A TRAJETÓRIA EMANCIPATÓRIA DO CABELO CRESPO: RACISMO, BOA APARÊNCIA E A AFIRMAÇÃO DA IDENTIDADE NEGRA

THE EMANCIPATORY TRAJECTORY OF CURLY HAIR: RACISM, GOOD LOOKS AND THE AFFIRMATION OF BLACK IDENTITY

Josimeire Ferreira de Aguiar[1]
[https://orcid.org/0000-0003-4438-9049]

Candida Soares da Costa[2]
[https://orcid.org/0000-0002-2371-6605]
DOI: 10.30612/raido.v15i37.14640

RESUMO: O presente artigo tem como finalidade apresentar como o discurso da beleza produziu estereótipos sobre o cabelo crespo. Além disso, buscamos mostrar a importância da aparência e do cabelo nas relações sociais e raciais, bem como discutir como a indústria da beleza pode manipular as identidades negras. A metodologia escolhida foi a pesquisa bibliográfica do tipo qualitativa. Tivemos como aporte teórico, autores como Braga (2015), Gomes (2019), Figueiredo (2002) e dentre outros. Com o estudo concluímos que o uso do cabelo crespo ou cacheado pode ser um meio de afirmação identitária em oposição às diversas formas de manipulação da identidade negra. Também percebemos que o discurso da beleza se constituiu a partir de teorias racistas fundamentadas no decorrer dos séculos, XIX e XX. A cientificidade do racismo, atualmente rejeitada, sustentou as desigualdades com o intuito de explorar as sociedades africanas e subjugar a sua população. Dessa forma, a estética sempre foi usada para classificar e hierarquizar as pessoas e o cabelo continua sendo um importante elemento nas relações sociais e raciais da sociedade brasileira.

Palavras-chave: Beleza; Cabelo crespo; Identidade negra; Consumo.

ABSTRACT: This article aims to present how the discourse of beauty has produced stereotypes about curly hair. In addition, we seek to show the importance of appearance and hair in social and racial relations, as well as discuss how the beauty industry can manipulate black identities. The methodology chosen was a qualitative bibliographic research. We had as theoretical support, authors such as Braga (2015), Gomes (2019),

1 SME/Cuiabá, Mestra em Educação, pedagoga da rede municipal de educação de Cuiabá, josimeireferreira71@gmail.com.

2 UFMT/Cuiabá, Doutora em Educação, professora do Programa de Pós-Graduação em Educação (UFMT), candidasoarescosta@gmail.com.

Figueiredo (2002) and among others. With the study we concluded that the use of curly hair can be a means of identity affirmation in opposition to the various forms of manipulation of black identity. We also noticed that the discourse of beauty was constituted from racist theories based on the XIX and XX centuries. The scientificity of racism, currently rejected, sustained inequalities with the intention of exploiting African societies and subjugating its population. Thus, aesthetics has always been used to classify and hierarchize people, and hair continues to be an important element in social and racial relations in Brazilian society.

Keywords: Curly Hair; Black Identity; Consumption.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Com a crescente quantidade de pessoas abandonando os alisamentos, relaxamentos e permanentes dos cabelos a fim de deixar as raízes crespas e cacheadas livres, a indústria da beleza que trata dos cabelos também tem lançado cada dia mais produtos para os cabelos não-lisos, como diz Coutinho (2010) o negro se tornou a "bola da vez". Entretanto, não são raros os casos de racismo em que o cabelo crespo é o protagonista. Diversos casos foram denunciados, em que pessoas foram constrangidas e até impedidas de frequentarem locais, como instituições de ensino.

Isso indica que embora haja uma campanha que incentiva a liberdade e aceitação dos cabelos por parte de diferentes grupos que se reverberam em contextos midiáticos, há também uma forte recusa de grande parte da população brasileira em contestar o racismo fenotípico construído sobre a imagem do negro e da negra. Tal fato demonstra a hegemonia branca no Brasil. Isto nos faz reportar às palavras de Gomes (2019) ao expor que no Brasil, o racismo, a discriminação e o preconceito racial que incidem sobre os negros acontecem em decorrência da junção entre as expressões, costumes e tradições afro-brasileira; junto à manifestação dos sinais diacríticos, como a cor da pele e a textura do cabelo.

Deste modo, muito mais que uma expressão estética, os cabelos revelam as nuances do racismo. Considerando que o cabelo possui um alto valor simbólico nas sociedades africanas, que é expresso na diversidade de estilos e penteados, ele foi rapidamente modificado quando os europeus instauraram o mercado escravo. Dessa maneira, raspavam-se os cabelos dos escravizados como forma de eliminar o vínculo identitário e cultural.

Assim, até na escravidão o cabelo do negro era objeto de manipulação e negação, o que nos faz pensar nos tempos atuais em que o racismo é criminalizado. Na prática, o racismo ainda opera ferozmente, pois a aparência é usada para classificar pessoas, assim como na definição de lugares a serem ocupados por brancos e negros.

Portanto, o cabelo como um importante ícone da identidade negra, pode ser uma estratégia para a mobilidade social e até mesmo como um meio de atenuar o sofrimento que o racismo e a discriminação causam. Assim:

> No imaginário do brasileiro, é possível que uma mulher negra de cabelo liso ou cacheado, quer seja natural, quer seja artificial, deixe de ser classificada como 'negra'. Já vimos que a textura "menos crespa" do cabelo é vista na cultura como fruto

> da mistura racial, ou seja, ela atesta a presença do branco na conformação do corpo negro. É a garantia de que estamos diante de alguém que já "subiu" alguns degraus na escalada rumo ao branqueamento. Já vimos, também, que esse tipo de associação remete-nos à crença na "pureza racial", tão abominada no discurso proclamado pelo brasileiro, mas tão presente na sua prática. E a existência desse ideal de pureza em uma sociedade que se diz uma democracia racial revela que, na realidade, vivemos ainda em uma estrutura racista (GOMES, 2019, p. 278).

Dessa maneira, o cabelo crespo é ainda considerado por muitos como ruim, feio e inadequado. Todos esses tipos de depreciação influenciam na construção da identidade, que por vezes passa a ser rejeita. Neste sentido, buscamos por meio deste trabalho apresentar como se formou a estigmatização do cabelo crespo que hoje tem sido usado orgulhosamente como uma forma de empoderamento da população afrodescendente.

