia dos corpos. As relações de dominação justificam-se utilizando de situações biológicas, hierarquizando o corpo feminino e o corpo masculino.

Entretanto, a própria biologia dos corpos é uma construção social; ou seja, o que entendemos como corpos masculinos e femininos é o sentido que damos a eles, e utilizamos esse sentido para naturalizar e legitimar outros comportamentos que envolvem não só a distinção entre os sexos, mas a hierarquização e a determinação de certos papéis sociais. Isto recai numa justificativa de causa e efeito. (BOURDIEU, 2002, p.11)

Estes são alguns espaços sociais em que identificamos a perpetuação da violência simbólica em relação às mulheres. Mas temos que ressaltar que esta vem de uma longa construção histórica. O conhecimento que possuímos da História em si, precisa ser revisitado para dar margem a uma visão mais ampla sobre como essa submissão foi constituída. Em princípio, precisamos compreender que a História da humanidade como conhecemos é unilateral. Por muito tempo as mulheres foram privadas de instrução para escrever ou relatar seus pensamentos, visões e opiniões acerca dos acontecimentos de suas vidas. Assim, é difícil identificar uma imparcialidade das características e comportamentos femininos de épocas passadas, pois a maioria dos materiais base para os (as) historiadores (as) são assinados por homens, que contam *sua visão* dos acontecidos e o que consideravam importantes *para si* (DEL PRIORE, 2001).

Neste sentido, podemos compreender como a mulher foi constituída a partir de um olhar masculino. Mais do que na percepção do que o homem enxerga na mulher, mas como em todas as instâncias (políticas, sociais, biológicas, religiosas etc.) a mulher foi construída e percebida como um ser a parte do homem, ou melhor, *a partir dele*, da oposição masculino/feminino e do Mesmo/ Outro (COLLING, 2004, p.15). Ou seja, não existe uma construção da “mulher” em sua essência *pura*, mas das diferenças e semelhanças desta em relação ao homem. O masculino seria a medida “certa”, o ponto de partida para todas as outras construções (BOURDIEU, 2002). É essa construção a partir da percepção das diferenças e semelhanças que organiza as relações de forma hierárquica - e assim desigual - entre os gêneros. Neste lugar se institui os sistemas patriarcais, por exemplo. É interessante grifar que estas construções nascem junto à antiga Grécia, da democracia e da cidadania.

Nessa época, mulheres, escravos, crianças e estrangeiros não eram tidos por cidadãos. Apenas se reconhecia a cidadania dos homens nativos daquela região. Tal período foi marcado pela sobrevalorização do trabalho intelectual, tendo como maior expressão o pensamento de Platão e Aristóteles, que

defendiam a superioridade do homem dedicado às artes, política e filosofia (GUIRALDELLI, ENGLER, 2007, p.205).

As relações entre os gêneros são constituídas de dominação por uma parte e submissão da outra, contrapostas e complementares. Necessária sempre a oposição entre o feminino e o masculino (BOURDIEU, 2002, p.20). Se coube ao homem o papel do ser político, público, racional e intelectual, qual seria então o papel que caberia às mulheres? Aquele oposto ao do homem, o “do lar”, o doméstico, o privado e o emocional. Seria do *poder delas*, as tarefas e atividades mais monótonas, *silenciosas*, humildes e por vezes, vergonhosas e sujas. E assim “(...) as mulheres *não podem senão tornar-se o que elas são* segundo a razão mítica (...)” (BOURDIEU, 2002, p.20).

Diante disso, é perceptível que podemos confirmar o juízo de que a mulher ocupa um lugar de submissão na nossa sociedade. O poder e a violência simbólica são construídos e exercidos através de vários discursos e práticas sociais, utilizando-se de diversas vias e aparatos ideológicos que auxiliam na manutenção e na mediação dessa dominação do masculino sobre o feminino. Todo esse sistema se explicita na representação da mulher nos próprios âmbitos onde se constrói o poder, resultando num quadro de exclusão da mulher que perpetua se até hoje.

2.2 MULHER NEGRA: A MARGINALIZAÇÃO E A VULNERABILIDADE SOCIAL.

Para pensar a dupla subordinação da mulher negra, é necessário refletir que a opressão que alcança a mulher se dá, por vezes, através da combinação social de diversos e específicos fenômenos e fatores, como a classe, o gênero, a idade, a etnia etc. As exclusões que apreendem as mulheres, em geral, não acontecem de forma isolada, mas conjuntamente a outras formas de exclusão. Assim, ao unir o fator raça/etnia ao fator gênero, entendemos que a situação da mulher negra é ainda mais vulnerável e problemática (MOLINA, 2011, p.342).

Podemos identificar que a discriminação pela cor da pele, etnia/raça no Brasil também está relacionada às questões de poder e violência simbólica. Entende-se que nesta situação o grupo dominante é o “branco” e o grupo dominado é o “negro”. Os aparatos ideológicos que auxiliam no exercício desse poder simbólico são os mesmos – o Estado, a Escola, a Igreja, a Mídia etc. Os discursos e práticas podem assemelhar-se em uma análise mais profunda, porém, ao pensar nas relações de

dominação entre os gêneros, é mais difícil identificar um “início histórico”, um *ponto de partida* para a dominação masculina em relação às mulheres. Em contrapartida, para refletir sobre a relação de dominação entre o grupo branco e o grupo negro, nos remetemos ao período escravocrata brasileiro. Isto se justifica porque a dominação masculina tem caráter atemporal, enquanto *a dominação branca* é mais específica e cultural.

No que se compreende das considerações históricas, o Brasil é um país que se edificou com base na escravidão do povo africano. Durante a colonização, era preciso mão de obra para os trabalhos a serem realizados na terra e nas casas dos senhores. A escravidão era essencialmente um comércio, um negócio lucrativo precedido de preconceitos raciais (GUIRALDELLI, ENGLER, 2007). Em voga, o credo de que existia uma raça superior branca, e uma raça inferior – a negra. Cabe ressaltar que as questões que envolvem o conceito de raça, etnia e cor da pele causam certa controvérsia. Segundo Oliveira (2004, S/P) “raça deveria ser um conceito biológico, enquanto etnia deveria ser um conceito cultural”, porém, na prática, raça e etnia são cunhadas como fatores de determinadas características físicas, juntamente com a cor da pele. Tanto as ciências biológicas como as ciências sociais afirmam que o termo raça não existe como forma de classificação entre os seres humanos, mas por uma questão de cunho político, o próprio movimento negro utiliza o termo raça porque “o racismo existe e é uma prática política que tem por base não apenas a existência das raças, mas que as “não brancas” são inferiores” (OLIVEIRA, 2004).

Ainda sobre o período de escravidão, a legitimação e naturalização desse sistema acontecem por via da Igreja Católica e das Ciências, que assim como em relação à dominação masculina, são as instituições fundamentais para a perpetuação da violência simbólica nas relações de poder entre brancos e negros. Ao analisar o período escravocrata no Brasil, detectamos fortes casos de opressões físicas; os açoitamentos infligidos aos escravos, por exemplo, são formas de punições muito explícitas e diretas. O exercício *simbólico* desta violência reside nas próprias justificativas e defesas para a existência de um sistema escravocrata e no processo de aculturação o qual os escravos foram submetidos.

Neste contexto, a biologia utiliza-se de exames físicos, anatômicos e orgânicos para justificar a inferioridade do negro. Estavam em voga as teorias raciais. “Os indivíduos envolvidos nesse neocolonialismo carregaram o pensamento

de Darwin com valores morais e passaram a associar as características físicas e intelectuais dos negros numa escala evolutiva, na qual estavam na base e os brancos no topo do processo evolutivo” (TEIXEIRA, CAMPOS, GOELZER, 2014, S/P). Em uma busca pela classificação, a biologia impõe um sistema de hierarquização de raças. Havia ainda o caso do diplomata Gobineau, que condenava a miscigenação das ditas “raças”.

O Conde francês Joseph Arthur de Gobineau foi designado como ministro da França no Brasil no ano de 1869. Nada mais corriqueiro para um diplomata, não fosse o fato de Gobineau ser o autor no ano de 1853 do *essai sur l'inégalité des races humaines* (ensaio sobre a desigualdade das raças humanas), onde postulava que a razão para a queda de todas as grandes civilizações como os persas, os romanos e mesmo a civilização européia de seu tempo era uma só, a miscigenação que maculava as raças em sua pureza causando a degeneração do ser humano nos seus atributos físicos e morais levando assim a decadência dos grandes impérios (SOUSA, 2006, p.1).

Assim, através das teorias raciais e evolucionistas, o negro foi vinculado à inferioridade, legitimando os interesses da elite e dos grandes senhores em relação ao exercício da escravidão negra. A Igreja também se apropriou de dogmas religiosos para justificar a escravidão, “(...) pois segundo suas doutrinas os senhores nasciam para ser senhores e os escravos para serem escravos” (GUIRALDELLI, ENGLER, 2007 p.209). Estas são apenas *justificativas* para o exercício da escravidão, pois a razão real para ela ser praticada era econômica, e a Igreja Católica, assim como os colonizadores, era beneficiada com este sistema.

Outra maneira de exercer a violência simbólica naquele período reside no processo de aculturação obrigatória por quais os negros escravizados foram forçados a passar. Segundo Souza (2013, p. 6) a aculturação reside num processo “(...) pelo qual se incorporam ao jogo discursivo ideias que inicialmente lhes eram estranhas e até mesmo hostis. Isto faz com que as identidades elaboradas na resistência possam ser absorvidas, *essencializadas*, e percam sua força contestadora”. Ou seja, além de uma hibridização cultural, a aculturação fornece mecanismos para esmaecer resistências, dando margem há uma intensificação e naturalização das relações de poder. Esse processo também era regido pela Igreja Católica, e consistia numa catequização dos negros, reprimindo as religiões de matrizes africanas, que foram perseguidas e demonizadas. Esse estigma negativo que foi atribuído às religiões africanas é algo ainda visível na nossa sociedade atual.

É assim que o resgate desta e de outras ancestralidades, torna-se um dos principais instrumentos de resistência do povo negro. “No escravismo, o cristianismo, com seu referencial de superioridade, tornou-se parte fundamental do aparelho ideológico dominante, enquanto que as religiões africanas eram formas de resistência social e ideológica dos povos dominados” (GUIRALDELLI, ENGLER, 2007, p.209).

O regime escravocrata no Brasil foi um dos maiores e mais intensos do mundo; seu fim é basicamente recente, sendo que o país foi um dos últimos a aderir à abolição. (GUIRALDELLI, ENGLER, 2007). Após a abolição, os negros sofreram ainda com a exclusão econômica, pois os “ex-senhores” não queriam adaptar-se ao novo contexto e manter seus ex-escravos como empregados assalariados, os negros voltaram-se para as periferias. Assim “a população negra deixa a senzala e passa a ser marginalizada no sentido físico e social (...) aqueles que partiram rumo ao novo destino, passaram a compor a periferia das cidades, de onde nunca mais saíram” (GUIRALDELLI, ENGLER, 2007, p. 210). A exclusão do povo negro, primeiro através da escravidão bem como após a abolição, por meio de uma migração para periferia, levou a uma marginalização social que ainda afeta seus descendentes.

O estudo de Giselle Pinto (2006) que traça uma análise dos indicadores sociais em relação à situação da mulher negra no mercado de trabalho demonstra a vulnerabilidade social vivenciada pelo grupo. Através dos dados coletados no estudo e da interpretação dos números, verificamos as desigualdades existentes entre os grupos analisados (homem branco, mulher branca, homem negro, mulher negra) em relação ao gênero e a raça/etnia para a configuração de empregos, desempregos, oportunidades e questões salariais.

A análise de Pinto (2006) já evidencia uma disparidade salarial entre o homem branco e a mulher branca; mas, além disso, prova que a média salarial da mulher branca é maior que a da mulher e do homem negro, sendo que a mulher negra recebe praticamente metade da remuneração da mulher branca. Também é notável que o ingresso no mercado de trabalho por parte das mulheres negras é mais prematuro em relação aos dois elementos do grupo branco, e sua saída do mercado é mais tardia do que todos os outros elementos do grupo. Compete observar “que mais de 70% da população feminina ocupada concentra-se em atividades do setor de serviços (prestação de serviços, prática do comércio, da administração pública e outros serviços)” (PINTO, 2006, p.6). O número de mulheres

que ocupam-se do trabalho doméstico também é muito maior que o número de homens que exercem essas atividades, sendo que as negras desempenham um número ainda maior de serviços domésticos do que as brancas. O número de mulheres brancas que ocupa cargos de direção e planejamento é três vezes maior que o número de mulheres negras. “Cabe ressaltar que, no total das seis regiões metropolitanas, a parcela de pessoas negras que eram trabalhadores domésticos (11,2%), era consideravelmente alta quando comparada com o mesmo percentual entre os brancos (5,4%)” (ibidem, 2006, p.10). Nessas mesmas regiões metropolitanas (Belo Horizonte, Distrito Federal, Porto Alegre, Recife, Salvador e São Paulo) nota-se que o número de mulheres negras desempregadas é o maior entre todos os grupos em questão e em todas as regiões analisadas.

A discriminação referente à mulher negra está longe de se configurar somente no âmbito do mercado de trabalho. Entre as várias violências que esta tem vivenciado, Cruz (2003) discorre sobre as questões relacionadas à sua sexualidade e saúde reprodutiva, afirmando como o racismo e o sexismo está presente também nas áreas médicas. Os dados de expectativa de vida também demonstram essa desigualdade de gênero e raça/etnia. Segundo dados expostos pela Rede Interagencial de Informações para a Saúde em relação às expectativas de vida, em 1999 a média geral era de setenta anos; a do homem branco era de sessenta e nove anos, a da mulher branca era de setenta e um anos, a do homem negro era de sessenta e dois anos, enquanto a da mulher negra era de sessenta e seis anos (CRUZ, 2003).

Além disso, a pesquisa aponta que a mortalidade materna referente às mulheres negras é quase seis vezes maior que a referente à mulher branca. Como as causas médicas dessas mortes configuram-se em sua maioria como evitáveis, podemos traçar um quadro de racismo institucional através da negligência pelos profissionais da saúde. Também se verificou que os dois diagnósticos mais recorrentes nas mulheres negras, o distúrbio de autoestima e o distúrbio de autoconceito, podem ser consequências de um sofrimento psíquico. A taxa de óbito por transtornos mentais das mulheres negras é quase o dobro do das mulheres brancas (ibidem, 2003).

Estes dados colaboram para entendermos a real situação da mulher negra perante o mercado de trabalho e sua saúde física e mental. A vulnerabilidade social em que se encontra e a discriminação que vivencia nos diversos âmbitos que já

expomos, colabora para uma imagem negativa da mulher negra, como sujeito de necessidade, inferior, pobre, doente e vulnerável.

2.3 ESCRAVA, DOMÉSTICA, MÃE PRETA E MULATA: OS ESTEREÓTIPOS MIDIÁTICOS RESERVADOS A MULHER NEGRA

Esta supressão não somente da mulher negra, mas de todo o povo negro tem princípio, na sociedade brasileira, durante o período de escravidão no país. Porém, a exclusão social que os descendentes dos povos escravizados sofrem hoje é intensificada pelo processo de aculturação, que encontrou novos lugares para se formular e perpetuar. Um destes espaços que fomentam a aculturação negra é a mídia.

Aculturação envolve um jogo político porque exige a elaboração sobre o que representa o 'bem comum', o sentido comum, e sua interiorização para que opere como guia, justificação, legitimação de ações e disposições nas práticas cotidianas. Trata-se de uma disputa pela representação, ou, um conflito discursivo que perpassa o campo da comunicação. (SOUZA, 2013, p.7)

A mídia tornou-se um campo social que tem lugar na esfera pública e atua como um ambiente de disputa pela representatividade e pela identificação. É importante observar o quanto essa disputa é desigual, pois os recursos para o acesso a esse campo social são distribuídos desigualmente, e a mídia acaba por vezes utilizando-se de estereótipos e representações que favorecem ainda mais essas desigualdades. Na publicidade, podemos identificar que o uso de estereótipos é recorrente principalmente devido ao formato temporal que os anúncios e inserções possuem, dificultando a uma individualização dos personagens. Assim, os estereótipos são utilizados para "(...) organizar e simplificar a realidade social (...)" (PEREIRA, et al. 2011, p. 89)

A representação do negro no espaço publicitário (e na mídia em geral) percorre dois caminhos: o da invisibilidade e o do uso de estereótipos. Existem diversos estudos e pesquisas que autenticam essa afirmativa. Oliveira (2011) realiza uma pesquisa comparativa entre revistas do Brasil (*Atrevida, Veja, Nova, Playboy* e *Raça*) e dos EUA (*Ebony, Time, Cosmopolitan, Seventeen* e *Playboy*) sobre a presença de personagens negros e negras em matérias jornalísticas e em propagandas. Em sua análise quantitativa, percebe que fora as revistas

segmentadas para o público afrodescendente a presença de negros é um pouco maior nas revistas americanas; “(...) a média no Brasil, excetuando as revistas étnicas, é de 8,7%, contra quase 9% dos EUA. A diferença seria insignificante não fosse pelo detalhe que a população negra no Brasil é segundo dados do IBGE, superior a 50%, contra 15% nos EUA” (OLIVEIRA, 2011, p.36).

Em sua análise qualitativa, o autor fornece três filtros principais pelos quais a presença do negro pode ser diagnosticada: a estratégia de minoração, a difamação estética e a objetificação radicalizada da mulher negra. A estratégia de minoração consiste em colocar o personagem negro solitário ou cercado de pessoas brancas, o que reafirma o estereótipo de minoria étnica/racial. A difamação estética configura-se quando elementos estéticos característicos de afrodescendentes são menosprezados e/ou rotulados de forma negativa. Esse filtro revela-se principalmente quando os elementos estéticos típicos da cultura negra são colocados em comparação com elementos estéticos característicos de pessoas brancas. A objetificação radicalizada da mulher negra é percebida quando esta é colocada como objeto de consumo, e suas qualidades intelectuais e profissionais são desprezadas, relacionando-a puramente a elementos sexuais e eróticos (OLIVEIRA, 2011). O autor ressalta ainda um aspecto que aponta a não representatividade do negro como público-alvo da comunicação, o que remete à ideia de sua condição social, que lhe retira o poder de consumo. Assim, a sociedade de consumo “(...) não transforma o cidadão negro em consumidor negro – isso está reservado ao branco -, mas em objeto de consumo (...)” (OLIVEIRA, 2011, p.40).

Martins (2011) também identifica a invisibilidade negra na mídia em sua pesquisa. Em seu corpus de análise, composto por 60 exemplares da revista *Veja*, coletou um total de 1.158 anúncios em que havia presença humana, e somente 86 destes exibiam uma ou mais pessoas negras. Na mesma pesquisa identificou que são exceções os casos em que o negro aparece como protagonista nas peças ou em igualdade com personagens brancos. O autor ainda elencou seis categoriais de estereótipos nas quais os personagens negros são mais comumente apresentados, que são: o atleta, o artista, o trabalhador braçal, o carente social, a mulata sensual e o africano (MARTINS, 2011).

A pesquisa de Perez (2011) mostra números ainda mais preocupantes em relação à presença do negro no espaço publicitário. A autora analisou 993 anúncios publicados na revista *Caras*, entre eles apenas 13 continham a presença de pessoas

negras. Gomes (2011) em uma análise das revistas brasileiras *Veja*, *IstoÉ*, *Claudia*, *SuperInteressante* e *Nova*, observou 205 publicidades, entre as quais apenas em 16 havia representações de pessoas negras.

Na pesquisa de Silva, Rocha e Santos (2011) em que foram analisadas as peças publicitárias publicadas nos jornais *Gazeta do Povo*, *O Estado do Paraná* e *Tribuna do Paraná*, entre o total de 1.759 personagens humanos que compunham as peças, apenas 120 eram pessoas negras. Os autores observaram que nas poucas peças em que os personagens negros aparecem como protagonistas são as de campanhas estatais que buscam compor um cenário de diversidade étnica racial, e que a presença de personagens negros masculinos é superior à de personagens negras femininas (SILVA et al, 2011).

Outra questão que os autores ressaltam é a falta de personagens negros em papéis relacionados à família, isto é, como casais, pais, filhos etc. O estudo aponta que esta representação também é vaga em relação a outras etnias/raças, o que denota que o branco é colocado na mídia como ideal único de família. Além disso, os autores salientam o fato dos personagens negros aparecerem vinculados a profissões menos valorizadas e a trabalhos mais manuais e que não exigem especialização. O estereótipo do negro vinculado ao futebol e ao samba também é percebido, assim como a presença da “mulata” e do negro assistido; presente em campanhas de cunho assistencialista onde ocupa o papel de carente social (SILVA et al, 2011).

No que diz respeito aos anúncios publicitários nos quais a figura do negro ocupa papel principal, Soares (2011) aponta dois principais grupos: as propagandas relacionadas a esporte e aos cuidados com cabelos. No primeiro grupo a autora ressalta que as propagandas que colocam o negro como atleta, sendo o protagonismo masculino dominante, tem como intuito destacar a superação de um *status social* através do esporte. O que superficialmente parece uma representação positiva, para a autora possui margem para mais interpretações.

Por um movimento engenhoso, sua visibilidade torna-os, novamente, invisíveis, pois, em tais propagandas não são os negros que se colocam enquanto grupo, mas sua forma de inserção embranquece-os, como se a superação da pobreza fosse também a superação da cor negra. Aos ascenderem socialmente, aproximam-se do grupo branco, que reconhece seu *status social*, além de serem exaltados por seus atributos físicos, força muscular e vigor (SOARES, 2011, p 157).

A presença das figuras negras em propagandas de produtos destinados aos cuidados com os cabelos é tida como positiva, no sentido que configura o negro como potencial consumidor, pois muitos publicitários buscam justificar a invisibilidade do negro na publicidade devido ao fato de este grupo étnico/racial estar historicamente vinculado a um baixo poder aquisitivo. Assim, umas das lutas do povo negro foi obter seu reconhecimento como consumidor (MARTINS, 2011).