Teoricamente nos embasamos em autores como Braga (2015), Domingues (2002), Figueiredo (2002), Gomes (2019), Hall (1996), Hooks (2005), Mizrahi (2015), Sanzone (2000), Schwarcz (2011), e dentre outros. Organizamos o artigo através dos seguintes tópicos: 1. O peso da estética no contexto da classe da raça. 2. Do racismo ao discurso da boa aparência.[3] A emancipação do cabelo crespo e o mercado da beleza.

O primeiro tópico apresenta os dados de uma pesquisa realizada em 2006 que abrirá caminhos para pensarmos sobre o valor da estética, sobretudo na conquista de melhores empregos. Ademais, o estudo propicia relacionarmos os gastos com a estética, tendo como parâmetro os marcadores sociais de raça e classe.

1. O PESO DA ESTÉTICA NO CONTEXTO DA CLASSE E DA RAÇA

No campo da estética, o cabelo é um dos elementos que recebe maior atenção e cuidado, conforme o estudo citado a seguir. Para algumas pessoas, falar sobre beleza e cabelo é sinônimo de futilidade, no entanto, uma pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Consumidor (SPC) em parceria com a Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) ouviu 790 consumidores em todas as capitais e municípios dos 26 Estados e do Distrito Federal mostrou em seu relatório final que: *"Sete em cada dez brasileiros acreditam que gastos com beleza são uma necessidade e não um luxo"*[3].

O estudo que foi publicado em junho de 2016 traz importantes informações quanto ao perfil do consumidor brasileiro no que diz respeito à beleza. Dentre os resultados, verificou-se que 55,0% dos entrevistados assumiram considerar significativa a opinião alheia quando o assunto é aparência. E com relação ao que motiva a importância depositada sobre o que as pessoas pensam, o estudo apontou que a preocupação com a aparência está relacionada com as relações sociais e trabalhistas.

Tal informação desencadearam **o**utras perguntas associadas às características que mais influenciam o sucesso profissional. Os resultados confirmam que a boa aparência foi o quarto aspecto mais citado pelos consumidores/depoentes,

3 SPC (Serviço de Proteção ao Consumidor). *Brasil. Sete em cada dez brasileiros acreditam que gastos com beleza são uma necessidade e não um luxo, aponta pesquisa.* 2016. Disponível em: < https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas/pesquisa/1666 >. Acesso em: 10 maio. 2020.

Raído, Dourados, MS | ISSN 1984-4018 | v. 15 | n. 37 | p. 66 -83 | jan/abr 2021

correspondendo a 32,1%. A chamada boa aparência superou outros elementos que são considerados importantes para o desempenho profissional, ficando à frente de quesitos como inteligência (28,9%), disciplina (23,4%), atendimento atencioso (21,7%) e simpatia (20,9%).

Antes de prosseguirmos com a discussão explicitamos que o uso do termo boa aparência faz referência à linguagem utilizada no meio social para representar um indivíduo que possui as características fenotípicas desejadas e aceitas por nossa sociedade, ou seja, a aparência que mais se aproxima do tipo caucasoide. Assim, consideramos relevante discutirmos o peso da aparência nas dinâmicas sociais, uma vez que esse aspecto é altamente valorizado pela maioria dos brasileiros, conforme foi relatado nos dados da pesquisa em pauta.

Dando seguimento, o estudo mostrou que sete em cada dez participantes da pesquisa, ou seja, 74,8% revelaram que pessoas de boa aparência demonstram ser melhores profissionais. Ao serem interpelados acerca da relação entre beleza e oportunidade de vida, os entrevistados alegaram que pessoas bonitas têm maiores chances de terem êxito em seus ideais. Essa opinião foi compartilhada em prevalência pelos entrevistados da classe C (54,7%), lembrando que a classificação usada para a divisão de classes no estudo que mencionamos baseia-se na renda familiar, bens materiais e o grau de escolarização.

A classe C (25,0%) aparece também como sendo representativa de quem tem maiores gastos com cuidados estéticos, mais do que possibilita o orçamento individual ou familiar. Tal comportamento é mais recorrente entre mulheres (26,5%). Já os serviços mais procurados se resumem ao tratamento dos cabelos, unha, barba e pelos (42,3%).

Em suma, a beleza é um elemento valorizado, conforme a pesquisa exposta, pois ela está relacionada a melhores empregos e a melhores condições de vida. Além disso, observamos que o julgamento do "outro", com relação à aparência exerce forte influência quando se trata de beleza. Isso indica que o mais importante não é a forma como as pessoas que compõem a classe C se veem, mas como o outro, ou seja, o diferente[4], o vê, de acordo com seus padrões de beleza.

Como o estudo que apresentamos utiliza o critério de classe social e econômica, consideramos ser necessário discorrer brevemente sobre o perfil da classe média brasileira, visto que, as questões levantadas na pesquisa são frequentemente iludidas às respostas partilhadas pela classe C. Tendo em conta que a manipulação do cabelo por pessoas negras é o nosso principal objeto de estudo, e sendo este um dos principais componentes do corpo que as pessoas destinam maiores cuidados e gastos, achamos conveniente conhecermos um pouco mais sobre a classe média.

Consoante André R. Salata (2015), a classe C foi denominada como a "nova classe média brasileira" pelo economista e presidente da Fundação Getúlio Vargas, Marcelo Neri no início do século XX. No ano de 2008, a participação da classe intermediária, isto é, a classe C, contribuiu com mais de 50% na economia do país, em virtude disto, formou-se a ideia de que o Brasil havia se tornado um país de classe média.

Entretanto, Scalon e Salata (p. 388, 2012) argumentam que "[...] O aumento da renda e do consumo não retrata, necessariamente, mudanças na composição das classes,

4 O diferente, ou o Outro, especificamos como sendo os indivíduos socialmente como brancos.

muito menos no que diz respeito às desigualdades nas chances de vida". Ter conhecimento disso nos ajuda a entender os dados que empregamos para iniciar este tópico, no qual o atributo "beleza" aparece como uma condição para o sucesso.

Dando continuidade à discussão sobre a classe média brasileira, Scalon e Salata (2012) apontam que a expansão do mercado de trabalho e o crescimento da renda no Brasil não acompanham a ascensão sócio-ocupacional das pessoas que compõem a classe C na estrutura social brasileira, principalmente entre 2002 e 2009. E mais, dentro da classe C encontram-se trabalhadores das mais variadas áreas, como administradores, pequenos proprietários, trabalhadores não qualificados e setores rurais, trabalhadores qualificados e não manuais de rotina.

Portanto, é contraditório dizer que o Brasil é um país de classe média, pois a identificação dos sujeitos da "nova classe C" está muito distante da realidade dos brasileiros que estão na camada intermediária. Neste sentido, Scalon e Salata (2012) sugerem a revisão do termo "nova classe média" em atenção à pequena parcela de indivíduos que estaria se aproximando dos setores mais baixos da classe C, mas não preenchendo todo o perfil da classe anunciada.

Dessa maneira, a "nova classe média" reflete condições desiguais, uma vez que:

> [...] Destaca-se a posição dos profissionais e administradores com rendimentos elevados, alta proporção de brancos e com nível educacional elevado, e posse de bens de consumo em seus domicílios. Em contraposição, verifica-se a aproximação dos trabalhadores não manuais de rotina com os trabalhadores manuais - especialmente os qualificados. *Aquele foi o grupo que proporcionalmente menos aumentou sua renda e que mais elevou a sua proporção de negros* [...] (SCALON; SALATA, 2012, p. 402) (grifo nosso).

Assim, no interior dessa classe existe uma minoria, branca, que usufrui de uma qualidade de vida satisfatória. Ademais, os indivíduos que exercem funções administrativas se diferenciam dos demais sujeitos que constituem a classe C, porquanto eles têm renda elevada, a formação em nível superior é de alta proporção e com baixa proporção de negros.

Carlos Hasenbalg (2006), um importante estudioso das relações raciais e da estratificação e mobilidade social em uma entrevista com o Professor e Doutor Antonio Sérgio A. Guimarães relata um dos motivos que propicia a desigualdade entre brancos e negros no Brasil:

> As pesquisas sobre educação indicam que crianças não-brancas completam menos anos de estudo do que as brancas, mesmo quando se consideram crianças de mesma origem social ou renda familiar per capita. As disparidades no acesso, permanência e finalização dos ensinos médio e superior são ainda mais acentuadas. *A desigualdade educacional entre brancos e não-brancos irá se refletir posteriormente em padrões diferenciados de inserção desses grupos de cor na estrutura ocupacional* (HASENBALG, 2006, p. 261) (grifo nosso).

Compreender que a formação educacional interfere na inserção e na função desempenhada por negros/as no mercado de trabalho não significa que os afrodescendentes que ocupam cargos de prestígio estão isentos do preconceito e da discriminação. Na atualidade, as políticas públicas vêm se ajustando a realidade educacional

Raído, Dourados, MS | ISSN 1984-4018 | v. 15 | n. 37 | p. 66 -83 | jan/abr 2021

excludente em resposta as reivindicações das organizações e do movimento negro; um exemplo disto são as ações afirmativas que tem possibilitado o acesso à formação acadêmica.

Nilma Lino Gomes (2002) em "*Trajetórias escolares, corpo negro e cabelo crespo: reprodução de estereótipos ou ressignificação cultural?*" mostra como a escolarização das pessoas negras acontece de forma muito mais árdua, pois:

> [...] A escola impõe padrões de currículo, de conhecimento, de comportamentos e também de estética. Para estar dentro da escola é preciso apresentar-se fisicamente dentro de um padrão, uniformizar-se. A exigência de cuidar da aparência é reiterada, e os argumentos para tal nem sempre apresentam um conteúdo racial explícito. Muitas vezes esse conteúdo é mascarado pelo apelo às normas e aos preceitos higienistas. Existe, no interior do espaço escolar, uma determinada representação do que é ser negro, presente nos livros didáticos, nos discursos, nas relações pedagógicas, nos cartazes afixados nos murais da escola, nas relações professor/a e aluno/a e dos alunos/as entre si. [...] Embora atualmente os currículos oficiais aos poucos incorporem leituras críticas sobre a situação do negro, e alguns docentes se empenhem no trabalho com a questão racial no ambiente escolar, o cabelo e os demais sinais diacríticos ainda são usados como critério para discriminar negros, brancos e mestiços (GOMES, 2002, p. 45).

O racismo que as crianças e adolescentes negros enfrentam na escola é também um fator que afeta o desempenho do estudante. Conforme a supracitada, a pessoa com o cabelo crespo tem sido alvo de muitas ações discriminatórias nas escolas, ao ponto de gestores escolares e professores manifestarem comportamentos abusivos que atentam contra o direito da individualidade e da integridade moral.

Mesmo com o sancionamento da Lei 10.639/2003, que torna obrigatório o ensino de História e Cultura Afro-brasileira na educação básica de ensino, os casos de racismo não se extinguiram. Esta lei surge com o propósito de promover a igualdade racial e também desfazer as representações negativas e equivocadas sobre a cultura afro-brasileira, bem como remover o romantismo da narrativa da história da formação do Brasil. Além de dar visibilidade às contribuições dos negros e africanos para a existência de diversos recursos que hoje utilizamos[5].

No Brasil há diversos casos em que os estabelecimentos de ensino através de seus representantes exigiram a boa aparência, como foi o caso de uma aluna da PUC-RIO, que foi alvo de piadas e comentários que inferiorizavam o seu cabelo crespo, feito por seus professores/as[6]. A situação reportada evidencia que as manifestações de racismo estão presentes nas instituições de ensino de todos os níveis, desde a educação infantil até a educação superior.

5 O texto de Henrique A. C. Junior (2015) "Arte e tecnologia africana no tempo do escravismo criminoso" apresenta como a inteligência dos africanos foi usufruída pelos colonizadores para a mercantilização de diversos recursos que já eram manipulados pelos africanos. À título de exemplo: a metalurgia do ferro. Informações como esta provam as ilegitimidades propagadas pelas teorias racialistas do século XIX até meados do século XX que atribuíam aos negros/as à incapacidade moral e intelectual, bem como a maldade e a destituição de beleza.

6 Disponível em: https://oglobo.globo.com/sociedade/aluna-da-puc-rio-denuncia-comentarios-racistas-de-professoras-em-curso-de-moda-15432279.

Diante de tudo o que foi colocado, concluímos que a aparência física é usada para classificar e hierarquizar pessoas na medida em que as oportunidades de emprego e estudo são em grande parte apoderadas por um tipo muito bem definido. De modo similar como sucedeu a exploração de um grupo racial no passado, assim ocorre hoje, mas sob o pretexto da boa aparência que outrora era dita de forma explícita.