Por outro lado, a publicidade de produtos para cuidados dos cabelos utiliza a estratégia assinalada por Oliveira (2011) de difamação estética, pois refere-se aos cabelos negros empregando termos e adjetivos que configuram o cabelo afro como um problema a ser resolvido. O produto anunciado seria a solução para esse problema, servindo para dar fim à luta contra aos fios “volumosos”, “rebeldes” e “indisciplinados”. Assim novamente esse tipo de publicidade supervaloriza a estética branca, colocando os fios lisos como padrão a ser buscado e idealizado (SOARES, 2011).

As formas através das quais homens e mulheres negras vêm sendo representados midiaticamente revela ainda uma série de estereótipos que cristalizam negativamente a sua imagem. No caso específico da mulher negra, sobressaem as personagens em lugares de subalternidade. Nas telenovelas que buscam representar o período escravocrata abolicionista (em que repetidamente os protagonistas são heróis brancos que lutam pela abolição e o negro é aquele que aceita a sua escravidão quase de forma passiva, sem ter consciência da sua condição), as mulheres negras têm um papel quase totalmente de figurantes, como escravas (ANDRADE, 2008).

Outra representação da mulher negra é pela figura de “mãe preta” ou *mammy* nos EUA (COUTINHO, 2010). Esta é uma personagem que nasceu na literatura americana e foi integrada pelos escritores brasileiros com um sentimento de *nostalgia* (RONCADOR, 2008). A “mãe preta” é aquela personagem dócil, passiva, amorosa e gentil, a ama de leite que, ao ser privada da convivência com o próprio filho, *adota no coração* o filho de seus senhores e os amamenta como se fossem seus próprios. É apresentada muitas vezes como detentora de um grande fervor religioso e supersticioso, e também como símbolo de servidão, fidelidade e lealdade dos escravos aos seus senhores. Esta imagem de mãe preta que para Roncador (2008) configura-se como um mito, não corrobora para um juízo positivo da mulher

negra, mas nos conscientiza para o grau da violência psicológica da maternidade transferida (SEGATO, 2006).

Ainda nas telenovelas, que é a “principal indústria audiovisual e dramaturgicada do país” (ARAÚJO, 2008, p.979), vê-se a mulher negra representada pela figura da empregada doméstica, geralmente no plano de fundo da trama principal, que tem como protagonistas atores brancos. Este cenário escancara o mito da democracia racial no Brasil, pois teoricamente inclui o negro na mídia (que é uma instância de disputa de poder), mas lhe reserva o papel que *caberia* a ele, o de subalternidade, o de serviçal. Nas palavras de Andrade (2008) isso reforça a “ideologia de embraquecimento”, pois destitui o negro como portador de intelecto ou de poder, e afirma no personagem e protagonista branco que o sucesso social está relacionado com sua raça/etnia ou cor de pele.

O argumento de que a utilização de atrizes e atores negros em papéis subalternos ou marginalizados busca retratar a realidade social é falho, pois as telenovelas são produções culturais fictícias e têm poder para trazer representações diferentes daquelas já impregnadas na ordem social (ANDRADE, 2008). Nesse sentido, é preciso ressaltar que os exemplos de atrizes negras como protagonistas das tramas das telenovelas existem em uma proporção bem menor, sendo predominantes as representações midiáticas da mulher negra num papel de subalternidade.

A evolução das representações dos negros tem sido um processo extremamente lento, a televisão, como meio que integra a cultura midiática, dificilmente inova em questões que podem chocar ou desagradar à audiência. A tendência a produzir sempre as mesmas representações domina em muitas ocasiões, e as inovações, geralmente ocorrem quando algo já é amplamente aceito pela sociedade (COUTINHO, 2010, p.115).

Assim, o sistema da televisão brasileira e das mídias - que em geral estão ligadas a uma lógica econômica - tem grande dificuldade para quebrar esses padrões e geralmente os meios não estão dispostos a realizar este deslocamento e a sair desses *lugares comuns*. O resultado dessas práticas é que todos esses estereótipos e paradigmas pertinentes à figura da mulher negra e suas representações midiáticas configuram-se como formas de aculturação. A interiorização desses conceitos, por consequência, formula comportamentos e influencia na construção das identidades das mulheres negras brasileiras.

Neste contexto, a mulher negra – já em condição de submissão por *ser mulher* – ocupa a posição mais inferior nas relações sociais. Seu acesso é privado aos direitos e às oportunidades educacionais, de representação política e midiática, de ascensão profissional e econômica. “A grande parcela das mulheres negras encontra-se em postos de trabalho precários, nos serviços domésticos, na informalidade e com baixa remuneração. Além disso, vale considerar que muitas são analfabetas ou semianalfabetas, o que faz reproduzir o ciclo vicioso de pobreza” (GUIRALDELLI, ENGLER, 2007, p. 213)

No que diz respeito ao contexto de erotização da mulher negra, é necessário discutir algumas percepções acerca da noção de “mulata”, largamente utilizada no Brasil. Primeiramente, precisamos compreender que este conceito se vincula a uma hipersexualização da mulher negra, que tem início diante das relações hierárquicas e sexualmente abusivas na escravidão brasileira, entre senhores brancos e as mulheres negras escravizadas (COUTINHO, 2010). Desta forma, a “mulata” é sucessivamente relacionada ao sexo, ao desejo, ao lascivo, a sensualidade e ao corpo. Tornou-se parte da identidade nacional, apontada muitas vezes ao papel de autêntica mulher brasileira, evocando a miscigenação característica do Brasil e ao mito da democracia racial (GIACOMINI, 1994). Nesse caso, cabe ressaltar a vinculação da dita *mulata* a outros signos da identidade brasileira, como o samba e o carnaval.

A imagem da negra hipersexualizada no Brasil criou a imagem da “mulata”, este estereótipo ganhou ainda mais força na década de 1970 com o apresentador Oswaldo Sargentelli, que auto-denominava-se “mulatólogo” (especialista em “mulatas”). Em seu programa ele apresentava bailarinas, sambando em biquínis, e criou o termo “mulatas tipo exportação” para designar as mulheres que se encaixavam em seu padrão estético. Foi com os “shows de mulatas” que este termo deixou de designar somente mestiçagem e passou a determinar um tipo de mulher, e uma ocupação (...) (COUTINHO, 2010, p.69).

Nesses “shows de mulatas” os números principais são aqueles que possuem mulheres negras assim designadas, que tem como principal função a desempenhar, demonstrar o *samba no pé* para os turistas (GIACOMINI, 1994). Nesse contexto, o carnaval (que é considerado uma festa tipicamente brasileira e atrelada ao samba), materializa na mídia a imagem da mulher negra como as conhecidas Globelezas; mulheres, *mulatas*, sensuais, com muito *samba no pé* e que corriqueiramente aparecem com seus corpos semi ou totalmente nus.

O corpo é fator importante para se refletir o estereótipo de mulher negra vinculado a “mulata”. Para ser uma “mulata exportação” a mulher negra deve se aproximar dos ideais de beleza brasileira, este integrado a um sistema de branquitude. Ou seja, a mulher negra *desejável sexualmente* é a mulata que deve possuir fenótipos menos africanos e mais branco-europeus, ao mesmo tempo em que mantém a sensualidade e a lascividade sexual designada aos negros (COUTINHO, 2010). O padrão corporal da *mulata* é fruto de ideias oriundos da miscigenação, pois vincula-se a elementos empregados aos negros africanos (sensualidade, sexo) e da cultura branca europeia (beleza).

São muitos os trabalhos que relatam a invisibilidade da imagem do negro nos espaços midiáticos e o fato de quanto a presença deste é vinculada aos mais diversos estereótipos, que colocam o negro em lugares de subalternidade ou objetificação. Estas representações são fruto das construções históricas que atrelam o negro às classes pobres, sem poder de consumo e ao racismo que fundamenta o padrão branco como superior. Na mídia, o branco é colocado como o padrão *normal* e “base” para as outras representações.

No entanto, alguns autores já afirmam que esta é uma realidade em mudança, e que as iniciativas que representam o negro na mídia de forma não estereotipada estão em desenvolvimento. Strozenberg (2011) salienta três argumentos principais para essa mudança de paradigmas. O primeiro expõe que o surgimento de um novo mercado de produtos cosméticos para o corpo negro induz à produção de publicidade desses artigos e assim a presença do negro no espaço midiático é estimulada. Argumenta-se também que as instituições buscam cada vez mais demonstrar “consciência social”, isto é, tornarem-se mais cidadãs ao agregar valores positivos aos seus nomes. Assim, mostrar-se preocupado com a “diversidade étnica/racial” torna-se uma estratégia de marketing. O terceiro argumento é de que as reivindicações e denúncias do Movimento Negro e de outras instituições têm conquistado maior espaço nos meios de comunicação, e as assim as demandas da população negra estão recebendo maior visibilidade (STROZENBERG, 2011). De qualquer forma, entendemos que a invisibilidade e os estereótipos midiáticos em relação à imagem do negro nos meios de comunicação ainda estão muito presentes e que são necessários maiores avanços e desenvolvimento destas questões.

2.4 BELEZA E ESTÉTICA COMO FORMA DE CONTROLE SOCIAL.

Em seu trabalho destinado a refletir as permanências e mudanças que constituem a posição social da mulher na atualidade, Lipovetsky (1997) afirma que a “idolatria da beleza feminina” e seu papel como fator para a distinção entre os sexos (ou, a existência do “belo sexo”) estão relacionados ao desenvolvimento histórico da humanidade. Em tempos primitivos e mesmo depois do surgimento do Estado, nas culturas rurais, a beleza feminina não era cultuada, mas desvalorizada ou mesmo *satanizada* frente ao público masculino. Em um contexto em que a fecundidade e a procriação são os fatores que constituem a identidade da mulher e sua distinção do homem, não há espaço para a beleza como fator distintivo. Além disso, a divisão entre os serviços era de ordem que afirmasse a dominação masculina, não havendo lugar para qualquer prática de idolatria ou valorização do feminino “Enquanto todas as mulheres tiveram que assegurar a função de produtoras, a valorização da beleza como característica distintiva feminina não pôde tomar forma” (LIPOVETSKY, 1997, p.103).

Isto também relaciona a questão da beleza feminina às classes econômicas. Com a divisão entre as classes trabalhadoras e as classes nobres, surge a associação entre o culto à beleza e a ociosidade da mulher, em que o pertencimento a uma classe rica as isenta do trabalho e lhes proporciona tempo livre que passa a ser ocupado com práticas de embelezamento (ibidem, 1997).

Ainda nas produções e representações da antiga sociedade grega observa-se que as figuras masculinas ganham destaque e são supervalorizadas, ocorrências não resultantes somente da “cultura homossexual” experimentada na época, mas da associação entre o feminino e seus “poderes de sedução” com o perigo, o ardiloso e o desonesto (ibidem, 1997). De fato, estas são afirmações que nos remetem aos pensamentos misóginos da Europa dos séculos XVI e XVII e aos credos religiosos que instituíram o corpo da mulher como campo de disputa entre o Deus e o Diabo (DEL PRIORE, 2001). Assim, o “belo sexo” surge somente com os ideais humanísticos do Renascimento, traçando uma ruptura com a inexistente ou negativa representação da figura feminina. A beleza da mulher passa a ser exaltada principalmente nas produções artísticas e sua associação ao pecado passa gradualmente a ser relacionada a uma bondade divina, a beleza interior e a virtude. São realizadas associações que exaltam a figura feminina, mas que não tem o poder

para uma reconfiguração da hierarquia social entre os sexos. Neste sentido, é interessante perceber o quanto exaltação é alegórica, uma vez que o culto à beleza não exime a negação ao acesso da mulher a qualquer instância ou mecanismo de poder real, de modo que a dominação masculina permanece (LIPOVESTKY, 1997).

Para Naomi Wolf (1992), as problemáticas que mais necessitam de desconstrução para alcançarmos a liberdade social das mulheres e sua igualdade perante aos homens na sociedade contemporânea são as questões relacionadas à beleza feminina. Segundo a autora, o movimento feminista conquistou diversos direitos às mulheres e pautou múltiplas demandas, dissolvendo ou no mínimo abrandando diversos lugares sociais instituídos as mulheres, mas “a função de controle social, que antes se distribuía por toda uma trama em lendas, teve de ser designada para o único fio que permanecia intacto, o que o reforçou substancialmente” (WOLF, 1992, p.20) Esse *único fio* seria o do “mito da beleza”.

Voltaram a ser impostos aos corpos e rostos das mulheres liberadas todas as limitações, tabus e penas das leis repressoras, das injunções religiosas e da escravidão reprodutiva que já não exerciam influência suficiente. A ocupação com a beleza, trabalho inesgotável porém efêmero, assumiu o lugar das tarefas domésticas, também inesgotáveis e efêmeras (ibidem, p.20).

A autora reflete sobre a necessidade de a ordem social manter o mito da beleza; e como grande parte das questões em nossa sociedade, a justificativa é de caráter econômico. O papel da mulher como consumidora é essencial para o desenvolvimento da sociedade industrial mas, liberada do consumo no papel de dona de casa, é necessária uma nova ordem que estimule o movimento financeiro. “Acabou a cultura da alta moda, e o conhecimento tradicional das revistas femininas de repente não tinha mais valor. A Mística Feminina evaporou; tudo o que restava era o corpo” (ibidem, p.87-88). Ou melhor, a manutenção da beleza deste.

A beleza formulou-se como fator constitutivo do ser mulher, o corpo e o ser feminino passam a ser o corpo e o ser percebido (BOURDIEU, 2002). Isto é, as relações com o próprio corpo são construídas a partir da percepção do outro, as reações e as representações que o corpo promove e a própria interpretação dessas reações e representações atravessam a experiência que se tem do corpo. Assim o olhar torna-se também “um poder simbólico cuja eficácia depende da posição relativa daquele que percebe e daquele que é percebido, e do grau que os esquemas de percepção e de apreciação postos em ação são conhecidos e

reconhecidos por aquele a quem se aplicam” (BOURDIEU, 2002, p. 40). A dominação masculina configura a mulher como ser percebido, como objeto simbólico, o que torna mais provável que esta vivencie a experiência do corpo alienado, a insatisfação, o constrangimento com o próprio corpo. Ao colocar a beleza como pedestal, aprisiona-se a mulher em uma “dependência simbólica” que designa a ela um lugar de constante insegurança corporal, sendo objetos de olhar do outro, de modo que a dependência do julgamento masculino que passa ser “constitutiva de seu ser” (BOURDIEU, 2002).

Assim instituiu-se de forma sutil um sistema para que as mulheres sintam-se inseguras com seus corpos e repudiem a si mesmas. O sentimento de frustração e fracasso tornou-se constante, e assim converteu as mulheres em sujeitos que tem como objetivo de vida a busca pela beleza como forma de atingir uma realização pessoal (WOLF, 1992). Até o final do século XIX o culto a beleza era prática das altas classes e da elite. Porém, no decorrer do século XX a moda, a publicidade e a mídia em geral começaram a trabalhar em massa e divulgar as imagens do feminino em grande escala (LIPOVETSKY, 1997). Junto a isto, o belo sexo inicia uma nova etapa, a democrática e comercial de cultura da beleza. A industrialização ganha força, o acesso à publicidade e aos produtos de beleza aumenta, a produção agora é em massa e os limites ao culto da beleza parecem não mais existir. “Este acesso mais democrático aos produtos de beleza transforma gradualmente os cosméticos em itens de primeira necessidade. A união da expansão industrial da produção dos bens à expansão midiática colaborou para a propagação do modelamento e autocontrole dos corpos” (RODRIGUES, 2012, p.20)

Segundo a Associação Brasileira de Cosméticos e Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC, 2014) o Brasil é o terceiro maior mercado de consumo do mundo no segmento de beleza. Em 2014, o setor registrou um crescimento de 11% e as empresas brasileiras do ramo tiveram um faturamento de R\$ 101,7 bilhões, sendo responsáveis por mais de 1,8% do PIB nacional e representando 9,4% do consumo mundial.

Enquanto que para Lipovetsky (1997) o belo sexo é fruto de ideias do Renascimento que foram mercantilizadas, democratizadas e ganharam maior força e acesso na era da industrialização, para Wolf (1992) a questão que reforça a necessidade da existência de um padrão estético é a busca pela deslegitimação do movimento feminista. Foram criadas “caricaturas”, imagens, estereótipos para

representar a mulher feminista como “feia” ou masculinizada, e assim demonstrar o movimento como algo não desejável. Essas representações ainda são recorrentes na contemporaneidade como mecanismo de ataque as mulheres participantes do movimento feminista. A partir disso conseguimos visualizar o peso que a beleza e o padrão estético possuem quando se referem às mulheres na sociedade, pois é recorrente quando se busca desmoralizar, criticar ou repreender a figura de uma mulher, principalmente àquelas que desempenham um papel público ou são famosas, atacar suas características físicas, e não as intelectuais, um processo que não se repete quando a figura em voga é masculina.

Quando se atrai a atenção para as características físicas de líderes de mulheres, essas líderes podem ser repudiadas por serem bonitas demais ou feias demais. O resultado líquido é impedir que as mulheres se identifiquem com as questões. Se a mulher pública for estigmatizada como sendo "bonita", ela será uma ameaça, uma rival, ou simplesmente uma pessoa não muito séria. Se for criticada por ser "feia", qualquer mulher se arrisca a ser descrita com o mesmo adjetivo se se identificar com as ideias dela (WOLF, 1992, p.90).

Para Wolf (1992) a construção do mito da beleza foi perpetuada em sua maioria pela mídia impressa, principalmente no segmento de revistas femininas, pois esta foi uma parte do mercado que conquistou a confiança das mulheres, e consolidou-se como cultura de massa para este público. Era afinal uma produção de mulheres para mulheres, que trazia os assuntos e informações que realmente eram de interesse e relevância para esta parcela da população. As revistas femininas criam uma espécie de vínculo com as leitoras, que passam a encará-la como uma comunidade, um lugar de pertencimento. Assim, a criticidade em relação a esta mídia se esvazia e é complexo entender que a linha editorial de uma revista está submetida a um sistema econômico sob a ordem dos anunciantes. Os meios e as mídias dirigidas ao público feminino “(...) produzem menos o desejo feminino de beleza do que o exprimem e o intensificam” (LIPOVETSKY, 1997, p. 164). Entende-se que mídia busca acompanhar o desejo e as questões que estão em pauta na sociedade, não necessariamente determinando ou produzindo novos ideais, mas ocupando o papel de *reprodutora* destes. Para Rodrigues (2012) a mídia possibilita a identificação através do consumo. Nesse contexto, tanto para Wolf (1992) com mito da beleza quanto para Lipovetsky (1997) com o belo sexo, a

publicidade é fator considerável na perpetuação de ideais, sendo uma categoria importante para a sustentação dos veículos de comunicação.

Wolf (1992) afirma que a alta concorrência do mercado publicitário intensifica o fluxo visual do negócio e as imagens das mulheres e da beleza intensificam-se e radicalizam-se, sendo necessário chocar e provocar. Além disso, existe uma *censura* por parte dos anunciantes em relação aos editoriais. Esta censura promove-se de duas formas: primeiramente através do imperativo de integrar o produto do anunciante com os conteúdos das revistas, isto é, a produção de artigos ou fotografias de um editorial com base no produto do anunciante.

Outra forma de censura mais recorrente é através da manipulação ou dos “retoques” nas imagens e fotografias veiculadas nas revistas. A autora ressalta os casos das mulheres mais velhas que tem constantemente os sinais da idade apagados ou retocados para serem veiculados. O que isto causa nas leitoras é um sentimento de frustração, pois estas comparam seus rostos reais com os rostos retocados nas revistas e enxergam-se como “velhas demais”.

Deste modo, entende-se que a submissão a uma lógica econômica, a um investimento publicitário, inviabiliza a veiculação de imagens de mulheres *reais* nos meios. A sustentabilidade econômica das empresas depende da promoção da culpa das mulheres sobre si mesmas, do ódio aos seus corpos e do culto a beleza (WOLF, 1992).

Uma das características do padrão de beleza o qual vemos perpetuando em diversos meios é o da busca pela magreza e o desprezo pela gordura. Para Lipovetsky (1997) a busca pela magreza não pode ser explicada somente por uma questão de ordem política social e machista. Para ele, a estética minimalista, o ideal de “menos é mais” corroboram para esta valorização da magreza. Além disso, em épocas mais antigas a corpulência feminina era estimada por sua associação com fecundidade e as buscas pela ruptura dessa associação apoiam a figura de mulher magra.

Na raiz da alergia feminina as adiposidades encontra-se o novo desejo de neutralizar as marcas demasiadamente enfáticas da feminilidade e a vontade de se ser julgado menos como corpo e mais como um indivíduo senhor de si mesmo. A paixão pela magreza traduz, no plano estético, o desejo de emancipação das mulheres face ao seu destino tradicional de objecto sexuais e de mães e, ao mesmo tempo, uma exigência de controle sobre si mesma (LIPOVETSKY, 1997, p. 135).

Wolf (1992) apresenta diversos dados para entender porque a magreza e gordura feminina transpassam a ordem da estética, e tem caráter social e político. Segundo a autora, não é a magreza que a ordem social e a cultura dominante desejam repercutir, e sim os sentimentos de “passividade, ansiedade e emotividade”. O movimento das mulheres começava a formar sentimentos contrários a estes: o amor próprio, a atividade, a organização mental, o ânimo, etc. Manter as mulheres em um sistema de *fome*, carência nutricional ou mesmo de culpa é mais um mecanismo para retardar o progresso feminista “O alimento é o símbolo básico do valor social. Aqueles a quem uma sociedade valoriza, ela alimenta bem. O prato cheio, o melhor bocado, querem demonstrar o quanto aquela pessoa merece dos recursos da tribo” (WOLF, 1992, p.250). Recusar ou *arranjar para que* a mulher recuse a alimentação, culpá-la por comer “mais do que deveria” ou “igual a um homem” apenas perpetua uma inferioridade social do feminino, hierarquiza novamente as relações sociais. A autora ainda retrata a partir de diversas pesquisas, como a gordura feminina está relacionada à sexualidade, ao desejo e até mesmo a fertilidade. “Pedir às mulheres que fiquem anormalmente magras é pedir que elas abdicuem da sua sexualidade” (WOLF, 1992, p.255). As dietas e os regimes que podem ser comparados à inanição parcial voluntária, podem ser também gatilhos para o desenvolvimento de transtornos alimentares sérios como a bulimia e a anorexia nervosa. A privação de alimentos por qual se passa uma pessoa que se submete a dietas ou regimes tem potencial para desenvolver diversos problemas de ordem psicológica.