Como reverbera Giralda Seyferth: "Mudam os critérios e o discurso, mas a ideologia da desigualdade se mantém imutável" (SEYFERTH, 1975, p. 78). Deste modo, as características fenotípicas (a cor da pele e dos olhos, a cor e a textura do cabelo, formato da boca e do nariz) e entre outras marcas distintivas continuam sendo usadas para classificar pessoas com o intuito de subjugação e exploração daqueles/as que não se inserem no conjunto de características físicas pertencente ao grupo racial branco.

Como os fenótipos da população negra são frequentemente depreciados, e por vezes relacionados à inferioridade intelectual e moral, a alternativa mais comum é a busca pelo embranquecimento[7] através do alisamento dos cabelos ou de outros procedimentos que atenuem os sinais diacríticos do corpo negro. Neste sentido, estabelecemos uma relação com os dados que trouxemos em que a classe média tem uma preocupação maior com a aparência, supondo que isso esteja associado à origem racial dessas pessoas que não foi sinalizada na referida pesquisa, mas através de outros estudos percebemos que uma parte da nova classe média brasileira é composta por negros.

A seguir, apresentaremos a maneira em que se espalhou o uso do termo Boa aparência como um critério a ser observado para a inserção social e econômica em sincronia com o valor dado ao cabelo como parâmetro de categorização.

2. DO RACISMO AO DISCURSO DA BOA APARÊNCIA

De acordo com a pesquisa realizada pelo SPC e CNDL, apresentada no tópico anterior, a classe C foi a que mais investiu em intervenções estéticas e observa que a boa aparência é essencial para o sucesso na vida, lembrando que o tratamento dos cabelos faz parte dos serviços mais procurados. Primeiramente, a expressão boa aparência é um tanto problemática quando usada como critério na seleção de candidatos a vagas de emprego, já que essa é uma expressão usada desde o período colonial escravista. Oliveira e Pimenta (2016) observam que:

> A boa aparência não estava desassociada do pensamento da época sobre o que representava o europeu e o que representava o não europeu. *A boa aparência estava relacionada a cheiro, a cabelo, a asseio do homem branco*. Os que não tinham essa boa aparência deveriam se adaptar ou ficavam excluídos (OLIVEIRA; PIMENTA, 2016) (grifo nosso).

Deste modo, evidenciamos que o termo boa aparência tem sua origem na colonização com o comércio de escravos e mais intensificada com a instauração da república,

7 Segundo Guimarães (2011) o embranquecimento foi uma verdadeira política racial no Brasil, uma vez que os cientistas compreendiam a miscigenação como um caminho para a homogeneização da população que era formada majoritariamente por negros, nesse sentido, foram implementadas diversas leis que incentivavam a vinda de imigrantes europeus para o embranquecimento do Brasil. Essa situação refletia o pensamento racista que apontava para o grupo racial branco como portador das melhores características fenotípicas e morais para formar a nova sociedade.

Raído, Dourados, MS | ISSN 1984-4018 | v. 15 | n. 37 | p. 66 -83 | jan/abr 2021

cuja organização e estrutura social e econômica findavam com o trabalho escravo. Por conseguinte, os jornais e a imprensa da época disseminavam o critério da boa aparência como uma condição para a contratação de empregados. Nesta perspectiva, boa aparência significava ter os fenótipos da raça[8] branca, tal como, a cor e o cabelo.

Gomes (2019) nos exemplifica que o cabelo e a cor da pele eram critérios usados para designar a função dos escravizados. Gilberto Freyre (2010) inscreve que nos anúncios de jornal havia uma valorização de negros que em sua aparência tivessem as características da população culturalmente dominante, assim os serviços domésticos como o de pajens e mucamas eram destinados aos escravos de pele mais clara, cabelo liso, cacheado, ruço, ruivo ou louro. Condição que transparecia "[...] o sangue das casas-grandes escorrendo pelas senzalas" (FREYRE, 2010, p. 69).

A influência do cabelo na distinção feita sobre os escravos é também reportada por Gomes (2019), ao apontar que:

> [...] o cabelo era o elemento revelador do pertencimento negro e africano, mais do que a cor da pele. Por isso alguns escravos do sexo masculino raspavam suas cabeças para tentar se livrar dessa evidência genética, na tentativa de fugir e conseguir sua liberdade. Eles conseguiam ter alguma educação, recebiam melhor comida e, algumas vezes, a promessa de liberdade após a morte de seus senhores. Os outros escravos, que possuíam o cabelo crespo e a pele escura, eram destinados ao trabalho no eito e aos serviços braçais mais pesados (GOMES, 2019, p. 276).

Na percepção de Amanda Braga (2015):

> [...] Essa seleção criaria não apenas a preferência por um tipo de cabelo que já não era mais crespo, mas cacheado, herança da miscigenação, como também a prática – o desejo - de alisar os cabelos, além de uma certa hierarquização entre os escravos. Nascia, aqui, um olhar sobre sua estética que partia não só de sua origem, de sua identidade, como antes, mas partia do olhar do outro. Entre os dois modelos, estava a busca por um *status* social (BRAGA, 2015, p. 83).

Os excertos vêm a corroborar com a ideia que defendemos, ou seja, o valor do cabelo nas relações sociais e raciais. O mestiço era símbolo de um melhoramento do negro, e os sinais diacríticos que insistiam em aparecer eram alvo de intervenções estéticas, visto que, a aparência estava relacionada a *status* social.

Entretanto, a situação dos negros libertos e dos afrodescendentes posteriormente à abolição foi de total descaso, resultando na diminuição da população negra no Brasil naquele período. Domingues (2002) acrescenta que havia vários problemas sociais que afetavam os africanos e afrodescendentes, como por exemplo, as condições desumanas de moradia, as doenças, o desemprego e entre outras mazelas.