Juntamente ao culto à magreza que vinculamos ao padrão estético, existe um outro ideal significativo que é imposto às mulheres serem *belas*: a aspiração à juventude eterna. Para Wolf (1992) o envelhecimento da mulher foi taxado como feio ou ruim “porque as mulheres adquirem poder com o passar do tempo e porque os elos entre as gerações de mulheres devem sempre ser rompidos. As mulheres mais velhas temem as jovens, as jovens temem as velhas, e o mito da beleza mutila o curso da vida de todas” (ibidem, 1992, p.17).

Entende-se, portanto, que a ideologia da fome e da juventude minam o feminismo (WOLF, 1992). O que pensamos de nossos corpos desenvolve-se em nossas mentes e, ao encarar o corpo feminino como *errado*, começamos a encarar outras práticas femininas como *erradas*. Enquanto o feminismo tenta resgatar o amor próprio, a autoestima a independência, a cultura dominante busca refrear os

progressos femininos, desenvolvendo mecanismos para criar o sentimento de inferioridade social. O padrão estético torna-se uma “prisão” que tem como fim o controle e a submissão da figura da mulher.

A reação contemporânea é tão violenta, porque a ideologia da beleza é a última das antigas ideologias femininas que ainda tem o poder de controlar aquelas mulheres que a segunda onda do feminismo teria tornado relativamente incontroláveis. Ela se fortaleceu para assumir a função de coerção social que os mitos da maternidade, domesticidade, castidade e passividade não conseguem mais realizar. Ela procura neste instante destruir psicologicamente e às ocultas tudo de positivo que o feminismo proporcionou às mulheres material e publicamente (WOLF, 1992, p. 13).

Sendo assim entendemos que as questões estéticas, o padrão e o mito de beleza são problemáticas que são impostas às mulheres, novamente a partir de uma violência simbólica que tem como finalidade a submissão e o controle do feminino. A concepção de uma estética a qual as mulheres devem submeter-se é uma forma de opressão, de controle social, uma necessidade de caráter econômico e das estruturas de poder.

2.5 ESTÉTICA E RACISMO: EMBRANQUECER E ALISAR.

Se para mulheres em geral atender a um padrão de beleza é uma forma de repressão que contamina a autoestima e o amor próprio, precisamos compreender que a dimensão que isto impõe a mulher negra (que sofre a repressão de gênero e étnica) é ainda mais intensa. Já nos tempos escravocratas, a miscigenação tinha como panorama os ideais racistas de branqueamento da nação.

Segundo Bento (apud SILVA; SANTOS, 2014) a ideologia do branqueamento é uma opressão da hegemonia branca contra os negros para que estes negassem a si mesmos com o objetivo de se integrarem e serem aceitos na sociedade no período pós-abolicionista. Esta ideologia previa uma valorização da estética branca em prol da estética negra.

A primeira dessas iniciativas fundamentava-se na tese de que os imigrantes europeus relacionar-se-iam com pessoas negras e mestiças, gerando descendentes ainda mais claros, que, por sua vez, relacionar-se-iam com outros indivíduos brancos, dando origem a descendentes ainda mais brancos. Esperava-se, como produto final desse processo o branqueamento paulatino da população e, em última instância, o desaparecimento da população negra e mestiça (PEREIRA et al, 2011, p.91).

Hoje a ideologia do branqueamento ainda se perpetua, tendo a mídia grande parcela de responsabilidade para que este processo aconteça. “A ideologia do branqueamento legitima-se pela disseminação de uma normatividade associada aos fenótipos brancos, a qual ocorre dentro do discurso midiático” (OLIVEIRA, 2011, p.33). Assim, o normal e o ideal são os padrões que reforçam a estética branca, e tudo o que desvia deste “referencial” é reprimido. O branco torna-se assim o modelo natural e universal para todas as representações da espécie humana.

Já identificamos que a mulher negra quase não é representada midiaticamente e quando isto acontece é através de estereótipos que não viabilizam uma construção positiva para sua imagem. Aliado a isto, estão todas as problemáticas racistas e machistas que levam a uma vulnerabilidade social da mulher negra, o que corrobora também para uma autoimagem negativa e uma baixa autoestima.

A partir da pesquisa de Santos (2015) compreendemos que esse ideal de branqueamento era uma preocupação da elite branca defensora das teorias raciais e *higienizadoras* da raça e da nação no período escravocrata. Aos poucos foi sendo assimilada e interiorizada pelos negros escravizados e hoje é entendida como uma apreensão exclusiva dele de “eliminar ou diluir suas características raciais” (SANTOS, 2015, p. 31).

O negro tenta o tempo todo se igualar ao branco, provar seu valor que lhe foi tirado quando lhe disseram que os padrões de beleza, inteligência e cultura aceitáveis eram os do homem branco. Isso fez com que os negros corressem para alisar seus cabelos, clarear suas peles, afinar seus narizes, na tentativa de se igualar ao arquétipo imposto (THIBES; CARVALHO, 2013, p. 108).

Collins (apud FIGUEIREDO, 2002) observou que durante o período da escravidão os negros não tinham domínio sobre seus corpos, nem sobre sua sexualidade. A partir da construção do *outro*, da elite branca, suas características físicas foram relacionadas à fealdade e as aberrações. Com o forte e violento racismo do período, e a necessidade dos negros de integrar-se à sociedade da época, surgiu um mercado de serviços que tinha como objetivo modificar e manipular as características fenotípicas dos negros. Entre as décadas de 1920 e 1930 são propagados produtos para o branqueamento da pele e alisamento dos cabelos, dirigidos aos públicos não brancos (SANTOS 2015).

O “complexo de inferioridade” dos negros torna-se fonte de investimento publicitário, impulsionado pelo mercado de cosmética que chega com novas técnicas

de manipulação do corpo (SANTOS 2015). Podemos refletir que esse processo que ocorre em época pós-abolicionista se sucede na era contemporânea:

Dado publicado pela revista Veja, em 15/11/00, da Associação Brasileira de Higiene Pessoal, Cosmética e Perfumaria, demonstra que o mercado de produtos de beleza e cosméticos para negros cresceu 60%, enquanto o mercado de beleza e cosméticos em geral cresceu apenas 11%. O Jornal da Tarde, de 17/2/02 anuncia que “No ano passado, apenas a linha de xampus e condicionadores nacionais movimentou R\$ 680 milhões. Os alisantes capilares foram responsáveis por outros R\$ 280 milhões. Na pioneira Cravo & Canela, a produção pulou, em oito anos, de 20 mil unidades para 200 mil” (FIGUEIREDO, 2002, p.4)

O cabelo do negro tornou-se uma categoria importante para se discutir o racismo e as problemáticas sobre estética e beleza no Brasil. Para ressaltar o papel que o cabelo possui nas relações raciais na sociedade brasileira, Figueiredo (2002) reflete sobre a sua influência inclusive nas classificações de cor: “Assim, por exemplo, morena é a pessoa mestiça e de cabelos lisos, o mulato é também mestiço, mas de cabelo crespo; o denominado sarará são as pessoas mestiças, de pele muito clara, mas de cabelo crespo”. Compreende-se a partir disto que o cabelo possui peso tão igual quanto à cor da pele para pensar as classificações raciais/étnicas no Brasil.

Em geral, o *alisamento capilar* tem sido uma problemática para os negros desde os tempos da escravidão, como observa Viana (apud FIGUEIREDO, 2002). Entre as características fenotípicas negras, o cabelo tem sido o que mais incomoda os brancos e é considerado *o mais feio* entre as características corporais dos negros. São comuns os casos de pessoas negras que relatam ouvir comentários sobre o *volume* ou *comprimento* de seus cabelos. As expressões “cabelo ruim”, “cabelo bombril”, “cabelo duro” e “quando não está preso está armado” são de uso corriqueiro para referir aos cabelos afros, reproduzidas muitas vezes pelos próprios negros. Também em suas pesquisas, Figueiredo (2002) identificou que o cabelo é a característica do corpo entre os negros onde reside mais desejo de mudança. Os discursos que contornam esse “desejo de mudança” são permeados por falas que retomam noções de beleza e de praticidade ao lidar com um cabelo liso/alisado. “Desde muito jovens as mulheres negras são socializadas para terem o cabelo alisado, muitas relataram experiências em que a família e, principalmente, a mãe impunha que elas tivessem os cabelos alisados” (FIGUEIREDO, 2002, p.5).

Sobre a questão da “praticidade” que se diz obter ao alisar os cabelos, Gomes (2003) afirma que a declaração “lidar com o cabelo” tornou-se simbólica, pois

no contexto das relações sociais capitalista, a palavra “lida” é relacionada ao trabalho, não como realização pessoal, mas aquele associado à exploração e a um fardo. Hooks (2005) também traça outras reflexões importantes: “Certo número de mulheres afirmou que essa é uma estratégia de sobrevivência: é mais fácil de funcionar nessa sociedade com o cabelo alisado. Os problemas são menores; ou, como alguns dizem, dá menos trabalho” (HOOKS, 2005, s/p). Sobre ao “dar menos trabalho”, ou ocupar menos tempo, a autora argumenta que talvez isso seja um reflexo de uma sensação de que cuidar de si mesma não seja algo importante, ou até mesmo de que as mulheres negras não são merecedoras de tal cuidado.

Juntos racismo e sexismo nos recalcam diariamente pelos meios de comunicação. Todos os tipos de publicidade e cenas cotidianas nos aferem a condição de que não seremos bonitas e atraentes se não mudarmos a nós mesmas, especialmente o nosso cabelo. Não podemos nos resignar se sabemos que a supremacia branca informa e trata de sabotar nossos esforços por construir uma individualidade e uma identidade (HOOKS, 2005, p. 7).

O que se identifica, nas palavras de Hooks (2005) é a existência de uma obsessão coletiva para alisar o cabelo negro, que se sustenta na insegurança da mulher negra e em sua vulnerabilidade social. Reflete-se assim o quanto está enraizado o conceito racista de que a beleza e o sucesso não estão relacionados ao negro ou a sua estética. Como forma de ascender socialmente, o negro interioriza que precisa aproximar-se dos parâmetros brancos e a manipulação dos cabelos torna-se o *caminho possível* para isso.

Porém, quando *conscientes* dos discursos velados que denotam o racismo da nossa sociedade, a população negra encontra estratégias e meios de resistência e de luta. No próximo capítulo abordaremos os principais movimentos protagonizados pela população negra, que tem como objetivo a desconstrução dos estigmas sociais e a busca pelo empoderamento, aceitação e de autoestima, sentimentos que historicamente vem sendo negados aos indivíduos negros.

3 DESCONSTRUINDO AS SUBORDINAÇÕES: O EMPODERAMENTO DA MULHER NEGRA.

3.1 TRAJETÓRIA E CONQUISTAS DO MOVIMENTO NEGRO NOS EUA E NO BRASIL.

Buscaremos destacar nesta parte do trabalho os pontos e conquistas mais importantes do movimento negro, voltando nosso olhar para sua trajetória nos Estados Unidos da América e no Brasil. Nos EUA, as reivindicações do movimento negro estão principalmente relacionadas à luta pelos direitos civis. Mesmo após o fim da Guerra da Secessão e a assinatura da Declaração de Emancipação por Abraham Lincoln em 1863, que pôs fim legalmente ao sistema escravocrata em todo o país, o cenário social em que vivia o negro norte americano era totalmente segregacionista e opressor (XAVIER, 2014).

Em 1875, o estado do Tenessi adotou a primeira lei que estabeleceu a separação entre brancos e negros em lugares públicos. Foi também neste contexto que surgem organizações como a Ku Klux Klan que “colocava-se como uma entidade moralizante, em defesa da honra, dos costumes e da moral cristã (...). Uma das ações recorrentes da sociedade era a prática de linchamentos de negros” (ALVES, 2011, p. 55). A Klan também perseguia brancos que apoiavam o fim da discriminação contra negros. Ainda assim, foi somente após a Segunda Guerra Mundial que organizações políticas que lutavam pela igualdade entre negros e brancos começaram a tomar força nos EUA.

O caso de Rosa Parks forneceu energia para os movimentos contrários a discriminação naquele país. Em 1955, a costureira foi presa e multada por recusar-se a ceder seu lugar a um homem branco em um ônibus, como ditava a legislação. Essa ação foi o estopim para o começo de um boicote protagonizado por mulheres e homens negros aos transportes coletivos. Este boicote durou cerca de 381 dias e foi liderado por Martin Luther King Jr, um pastor da igreja batista no Estado da Geórgia que mobilizou diversos atos não violentos a favor da luta pelos direitos dos negros (ALVES, 2011). Em 1960 surgiu o SNCC (*Student Nonviolent Coordinating Committee*, Comitê de Coordenação Estudantil Não- Violento) e em 1961 o CORE (*Congress of Racial Equality*, Congresso pela Igualdade Racial),

organizações de brancos e negros que defendiam movimentos de resistência não violentos (GROPPO, 2000).

As repressões brutais da polícia e dos governantes contra as ações pacíficas do movimento geraram certo constrangimento por parte da população, que então começou a apoiar a luta de forma mais intensa. O ano de 1963 é destacado por Alves (2011) como o ano auge das mobilizações, quando “o Departamento de Justiça registrou mil quatrocentas e doze manifestações distintas e mais de quinze mil prisões devido a protestos ocorridos em cento e oitenta e seis cidades do país.” (ALVES, 2011, p. 62). Em agosto daquele ano, ocorreu a Marcha de Washington, onde mais de duzentas mil pessoas ouviram o discurso mais famoso Martin Luther King Jr. “I have a dream” (Eu tenho um sonho).²

A pressão popular exigia ação dos governantes, e segundo linha do tempo traçada pelo Grupo de Estudos Multidisciplinares da Ação Afirmativa (GEMAA, 2016), em 1964 foi assinada a Lei dos Direitos Civis, que tornava ilegal qualquer prática discriminatória ou segregacionista em locais públicos com base na raça, origem ou religião. Em 1965, Lyndon Johnson, o então presidente dos EUA, fez um discurso onde definia o conceito de ação afirmativa. Neste mesmo ano, foi proibida a prática de testes de alfabetização utilizada para negarem aos negros o direito ao voto e aconteceu a Convenção Internacional sobre a Eliminação de todas as Formas de Discriminação Racial da ONU (Organização das Ações Unidas).

2 Trecho do discurso “I have a dream” de Martin Luther King Jr.

Digo a vocês hoje, meus amigos, que, apesar das dificuldades de hoje e de amanhã, ainda tenho um sonho.

É um sonho profundamente enraizado no sonho americano.

Tenho um sonho de que um dia esta nação se erguerá e corresponderá em realidade o verdadeiro significado de seu credo: 'Consideramos essas verdades manifestas: que todos os homens são criados iguais'.

Tenho um sonho de que um dia, nas colinas vermelhas da Geórgia, os filhos de ex-escravos e os filhos de ex-donos de escravos poderão sentar-se juntos à mesa da irmandade.

Tenho um sonho de que um dia até o Estado do Mississippi, um Estado desértico que sufoca no calor da injustiça e da opressão, será transformado em um oásis de liberdade e de justiça.

Tenho um sonho de que meus quatro filhos viverão um dia em uma nação onde não serão julgados pela cor de sua pele, mas pelo teor de seu caráter.

Tenho um sonho hoje.

Tenho um sonho de que um dia o Estado do Alabama, cujo governador hoje tem os lábios pingando palavras de rejeição e anulação, será transformado numa situação em que meninos negros e meninas negras poderão dar as mãos a meninos brancos e meninas brancas e caminharem juntos, como irmãs e irmãos.

Tenho um sonho hoje.

Tenho um sonho de que um dia cada vale será elevado, cada colina e montanha será nivelada, os lugares acidentados serão aplainados, os lugares tortos serão endireitados, a glória do Senhor será revelada e todos os seres a enxergarão juntos (PREVIDELLI, 2013)

Os movimentos pelos direitos civis conquistaram muitas demandas da população, mas a repressão dos racistas era contínua. Groppo (2000) relata que tanto militantes negros quanto apoiadores brancos do movimento eram assassinados. Assim surge dentro dos movimentos negros correntes mais radicais, que acreditavam no combate da violência com violência. O SNCC resolveu abandonar os ideais pacifistas de Martin Luther King Jr, e aliou-se a liderança de Malcom X, ativista negro que defendia ações mais radicais aos opressores. Adotando forte “nacionalismo negro” o SNCC exclui todos os membros brancos da organização, e toma frente na formação de “(...) instituições como cooperativas, uniões de crédito e partidos políticos independentes. Entre ele, destacou-se cada vez mais o Partido de Panteras Negras (...)” (GROPPO, 2000, p. 579).

O Partido das Panteras Negras (Black Panther Party – BPP) centrava-se na prática de autodefesa contra a violência policial e a segurança nas comunidades negras. Dentro da organização, os membros dividiam-se entre os ideais pacíficos de King e os radicais de X, tendo os dois como grandes figuras de liderança. Entre a morte de Malcom X em 1965 e a de King em 1968 o partido tomou medidas mais ofensivas contra a violência empregada à comunidade negra. Segundo Batista (2014), havia suspeitas de que o FBI estaria envolvido no assassinato desses líderes, mas essas suposições nunca foram confirmadas.

Devido aos diversos conflitos com a polícia, as perseguições e assassinatos, o BPP perdeu diversos membros, e teve seu fim formal em 1982, também pela falta de organização política interna (ALVES, 2011). Stokely Carmichael, um dos líderes do BPP foi o primeiro a utilizar a expressão “Black Power” (GROPPO, 2000). Esta expressão foi abraçada pela população e tornou-se referência para se pensar uma identidade negra, surgindo grande exaltação dos fenótipos naturais, principalmente o cabelo. Da valorização da estética negra surgem expressões como “*Black is beautiful*”.

Slogans como black is beautiful, black power, estão atrelados à luta pelos direitos civis nos Estados Unidos e tiveram seu auge na década de 1960. (...) muito importante política, social e culturalmente, pois representou um momento-chave em que os negros estadunidenses se redefiniram: “Arquivou-se para sempre, ali, o estereótipo do sambo, do good nigger, do negro que ‘conhece seu lugar’, O clichê racista do preto bobo, dócil e idiotamente feliz. Com o black power, os negros norte-americanos passaram a se ver como agentes enérgicos de seu próprio destino (RISÉRIO *apud* LLANOS, 2014, p.11)

Alves (2011) reitera que o a *prática* do Black Power foi, durante muito tempo, um modo de agir e viver por parte da comunidade negra estadunidense. A partir dele surgiram derivações, como os penteados afro e lemas como “I’m black and I’m proud” e “Black is beautiful” (ibidem, 2011, p. 66). O dito orgulho negro incidiu fortemente na esfera musical; o estilo *soul* que significa *alma*, exaltava o espírito do povo negro, e unificava o movimento; as músicas religiosas e populares presentes no movimento contribuíram para a construção deste novo ritmo. Destacavam-se nesse momento cantores e cantoras negras, especialmente Aretha Franklin, Ray Charles e James Brown; de fato, popularmente a *soul music* passou a ser conhecida como *black music*. James Brown foi o responsável pela música “Say it loud: I’m black and I’m proud” em português “*Diga alto: Eu sou negro e tenho orgulho*”, frase que sinaliza os mesmos ideais do movimento negro. Para Alves (2011), a representação da *soul music* no Brasil se dá através das vozes e estilos de Tim Maia, Tony Tornado e Jorge Benjor.

Além da música, o esporte também foi plataforma para a difusão dos ideais do movimento negro nos EUA. Ambos negros, Tommie Smith e John Carlos ganharam o primeiro e o terceiro lugar respectivamente na prova de 200 metros largos nas Olimpíadas de 1968, que ocorreram no México. Ao subirem ao pódio para receberem suas medalhas e ouvirem o hino dos EUA, os atletas negros ergueram os punhos, vestidos com luvas negras em apoio ao movimento que acontecia em seu país, tal gesto era símbolo dos militantes. Devido ao ato, os dois atletas foram expulsos da competição. Isto não refreou os protestos, e na mesma Olimpíada os atletas negros americanos Lee Evans, Larry James e Ron Freeman subiram ao pódio com boinas pretas, acessório utilizado e que fazia alusão ao grupo dos Panteras Negras (ROMANELLI, 2013).

Na maior parte das obras consultadas, nota-se, em geral, que quando se falamos do movimento negro, muito se refere aos líderes masculinos, mas é importante entender que mulheres negras tiveram participação ativa no movimento. Entre os autores aqui expostos, menções as militantes negras são praticamente nulas ou feitas de forma muito rasa. Segundo Batista (2014) o filme *Panteras Negras*, produzido em 1990 e dirigido por Mario Van Peebles também recebeu críticas por não abordar a militância feminina dentro do partido e do movimento.

Apesar do

silenciamento das figuras femininas nas obras que trabalham as questões referentes ao movimento negro, buscamos em outros meios referências sobre as mulheres negras ativistas da época. Elaine Brown, por exemplo, foi líder do Partido entre os anos de 1974 e 1977 (ALTMAN, 2016). E em destaque temos o nome de Angela Davis, que com base nas informações passadas pelo portal Geledés - Instituto da Mulher Negra e pela Revista Forum, nasceu no Alabama, considerado um dos estados do sul mais racistas dos EUA. Sofreu diversas discriminações em sua infância, e quando adolescente foi estudar em Nova Iorque, momento em que entrou no movimento estudantil. Durante os anos 60 foi ativista dentro do Partido Comunista e dos Panteras Negras. Na Figura 1 identificamos que Davis exaltava sua negritude, utilizando o penteado nomeado *black power*. No ano de 2012 Shola Lynch produziu o documentário intitulado “Free Angela & All Political Prisoners” que narra a trajetória política da militante³. Ao ingressar na lista dos dez fugitivos mais procurados pelo FBI, Davis entregou-se e ficou detida pelo período de dezoito meses até seu julgamento final, quando foi inocentada. A campanha *Free Angela Davis* (Libertem Angela Davis) foi apoiada por John Lennon e Yoko Ono, que gravaram a música “Angela” em homenagem a ativista, e a banda *The Rolling Stones* que compôs “Sweet Black Angel”.

Davis foi candidata à vice-presidente dos EUA em 1980 e em 1984, pelo Partido Comunista. Desde sua saída da prisão, Angela foca seu ativismo nas questões relacionadas à reforma do sistema carcerário, mas também abrange temas sobre igualdade de gênero e racismo na sociedade.

³ Este documentário retrata a vida de Angela Davis, uma professora de filosofia nascida no Alabama, e conhecida por seu profundo engajamento em defesa dos direitos humanos. Quando Angela defende três prisioneiros negros nos anos 1970, ela é acusada de organizar uma tentativa de fuga e sequestro, que levou à morte de um juiz e quatro detentos. Nesta época, ela se tornou a mulher mais procurada dos Estados Unidos. Ainda hoje, Angela é um símbolo da luta pelo direito das mulheres, dos negros e dos oprimidos. Sinopse disponível em < <http://www.adorocinema.com/filmes/filme-209896/>>

Figura 1 - Angela Yvonne Davis



Fonte – Revista Fórum

Outra integrante feminina importante para o Partido das Panteras Negras foi Kathleen Cleaver, a primeira mulher a compor o comitê central do partido, participando diretamente das decisões do mesmo. Ela atuou principalmente como secretária de comunicação do partido, entre os anos de 1967 e 1969. Exilou-se na Argélia com o marido Eldridge Cleaver, também militante do partido, que foi condenado por tentativa de homicídio, após um conflito com a polícia. Formada em Direito, atualmente é professora em Yale e aborda em seus estudos questões referente à causa negra (ALTMAN, 2016).

No Brasil o Movimento Negro articulou-se de forma diferenciada. Nos EUA seu ápice aconteceu entre os anos 60 e 70, tendo como principal contexto a luta pelos direitos civis, isto devido a uma realidade de intensa violência e repressão policial contra os negros, que sofriam também com as leis segregacionistas. Podemos observar que no Brasil o racismo pronunciou-se de outras formas, através de práticas mais veladas como o mito da democracia racial, o que influenciou a

forma de organização do movimento. De certa forma, os negros americanos buscaram combater o racismo utilizando métodos mais radicais do que os negros brasileiros.

É interessante citar que as primeiras formas de resistência da luta negra tenham sido organizadas ainda no período escravocrata, configurando-se na experiência de quilombos. Para Campos (2003) os quilombos constituem-se como uma parte imprescindível de um plano coletivo da comunidade negra para afirmar sua liberdade e a identidade. A autora cita também a importância da participação feminina nessa organização, pois, ainda no século XIX, quilombos no Pará e no Mato Grosso eram liderados por mulheres.

A dinâmica dos quilombos opunha-se e diferenciava-se das práticas atuais escravistas. O Quilombo de Palmares, localizado na Serra da Barriga em Alagoas, por exemplo, possuía uma prática agrícola mais rica e elaborada que as exercidas na colônia na época. Enquanto a colônia utilizava a mão de obra escrava em prol da exportação e riqueza da metrópole, Palmares desafiava esta lógica com uma economia de policultura para a subsistência, além de aproveitar-se de sua boa localização na mata e dos abundantes recursos naturais presentes. Além disso, os quilombos abrigavam grupos de outras etnias, como indígenas e brancos pobres que eram perseguidos pelo sistema colonial. Diferentemente da realidade da Colônia, onde a violência e a exploração eram a base para a produção, a realidade quilombola pautava-se na colaboração.

Mais do que, simplesmente, canalizar fugas de escravos, o movimento quilombola representou a organização sócio-política e econômica de uma sociedade alternativa, em relação ao modelo hegemônico, multiplicando-se no espaço e dilatando-se no tempo, de modo amplo e permanente (CAMPOS, 2003, p.59)

Os quilombos (não presentes somente no Brasil, mas em toda a América Latina) foram os primeiros projetos de resistência da população negra, e mais do que pautar uma luta contra o racismo, resistiam a todo violento sistema escravista e colonial da época. Assim, na trajetória do Movimento Negro, as comunidades quilombolas ocupam um lugar entre os principais atos de resistência durante o período escravocrata, destacando-se por sua organização coletiva e seu desenvolvimento como economia cooperativa.

Após a abolição em 1888, Domingues (2007) aponta a marginalização dos então ex-escravos; com a proclamação da República em 1889 estes buscaram formas de modificar esta realidade, organizando-se em todo o País em associações de mobilização negra.

Em São Paulo, a agremiação negra mais antiga desse período foi o Clube 28 de Setembro, constituído em 1897. As maiores delas foram o Grupo Dramático e Recreativo Kosmos e o Centro Cívico Palmares, fundados em 1908 e 1926, respectivamente. De cunho eminentemente assistencialista, recreativo e/ou cultural, as associações negras conseguiam agregar um número não desprezível de “homens de cor”, como se dizia na época. Algumas delas tiveram como base de formação “determinadas classes de trabalhadores negros, tais como: portuários, ferroviários e ensacadores, constituindo uma espécie de entidade sindical” (DOMINGUES, 2007, p. 103)

Cabe novamente destacar o papel ativo das mulheres negras na formação de *grupos* específicos para si; em São Paulo e em Pelotas foi fundada a Sociedade Brinco das Princesas em 1925 e a Sociedade de Socorros Mútuos Princesa do Sul em 1908, respectivamente. Ainda entre os anos de 1889 e 1937 configurou-se o mercado da *imprensa negra*. Um ambiente de publicação de diversos jornais em todo o território voltados para a comunidade negra, pautando assuntos de seu interesse, como problemas relacionados à educação, saúde, habitação, trabalho e denunciando casos graves de segregação racial, demonstrando a dificuldade de negros frequentarem lugares e ambientes específicos; preocupando-se combater o racismo, ou “preconceito de cor” como era comum na época (DOMINGUES, 2007).

Muitas entidades negras prosperaram na década de 30, mas destacamos a fundação em 1931 da Frente Negra Brasileira (FNB) em São Paulo, considerada um grande avanço para o Movimento Negro, sendo uma das primeiras organizações com uma condição política mais determinante. Além disso, a FNB conquistou diversas “filiais” no País, o que deu ao Movimento Negro um caráter de *massa*. A organização mantinha “escola, grupo musical e teatral, time de futebol, departamento jurídico, além de oferecer serviço médico e odontológico, cursos de formação política, de artes e ofícios, assim como publicar um jornal, o A Voz da Raça” (ibidem, 2007, p. 106). As mulheres negras também desempenhavam na FNB trabalhos de cunho assistencialistas e atividades culturais, como bailes e festivais artísticos.

A FNB conquistou grande poder de influência política, e conquistou o fim da proibição da admissão de negros a guarda civil de São Paulo. Em 1936, resolveu se consolidar como partido político, sendo dissolvido com o estabelecimento do Estado Novo em 1937. No final desse período, o Movimento Negro reorganizou-se novamente, novas entidades e jornais surgiram, movimentando a *imprensa negra* e as mobilizações em geral. Neste momento destacam-se principalmente duas organizações, a União dos Homens de Cor (UHC) fundada em Porto Alegre em 1943 e o Teatro Experimental do Negro (TEN) instituído em 1944 no Rio de Janeiro.

O UHC pautava ações para reverter o quadro de marginalização do povo negro e integra-lo a realidade social. Sua atuação é notável na “promoção de debates na imprensa local, publicação de jornais próprios, serviços de assistência jurídica e médica, aulas de alfabetização, ações de voluntariado e participação em campanhas eleitorais” (DOMINGUES, 2007, p 108). O TEN tinha como proposta inicial a formação de atores negros, mas desenvolveu diversas ações nas esferas educacionais, artísticas e políticas na defesa dos direitos civis dos negros. Muitos outros grupos em defesa das causas negras desenvolveram-se em todo o território brasileiro, porém dentro do universo político este não recebeu apoio e acabou isolado politicamente (ibidem, 2007).

Durante os anos da ditadura militar o Movimento Negro foi praticamente excluído da discussão pública e o racismo era negado pelos governantes da época. Em 1970, no entanto, algumas organizações foram fundadas em alguns estados e a imprensa negra ainda circulava de forma diminuta. Mas foram ações isoladas e sem um cunho político definido. Apenas em 1978, com a fundação do Movimento Negro Unificado (MNU) as mobilizações voltam mais organizadas a esfera política.

No Programa de Ação, de 1982, o MNU defendia as seguintes reivindicações “mínimas”: desmistificação da democracia racial brasileira; organização política da população negra; transformação do Movimento Negro em movimento de massas; formação de um amplo leque de alianças na luta contra o racismo e a exploração do trabalhador; organização para enfrentar a violência policial; organização nos sindicatos e partidos políticos; luta pela introdução da História da África e do Negro no Brasil nos currículos escolares, bem como a busca pelo apoio internacional contra o racismo no país. (DOMINGUES, 2007, p. 114)

O discurso do MNU contra a discriminação racial foi influenciado pelos movimentos dos direitos civis nos EUA e também pelos movimentos de libertação que ocorriam em países africanos. O grupo realizou atos públicos em repúdio ao

racismo e uma carta aberta à população onde motivavam a comunidade negra a realizar ações mais radicais contra as mazelas que esta sofria: o desemprego, a violência policial, a marginalização etc. (ibidem, 2007)

A fundação do MNU é um marco para o Movimento Negro, pois este além de ter uma posição política bem definida, unificou todas as outras associações negras e incorporou a luta por outras minorias sociais “A tônica era contestar a ordem social vigente e, simultaneamente, desferir a denúncia pública do problema do racismo (...)” (ibidem, 2007, p. 115). O Movimento trouxe diversas mudanças no campo da luta negra, foi a partir dele que o dia 13 de Maio estabeleceu-se como Dia Nacional de Denúncia Contra o Racismo (data da abolição da escravatura) e o 20 de Novembro como Dia Nacional de Consciência Negra (possível dia da morte de Zumbi dos Palmares). Além disso, problematizou o culto a Mãe Preta que denotava o estereótipo de passividade negra e o termo “negro” como expressão pejorativa, retirando as conotações negativas infringidas à palavra.

Questionou ainda a esfera educacional quanto à presença do negro na História do Brasil, a formação dos professores, aos conteúdos preconceituosos nos livros didáticos e a política de branqueamento através da miscigenação. Também começou a pautar a valorização das religiões de matriz africana e da identidade negra, contestando o padrão de beleza branco imposto “O discurso tanto da negritude quanto do resgate das raízes ancestrais norteou o comportamento da militância. Houve a incorporação do padrão de beleza, da indumentária e da culinária africana” (DOMINGUES, 2007, p. 116).

Nilma Lino Gomes (2011) aponta que os desafios e debates do Movimento Negro atualmente giram em torno das políticas públicas de ação afirmativa, que para a autora vão além de ações compensatórias ou que reparem as desigualdades raciais, “mas também como lócus em que confluem princípios gerais de outro modelo de racionalidade e saberes emancipatórios produzidos pelo Movimento Negro ao longo dos tempos” (GOMES, 2011, p.148). Assim, é necessário refletir sobre as reais vivências e desafios da população negra para construir ações efetivas contra a discriminação racial. Nesse sentido, a autora destaca três saberes que devem ser refletidos: os políticos, os identitários e os estéticos.

Sobre os saberes políticos a autora exemplifica que as Universidades cada vez mais têm debatido sobre o ingresso de jovens negros no ensino superior. No entanto, mais do que políticas de acesso e de permanência, o desafio é

compreender que as trajetórias de vida, as vivências dos jovens negros são diferentes daquelas idealizadas para o estudante universitário “comum”. A respeito dos saberes identitários é necessário refletir sobre o que é a identidade negra em nosso país, como ela se constrói e como se relaciona com os outros sujeitos, qual o significado de ser negro *hoje e aqui*.

Em relação aos saberes estéticos, sobre a corporeidade, pode-se pensar que as ações afirmativas podem transformar as relações dos sujeitos negros com seus corpos, pois “ao participar de um processo de seleção baseado no critério de cotas raciais ou ao se identificar como negro no Brasil, o sujeito participa de um processo de mudança de lógica corporal” (GOMES, 2011, 150). Ao participarem de alguma experiência onde tenha que afirmar positivamente sua raça/etnia o indivíduo negro pode passar por um processo de valorização de seus corpo e traços. Um processo de aceitação e/ou valorização que historicamente é negado, pois no Brasil os padrões de fealdade estiveram sempre relacionados ao corpo negro, enquanto o padrão de beleza sempre foi branco e euro-centrado.

Para este trabalho, compreender e refletir sobre a trajetória do Movimento Negro nos EUA e no Brasil tem dois principais motivos (1) entender que o povo negro, e as mulheres negras em especial, apesar e por sua marginalização social, organizaram-se ao longo de toda a história em ações de resistência e de luta contra a discriminação racial; (2) perceber que a relações por vezes negativas com nossos corpos, nossos traços e nosso fenótipo negro são fruto das construções históricas racistas e que isso também já foi pautado pelo Movimento Negro. Uma realidade compartilhada principalmente pelas mulheres negras que, a partir da vivência com o sexismo e o machismo (tão graves quanto racismo), tem sua aparência questionada diariamente.

Nos EUA observou-se que a luta pelos direitos civis trouxe também uma consciência e valorização da estética negra, em destaque principalmente os cabelos, talvez a nossa característica mais perseguida e estigmatizada. Gomes (2011) salienta novamente que no Brasil, as questões relacionadas à ação afirmativa também perpassam a esfera estética. Pois no processo de admitir-se negro, admite-se também a perseguição fenotípica e o racismo que estão diretamente ligados. .

Assim, as ações que questionam o padrão estético vigente devem ser analisadas. A transição capilar não seria para as mulheres negras de hoje, que estão

inseridas em uma realidade onde a ação afirmativa se faz presente, conscientemente ou não, um mecanismo que questiona a lógica instaurada de que o padrão eurocentrado, do cabelo liso, é a única alternativa para sentir-se bem com sua aparência?

3.2 O PORQUÊ DA TRANSIÇÃO

De forma breve, “transição capilar” é a nomeação utilizada para apontar o processo em que se decide parar com o uso de práticas, técnicas e produtos que tem como finalidade a manipulação da estrutura original cabelos. É um processo que pode ser vivenciado por qualquer indivíduo, não diferenciando raça/etnia ou gênero, desde que este tenha como objetivo o uso de seu cabelo na forma natural, sem o uso de qualquer tratamento que altere a estrutura própria dos fios.

No entanto, esta parece ser uma vivência mais comum no universo feminino, especialmente porque são as mulheres que mais experimentam a exigência da sociedade em relação a sua aparência física. O processo de transição capilar é ainda mais vivenciado pelas mulheres cacheadas e crespas, pois a cobrança para inserir-se no padrão eurocêntrico do cabelo liso é determinante.

O critério de beleza em nossa sociedade é baseado no padrão fenotípico europeu, e deste modo, o povo negro é que mais diverge desse padrão. Com o agravante do racismo institucionalizado, os negros têm como resultado a inferiorização de sua aparência, sendo esta continuamente relacionada à fealdade. Assim, são as mulheres negras que mais sofrem com a cobrança estética, e por consequente a prática de manipular seus cabelos naturais é estabelecida.

Em razão das reivindicações de um contexto que pauta tanto o empoderamento feminino quanto o racismo, onde a ação afirmativa pelo viés estético é pertinente, a transição capilar tem conquistado espaço entre as mulheres negras. Na mídia, como importante espaço de difusão de tendências estéticas, é possível observar o processo de transição capilar cada vez mais presente. É o caso da mudança de padrão estético de atrizes negras, como por exemplo a artista Taís Araújo. Na figura 2 notamos a mudança nos cabelos da atriz em sua primeira novela na TV Globo e atualmente.

Figura 2 - Taís Araújo: antes e depois



Fonte – CEDOC/TV Globo

Percebe-se uma mudança também na indústria cosmética que busca conquistar este novo segmento de público: mulheres de cabelo crespo e que querem usar seus cabelos de forma natural. A marca Lola Cosmects lançou produtos específicos para cabelos em transição. Na figura 3 visualizamos que a marca traz em suas embalagens figuras de mulheres negras com cabelos crespos e em outro produto a frase “abaixo a ditadura dos lisos”, exaltando os cabelos cacheados e crespos.

Figura 3 – Produtos Lola



Fonte – Captura realizada pela autora

A marca Salon Line ao produzir a linha denominada “to de cacho” utiliza uma linguagem atual e códigos identificados como comuns no universo das mulheres crespas: a classificação capilar, onde os cabelos são identificados por *tipos* com números e letras. Na figura 4 vemos essa linguagem de forma informativa e integrada a embalagem dos produtos.

Figura 4 – Produto da Linha “to de cacho” da Salon Line



Fonte – Simbora Maquiar

A organização das “marchas do orgulho crespo” são outros fatores que demonstram como a questão do uso do cabelo crespo e natural é identificada como sinônimo de empoderamento pelas mulheres negras. A primeira marcha, de acordo com site Vice, aconteceu no dia 26 de julho de 2015, na Avenida Paulista, em São Paulo. Segundo organizadores, a marcha expandiu-se para outros estados, contando com debates e oficinas. A segunda marcha ocorreu no dia 7 de agosto de 2016 e obteve apoio da Feira Cultural Preta, evento de afroempreendedorismo da América Latina. As marchas com certeza são eventos que nos atualizam sobre as demandas, união e empoderamento das mulheres negras.

Além disso, o acesso à internet, e em particular as redes sociais, promovem um espaço essencial para mais do que a simples troca de informação, mas para o compartilhamento de histórias, vivências, questionamentos e críticas. Uma interação que provoca a reflexão e a identificação.

Assim, podemos afirmar que hoje há um ambiente *propicio* para que o processo de transição capilar fortaleça-se, ou no mínimo desperte interesse. Como é uma ação referente ao âmbito íntimo do sujeito, pode desenvolver-se de distintas formas e por diversas razões: políticas, estéticas, de saúde, etc. Cada processo é único, e nesta pesquisa buscamos perceber através dos conteúdos compartilhados na comunidade online “Cacheadas em Transição” as questões mais expressivas relacionadas à transição capilar.

4 APORTE TEÓRICO METODOLÓGICO

4.1- ETNOGRAFIA VIRTUAL E O DESAFIO DO CONTRÁRIO: TORNANDO EXÓTICO O FAMILIAR.

O objetivo deste estudo é verificar se e como a transição capilar é compreendida e experimentada enquanto mecanismo de empoderamento pela mulher negra a partir das vivências compartilhadas pelas participantes na comunidade “Cacheadas em Transição”. Para alcançar esse objetivo o estudo exige uma metodologia pautada na observação dessa comunidade, o que é exatamente que a pesquisa etnográfica propõe. De fato, Hine (2004) coloca que o compromisso central da etnografia é “desenvolver uma compreensão profunda do meio social através da participação e da observação” (HINE, 2004, p. 55, tradução nossa).

Ainda segundo a autora, a prática etnográfica tem mudado muito ao longo do tempo. Inicialmente era utilizada pelos antropólogos para compreender as culturas de lugares distantes, depois foi sendo aproveitada por outros campos de estudos além da antropologia. Os estudos que aconteciam de forma holística e em culturas *exóticas* foram ampliando-se também para a observação de grupos mais específicos e familiares. É nesse sentido que se constitui o desafiante movimento para os pesquisadores de transformação do exótico em familiar (VELHO, CASTRO, 1978). Mas o que implica observar uma comunidade a qual você é participante e já está previamente *familiarizado*?

Este é o caso nesse estudo, pois sendo participante da comunidade “Cacheadas em Transição” e também por ter vivenciado o processo de transição capilar, a dinâmica de observação do objeto reconfigura-se. Possuir uma experiência prévia do contexto da comunidade configurou-se em um fator positivo para esta pesquisa. A linguagem, o conteúdo e outros aspectos que configuram o objeto de pesquisa já me eram familiar, o que produziu uma compreensão mais rápida e profunda das temáticas e questões compartilhadas naquele espaço. A partir de uma vivência própria se conseguiu traçar uma percepção mais sensível do contexto que o engloba e do próprio objeto de pesquisa.

Em contrapartida, estar familiarizado com o objeto de estudo pode configurar-se em uma problemática, pois “a familiaridade pode ser, em muitos casos, uma fonte de distorções, pois os nossos mapas sociais são, em grande parte,

construídos em cima de estereótipos e rótulos” (VELHO, CASTRO, 1978, p.11). Para não tecer premissas sobre os objetos que nos são próximos e familiares, e não por isso *conhecidos*, Velho e Castro (1978) sugerem que se desenvolva uma *vigilância epistemológica*.

Reconhecer as distâncias, e, portanto, esforçar-se por superá-las cientificamente, no caso de contato entre o antropólogo e uma sociedade radicalmente “exótica”, talvez seja mais fácil que fazer o mesmo quando se estudam subgrupos dentro da sociedade do antropólogo. Neste último caso, o problema epistemológico está socialmente ancorado. O observado é parte da sociedade do observador. Assim, o confronto não é apenas — ou sobretudo — entre antropólogo e objeto, mas entre representantes de segmentos de um mesmo sistema social. As relações entre estes segmentos determinam previamente o curso da reflexão, o que vai exigir uma vigilância epistemológica de outro tipo. O que é ser “observador” em casos como este? Quem pode observar, e o que a posição de observador deixa ver, e o que ela não deixa? (VELHO, CASTRO, 1978, p.10).

Para manter a clareza do nosso estudo foi necessário desenvolver uma percepção que também se distanciasse do objeto. É nesse sentido que, segundo os autores, o movimento dos pesquisadores que propõem estudar as ditas sociedades complexas é ao contrário, o familiar deve tornar-se exótico (VELHO, CASTRO, 1978).