O desemprego que assolava a vida do segmento racial negro era fruto da seleção eugênica que fundamentava a formação da república. Roger Bastide e Florestan Fernandes, ao desenvolverem uma pesquisa em São Paulo patrocinada pela UNESCO em 1950, pontuaram no relatório da investigação que "[...] Quanto mais o negro se aproximar

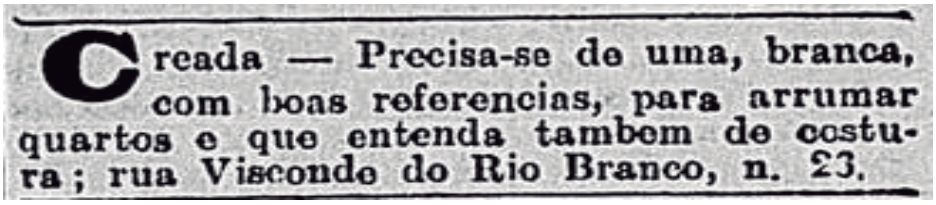
8 O conceito de raça que utilizamos se dá a partir de uma perspectiva sociológica, e não biológica.

do branco, pela tez, pelos traços do rosto, nariz afilado, cabelos lisos, lábios finos, maiores as suas probabilidades de ser aceito" (BASTIDE; FERNANDES, 1959, p. 188).

A exclusão da população negra e a proclamação do branco como símbolo do desenvolvimento serviram como agentes na desconstrução da identidade e da ancestralidade negra e africana: "Daí a necessidade da adoção do estilo de vida do branco, acompanhado de sua maneira de ser, estar e ver o mundo. Mais: o negro devia seguir todas as normas do código de conduta moral do *branco*", observa Domingues (2002, p. 574) (grifo nosso).

Portanto, o pensamento era de que o Brasil deveria ser "branco", cabendo aos afrodescendentes incorporarem os modos de vida do branco/europeu, bem como, modificar suas características físicas a fim de mobilizar-se socialmente. Nos anúncios de jornais que circulavam na época, o parâmetro da boa aparência era colocado em ação:

Figura 1: Anúncio de jornal


Creada — Precisa-se de uma, branca, com boas referencias, para arrumar quartos e que entenda tambem de costura; rua Visconde do Rio Branco, n. 23.

Fonte: Correio Paulistano, ano 1911, ed. 172949.

Passado mais de vinte anos da abolição, o racismo contra os negros continuava a ser declarado. O anúncio acima é do ano de 1911, exatamente o ano em que aconteceu o Congresso Universal das Raças, em Londres. Neste congresso, João Batista de Lacerda fez a previsão da extinção da raça negra no Brasil, que segundo ele ocorreria em três gerações por intermédio da miscigenação (SCHWARCZ, 2011).

A previsão de João Batista de Lacerda não se concretizou, porém ela evidencia que a nação brasileira se constituiu sob fundamentos racistas, e isso reflete nos dias atuais, tendo como exemplo, o critério da boa aparência que até bem pouco tempo estava presente nos anúncios de vagas de emprego. Em 2000, foi aprovado o projeto de lei n° 3980/2000[10]que proíbe o uso da expressão boa aparência nos anúncios de contratantes, assim como na seleção de candidatos, contudo esse projeto de lei foi sancionado em alguns estados da república federativa, como: Rio de Janeiro, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, e dentre outros.

Conforme elucida, Paim (2016, p. 27):

> [...] A exigência da boa aparência tem sido percebida como um mecanismo sutil que revela como o racismo institucional opera práticas constantes e rotineiras de discriminação racial nas organizações. Mesmo sendo um critério em que negros possam se adequar, o padrão avaliativo está referenciado na aparência física do branco.

9 Disponível em: < http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader >.

10 Disponível em: < https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=20552 >.

Raído, Dourados, MS | ISSN 1984-4018 | v. 15 | n. 37 | p. 66 -83 | jan/abr 2021

Neste sentido, o racismo se disfarça através do discurso da boa aparência, mas a história não nos deixa enganar, já que em séculos passados os aspectos físicos foram utilizados para explicar a suposta superioridade de uma raça em detrimento de uma raça inferior e degenerada. Assim, não é estranho que os fenótipos continuem a ser utilizados pelos detentores de poder como um meio de seleção e discriminação.

Além disso, a desconstrução de ideias não acontece rapidamente, sobretudo quando essas ideologias foram dadas como científicas e propagadas veementemente por intelectuais e populares até o início do século passado. Destarte, com o intuito de extinguir a identidade negra, a eugenia foi admitida como norma no Brasil e a fealdade foi atribuída aos afrodescendentes.

Pietra Diwan (2003) inscreve que após as medidas eugênicas (proibição do casamento interétnico, esterilização, segregação dos tidos como "anormais" e entre outros) serem colocadas em ação, ainda havia um "problema" que para os defensores da eugenia persistia em mostrar as marcas da negritude e ameaçava a suposta melhoria do patrimônio racial e estético brasileiro.

O "problema" era o encarapinhamento dos cabelos que denunciava a origem racial, então:

> [...] surge um outro local para a cura da fealdade que está fora do corpo, da hereditariedade e da genética – no crescimento da indústria do embelezamento. Cremes e maquiagens para o rosto, peças de vestuário que voluptualizam o corpo, alisantes para os cabelos crespos, cápsulas rejuvenescedoras, bisturis, sugadores de gordura, exercícios físicos adequados e uma alimentação considerada saudável contribuíram ao longo do século XX para incutir, não somente nas mulheres como também nos homens, a idéia de que *não é possível* ser feio. Ou então: de que é inaceitável ser feio, com tantas possibilidades estéticas de tratamento, algumas provisórias, outras permanentes (DIWAN, 2003, p. 139).

A partir do exposto percebemos que no século XX a indústria da beleza foi o mecanismo usado para suprimir o que se dizia ser as características da fealdade, e entre elas estava o cabelo crespo que passaria a ser alisado. Deste modo, podemos compreender um pouco mais como foi construída a rejeição ao cabelo crespo, Diwan (2003) aponta que o rápido crescimento das indústrias da beleza foi influenciado pelo discurso dos corpos disgênicos, pois com as novas descobertas no campo da estética era impossível alguém estar fora do padrão.

Relacionando os paradigmas que conduziu a prática social e institucional desde o século XVI até meados do século XX como um provável legado das atuais manifestações de desdém contra as marcas da negritude e suas expressões culturais que remetem a uma ancestralidade africana, dirigimos nosso olhar para a manipulação dos cabelos crespos como um elemento importante na construção da identidade negra.

Sendo assim, tomamos como ponto de partida a construção da expressão boa aparência num contexto histórico que aponta para pressupostos raciais e discriminatórios. Apesar de toda a estética corporal do negro e da negra ser castigada, optamos por fazer uma discussão privilegiando o cabelo na medida em que ele foi apreendido como um elemento de classificação racial, tanto para afirmação da identidade étnico/racial, quanto para a negação.