Hine (2004) elabora dez princípios que nos auxiliam a pensar o trabalho desenvolvido nesta pesquisa a partir da perspectiva da etnografia virtual. Apontamos aqui alguns deles no intuito de ilustrar o processo de construção metodológica da nossa pesquisa. O primeiro princípio diz respeito ao envolvimento do pesquisador com o seu campo de estudo e o compromisso que este deve ter com os habitantes que relacionam-se com este espaço para assim se produzir “ o conhecimento especial que denominados etnográfico” (ibidem, 2004, p. 80, tradução nossa). A etnografia virtual é, como a autora aponta, um modo de problematizar o uso da internet e entende-la para além de uma forma de comunicação, mas também como um objeto presente na vida das pessoas, um lugar onde se estabelecem comunidades. O período de imersão do pesquisador deve reduzir a estranheza de outras *formas de vida*, e em nosso caso, por exemplo, também provocar essa estranheza ao que nós interpretamos como *familiar*.

Em um segundo momento, Hine (2004) expõe que a internet pode ser interpretada tanto como uma cultura, quanto como um artefato cultural. É um lugar de interação que não necessariamente esta desconectada da *vida real*, isto é, da

vida off-line. As interações mediadas devem ser estudadas, pensando nessas como “fluidas, dinâmicas e móveis” (HINE, 2004, p. 81, tradução nossa). Assim como a imersão em uma comunidade *off-line* e física, a etnografia na “Cacheadas em Transição” exigiu um olhar crítico e sensível para o contexto, as falas e as formas de interação entre as participantes. É a partir dessas características que as oportunidades de realizar a etnografia são propostas. Observa-se esta situação em nosso estudo quando refletimos na linguagem desenvolvida pelas participantes, contando com códigos próprios sobre o tema.

A antropóloga afirma que na etnografia virtual nem toda a decisão acerca do objeto e campo de estudo pode ser definido *a priori*. O desenvolvimento da pesquisa depende de seu próprio curso. O objeto pode reformular-se conforme os processos do estudo e seus limites dependem do contexto em qual está inserido, assim como o tempo e o espaço do pesquisador, “(...) saber quando deter-se e até onde chegar” (ibidem, 2004, p. 81, tradução nossa) é o maior desafio nesse sentido. Esta questão confirmou-se em nosso estudo, pois em princípio nosso buscávamos verificar os depoimentos acerca da transição capilar, mas durante a pesquisa conferiu-se como outras temáticas, como o consumo, eram significativas nas falas das participantes.

Um outro aspecto salientado por Hine (2004) indica que a etnografia virtual se caracteriza como parcial, sendo impossível traçar qualquer informação acerca do objeto de estudo de forma imparcial e holística. As descrições realizadas pelo pesquisador podem acontecer pensando a relevância estratégica do estudo, mas dificilmente se conseguirá alcançar representações fiéis da realidade. Em princípio, havia uma inclinação pessoal para aprofundar o estudo nas questões referentes a identidade e empoderamento das participantes, proposição que foi mantida. Entretanto, ao longo do processo da pesquisa, identificamos outras temáticas que também eram relevantes e mereciam ser abordadas. Ainda assim, é compreensível que as questões referentes a “Cacheadas a Transição” ou as mulheres negras possam ser abordadas de formas distintas em outros estudos.

Hine indica ainda que a tecnologia da interação mediada permite que os participantes e o próprio pesquisador não precisem estar necessariamente presentes e juntos durante todo o desenvolvimento do estudo. Essa é uma facilidade permitida pela tecnologia de se trabalhar as relações entre pesquisador e participantes independente do tempo e espaço. Mesmo que o conteúdo na comunidade fosse desenvolvido ao longo das vinte e quatro horas do dia e o

acompanhamento não pudesse ser ininterrupto, a análise não foi prejudicada, pois era possível ter acesso às publicações já realizadas.

Por fim, tendo em vista os princípios organizados por Hine (2004) que dialogam diretamente com nosso estudo, temos em vista que a etnografia virtual deve adaptar-se “(...) ao propósito, prático e real, de explorar as relações e as interações mediadas (...)” (HINE, 2004, p. 81, tradução nossa). Isto é, a etnografia virtual molda-se as necessidades da pesquisa, do objeto e campo de estudo. Não há um manual de regras de como executar uma etnografia perfeita, mas deve existir a ideia de adaptabilidade e a liberdade para se questionar e buscar a reflexão. A partir dos objetivos da pesquisa e de um olhar sensível sobre a comunidade, podemos perceber o que era ou não significativo para nossa pesquisa e compreender que o estudo desenvolveu-se em um ritmo pré definido, mas pautado principalmente pelas demandas e necessidades encontradas no percurso.

Como forma de organizar os dados, a análise de conteúdo também foi pensada para o desenvolvimento desse estudo. De acordo com Fonseca Júnior (2011), este é um método que parte de uma herança positivista, e em sua composição trabalha questões quantitativas e qualitativas. A questão da *inferência*, geral e específica incorporada pelo método foi fundamental para esta pesquisa, pois a dedução de maneira lógica tornou-se exercício central para se compreender e interpretar os conteúdos compartilhados na comunidade virtual.

A análise de conteúdo possui três macros etapas, a pré- análise onde desenvolvemos uma leitura flutuante sobre o a comunidade e formulamos os objetivos e direções da investigação. A exploração do material onde coletamos e categorizamos os conteúdos. E o tratamento dos resultados e interpretações, onde buscamos responder os objetivos da pesquisa. O autor (2011) nos alerta que para produzir a análise de conteúdo é necessário pensar alguns fundamentos como o contexto dos dados, o conhecimento do pesquisador e o objetivo da análise de conteúdo.

Entretanto, nesta pesquisa os critérios e estágios do método não foram seguidos de forma tão rigorosa. O método contribuiu principalmente para a construção das categorias de análise, que foram elaboradas a partir da observação das publicações no grupo. A construção de categorias, isto é, da categorização seguiu alguns princípios do método: a homogeneidade que aponta que todas as unidades de registro do conteúdo analisado deve possuir a mesma natureza. Em

nosso caso, os conteúdos analisados deviam referir-se a publicações realizadas por mulheres negras, na comunidade virtual “Cacheadas em Transição”, no período entre o dia primeiro e trinta e um de julho de 2016. A pertinência do conteúdo a ser analisado é outra característica, isto é, os conteúdos coletados deviam refletir as intenções da pesquisa.

A objetividade, fidelidade e produtividade também são princípios do método, e foram desenvolvidas durante a investigação. O princípio que aponta que conteúdos presentes em uma categoria não poderiam pertencer à outra não foi abordado durante esta pesquisa, pois em nosso caso, as categorias foram formuladas a partir das publicações na comunidade, e estas não necessariamente apresentavam *divisões* em seus assuntos e temas.

Percebendo os temas que eram mais pautados dentro da comunidade pelas mulheres negras, desenvolvemos as categorias de análise de acordo com essas temáticas. Seguindo a regra da pertinência apontada pelo método, que se caracteriza por constituir o corpus da análise através dos objetivos da pesquisa, do objeto de estudo e do período de análise.

Assim, é importante ressaltar duas questões em relação à análise de conteúdo desenvolvida nesta pesquisa: primeiramente, a construção dessas categorias de análise decorre da intensidade com que o assunto foi abordado por *mulheres negras*. Isto é, se o objetivo fosse construir as categorias de análise de acordo com os assuntos abordados pelas mulheres brancas e negras, o resultado poderia ser diferente.

O segundo ponto a ser considerado é que os conteúdos analisados e que compõem as categorias de análise foram aqueles que mais geraram comentários e reações das participantes e que eram abordados com mais frequência na comunidade.

4.2- CATEGORIAS DE ANÁLISE: IDENTIDADE E CONSUMO.

A partir da etnografia virtual e da análise de conteúdo, elaboramos as categorias de análise. Para compreender esse processo de elaboração, é necessário retomar a questão central da pesquisa, que consiste em entender como as vivências compartilhadas sobre o processo de transição capilar na comunidade “cacheadas em transição” são interpretadas por suas participantes, e de que modo

estas leituras se refletem na construção de suas autorrepresentações como mulheres negras.

Foi então observado no período de análise da comunidade que as publicações relacionavam-se a seis conteúdos principais (1) desabafos positivos e negativos em relação ao processo de transição capilar (2) resenhas, dúvidas e dicas de produtos, (3) compra e consumo de produtos (4) dúvidas e reflexões sobre o cronograma capilar (5) produtos caseiros para cuidados dos cabelos (6) preocupação com o *frizz*, fator encolhimento e definição dos cabelos crespos e cacheados.

Revisando os materiais coletados e refletindo sobre seus conteúdos, conseguimos conectar essas temáticas, e identificamos que estas refletiam duas questões essenciais, referente à identidade das mulheres negras e aos modos de consumo que se desenvolvem durante o processo de transição capilar.

Realizar a transição capilar em si, remete a uma mudança de comportamento, o que implica na construção de novas rotinas e hábitos. Um dos processos que se destacou durante nosso estudo na comunidade foi em relação consumo de produtos para cabelos.

Garcia Canclini (2008) afirma que, no senso comum, frequentemente o consumo é associado a gastos fúteis e irracionais. Estes se desenvolvem com o apoio de uma *dominação* dos meios de comunicação de massa contra audiências passivas acreditando-se em um modelo de comunicação vertical. Essa ideia esquece-se de diversos outros fatores que colaboram para o desenvolvimento de processos de comunicação e consumo efetivos.

O autor (1999) desenvolve então seis modelos para se pensar o consumo. O primeiro modelo refere-se ao consumo como lugar de reprodução da força de trabalho e da expansão do capital, pensado pelo viés de uma racionalidade econômica, onde as *necessidades e desejos* dos trabalhadores estão submetidos às estratégias do mercado e do capital. O segundo modelo diz respeito ao consumo como lugar onde as classes e os grupos competem pela apropriação dos produtos sociais, reconhecendo o consumo como presente no cotidiano, ocupando um lugar de interação e disputa pelo o que a sociedade produz e a forma de uso dessa produção.

O terceiro modelo entende o consumo como um lugar de diferenciação e distinção simbólica entre os grupos, pois em uma sociedade onde existe

desigualdade em diversos âmbitos, o consumo demarca de forma fundamental diferenças entre as classes e seus segmentos sobre apropriações e usos dos bens. O quarto modelo percebe o consumo como um sistema de integração e comunicação, visto que este ao funcionar como lugar de distinção entre os grupos, também atuará como vínculo entre os que fazem uso dos bens de forma semelhante. O quinto modelo entende o consumo como objetificação dos desejos, onde este é fruto das necessidades humanas, impulsos e anseios. E o sexto modelo interpreta o consumo como parte de processos ritualísticos isto é, o consumo como ação que impõe significado a objetos utilizados nos rituais sociais.

Garcia Canclini (2008) propõe então uma intersecção entre esses modelos, visando *uma teoria sociocultural do consumo*, onde o consumo é interpretado como parte de uma racionalidade integrativa e comunicativa da sociedade, sendo uma atividade que nos posiciona perante aos outros, a nós mesmos, as nossas necessidades e desejos.

Comprar objetos, pendurá-los ou distribuí-los pela casa, assinalar- lhes um lugar em uma ordem, atribuir- lhes funções na comunicação com os outros, são os recursos para se pensar o próprio corpo, a instável ordem social e as interações incertas com os demais. Consumir é tornar mais inteligível um mundo onde o sólido se evapora. Por isso, além de serem úteis para a expansão do mercado e a reprodução da força de trabalho, para nos distinguirmos dos demais e nos comunicarmos com eles, como afirmam Douglas e Isherwood, “as mercadorias servem para pensar”. (GARCIA CANCLINI, 2008, p.65)

A partir da abordagem sociocultural proposta por Garcia Canclini (2008) é possível organizar categorias de análise para pensar o consumo no processo de transição capilar de acordo com a observação da comunidade virtual. Para a construção destas categorias desenvolveremos com mais amplitude o consumo para refletir a diferenciação e a integração simbólica entre os grupos, assim como seu modo ritualístico.

É importante apontar que os modelos de consumo não se suprimem, pois estão relacionados. Ao perceber a prática de *classificação capilar*, além da linguagem e termos próprios desenvolvidos no âmbito da comunidade e utilizados de forma específica pelas participantes, o consumo em seu viés distintivo e integrativo coloca-se em maior evidência, e assim desenvolvemos a primeira categoria de análise: *o consumo em seu modo distintivo e integrativo e a classificação capilar*.

Por outro lado, ao analisar a prática do cronograma capilar, o consumo em seu modo ritualístico recebe mais visibilidade, e forma-se a segunda categoria de análise, *o consumo como ação ritualística e o cronograma capilar*.

Além disso, buscamos interpretar o processo de transição capilar refletido nas relações sociais das participantes e na construção de suas identidades como mulheres negras. A questão da identidade será abordada no trabalho considerando a construção da identidade e da diferença defendida por Tadeu da Silva (2014) e a proposta do sujeito pós-moderno apresentada por Stuart Hall (2002). Silva indica que a identidade, *o que eu sou*, é constituída a partir do reconhecimento da diferença, ou seja, *daquilo que não sou*. Na transição capilar e na comunidade essa percepção é identificada, pois o exercício de alisar o cabelo crespo acontece a partir da percepção de que o padrão, *o cabelo desejado*, é aquele que é *diferente* do meu. No imaginário consta-se que o normal, o regular é o cabelo liso; logo, o crespo é o anormal, o irregular, pois um é construído a partir do reconhecimento do outro. A comunidade em si já demarca essa fronteira, pois é exclusiva para mulheres de cabelos crespos e cacheados. Entre as participantes da comunidade, também ocorre delimitações pelo tipo de cacho/crespo, o que também promove um processo de reconhecimento de identidade e de diferença.

A proposta de Stuart Hall (2002) de descentramento do sujeito e da identidade contribui para pensarmos a dualidade em que a mulher negra encontra-se no processo de transição. Pois *o que é ser* mulher negra é revisitado durante o processo. Antes da transição essas mulheres negras *performavam* um tipo de comportamento, e durante o processo acabam desconstruindo essas práticas. Esse hibridismo como coloca autor é observado nas falas compartilhadas na comunidade, pois demonstra como essa disputa de identidades reflete na autoestima dessas mulheres. A partir dessa dimensão de identidade construímos a terceira categoria de análise: *identidade e empoderamento negro*.

No próximo capítulo abordaremos então as três categorias de análise desenvolvidas (1) o consumo em seu modo distintivo e integrativo e a classificação capilar (2) o consumo como ação ritualística e o cronograma capilar e (3) a transição capilar na formação da identidade e empoderamento negro.

5 PESQUISA E ANÁLISE DA COMUNIDADE “CACHEADAS EM TRANSIÇÃO”.

5.1- COMUNIDADE ONLINE E GRUPO DE APOIO: AS “CACHEADAS EM TRANSIÇÃO”

Comecei⁴ a participar da comunidade online “Cacheadas em Transição” em 2014. Nesta mesma época conheci diversos outros grupos online que tratavam da temática da transição capilar. Para mim pessoalmente a comunidade servia com um local para buscar informações e inspiração para passar por esse processo. Lembro como foi marcante encontrar um *espaço* onde existiam mulheres que estavam passando por essa mesma mudança, que declaravam as mesmas dúvidas e compartilhavam histórias semelhantes, mesmo vivendo há grandes distâncias de onde eu me encontrava.

Nesse sentido, Raquel Recuero (2009) assinala que uma importante mudança detectada na comunicação mediada por computadores é a desterritorialização das relações sociais. Isto é, a noção de localidade geográfica como não precedente para o desenvolvimento de laços sociais. Esta é uma realidade que é ressaltada nas comunicações mediadas por computadores e ampliada pelo avanço da internet, mas não é um processo exclusivo desta. As mudanças nas formas de sociabilidade iniciam com o progresso dos meios de comunicação como as cartas e os telefones, progredindo para a formação de uma aldeia global, que é *ampliada* pela difusão do acesso à internet.

As interações via internet proporcionam um ambiente para o desenvolvimento de grupos sociais de interesse com possíveis características de comunidade. Recuero reflete sobre as várias definições dadas por distintos autores sobre o que podemos compreender como “comunidade virtual”. A discussão é ampla e a pesquisadora assinala que alguns autores compreendem comunidades virtuais como encontros de grupos sociais no ciberespaço onde ocorre a “(...) definição de laços fortes e interação social concentrada, além de capital social e compromisso com o grupo (...)”. (RECUERO, 2009, p 147). Já outros estudiosos, são menos exigentes e definem que as comunidades virtuais possuem relações mais fluidas e emocionais, onde circula capital social, interações e desenvolvimento de laços

⁴ Com o intuito de contextualizar o leitor em relação ao cenário da pesquisa utilizarei a primeira pessoa do singular nesta passagem do trabalho.

sociais mais fracos. Entre essas teorias, podemos entender as comunidades virtuais como lugares simbólicos no ciberespaço em que indivíduos com interesses semelhantes formam grupos e cultivam capital, interação e laços sociais (RECUERO, 2009, p. 147).

A “Cacheadas em Transição” possui membros de diversas partes do Brasil e também de fora dele. Até a data de trinta e um de agosto de 2016 a comunidade continha um total 206.609 membros. Através da pesquisa realizada na própria rede social do Facebook, esse é o grupo com maior número de membros que trata do tema da transição capilar. O grande número de participantes é o fator principal para a escolha desse grupo como objeto de estudo. Neste caso, o número de membros influencia diretamente na frequência e quantidade de conteúdos compartilhados e interações realizadas que assim nos fornece um panorama essencial de vivências das mulheres que embarcam no processo de transição capilar. É válido ressaltar que esse grupo é composto exclusivamente por mulheres, sendo vedada a participação de figuras masculinas.

O espaço se classifica como grupo de apoio e, segundo arquivos disponibilizados na própria comunidade, a “Cacheadas em Transição” foi criado em 27 de outubro de 2012. O grupo conta com 15 moderadoras que tem como papel aprovar as postagens antes destas serem publicadas, além de cuidar para que as regras da comunidade sejam respeitadas.

Na parte superior do *feed* da comunidade há uma postagem fixada contendo diversas informações sobre regras do grupo e sobre os espaços para a divulgação de redes sociais, vlogs, blogs, sites etc. Também há links para postagens de “perguntas frequentes”, informações sobre o cronograma capilar, terminações usadas no grupo, link com álbuns de fotos para inspiração, e link da postagem fixa para as integrantes colocarem suas localidades.

Figura 5 – Postagem Fixa na Comunidade



Fonte – Captura realizada pela autora

A análise do grupo “cacheadas em Transição” ocorreu entre o dia primeiro ao dia trinta e um de julho de 2016. A investigação focou a análise no conteúdo das publicações e também no perfil das integrantes que publicavam, visto que nosso trabalho dirige-se especificamente a vivência das mulheres negras, sendo portanto importante que estas fossem as protagonistas das publicações. De fato, o primeiro desafio da pesquisa foi identificar quem eram as mulheres negras, pois a

comunidade é aberta para mulheres cacheadas e crespas, não realizando um recorte racial em sua descrição⁵.

Nesse contexto, é válido lembrar que em nosso país a raça/etnia é afirmada mediante auto-declaração do indivíduo. Assim, tendo em vista que não havia uma auto-declaração das usuárias nas publicações, foi utilizado o critério da *classificação capilar*, uma prática que foi observada nas participantes e que consiste em classificar os tipos de fios. Como o próprio grupo não disponibilizava informações sobre esta classificação, acessamos alguns blogs que falam sobre o assunto. Apesar não haver um consenso acerca do tema, à maioria concorda que existem quatro tipos de fios.

Figura 6 - Classificação Capilar



Fonte – Dicas da Kira

⁵ Descrição da Comunidade - O grupo *Cacheadas em Transição*, fechado e exclusivamente feminino, foi criado para incentivar e ajudar, com dicas e troca de experiências, meninas que decidiram se libertar de químicas transformadoras como alisamentos, relaxamentos, progressivas e afins a assumir e valorizar sua beleza natural, todas Cacheadas e Crespas são Bem-vindas.

Através da figura acima, compreende-se que as participantes da comunidade possuem os cabelos entre os tipos três e o tipo quatro (cacheados e crespos), sendo que o tipo quatro é específico das mulheres negras. Este então foi o critério para identificar quem eram as mulheres negras.

O segundo desafio foi o acompanhamento das publicações no grupo, pois como a comunidade contém muitas integrantes, a quantidade de conteúdo publicado é elevada. Não conseguimos obter o número médio mensal de publicações feitas no grupo, pois cada publicação é analisada e depois aceita pelas moderadoras da comunidade. Então há períodos em que ocorrem diversas publicações ao mesmo tempo (quando as moderadoras estão aprovando os conteúdos) e há períodos em que o grupo fica estático, pois nenhuma moderadora estava aceitando as publicações. Além disso, o tempo dedicado à investigação no grupo não era ininterrupto. Deste modo tínhamos acesso às postagens que estavam em maior evidência, sejam porque tinham sido aprovadas há pouco tempo e estavam em destaque, ou porque tinham maior repercussão, isto é, recebiam mais comentários e reações das participantes. Considerando as publicações de autoria de mulheres negras com mais destaque e repercussão no feed da comunidade, foram armazenadas e analisadas 652 publicações no período de 1 a 31 de julho de 2016.

Além da classificação capilar, foram observadas também outras terminações, siglas e práticas específicas utilizadas pelas participantes da comunidade. A sigla AC significa *acompanhando os comentários* e utiliza-se para acompanhar uma postagem que seja do interesse da participante, assim esta poderá receber as notificações, isto é, os novos comentários feitos na postagem. A sigla UP é utilizada para *subir* a postagem, pois como o grupo tem a dinâmica de *feed*, muitas postagens acabam sendo perdidas ou não ganham atenção; a participante pode então comentar “up” na publicação para que ela “suba” no *feed* e fique em evidência, assim as outras participantes podem visualizá-la. Uma das siglas mais conhecidas pelas participantes é BC e significa *big chop* (grande corte), termo utilizado para quando se corta toda a parte alisada ou com química do cabelo. Algumas participantes se referem a este momento como o fim da transição capilar. O *day after* significa o *dia* ou *dias após* alguma etapa do cronograma capilar, isto é, o período depois da lavagem do cabelo. CC significa *cronograma capilar*, nome que se dá rotina semanal ou mensal de cuidados com os cabelos. O cronograma capilar tem etapas que podem ser adaptadas a cada pessoa e baseia-se no número de

vezes em que o cabelo será lavado por semana. Segundo arquivos disponibilizados na própria comunidade, as fases são hidratação, nutrição e reconstrução.

Figura 7 – Fases do cronograma capilar

FASE	RÓTULO	INGREDIENTES / SUBSTÂNCIAS	FUNÇÃO	QUEM PRECISA	RESULTADOS
HIDRATAÇÃO	Hidratante Hidratação Moisture	<u>Vitaminas, frutas, ervas</u> Glicerina ou glicerina vegetal Alcoóis modificados Extratos botânicos (plantas) Pantenol (Bepantol, dex-pantenol) Aloe Vera (babosa) Vitaminas (A, B, C, D, E), Chocolate Sacarose ou derivados do açúcar, mel	Repor água / umidade	Fios opacos, ressecados e quebradiços	Fios macios, leves e desembaraçados
NUTRIÇÃO	Nutritiva Nutrição Nutritive Butter treat	<u>Oleos extra virgens (prensados a frio), manteigas e ceras vegetais</u> Oliva, coco, abacate, macadâmia, argan, semente de uva, linhaça, Karité, murumuru, cupuaçu, cacau, tutano, etc.	Repor lipídeos e nutrientes	Fios porosos (cutículas muito abertas), com excesso de volume (além do que é natural ao seu tipo de cabelo) e frizz	Fios encorpados (sensação de mais peso) com volume reduzido (realinha os cachos), mais brilho, menos frizz, cutículas mais celadas
RECONSTRUÇÃO	Reconstrutora Reconstructor Repositor de massa Strength Rebuild, Repair	<u>Queratina, aminoácidos e colágeno</u> Queratina, creatina, arginina, cisteína, colágeno, proteínas e aminoácidos do trigo, proteína hidrolisada de soja	Reestruturar a fibra capilar / restaurar a parte interna	Fios frágeis e elásticos	Fios com mais resistência e menos porosidade (preenche a estrutura interna perdida naturalmente ou por uso de química)

Fonte – Captura realizada pela autora

A partir da apresentação nos familiarizamos com as dinâmicas da comunidade “Cacheadas em Transição” e podemos começar a trabalhar com as categorias de análise.

5.2- O CONSUMO EM SEU MODO DISTINTIVO E INTEGRATIVO E A CLASSIFICAÇÃO CAPILAR.

Garcia Canclini (1999) afirma que o consumo é um lugar essencial para desenvolver e comunicar as distinções sociais, refletindo principalmente sobre as diferenças de consumo entre as classes sociais. Porém, o autor também aponta que, se o consumo é um recurso para diferenciação, ao mesmo tempo ele torna-se um sistema de integração entre os grupos, pois ao excluir-se de determinado grupo, comunica-se que se pertence e *faz parte de outro grupo*.

Por isso a classificação capilar tem dimensões distintivas e integrativas. No caso das mulheres negras, significa afirmar que o seu cabelo é cacheado e não

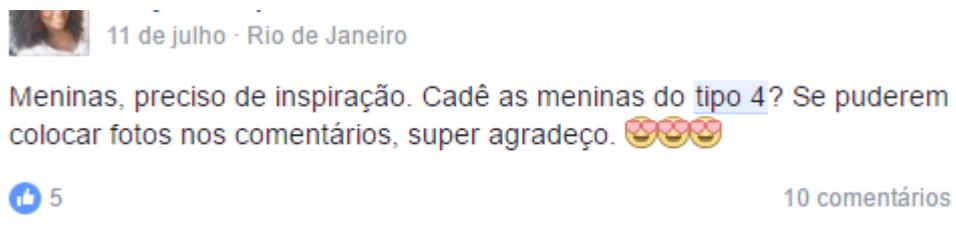
crespo, que é tipo quatro e não tipo três. Assim a distinção é traçada e o pertencimento a um grupo exclusivo é determinado.

Figura 8 - Publicação (1) sobre o tipo quatro



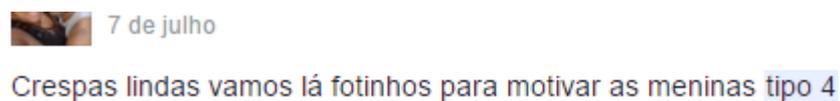
Fonte – Captura realizada pela autora

Figura 9 - Publicação (2) sobre o tipo quatro



Fonte – Captura realizada pela autora

Figura 10 - Publicação (3) sobre o tipo quatro



Fonte – Captura realizada pela autora

Compreendendo que as mulheres negras vivem sem muitas representações de si mesmas nos espaços de poder e que por vezes não encontram nem em suas

famílias e amigos apoio para passar pelo processo de transição capilar, a busca por semelhantes e a criação de laços na comunidade podem ser vistos como uma forma de se sentir pertencente a algum grupo e auxilia na construção da autoestima das participantes da comunidade. Nas figuras 8, 9 e 10 as participantes buscam inspiração, o que demonstra o desejo por reconhecimento e representação em outro.

A integração e a comunicação dessas participantes acontecem a partir da classificação capilar; a partir do momento em que se assume ter o cabelo tipo quatro, assume-se *ser uma mulher negra*. Ao ver uma publicação de uma integrante que possui um tipo de cabelo parecido ao seu e que se assume negra, ocorre uma *autoavaliação sobre quem sou eu* e como me identifico. Assumir-se negra é um processo, e por conta das construções sociais racistas, é também um processo doloroso. A classificação capilar estimula esse momento de descobrimento. A busca por fotos de integrantes, que não somente fizeram a transição capilar, mas que fazem parte daquele grupo específico que possuem o cabelo tipo quatro, é a própria busca por integração, uma forma de reverter à solidão desse processo de descobertas sobre si.

A classificação capilar já sugere a busca por diferenciação e distinção, o que é muito pertinente no caso das mulheres negras. O recorte racial é importante para entender as demandas dessas mulheres, pois se uma mulher branca relata ter sofrido algum tipo de opressão por causa dos cabelos cacheados, a reação é uma, enquanto no caso de uma mulher negra, o acontecimento pode referir-se a um episódio de racismo.

A prática da classificação capilar foi observada com intensidade durante a pesquisa e apresenta-se como um fato importante para as participantes. Em geral elas sabem o tipo de seu cabelo, e as que têm dúvida utilizam a comunidade para buscar esse conhecimento, como demonstrado na figura 11.

Figura 11 – Sobre a classificação capilar



17 de julho · Rio de Janeiro

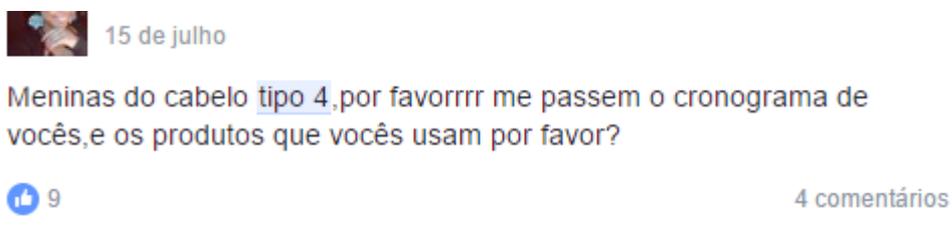
Meninas alguém sabe qual o meu tipo de cabelo? E vcs podem me indicar tipos de cremes, massagens caseiras... E outra estou com muito medo como eu vou ficar dps da transição, se eu vou gostar o ou não, please help me

Fonte – Captura realizada pela autora

Na figura 11 a integrante busca esclarecer dúvidas sobre o seu tipo de cabelo, assim como pede dicas de produtos e técnicas para lidar com o cabelo em transição, demonstrando receio sobre o resultado do processo.

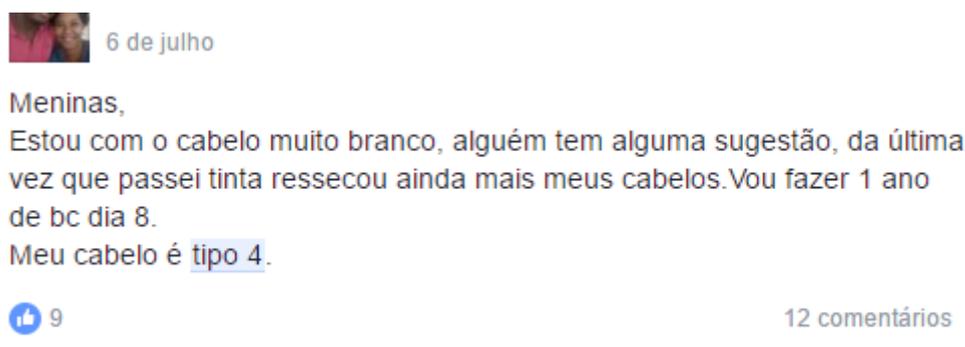
Através da classificação as participantes buscam inspiração, apoio, representação de si, e, além disso, a troca de dicas e informações sobre os cuidados com os fios e consumo de produtos específicos para este tipo de cabelo.

Figura 12 – Cuidados específicos (1) para cabelo tipo quatro.



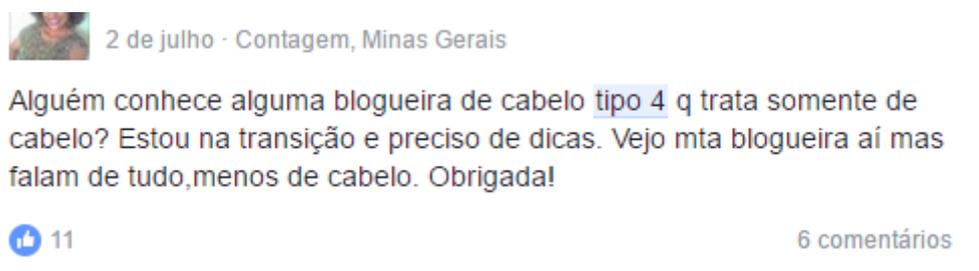
Fonte – Captura realizada pela autora

Figura 13 – Cuidados específicos (2) para cabelo tipo quatro



Fonte – Captura realizada pela autora

Figura 14 – Cuidados específicos (3) para cabelo tipo quatro



Fonte – Captura realizada pela autora

A partir das falas compartilhadas na comunidade, identifica-se que a prática da classificação capilar é recorrente e que é utilizada em busca da *distinção* e ao mesmo tempo da *integração*, do pertencimento. Segundo Garcia Canclini (1999) o consumo em seu modelo integrativo também é comunicativo. As figuras 12 e 13 demonstram como é recorrente a busca por dicas de produtos na comunidade. A integrante da figura 14 busca dica de blogueiras que tenham o mesmo tipo capilar que o seu, buscando apoio também fora da comunidade. As publicações evidenciam que as diretrizes de consumo de produtos, até mesmo midiáticos no caso de blogueiras, é desenvolvido também a partir dessa classificação, da troca de significados e da comunicação permitida entre *semelhantes*, pois esta é uma fonte segura de informação.

A partir disso, as mulheres negras encontram na comunidade “Cacheadas em transição” um fonte de apoio, como o grupo se propõe, e um lugar para buscar inspiração, e algo que vem sendo negado em outras instâncias, que é a representação e reconhecimento nos semelhantes e em si mesma, no momento que estas mulheres podem ser inspiração para outras.

5.3- O CRONOGRAMA CAPILAR E O CONSUMO COMO AÇÃO RITUALÍSTICA.

O modelo que interpreta o consumo como ação ritualística nos auxiliara para pensarmos o *cronograma capilar* como uma prática repetitiva e cotidiana de cuidado pessoal e o uso de produtos específicos como uma parte central para o desenvolvimento desse rito.

Garcia Canclini (1999) afirma que os rituais servem para apontar e agregar significados a momentos que são previamente acordados em sociedade como relevantes, exaltando estes significados que regulam a vida. Denis W. Rook (2007, p. 82) assinala que "(...) o ritual social permeia a vida rotineira moderna.". Argumenta também que os rituais podem dividir-se em distintas categorias, como os de cuidados pessoais, religiosos, culturais, de ritos de passagem, cívicos, familiares etc.

Ainda de acordo com Garcia Canclini (1999) os rituais mais eficazes são aqueles que utilizam objetos materiais para fornecer sentido às práticas que se referem, desenvolvendo-se assim então o consumo de bens para fixar maiores significados aos rituais. Rook (2007) complementa que os bens podem até mesmo ser o *aspecto central* de alguns rituais sociais.

Uma prática comum no processo de transição capilar é o cronograma capilar. Cada etapa da rotina de cuidado com os cabelos como lavar, condicionar, hidratar, nutrir e reconstruir exige produtos específicos. Na figura 15 e 16 identifica-se que durante a transição capilar os produtos tornam-se essenciais e são consumidos em grande proporção pelas participantes, estabelecendo-se como centrais no processo de transição e nas ações ritualísticas de cuidados pessoais com os cabelos.

O cronograma capilar torna-se um ritual da transição que incentiva o consumo de produtos, pois ele é um rito que deve ser seguido diariamente, e depende de produtos para se concretizar. Se essas mulheres já tinham rotinas de cuidados com os cabelos quando realizam químicas e outros tratamentos para alisar os cabelos e consumiam produtos para esse processo, durante a transição capilar essa lógica não se altera. O consumo ainda continua, talvez até mais recorrente do que durante os processos de alisamentos, só altera seu objetivo, como demonstrado na figura 16, quando a participante afirma que ter o cabelo natural não é sinônimo de consumir menos. Antes se consumia para manter os cabelos lisos, e agora se consome para obter cabelos saudáveis e crespos.

De fato, a preocupação com saúde dos cabelos também é algo que motiva o consumo de produtos, pois durante a transição o cabelo esta com duas texturas, o cabelo crespo que esta crescendo e o cabelo com química, transmitindo aos fios um aspecto não saudável. Para lidar com esse hibridismo de texturas os produtos aparecem como solução.

Figura 15: Produtos (1) de uma participante.



Fonte – Captura realizada pela autora

O processo de consumo é incentivado e motivo de orgulho entre as participantes, além de promover a interação entre estas. Na figura 15 a integrante refere-se aos produtos como “amigos” e pede para que as outras participantes também publiquem fotos de seus artigos.

O consumo de produtos durante a transição capilar é importante para as participantes e passar a ser um ritual porque neste período o cabelo possui um aspecto delicado, então seguir o cronograma capilar, que exige o uso de diversos produtos, passa a ser uma forma de se obter um cabelo mais saudável. Além disso, a rotina de consumo muitas vezes já esta presente desde o uso de químicas, e não acaba durante a transição. O processo que por vezes acaba parecendo “libertador” na verdade também desenvolve uma dependência dos produtos.

Figura 16 – Produtos (2) de uma participante



Fonte – Captura realizada pela autora

A indústria cosmética que está atenta às necessidades das mulheres que estão em transição, desenvolve produtos e linhas especiais para serem utilizadas durante esse período, fazendo sucesso entre as participantes. Nas figuras 15 e 16 é possível observar diversos produtos específicos para cabelos crespos e cacheados, que supostamente ajudam no crescimento dos fios, fazendo com que as integrantes livres-se da química mais rapidamente.

Na figura 18 a participante relata ter desenvolvido uma hidratação caseira, o que demonstra uma adaptação das formas de consumo, isto é, utilizar produtos caseiros para cuidado com os fios. As empresas também estão atentas a isso, e buscam integrar os ingredientes utilizados nas hidratações caseiras em seus produtos. Por exemplo, uma das hidratações que faz sucesso entre as participantes

é a *hidratação de maionese*, que utiliza a aplicação do alimento nos fios. A marca Salon Line, que desenvolveu toda uma linha para cabelos cacheados desenvolveu também a maionese capilar, como mostra a figura 17. A marca também utiliza a linguagem das crespas e cacheadas sobre a classificação capilar.

Figura 17 – Maionese Capilar Salon Line.

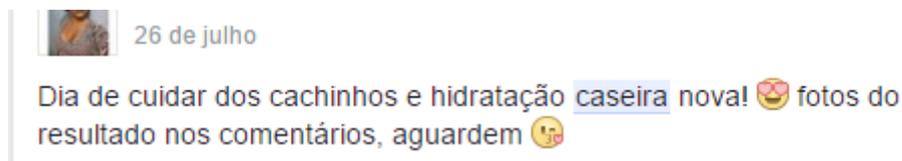


Fonte- Captura realizada pela autora

O consumo de produtos e cuidados com os cabelos são organizados e integrados ao cotidiano das participantes, tornando-se hábitos e rituais, como demonstra as falas das integrantes na figura 18 e 19, tornando-se um momento de cuidado de si mesma. Isso é extremamente interessante pela perspectiva das mulheres negras, pois essas, socialmente não são identificadas como vaidosas ou mesmo consumidoras. Na nossa sociedade o poder de consumo simboliza ascensão social e comprovação de status, o que reflete na autoestima dessas mulheres. Negras consumindo, preocupando-se com sua aparência desenvolvem

uma autorrepresentação *positiva* de si e do que é a própria mulher negra na sociedade, pois a coloca como detentora de poder, como uma mulher *empoderada*.

Figura 18- Cuidado com os cabelos e consigo mesmo.



Fonte – Captura realizada pela autora

Figura 19 – Consumo de produtos.



Fonte – Captura realizada pela autora

Nesse contexto, é válido lembrar que a feminilidade negra e a feminilidade branca são diferentes. A vaidade foi socialmente construída como algo referente às mulheres, mas as *mulheres brancas*. O movimento feminista pode, por exemplo, criticar o consumo dessas mulheres, entendendo o como futilidade; uma mulher

branca que rejeite maquiagem, adereços e produção de visual pode ser considerada uma mulher empoderada. Já as mulheres negras, encontram o empoderamento na prática contrária, na vaidade, no cuidado com sua aparência.

As práticas identificadas nas participantes negras da comunidade demonstram que o processo de transição capilar além de se converter em um ritual de consumo, cuidado pessoal e de beleza, constrói uma representação diferenciada e empoderada da mulher negra.

4.4- IDENTIDADE E EMPODERAMENTO NEGRO.

Tadeu da Silva (2014) defende que falar em identidade, é também falar em diferença. Para o autor, os dois conceitos são interdependentes. Assim, a identidade é aquilo que se é, ou aquilo que sou. Portanto a diferença é aquilo que não sou, mas aquilo que o outro é; ou seja, *sou negra, logo não sou branca*.

A partir desta abordagem, pode-se compreender que a identidade é a base para a construção da diferença e que esta deriva da primeira. Esse pensamento talvez reflita a predisposição de colocarmos *aquilo que somos*, nossa identidade, como norma padrão, a partir de qual descrevemos *o outro*. No entanto é possível considerar tanto a identidade quanto a diferença são partes iguais de um mesmo processo. São “resultados de atos de criação linguística” (SILVA, 2014, p.76). Existem e desenvolvem-se por meio da linguagem, nas relações sociais e culturais dos sujeitos, são ativas, e não elementos ou essências passivas. Necessitam, portanto ser *produzidas*.

A identidade e a diferença são relações sociais. Suas definições não são simétricas, mas estão sujeitas as tensões das relações de poder, onde há disputa e hierarquia entre os grupos sociais. Esta disputa estende para bens simbólicos e materiais da sociedade.

A afirmação da identidade e a enunciação da diferença traduzem o desejo dos diferentes grupos sociais, assimetricamente situados, de garantir o acesso a privilegiado aos bens sociais. A identidade e a diferença estão, pois, em estreita conexão com relações de poder. O poder de definir a identidade e de marcar a diferença não pode ser separado das relações mais amplas de poder. A identidade e a diferença, não são, nunca, inocentes. (SILVA, 2014, p. 81).

Assim, o poder reside na diferenciação, que é o processo por qual a identidade e a diferença se desenvolvem. A diferenciação pode demarcar o poder de diversas formas; incluindo e excluindo, demarcando fronteiras, classificando e normalizando. Ao incluir o fato de que somos “mulheres negras” excluimos a realidade de sermos “mulheres brancas”. É uma questão de pertencimento ou não pertencimento a determinado grupo. Se dissermos que “nós” temos cabelo crespo e “eles” têm cabelo liso, estamos demarcando uma fronteira, dividindo e dispendo valores positivos e negativos. Não há simetria.

Classificar é também hierarquizar, e assim a questão do poder torna-se ainda mais evidente, pois “deter o privilégio de classificar significa também deter o privilégio de atribuir diferentes valores aos grupos assim classificados” (SILVA, 2014, p.82). O poder e o privilégio de classificar em nossa sociedade *estão nas mãos* dos homens brancos. Assim, se a hierarquização acontece do ponto de vista da identidade como aponta o autor, considerando gênero e raça/etnia, as mulheres negras estão em condição de menor privilégio e poder entre os grupos.

A normalização é outra forma de hierarquização e assim de demarcar o poder através da identidade e a diferença é um processo sutil, em que se elege uma identidade como norma ou padrão, a partir de quais as outras serão avaliadas e classificadas. Ao normalizar atribui-se a identidade padrão todos os valores positivos e desejáveis, concedendo ao que difere as características negativas. A identidade eleita, a única, a normal, a natural é a identidade aceitável. A outra é o que ela não é.

A identidade escolhida é *a identidade* e não *uma identidade*, sendo que “(...) são as outras identidades que são marcadas como tais. Numa sociedade em que impera a supremacia branca, por exemplo, “ser branco” não é considerado uma identidade étnica ou racial” (SILVA, 2014, p 83). É por isso que nas embalagens de produtos cosméticos, quando se referem a “cabelos normais” é a imagem de cabelos lisos que aparecem. O *diferente* é sempre construído a partir de um ponto central interpretado como natural ou normal, a existência *de um* depende da existência *do outro*.