Mesmo sendo vetado o uso da terminologia da boa aparência, e o racismo ser criminalizado no Brasil, no campo mercadológico e institucional a exigência da boa aparência continua a aparecer nos discursos seja de modo direto ou forjado como em situações em que o cabelo crespo é rotulado como inadequado para alguns espaços, principalmente em ambientes de: trabalho, salas de aulas e até mesmo em cinemas.

A ênfase que damos ao cabelo crespo se justifica também pelo fato de que ele é o principal elemento de intervenções estéticas de acordo com as pesquisas de Coutinho (2010), Cruz (2013), Gomes (2017), Pires (2015). Esta atitude pode ser tomada em resposta às experiências de constrangimentos cujo papel é desprestigiar e subjugar aqueles que trazem em seus corpos os símbolos da identidade negra. Gomes (2019, p. 20) ao falar sobre o peso da estética adverte que: "chega-se ao extremo da demissão ou da não escolha de um bom currículo devido ao fato de o candidato negro deixar a sua estética negra fluir livremente, manifestando-se em sua aparência.

O ataque à identidade negra através de insinuações, olhares e insultos que usa os sinais diacríticos para rebaixar a autoestima da população negra, acontece face à auto-promoção do branco como símbolo da beleza e da limpeza. E infelizmente as condutas discriminadoras que prejudicam a construção e a valorização da identidade negra são passadas por gerações através da educação recebida nos lares, na televisão, na escola, na música, na literatura e em outros âmbitos da sociedade.

Com relação aos processos correspondentes à formação da identidade negra, Gomes (2011) nos leva a compreender que:

> A identidade negra é entendida como um processo construído historicamente em uma sociedade que padece de um racismo ambíguo e do mito da democracia racial. Como qualquer processo identitário, ela se constrói no contato com o outro, no contraste com o outro, na negociação, na troca, no conflito e no diálogo (GOMES, 2011, p. 146).

Deste modo, a luta antirracista é um caminho para a desconstrução dos estereótipos relativos à estética do negro, o processo de descolonização do Ser negro é um ato educativo, que se faz em diferentes espaços sociais. A pesquisa de Nilma L. Gomes (2019) nos permite observar que a afirmação de identidades negras também se faz em salões de cabeleireiros em que homens e mulheres aprendem a amar e a cuidar de seus cabelos, cuja mudança reflete na ressignificação de seus traços físicos, contrapondo o discurso racista de que o negro é isento de beleza.

Em seguida, faremos uma breve análise do mercado da beleza voltado para os consumidores negros em paralelo ao atual movimento que impulsiona a exibição das raízes crespas e cacheadas em oposição às químicas capilares que para muitas pessoas têm a finalidade de esconder o suposto cabelo ruim.

3. A EMANCIPAÇÃO DO CABELO CRESPO E O MERCADO DA BELEZA

Como já descrevemos ao longo deste trabalho, o cabelo do negro foi historicamente estigmatizado, mas a postura dos africanos e de seus descendentes nem sempre foi de resignação, um caso mais atual foi o movimento black power nos anos de 1960 inicialmente proclamado por jovens negros estadunidenses que também foi acolhido pelo

Raído, Dourados, MS | ISSN 1984-4018 | v. 15 | n. 37 | p. 66 -83 | jan/abr 2021

movimento negro brasileiro nas décadas de 1970. Este sem dúvida foi um importante marco da resistência negra, pois o cabelo crespo e volumoso tornou-se a maior marca de afirmação identitária dos negros.

O cabelo crespo antes subordinado a procedimentos químicos, agora era livre e orgulhosamente exibido pelos afrodescendentes contestando qualquer forma de racismo e imposição estética. Contudo, as narrativas históricas revelam que os negros mesmo em circunstâncias de escravização já manipulavam os seus cabelos com vistas a manter o vínculo com sua ancestralidade africana.

O cabelo é um elemento de alto valor nas culturas africanas, e carrega muitos significados:

> Não por acaso, os negros passavam por uma raspagem dos cabelos quando trazidos ao Brasil. Certos da necessidade de distanciar os negros escravizados de sua origem cultural, essa raspagem, salvaguardada sob o argumento de necessidades higiênicas, tinha o intuito de minar qualquer sentimento de pertencimento étnico que aqueles povos pudessem carregar a partir da relação com o cabelo (BRAGA, 2015, p. 82).

Dessa forma, invadiam-se os corpos e através da violência física e psicológica buscava-se remover a identidade negra e africana. Com isto, a tradição africana cujo costume privilegiava a criação de penteados e o enfeite dos cabelos foi impossibilitado, então:

> A prática de manipular e enfeitar os cabelos foi sendo, aos poucos, mesmo sob o domínio da escravidão, transformada e ressignificada. Os africanos escravizados não perderam o seu objetivo de enfeitar os cabelos e fazer deles uma assinatura. [...] Nesse novo contexto, tanto o homem quanto a mulher negra viram-se imersos em outras representações estéticas e foram despertados para a prática de alisar o cabelo, inspirados pelo padrão estético dos brancos colonizadores, considerado sinônimo de beleza. Essa situação, certamente, interferiu na forma negativa como alguns negros e negras passaram a se relacionar com o próprio cabelo desde então (GOMES, 2019, p. 340-341).

A partir desse contexto, observamos o início da introjeção da rejeição do cabelo crespo pelo próprio negro. Parafraseando Figueiredo (2002) a manifesta vontade de ter um cabelo diferente, um cabelo não crespo, se explica pelo modo como se constrói as noções de beleza e de gosto, os quais são apreendidos socialmente. Neste sentido, a população negra é também vulnerável ao discurso de beleza vigente na sociedade.

Uma alternativa para a manutenção das raízes africanas foi o uso dos turbantes, Braga (2015) conta que os turbantes traduziam muitas singularidades da cultura afrodiáspórica. A autora também reporta aos registros de Freyre (2010) e Silva (2010) sobre as relações hierárquicas dentro do sistema escravocrata. As mulheres escravizadas que usavam turbantes herdavam esse costume de suas mães africanas que mesmo casadas com europeus passavam a tradição. Com os turbantes essas mulheres ostentavam como princesas, abrindo caminho para as escravas crioulas; vestidas de baianas destacavam-se dentro de sua classe escrava através do turbante.