A questão da identidade está vinculada ao empoderamento pois os dois pontos correspondem a processos de construção e desconstrução dos sujeitos,

sendo influenciados pelo tempo, pelo meio em que estão inseridos e as interações que realizam. Stuart Hall (2002) busca trabalhar em sua obra as diversas questões referentes à “crise de identidade”, estimulado por diferentes questionamentos, como “Que pretendemos dizer com “crise de identidade”? Que acontecimentos recentes nas sociedades modernas precipitaram essa crise? Que formas ela toma? Quais são suas consequências potenciais?” (HALL, 2002, p.7)

O primeiro ponto a ser desenvolvido pelo autor é a percussão histórica das concepções acerca do conceito de identidade. O “sujeito do Iluminismo” é a primeira percepção para se pensar a identidade. Esta é uma concepção mais *individualista* de identidade, pois se acreditava em um sujeito centrado na autossuficiência, na razão e na consciência; sua essência nascia e desenvolvia-se com o indivíduo sem alterações durante sua existência.

A segunda concepção é a do “sujeito sociológico”, é desenvolvida no período da modernidade, o que reflete na construção dessa percepção, que se torna mais *interativa*. Esse “sujeito sociológico” possui também uma essência, mas ele não é autônomo, suas interações e relações com o meio e os outros indivíduos alteravam essa *essência*. Era a partir desse consecutivo diálogo que a identidade formava-se.

O “sujeito pós moderno” não possui “uma identidade fixa, essencial ou permanente” (HALL, 2002, p. 12), pelo contrário, a identidade descentraliza-se, fragmenta-se em diversas, que não necessariamente estão resolvidas, e por vezes são conflitantes. Estas também alteram-se conforme nossas relações com sistemas culturais, e nossas identificações são *continuamente deslocadas* (ibidem, 2002).

O autor relaciona as problemáticas da modernidade tardia com a globalização dos estilos de vida, das culturas, dos produtos etc, relacionando características das sociedades tradicionais, onde a referência é o passado e a estabilidade é a lógica. Enquanto nas sociedades modernas a lógica é a mudança, as novas informações passam a ser referência, do mesmo modo que a vivência desenvolve-se em um consecutivo processo de descontinuidade.

Neste contexto, é possível analisar que os hábitos das mulheres negras refletem essas características. Até então, alisar os cabelos era uma ação herdada das referências do passado, de avós e mães. Hoje, não alisar os cabelos e optar por participar de um processo de mudança e de transição é pautado pelo acesso a novas informações que têm como discurso a liberdade das mulheres e ascensão de

minorias sociais. A globalização e o desenvolvimento dos meios de comunicação auxiliam na difusão dessas informações, como demonstra a figura 20 e 21.

Figura 20 – O processo de transição capilar

⚠️ ALERTA DE TEXTÃO ⚠️

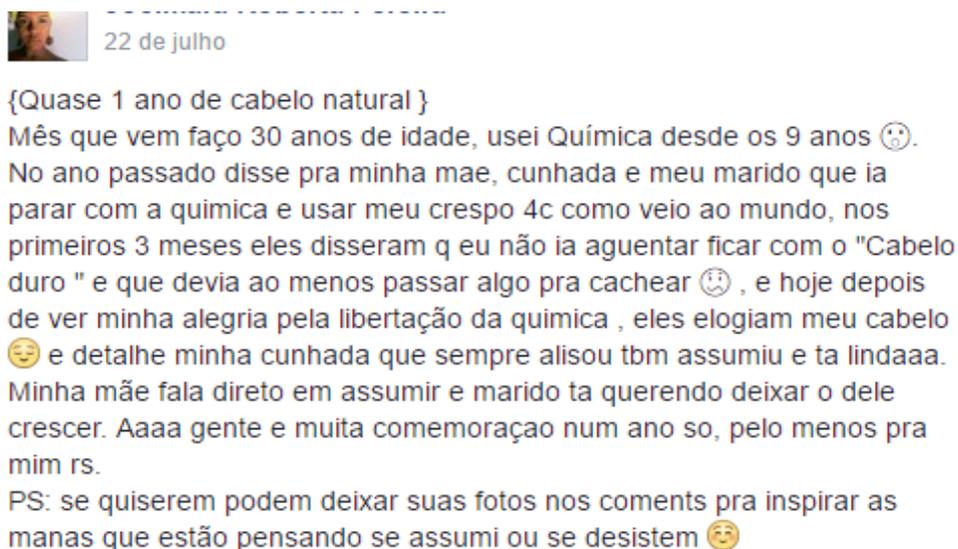
Ontem eu encontrei uma foto de quando tava com o cabelo mais curto e bateu vontade de fazer retrospectiva, rs. A foto de 2011 (olha a pose da criança 😂) é de quando eu ainda usava guanidina 😞 e fazia chapinha semanalmente. Meu cabelo tava com bastante quebra e queda e o comprimento não passava muito do pescoço. Em 2012 foi quando eu decidi que queria ter cachos (inocente 😊) então passei a relaxar com amônia. Eu ainda não acreditava que era possível viver sem química, mas nesse período comecei a encontrar blogs e canais (nessa época as referências [tipo 4](#) eram principalmente das gringas) que de alguma forma me inspiraram a tentar deixar o meu cabelo natural. E em 2013 eu fiz o meu grande corte! Nessa foto eu tinha 4 meses de BC e quase 1 ano sem usar química. Ele tava bem curtinho mas eu já tava amando demais. Quando o motivo deixou de ser só estético e passou a ser também uma representação da minha identidade tudo ficou muito mais fácil. A última foto é do início desse ano, com quase 3 anos de BC (embora eu tenha cortado mais algumas vezes nesse meio tempo). Essa postagem é mais do que pra mostrar crescimento capilar. Cabelo cresce, a gente corta, cresce mais uma vez, a gente faz uma loucura e precisa cortar de novo (true story 😂), mas a maior mudança acontece por dentro. Quando a gente se encontra em si mesma, tudo floresce e a gente se ama cada vez mais. Com certeza assumir o meu cabelo crespo foi uma das melhores escolhas que eu já fiz na vida e mudou não só a minha aparência, mas a minha forma de enxergar o mundo, as pessoas ao meu redor e a forma como eu me enxergo. Meu cabelo crespo é autoestima, resistência e empoderamento.

Fonte – Captura realizada pela autora

O relato desenvolvido pela integrante na figura 20 retrata o descentramento de sua identidade. A participante fala de seu passado com a química, e demonstra como influências externas e midiáticas, blogs e canais, a auxiliaram para dar início ao processo de transição. Esta ainda demonstra que a questão estética influenciou no processo, mas que a “representação de sua identidade” foi o que tornou o processo legítimo para si, afirmando que para além da questão da aparência, assumir o seu cabelo crespo influenciou em como esta se relaciona com outros e

consigo mesma. A partir desse depoimento sobre a transição capilar é visível à declaração de Hall (2002) de que as identidades transformam-se de acordo com nosso relacionamento com os sistemas culturais, sendo nossas identificações sucessivamente deslocadas.

Figura 21 – Herança do alisamento revisitada.



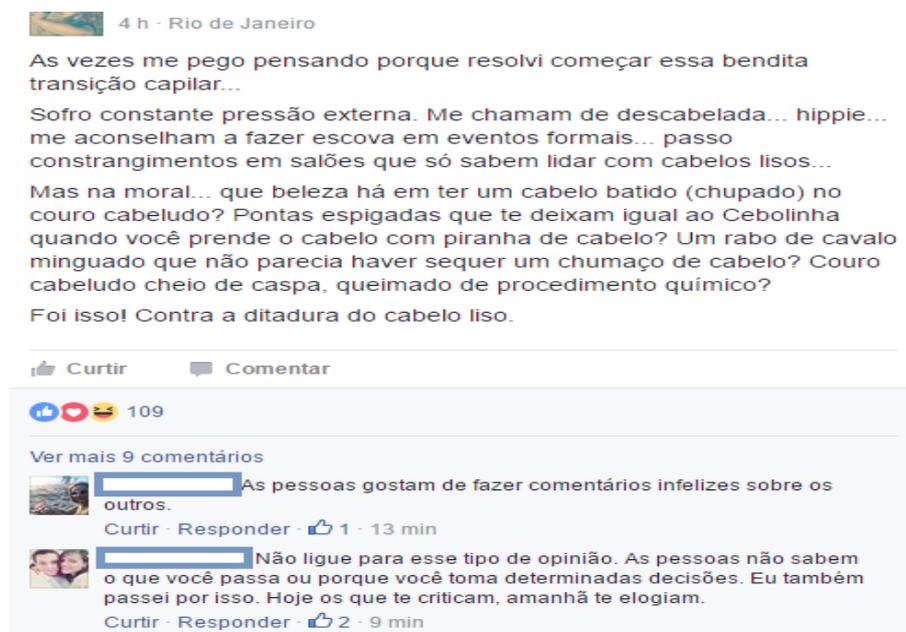
Fonte – Captura realizada pela autora

No relato da figura 21 também fica evidente o deslocamento da identidade da participante a partir do processo de transição capilar. A integrante afirma que utilizava química nos fios desde sua infância e somente na idade adulta a aceitação e a liberdade de usar os cabelos naturais tornou-se prática mesmo não recebendo apoio dos familiares. Neste depoimento podemos observar duas questões em específico; primeiro, o fato de a família expressar que a participante deveria utilizar algo para ao menos “cachear” os fios. Isto demonstra que o *cacho*, que faz parte de uma estética entre o liso e o crespo, é tolerável. O *embraquecimento* se faz presente no imaginário, pois é aceitável *ser negra* desde que se busque aproximar da estética branca, apagando características do fenótipo negro, no caso o cabelo *crespo*. A segunda questão a ser percebida é como a transição da participante influenciou em uma nova percepção por parte de seus familiares, que até então eram contrários a essa mudança. Ao ver como a participante estava feliz com sua nova aparência, os

familiares também começaram a questionar a lógica do alisamento e desenvolveram uma disposição a também assumir seus cabelos naturais, a herança do alisamento é então revisitada. É interessante também o uso que a integrante faz da palavra *assumir*, isto é, não simplesmente *mudar*, mas expor aquilo que a química ocultava, reconhecer aquilo que a cultura e a identidade do embraquecimento suprimia.

O descentramento dos sujeitos e da identidade que é a tese defendida por Hall (2002) pode ser observado nas mulheres negras a partir da transição capilar quando percebemos o quão dificultoso pode ser prosseguir no processo, tendo em vista que até então a identidade era voltada para a lógica da manipulação dos fios, do alisamento e do embraquecimento.

Figura 22 – Identidade em conflito



Fonte – Captura realizada pela autora

Ao deparar-se com o processo de transição capilar essa lógica é questionada, deslocando-a para outra percepção, podemos identificar esses questionamentos na figura 22. A participante demonstra conflito sobre o processo de transição capilar. Esta relata sofrer diversos preconceitos por utilizar o cabelo crespo e questiona se a transição foi uma boa escolha. Mas também reconhece que existe uma ditadura do cabelo liso, expressando buscar a liberdade desse padrão.

Mas de que modo percebemos que essa nova identidade, formulada durante ou após o processo de transição capilar, remete ao empoderamento das mulheres negras? Através de nossa pesquisa, observamos que a *identidade de antes* do processo pertence ao um sujeito, a uma mulher, que tem uma baixa autoestima, possui uma auto representação negativa de si. Isto é observado principalmente nas publicações que comparam o antes e depois da transição. O cuidado que ela tem com o cabelo, os alisamentos e manipulações são feitas para o outro, para sua aceitação na sociedade. Além disso, ela sabe que aquele procedimento está mascarando o seu “eu real” ou natural.

Em contrapartida, após o processo de transição capilar as mulheres negras relatam mudanças em relação à visão que estas têm de si, sendo estas mais positivas. A autoestima eleva-se e o empenho em cuidar dos fios é voltada para si mesma. Assim, sua *auto aceitação* é trabalhada durante a transição, como podemos observar nos depoimentos da figura 23.

Figura 23- Depoimento positivo (1) sobre o processo de transição capilar.



Fonte – Captura realizada pela autora

No depoimento a participante reconhece que a transição capilar influenciou na sua afirmação como mulher negra e que após o processo sente-se muito mais realizada.

Na figura 24 a integrante reconhece a importância do grupo “Cacheadas em Transição” para o desenvolvimento de seu processo de transição, além de afirmar que sente-se realizada com seus cabelos naturais

Figura 24 - Depoimento positivo (2) sobre o processo de transição capilar.



19 de julho

Hoje é a segunda vez que escrevo aqui neste maravilhoso grupo que desde o começo me foi indispensável, mas leio cada textinho de motivação e superação e incentivo. Vejo e aprecio cada foto. E hoje decidi escrever pela segunda vez para dizer que completo dois anos de transição, dois anos de cabelo natural e queria ter sido assim a minha vida inteira. E completo também 10 meses de big chop. Eu não sei se alguém vai ler, mas a cada pessoa que ler e estiver precisando de incentivo para começar ou continuar, eu digo que é sim o que devem fazer se é o que desejam, porque a opinião dos outros, não é importante. Importante mesmo é estar bem consigo mesma. E aqui vai o meu agradecimento a cada postagem de receitas caseiras de hidratação, misturinhas, cremes de pentear. Obrigada a cada uma/um de vocês. Vocês são incríveis e a quem vai passar pela transição ou está passando, cabelo é como a lua, cheio de fases e a cada fase, ele fica mais maravilhoso.

Fonte – Captura realizada pela autora

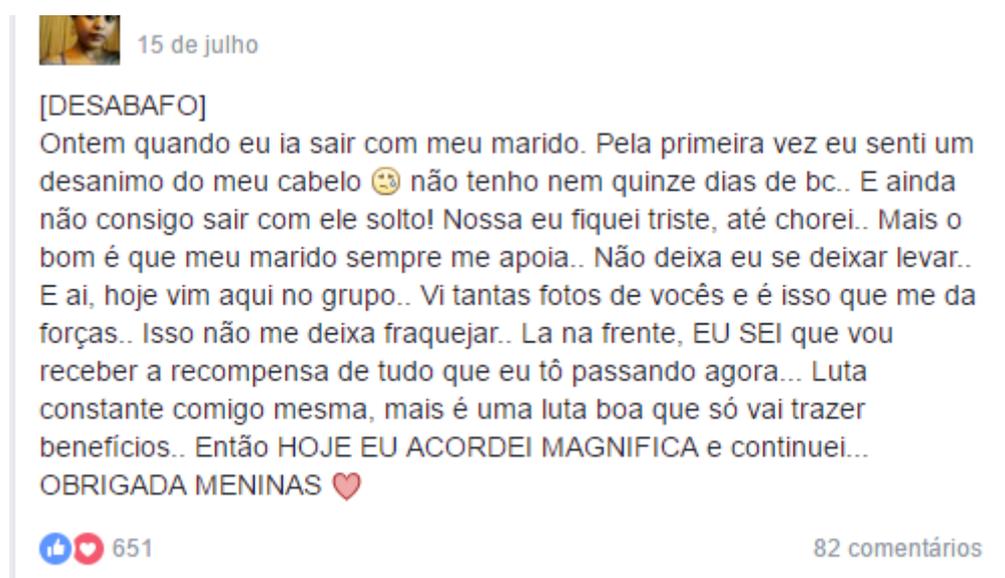
Hall (2002) compreende que a partir das dinâmicas das sociedades modernas e do avanço da globalização encontramos duas consequências: o hibridismo de identidades e o retorno à ideia de essência. A questão de retorno a tradição vincula-se a ideia de resistência de identidade local. Nesse sentido, a transição capilar pode ser observada como um lugar para a valorização e retomada da estética africana, por exemplo, porém essa questão não foi ponto de observação específico durante a pesquisa.

A concepção referente ao hibridismo, porém, é bem observada no processo de transição capilar. Este corresponde à dualidade de identidades durante a transição, em que a identidade da mulher que se submete a manipulação e alisamento do cabelo encontra a identidade que busca a liberdade dos fios e seu uso natural, observamos essa dualidade no depoimento da figura 22 e 25. Este é um exemplo do que pode acontecer no processo, mas Hall (2002) pensa o hibridismo como múltiplas identidades que podem ou não ser contraditórias.

Na figura 25 a integrante demonstra certo ressentimento com o processo, sentimento relatado por muitas após o *big chop* (BC - grande corte), pois o cabelo está mais curto, afinal a “identidade normal” é a do cabelo comprido. Ao não estar

seguindo este padrão as mulheres em transição demonstram descontentamento com sua aparência. Em contrapartida, a participante afirma que encontra incentivo no grupo, e que acredita no processo de transição. Como a mesma afirma, ocorre uma luta interna constante, um conflito de identidade, pois como afirma Hall (2002) esta não é fixa nem permanente, mas esta em sucessivo desenvolvimento.

Figura 25 – Dualidade das identidades



Fonte – Captura realizada pela autora

A partir das publicações observadas na comunidade “Cacheadas em Transição” é possível perceber o conceito de identidade e diferença proposto por Silva (2014), pois antes da transição as participantes seguiam a identidade e a estética estabelecida como normal ou *natural*, que era a do cabelo liso, sendo o cabelo crespo interpretado então como insatisfatório. O processo de transição questiona a identidade e estética imposta. Apoiado por esse questionamento, as identidades das participantes entram em conflito, a busca pela liberdade de usar o cabelo natural disputa com o padrão estético do cabelo liso e comprido. A identidade da mulher é deslocada e desconstruída, como propõe Hall (2002). Os relatos publicados na comunidade ressaltam a satisfação alcançada através da transição, as participantes sentem-se mais bonitas suas autoestimas são elevadas, mas o

deslocamento de suas identidades não necessariamente ocasiona as participantes uma liberdade total.

4.4.1- Um novo padrão?

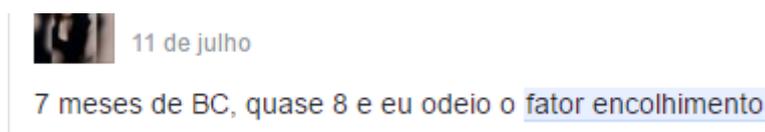
Apesar das participantes declararem estarem satisfeitas e sentirem-se mais livre com seus cabelos crespos, estas ainda possuem preocupações com os fios. Todos os tipos de cabelos possuem características específicas, mas o tipo quatro é o que possui menos definição e tem em maior evidência o fator encolhimento. Assim, as mulheres negras preocupam-se e incomodam-se mais com a definição dos cachos e com comprimento dos fios. Na figura 26 uma integrante pergunta qual o tipo de cabelo que mais possui o fator encolhimento, e a resposta unânime é que o cabelo tipo quatro. Observa-se essa questão nas figuras 26, 27 e 28.

Figura 26 – Relato (1) sobre o fator encolhimento no cabelo tipo quatro



Fonte – Captura realizada pela autora

Figura 27- Relato (2) sobre o fator encolhimento no cabelo tipo quatro



Fonte – Captura realizada pela autora

Na figura 27 a participante declara sua aversão ao fator encolhimento; mas porque essa característica incomoda tanto? Porque o padrão de beleza, além de sugerir o cabelo liso, ainda impõe que este cabelo seja comprido. As mulheres geralmente tem receio em cortar seus cabelos, a realização do *big chop* frequentemente é pauta na comunidade e causa temor nas participantes, sendo um momento de hesitação por parte das participantes, que por vezes preferem lidar com um cabelo de duas texturas do que com um cabelo *curto*. Para as mulheres que possuem o cabelo tipo quatro mesmo algum tempo após o *big chop*, o cabelo não demonstra tanto comprimento por causa do fator encolhimento. As mulheres que através do processo de transição libertam-se da ditadura do cabelo liso, ainda ficam ressentidas por seus cabelos não serem compridos como impõe o padrão.

As mulheres que possuem o cabelo tipo quatro são também as que mais relatam casos de dificuldade de aceitação durante a transição, carregando o estigma de “cabelo duro”, como demonstrado na figura 28. No relato a participante declara ter sofrido com preconceito, onde seu cabelo foi chamado de *duro*. As palavras “duro, ruim e bombril” são frequentemente associadas aos cabelos crespos das pessoas negras, demonstrando o racismo presente na sociedade, que também se desenvolve pela lógica da produção da identidade e da diferença, como aponta Silva (2014). O cabelo liso é estabelecido como o “cabelo bom”, logo, o cabelo crespo que difere desse padrão é interpretado como cabelo ruim no imaginário da sociedade racista.

Figura 28 – O estigma do cabelo duro



20 de julho

Meninas eu quero desabafar o que aconteceu comigo hj? Hoje a tarde fui na rua aqui perto de casa mesmo comprar um creme de cabelo pra mim na volta pra casa vinha duas meninas atras de mim elas eram loirinhas do cabelo liso do nada comecei a ouvir gargalhadas eram elas caçoando e rindo de mim? Dai então fiquei tão brava que perguntei a elas do que estavam rindo! Elas falaram estou rindo desse cabelo duro seu e dai começou a debater com elas, depois que cheguei em casa fiquei tao triste e comecei a chorar olha e muito difícil deixar o cabelo natural fico muito triste por ainda existir racismo no mundo e com os olhos cheios de lagrimas que venho desabafar com vcs meninas

Fonte – Captura realizada pela autora

Observam-se nos relatos compartilhadas pelas participantes que apesar de haver uma auto aceitação de seus cabelos naturais, de suas identidades negras, a satisfação não é total, principalmente pelas mulheres negras que possuem o cabelo tipo quatro e que se ressentem com algumas características do fio, como o fator encolhimento, a definição dos cachos e o frizz. Estas ainda enfrentam o racismo que estigmatiza o cabelo crespo. A cultura do embraquecimento então estabelece que essas mulheres devem buscar encaixar-se no padrão do cacho perfeito, que é aquele que não tem frizz, nem fator encolhimento e é bem definido; que aproxima-se da estética branca e afasta-se do fenótipo negro.

O que podemos perceber é que o *cabelo cacheado*, tipo três, é idealizado e buscado pelas participantes, ou seja, mesmo que o processo de transição favoreça a autoestima das mulheres negras e a afirmação de suas identidades, o sistema de embraquecimento, fruto da sociedade racista, ainda se faz presente. A ditadura do liso é questionada, e a liberdade para usar o cabelo natural é conquistada, mas ainda há um padrão a ser seguido, o do *cacheado perfeito*. O cabelo crespo é aceito, desde que ele também busque aproximar-se da estética branca. As figuras 29 e 30 demonstram como essa busca pelo cacheado perfeito é realizada pelas participantes.

Figura 29 – A busca pelo *cacheado*



10 de julho

É muita preocupação com qual tipo de cachos que tem e de como vai ficar... E muita muita mina com cabelo [tipo 4](#) fazendo dedoliss e falando q é tipo 3!



19

6 comentários

Fonte – Captura realizada pela autora

Na figura 29 a participante aponta que a satisfação total não é alcançada pelas mulheres que possuem o cabelo tipo quatro; estas se submetem a outras técnicas, sem químicas visto que o natural é prestigiado, para o cabelo parecer cacheado e *não crespo*. A técnica do “dedoliss” consiste em enrolar os cabelos manualmente, mecha por mecha, para conseguir um resultado de cabelo mais definido.

Figura 30 – Pelo fim do frizz



18 de julho

Só passando pra dizer que vinagre de maçã fede que nem musk de gambà,mas vale muito a pena.Alinha os fios,menos [frizz](#) e mais brilho.

Fonte – Captura realizada pela autora

No relato da figura 30 a participante recomenda vinagre de maçã para diminuir o frizz, mesmo reconhecendo que o produto é como “perfume de gambá”. Percebe-se que as integrantes se dispõem a realizar técnicas desconfortáveis para alcançar um padrão ideal.

De acordo com as publicações analisadas na comunidade “cacheadas em transição”, percebemos que a transição capilar é um processo conflitante, pois questiona a lógica racista da sociedade, a ditadura do cabelo liso e a própria identidade da mulher negra. A produção da identidade e da diferença é percebida, assim como os deslocamentos e hibridismos da identidade. Assumir o cabelo crespo é um processo doloroso, e produz consequências: enfrentam-se estigmas e

preconceitos da sociedade racista, assim como a afirmação da identidade negra.

Este conflito resulta em uma nova lógica, que não é a busca pelo cabelo liso, mas também não é a satisfação total com o cabelo crespo. Estabelece-se outro padrão, o do cacheado perfeito, que ainda possui o aspecto do cabelo natural e é estimado pelo processo de transição, mas também aproxima-se da estética branca que valoriza um cabelo comprido, bem definido, sem frizz etc. A forma de alcançar esse *novo padrão*, que não pode se comparar ao padrão branco europeu que se apoia no racismo institucionalizado e estabeleceu-se através da história e da violência simbólica, é o consumo. Os produtos agora não servem para alcançar um ideal de cabelo liso, mas o ideal *do cabelo cacheado*. Rituais como o do cronograma capilar têm como objetivo obter cabelos mais saudáveis, porém o saudável tornou-se sinônimo de definição e de nenhum frizz, sendo normal que, os cabelos crespos, do tipo quatro, apresentem frizz e pouca definição, e isto não os tornam menos saudáveis.

Assim, o processo de transição permite uma nova liberdade, permite a afirmação da identidade negra, mas por conta da cultura do embaquecimento, um novo ideal também é imposto, e a participantes buscam alcançá-lo através do consumo de produtos. A indústria cosmética apropria-se dessas preocupações e desenvolve produtos especiais para os cabelos cacheados e crespos. O processo liberta da ditadura do cabelo liso, mas não das práticas de consumo, e nem da preocupação com o olhar do outro.

Em relação ao consumo, é necessário pensar que este promove dois processos diferentes; auxilia na busca por um novo ideal, o que evidencia que a estética negra, *crespa* ainda tem percursos a percorrer até ser totalmente aceita na nossa sociedade racista. Por outro lado, essa mesma sociedade nunca enxergou a mulher negra como um ser vaidoso e que preocupa-se com a aparência, negando a elas o conceito de *feminilidade*. Além disso, o poder de consumo é sinônimo de ascensão social no sistema capitalista; então no caso da mulher negra, ser reconhecida pela indústria como ser que consome, é de certa forma, empoderador.

A preocupação com o olhar do outro também não se finaliza durante o processo, mas é *amenizada*; as mulheres que decidem realizar a transição fazem isso por si, mas o processo se torna doloroso justamente porque ainda existe uma preocupação com o que *o outro enxerga*, no caso das mulheres negras, isso se exalta também por causa do racismo presente na sociedade. Por isso as

comunidade de apoio, como a “cacheadas em transição” são importantes durante esse processo; nelas encontra-se o estímulo e a inspiração que talvez não se encontre em outros espaços, é um lugar para desabafar, esclarecer dúvidas e encontrar semelhantes que amenizam as preocupações.

6 CONCLUSÃO

Durante este estudo identificamos a situação social das mulheres negras no Brasil; esta se encontra duplamente subordinada, considerando a intersecção entre gênero e raça/etnia, devido às estruturas de poder sexistas e racistas de nossa sociedade. Nos espaços de representação, as figuras negras são ignoradas, ou tratadas de forma estereotipada e subalternizada. A estética branca predomina e se constitui como padrão normativo a ser seguido. Apesar dos esforços do movimento negro de realizar uma afirmação positiva da identidade negra, a *cultura do embraquecimento* ainda esta enraizada e reforça uma idealização do branco, depreciando o fenótipo negro.

A partir desse cenário, os processos de alisamento e manipulação dos cabelos cacheados e crespos, principalmente por parte das mulheres negras, tornou-se recorrente. Através dessas práticas busca-se alcançar o padrão de beleza imposto, e ocultar o fenótipo do cabelo crespo. Esta é uma realidade que ainda se faz presente, porém com o desenvolvimento de ambientes mais interativos, tecnológicos e acessíveis, as mulheres negras tem conquistado espaço e estão questionando cada vez mais os padrões machistas e racistas nos quais a nossa sociedade consolidou-se.

É possível perceber que a estética negra esta sendo representada e afirmada com mais frequência nos ambientes midiáticos. A mulher negra e o *orgulho crespo* também alcançam espaço na indústria cosmética, que busca desenvolver produtos e linhas específicas para o cabelo em transição, cacheado e crespo. Além de justificativas de cunho pessoal, este era o cenário que instigou nosso estudo.

A problemática da pesquisa envolvia compreender como as vivências compartilhadas sobre o processo de transição capilar na comunidade online são interpretadas por suas participantes, e de que modo estas leituras se refletem na construção de sua auto representação como mulheres negras. Além disso, nosso objetivo principal foi verificar se e como a transição capilar é compreendida e experimentada enquanto mecanismo de empoderamento pela mulher negra, a partir das vivências compartilhadas na comunidade online do facebook “Cacheadas em Transição”.

Para alcançar à problemática e o objetivo determinado, desenvolvemos uma pesquisa orientada pelos princípios da etnografia virtual desenvolvidos por Hine

(2004) juntamente com a técnica da análise de conteúdo. O período de investigação do estudo desenvolveu-se entre o dia 1º e 31 de julho de 2016, onde 652 publicações, compartilhadas por mulheres negras na comunidade “Cacheadas em Transição”, foram coletadas e analisadas.

Fundamentada na teoria sociocultural do consumo desenvolvida por Garcia Canclini (2008), nos conceitos de identidade desenvolvidos por Silva (2014) e Hall (2002) desenvolvemos três categorias de análise; *o consumo em seu modo distintivo e integrativo e a classificação capilar, o consumo como ação ritualística e o cronograma capilar e identidade e empoderamento negro.*

A primeira categoria analisa a relação de distinção e integração a partir da classificação capilar, exercício que influencia nas escolhas de consumo das participantes. As integrantes buscam dicas de produtos, desde midiáticos até de higiene e de cuidados pessoais com as participantes que integram *o mesmo grupo* que elas, que possuem o mesmo tipo de cabelo. Pois o processo de consumo realiza-se na troca de significados, e a interação compartilhada com uma mulher negra que pertence ao mesmo grupo e que participa do mesmo processo que você, é mais significativa e legítima que *a publicidade daquele produto.*

A segunda categoria de análise corresponde à avaliação da relação do cronograma capilar e os rituais de consumo. É percebido nesta categoria que o consumo de produtos parte essencial do rito do cronograma capilar, que possui como objetivo deixar os cabelos em transição mais saudáveis. É notável como a indústria cosmético apropriou-se da linguagem utilizada pelas mulheres em transição e assim desenvolveu linhas de produtos específicos para o uso das cacheadas e crespas. O cronograma capilar ao ser interpretado como rito de cuidado pessoal influencia na identidade da mulher negra, esta passar a ser percebida como ser vaidoso e com capacidade de consumir, ressignificando de forma positiva sua condição social e cultural como negra.

Identidade e empoderamento negro é a terceira categoria análise desenvolvida no estudo. A partir da observação dos conteúdos compartilhados é possível perceber que a transição capilar questiona a lógica de produção da identidade e da diferença e a imposição do padrão de beleza branco. A partir desses questionamentos as identidades das participantes deslocam-se e entram em conflito, onde a lógica do alisamento, da manipulação dos cabelos estabelecida compete

com o desejo de assumir os fios crespos. Os relatos publicados na comunidade demonstram que o processo de transição colabora para a afirmação da autoestima das mulheres negras, estas demonstram estarem mais satisfeitas com seus cabelos crespos do que com seus cabelos alisados. No entanto, a análise também aponta que essa satisfação não é total. As mulheres do tipo quatro relatam sofrer com as falas racistas dirigidas aos seus cabelos, e assim assumir o cabelo crespo torna-se um exercício bastante doloroso. A partir disso, estas buscam manter o cabelo natural, mas se ressentem de algumas características dele, como o fator encolhimento que “prejudica” o comprimento dos fios, o frizz e a falta de definição do *tipo quatro*. É percebido que as mulheres submetem-se a outras técnicas para buscar mais definição dos fios, livrar-se do frizz e do fator encolhimento, idealizando o cabelo *cacheado, tipo três*, que se aproxima mais do padrão de beleza branco e liso.

O estudo aponta então que o processo de transição capilar não libera totalmente as mulheres negras do padrão de beleza eurocêntrico e da cultura do embaquecimento, mas desloca esse padrão para uma idealização do *cabelo cacheado*, que também se assemelha a estética branca. Apesar disso, a transição capilar é vivenciada como um processo de empoderamento quando a mulher negra questiona a lógica do padrão eurocêntrico de beleza e trabalha para assumir e aceitar seus cabelos crespos. O processo também empodera essas mulheres quando estas são compreendidas como grupo que possui poder de consumo, que realiza rituais de beleza e de cuidados pessoais, ressignificando a feminilidade negra, exercício que vem sendo negado pelas diretrizes sociais, culturais e históricas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALTMAN, Breno. **Panteras Negras foram vanguarda dos anos 60**. 2016. Disponível em <<http://operamundi.uol.com.br/conteudo/reportagens/42475/panteras+negras+foram+vanguarda+dos+anos+60.shtml#>> Acesso em 14 de set. 2016.

ALVES, Amanda Palomo. **Do blues ao movimento pelos direitos civis: o surgimento da “black music” nos Estados Unidos**. Revista de História, vol. 3, n. 1, p. 50-70. 2011.

ANDRADE, Danubia. **Da senzala à cozinha. Trajetória das personagens negras na telenovela brasileira**. I Encontro dos Programas de Pós-graduação em Comunicação de Minas Gerais. Belo Horizonte. 2008.

ARAÚJO, Joel Zito. **O negro na dramaturgia, um caso exemplar da decadência do mito da democracia racial brasileira**. Estudos Feministas, Florianópolis, p 979 – 985. 2008.

BATISTA, Kássius Kennedy Clemente. **Mississippi em Chamas e Panteras Negras no intervalo entre História e Cinema**. 2014. 158 f. Dissertação (Mestrado em História) – Programa de Pós Graduação em História. Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia, 2014.

BLOG DICAS DA KIRA. **Cabelos coloridos, descoloridos e platinados – Guia completo, part 1**. Disponível em <<http://www.dicasdakira.com.br/2015/08/cabelos-coloridos-descoloridos-e.html>> Acesso em 27.nov. 2016.

BOURDIEU, Pierre. **A Dominação Masculina**. Tradução: KUHNER, Maria Helena. 2º ed. Editora Bertrand Brasil. Rio de Janeiro. 2002.

CABEDA, Sonia T. Lisboa. PREHN, Denise Rodrigues. **Gênero e cultura: questões contemporâneas**. EDIPUCRS. Porto Alegre, 2004.

CAMPOS, Maria Consuelo Cunha. **Movimento Negro no Brasil**. Diálogos Latinoamericanos, núm. 7, pp. 56-80. 2003. Disponível em <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16200704>> Acesso em 20. Dez. 2016.

COUTINHO, Lúcia Loner. **Antônia sou eu, Antônia é você: identidade de mulheres negras na televisão brasileira**. Dissertação (mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2010. Porto Alegre.

CRUZ, Isabel Cristina Fonseca da. **A Sexualidade, a saúde reprodutiva e a violência contra a mulher negra: aspectos de interesse para assistência de enfermagem**. Revisão de Literatura. 2003.

DEL PRIORE, Mary (org). **História das mulheres no Brasil**. Editora Contexto. 5. ed. São Paulo, 2001.

DOMINGUES, Petrônio. **Movimento negro brasileiro: alguns apontamentos históricos**. Tempo, Niterói, v. 12, n. 23, p. 100-122, 2007. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-77042007000200007&lng=en&nrm=iso> Acesso em 20 Dez. 2016.

FIGUEIREDO, Ângela. **Global African Hair: Recepção e representação do cabelo crespo numa exposição fotográfica**. In: Livio Sansone. (Org.). A política do Intangível: Museus e patrimônios em nova perspectiva. 1ed.Salvador: EDUFBA, 2012, v.p. 355-.

FIGUEIREDO, Ângela. **Cabelo, Cabeleira, Cabeluda e Descabelada: Identidade, Consumo e Manipulação da Aparência entre os Negros Brasileiros**. XXVI Reunião Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais. Caxambu, outubro de 2002.

FRANÇA, Anderson Silveira de. **Mulher negra e submissão na obra *Um Defeito De Cor***. Anais do XIV Seminário Nacional Mulher e Literatura / V Seminário Internacional Mulher e Literatura. 2011.

FROZZA, Fernanda. **Taís Araújo relembra estreia na Globo em 'Anjo Mau' aos 18 anos: 'Personagem difícil de fazer'**. Fonte: Cedoc/ TV Globo. Disponível em <<http://gshow.globo.com/Bastidores/noticia/2016/04/tais-araujo-relembra-estreia-na-globo-em-anjo-mau-aos-18-anos-personagem-dificil-de-fazer.html>> Acesso em 27. jun. 2016.

GARCIA CANCLINI, Néstor. **El consumo cultural: uma propuesta teórica**. In: SUNKEL, Guillermo. Consumo cultural em América Latina. Santa Fé de Bogotá: Convênio Andrés Bello, 1999, p. 26-49.

GARCIA CANCLINI, Néstor. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Tradução: DIAS, Mauricio Santana. 7.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ. 2008.

GIACOMINI, Sonia Maria. **Beleza Mulata e Beleza Negra**. Estudos Feministas, p. 217- 227. 1994.

GOMES, Nilma Lino. **Corpo e cabelo como símbolos da identidade negra**. In: II Seminário Internacional de Educação Intercultural; Gênero e Movimentos Sociais, 2003, Florianópolis. Anais. Florianópolis: UFSC, 2003

GOMES, Nilma Lino. **O movimento negro no Brasil: ausências, emergências e a produção dos saberes**. Política & Sociedade, Florianópolis, v. 10, n. 18, p. 133-154, abr. 2011.

GROPPO, Luís Antonio. **Uma Onda Mundial de Revoltas. Movimentos estudantis nos anos 1960**. 2000. 683 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Estadual de Campinas. São Paulo, 2000.

GUIRALDELLI, Reginaldo. ENGLER, Helen Barbosa Raiz. **Mulher Negra e Violência: dilemas atuais**. Serviço Social & Realidade, Franca, 16(1): 205-223, 2007.

HAILER, Marcelo. **Angela Davis: a mulher mais perigosa do mundo**. Revista Fórum. Disponível em <www.revistaforum.com.br/2015/01/28/angela-davis/>. Acesso em 27. Nov. 2016

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 7ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

HINE, Christine. **Etnografía Virtual**. Editora UOC. Barcelona. 2004

HOOKS, Bell. **Alisando nosso cabelo**. Revista Gazeta de Cuba – Unión de escritores y Artista de Cuba, janeiro-fevereiro de 2005. Tradução do espanhol: Lia Maria dos Santos. Disponível em <<http://www.geledes.org.br/alisando-o-nosso-cabelo-por-bell-hooks/#gs.FIJ5pdo>> Acesso em 20. Dez. 2016.

JÚNIOR, Wilson Corrêa da Fonseca. Análise de Conteúdo. In. DUARTE, Jorge. BARROS, Antonio (Org). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo. Editora Atlas. 2011

LIPOVETSKY, G. **A terceira mulher: permanência e revolução do feminino**. São Paulo: Cia. das Letras, 1997.

MOLINA, Sandra C. **Considerações sobre o locus da mulher negra brasileira sob as perspectivas de gênero e raça**. Revista Direito e Liberdade - ESMARN - v. 13, n. 2, p. 339 – 354 – jul/dez 2011.

OLIVEIRA, Fátima. **Ser negro no Brasil: alcances e limites**. Estud.av. vol.18 N°. 50 Versão. Online. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.1590/S0103-40142004000100006>> Acesso em 28/05/2016. São Paulo Jan./Apr. 2004.

PINTO, Giselle. **Situação das mulheres negras no mercado de trabalho: uma análise dos indicadores sociais**. XIV Encontro Nacional de Estudos Populacionais, ABEP, realizado em Caxambú- MG – Brasil, de 18- 22 de Setembro de 2006.

PREVIDELLI, Amanda. **O histórico discurso de Martin Luther King**, 2013. Disponível em <<http://exame.abril.com.br/mundo/noticias/veja-na-integra-o-historico-discurso-de-martin-luther-king>>. Acesso em 14 set. 2016.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Editora Sulina. 2009.

RISÉRIO, Antonio. **Em busca de ambos os dois**, 2007. In: LLANOS, Fernando Elias. **Black is Beautiful: Victoria Santa Cruz**. XXIV Congresso da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música – São Paulo – 2014

RODRIGUES, Virginia Squizani. **Além do batom na frente do espelho:**

representações do feminino no consumo de cosméticos. Monografia apresentada ao Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, RS, 2012.

ROOK, Denis W. **Dimensão ritual do comportamento de consumo**. Rev. adm. Empres. São Paulo, v. 47, n. 1, p. 81-98, Mar. 2007. Disponível em <<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sciarttext&pid=S0034-75902007000100013&lng=en&nrm=iso>>. Acesso em 22. Dez. 2016.

ROMANELLI, Amanda. **Há 45 anos, a luta pelos direitos civis subia ao pódio da Olimpíada do México**. Disponível em < <http://esportes.estadao.com.br/noticias/geral,ha-45-anos-a-luta-pelos-direitos-civis-subia-ao-podio-da-olimpiada-do-mexico,1086499>> Acesso em 20. Dez. 2016

RONCADOR, Sonia. **O mito da mãe preta no imaginário literário de raça e mestiçagem cultural**. Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea, nº. 31. Brasília, janeiro-junho de 2008, pp. 129-152.

SANTOS, Eleonora Vacarezza. **A Influência da cor da pele nas representações sociais sobre a beleza e feiura**. 2015 148 f. Tese Dissertação em Psicologia Social. Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão – Sergipe. 2015.

SANTOS, Priscila. **Linha #tô de cacho da salon line**. Disponível em <<http://www.simboramaquiar.com/linha-todecacho-da-salon-line/>> Acesso. 27. Jun. 2016.

SCOTT, Joan. **Gênero: uma categoria útil para análise histórica**. Tradução: DABAT, Christine Rufino. ÁVILA, Maria Betânia. New York, Columbia University Press, 1989.

SEGATO, Rita Laura. **O Édipo brasileiro: a dupla negação de gênero e raça**. Série Antropologia. Universidade de Brasília. Brasília. 2006.

SCHERER, Fernanda. **Consumo Midiático em comunidade online: um estudo sobre o Mundo T-Girl**. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Santa Maria. Centro de Ciências Sociais e Humanas. Programa de Pós Graduação em Comunicação, RS, 2016.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais/ Tomaz Tadeu da Silva (org)**. Stuart Hall, Kathryn Woodward. 14. ed.- Petrópolis, RJ: Vozes, 2014;

SOUSA, Ricardo Alexandre Santos de. **O Conde de Gobineau e o horror à ambivalência**. Usos do Passado - XII Encontro Regional de História, ANPUH/RJ, 2006, p. 1-6.

SOUZA, Nelson Rosário de. **Dominação e auto-construção de si no consumo midiático: identidade e aculturação como mediadores entre o macro e o microssocial**. XXIX Congresso Latino Americano de Sociologia. Alas - Chile 2013

Strozenberg, Ilana. (2011). **O apelo da diferença: reflexões sobre a presença de negros na propaganda brasileira.** In BATISTA, Leandro Leonardo; LEITE, Francisco. (Org.). O negro nos Espaços Publicitários Brasileiros: perspectivas contemporâneas em diálogo. (pp.189-196). São Paulo: Escola de Comunicação e Artes/USP: Coordenadoria de Assuntos da População Negra.

TEIXEIRA, Erika Ferraz, CAMPOS, Josué de. GOELZER, Marlene Márcia. **A permanência do racismo na sociedade brasileira.** Disponível em: <<http://www.seduc.mt.gov.br/Paginas/A-perman%C3%A2ncia-do-racismo-na-sociedade-brasileira.aspx>>. Acesso em: 27 jun. d2016.

THIBES, Luana Caetano. CARVALHO, Isaiás Francisco de. **A mulher negra em americanah: níveis de subalternidade nos eua do século XXI.** Litterata - Revista do Centro de Estudos Portugueses Hélio Simões. v. 3, n. 2, p. 103- 116 .2013.

XAVIER, Matheus Carletti. **O legado da escravidão e os usos do passado sobre abraham lincoln.** Revista Outras Fronteiras, Cuiabá, vol. 1, n. 2, jul-dez. 2014.

VELHO, Gilberto. CASTRO, Eduardo Viveiros de. **O conceito de Cultura e o estudo das sociedades complexas: uma perspectiva antropológica.**

WOLF, Naomi. **O Mito da Beleza.** Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Tradução: BARCELLOS, Waldéa. Editora Rocco. Rio de Janeiro. 1992.