Nos dias presentes, o turbante também tem ganhado espaço na cabeça de muitas mulheres que assumiram suas raízes. A ideia de aceitação e liberdade capilar tem sido

cada vez mais abraçada por mulheres de todas as classes e idades, assim como homens tem optado por deixar os cabelos crescerem sem a imposição de químicas. A mudança no modo como homens e mulheres veem os seus cabelos e os manipulam tem impulsionado as indústrias de cosméticos a se reinventar na elaboração de produtos específicos para cabelos crespos e cacheados.

O estudo dirigido por Ângela Figueiredo em - *Cabelo, cabeleira, cabeluda e descabelada: Identidade, Consumo e Manipulação da Aparência entre os Negros Brasileiros (2002)* nos ajuda a compreender a relação entre consumo e manipulação da aparência dos negros na sociedade brasileira.

A autora inscreve que até os anos de 1980 a indústria da cosmetologia voltada para os cabelos ainda era reduzida em termos de quantidade e diversidade. No entanto, com a expansão das lojas especializadas em produtos para cabelos e o lançamento da Revista Raça em setembro de 1996, a indústria das madeixas foi impulsionada a trabalhar com a diversidade, atendendo as especificidades de cada tipo de cabelo, e em especial os crespos e cacheados, antes ignorados.

De acordo com Figueiredo (2002, p. 10) "O entendimento da beleza e da feminilidade são perpassados pela classe social". Analogamente, Mileny Mizrahi (2015) inscreve que os procedimentos capilares, não só expressam cuidados e preocupação pela aparência, mas indicam que aquela que os traz "está podendo", e possui condições financeiras para o consumo. É por isso, que Ângela Figueiredo (2002) mostra em sua pesquisa, a influência da Revista Raça, cujas produções visibilizaram a classe média brasileira e desconstruiu o estereótipo de que o negro e a negra não tem poder de compra.

A promessa da "melhora" do cabelo é associada à "melhoria" de vida, ao bem-estar não só do corpo e do físico, como também social. Os anunciantes tentam seduzir principalmente a consumidora negra, divulgando que a aplicação do produto colocará fim ao mal-estar causado pelo cabelo crespo, garantindo-lhe segurança e um ótimo resultado (GOMES, 2019, p. 256).

Nas palavras de Mylene Mizrahi (2015, p. 32) "[...] Beleza não é tanto um dado biológico, mas um produto de elaborações estéticas que visibilizam gasto monetário. Estar belo e possuir inserção econômica são aspectos profundamente relacionados". Acrescentaríamos à perspectiva de beleza da autora, o aspecto da dominação, tendo em vista que desde os processos coloniais a beleza foi usada para classificar as pessoas.

A afirmação de que a beleza visa o gasto é pertinente, pois corrobora com os dados da pesquisa que apresentamos no primeiro tópico em que os gastos com a estética têm crescido, principalmente entre a classe média. Isto significa que se o sujeito não se enquadra no modelo de beleza, ele deve buscar a solução nos tratamentos a fim de se tornar o mais parecido possível com o conceito de beleza dominante.

A pesquisadora e ativista Bell Hooks (2005) faz uma significativa ponderação concernente a influência da indústria da beleza na vida das mulheres negras em tempos passados, mas que também nos inspira a entender o presente:

> Sem ficar atrás dessa manobra para suprimir a consciência negra e os esforços das pessoas negras por serem sujeitos que se autodefinem, as empresas brancas começaram a reconhecer os negros, e de maneira especialíssima, às mulheres negras,

Raído, Dourados, MS | ISSN 1984-4018 | v. 15 | n. 37 | p. 66 -83 | jan/abr 2021

> como consumidoras potenciais de produtos que poderiam ser subministrados, incluindo aqueles para os cuidados com o cabelo. Permanentes especialmente concebidos para as mulheres negras eliminaram a necessidade do pente quente e da chapinha. Esses permanentes não só custavam mais caro, mas também levavam todas as economias e ganâncias das comunidades negras, especificamente dos bolsos das mulheres negras que anteriormente colhiam benefícios materiais (HOOKS, 2005, p. 3).

Trouxemos a citação de Bell Hooks (2005) com a finalidade de robustecer o pensamento crítico acerca do discurso lançado pelas marcas de cosméticos para cabelos. Mesmo que a supracitada faça alusão a um contexto diferente do qual estamos tratando, podemos associá-lo a atual situação das indústrias que se atualizam a todo o momento no que tange à variedade de itens destinados à beleza e saúde capilar dos fios crespos e cacheados.

Reconhecemos a importância da inserção de cosméticos dos cabelos visando à pluralidade, pois como diz Sanzone (2000, p. 88) o consumo "[...] também é um marcador étnico, bem como uma forma de oposição à opressão, uma maneira de, como negro, fazer-se visto ou mesmo ouvido". No entanto, com a expansão do mercado étnico, muitos indivíduos, principalmente as mulheres que ainda estão num processo de aceitação de seus cabelos são seduzidas pelas campanhas publicitárias que as fazem gastar de modo exacerbado em função de interesses capitalistas.

Na sociedade capitalista de consumo, a indústria cria novos nichos ao mercantilizar as identidades, os cosméticos afros são um exemplo disso, assim beleza e identidade são colocadas como sinônimos, isto segundo Gomes (2017). Neste sentido, é imprescindível que não percamos de vista a ambivalência presente nas insurgentes versões de produtos para cabelos que se intitulam étnicos, uma vez que há o interesse de comercialização das identidades.

Braga (2015) nos leva a pensar sobre a mercantilização das identidades a partir dos sentidos que circundam a manipulação do cabelo crespo que perpassa por lógicas que se contradizem. Isso se faz na medida em que o mercado da beleza propaga discursos afirmativos que valorizam a identidade negra, mas subjetivamente coloca um tipo de cabelo a ser conquistado, como em um anúncio exibido na revista Raça Brasil em 2005 que trazia a seguinte mensagem: "Cabelo crespo tem solução".

Outros exemplos podem ser vistos através da publicidade de marcas de produtos capilares que não traz a imagem de todos os tipos de cabelo crespo, e ainda dizem proporcionar aos consumidores efeitos, tais como: redução do volume, cachos definidos e sem frizz. O volume é uma característica dos cabelos crespos e cacheados, mas ainda é mal visto pela maioria das pessoas. Um cabelo sem frizz é uma condição própria dos cabelos lisos. Já a definição de cachos é muito relativa à curvatura do cabelo.

Deste modo, nos parece que ainda há um padrão de beleza dos cabelos, que não pode ser "armado", com frizz e sem definição. Souza et al (2017) ao final de uma pesquisa chegaram à conclusão de que há uma minoria de pessoas na sociedade que aceitam suas origens, mesmo que haja um engajamento da luta antirracista em prol do encorajamento das pessoas na aceitação de seus cabelos. Além disso, foi observado que as entrevistadas não admitiam ter cabelos crespos, o que sugere uma tentativa de camuflar a sua origem étnico/racial.

Gomes (2019) destaca que o cabelo crespo e o corpo são expressões que dão suporte aos símbolos da identidade negra no Brasil. Corpo e cabelo propiciam a construção social, cultural, política e ideológica da beleza negra que vem sendo discutida pelo movimento negro. Isto não significa a essencialização da identidade, pois como diz Hall (1996) às identidades não são fixas a um passado, mas elas estão sujeitas ao "jogo" da história, da cultura e do poder.

Por conseguinte, o alisamento dos cabelos crespos não pode ser generalizado a uma tentativa de "embranquecimento", pois, as práticas culturais podem ser ressignificadas, até mesmo a manipulação dos cabelos. Por isso, compartilhamos o pensamento de Gomes (2019) no que tange a relação entre alisamento de cabelo e identidade negra, ao pontuar que não podemos dizer que todo/a negro/a que alisa o cabelo rejeita ou nega a sua negritude, ou que não se posiciona politicamente perante as questões raciais.

Todavia, não nos esqueçamos de que o cabelo do negro foi objeto de preocupação e rejeição num contexto afrodiáspórico e de dominação branca que ainda se manifesta no mundo contemporâneo. Esse histórico interfere no olhar positivo do negro sobre si mesmo, mas isto não o condena há uma vida de rejeição a sua negritude, a mudança nos cabelos pode demonstrar a suplantação do discurso racista, considerando que:

> Cortar os cabelos alisados é um processo complexo e doloroso, que faz parte de uma transformação que não é só física e estética, mas, sobretudo, identitária. Significa passar a ser olhada de forma atravessada pela família, que muitas vezes impôs à então criança negra o alisamento e a fez pensar que só assim seria aceita e considerada bonita socialmente (GOMES, 2019, p. 20).

Portanto, a transição capilar pode favorecer a formação de uma nova identidade que possibilita o fortalecimento da autoestima, essa transformação ocorre ao longo de um processo doloroso, mas fundamental para que o indivíduo consiga romper com os estigmas que rodeiam os cabelos crespos e o ressignifique dando a ele novos valores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o estudo que realizamos, demonstramos que o discurso da beleza se constituiu a partir de teorias racistas fundamentadas no decorrer dos séculos, XIX e XX. A cientificidade do racismo, atualmente rejeitada, sustentou as desigualdades com o intuito de explorar as sociedades africanas e subjugar a sua população. Dessa forma, a estética sempre foi usada para classificar e hierarquizar as pessoas e o cabelo continua sendo um importante elemento nas relações sociais e raciais da sociedade brasileira.

Além disso, a cosmetologia foi usada como um recurso para amenizar o suposto "problema do negro", como era dito por intelectuais do período pós-abolição. A criação de produtos para o alisamento dos cabelos foi um dos mecanismos empregados para retirar a marca da negritude, que aos poucos foi sendo incorporada e bem vista pelos negros, afinal, ter o cabelo liso propiciava melhores condições de vida.

No entanto, a dependência dos alisamentos e outros procedimentos químicos como forma de embranquecimento, também foi questionada e problematizada pelo movimento negro que deu abertura a valorização da beleza negra, tantas vezes negada

Raído, Dourados, MS | ISSN 1984-4018 | v. 15 | n. 37 | p. 66 -83 | jan/abr 2021

pelos brancos e incorporada pelos negros. O movimento Black Power foi um importante agente na politização da estética negra, e na reconstrução das identidades negras.

Mas os cabelos também podem desconstruir a clássica ideia que se faz no Brasil, a de relacionar o negro à escassez monetária (MIZRAHI, 2015). Ademais, Figueiredo (2002) esclarece que não é possível afirmar que os negros gastam mais do que os brancos, a questão é que o peso do consumo relativo à estética é maior no orçamento dos negros, uma vez que a renda mensal da maior parte da população negra é inferior a dos brancos.

Logo, com a luta por afirmação étnica da população negra que se faz através de suas organizações, o cabelo deixou de ser alisado e passou a ser como um símbolo de resistência à cultura hegemônica, que estabelece um padrão de beleza, e um modelo de humanidade. E a indústria que sempre esteve a serviço da imagem privilegiada, agora tende a se modificar para atrair o consumidor negro. Essa mudança no cenário mercadológico foi muito benéfica, para a população negra que agora pode contar com produtos próprios para os seus cabelos, todavia, não podemos negar que ainda existe a tentativa de manipular a identidade negra através do consumo desde o gasto exagerado até a falta de representação das díspares formas de cabelo crespo e cacheado.

Observamos que há uma forte idealização de cabelo crespo e cacheado, que deve ser impecável, sem volume e com muita definição, que cria insatisfação em muitos indivíduos que não alcançam esse "ideal". Assim, com a mercantilização das identidades étnicas, o mercado da beleza a serviço do capital retira a compreensão política e identitária do movimento negro que promove a transição capilar e aceitação dos cabelos crespos e cacheados da maneira que eles são.

REFERÊNCIAS

BASTIDE, R; FERNANDES, F. **Brancos e negros em São Paulo:** Ensaio sociológico sôbre aspectos da formação, manifestações atuais e efeitos do preconceito de côr na sociedade paulistana. 2ª edição. São Paulo: Companhia editora nacional, 1959.

BRAGA, A. **História da beleza negra no Brasil:** discursos, corpos e práticas. São Carlos: EdUFSCar, 2015.

COUTINHO, C, L, R. **A Estética dos Cabelos Crespos em Salvador**. 2010. 109f. Dissertação (Mestrado em História Regional e Local) – Universidade do Estado da Bahia, Salvador, 2010.

CUNHA JUNIOR, H, A. Arte e tecnologia africana no tempo do escravismo criminoso. **Revista Espaço Acadêmico**, n. 166, p. 104-11, 2015. Disponível em: < http://www.periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/25365 >. Acesso em: 20 maio. 2020.

CRUZ, C, T, P, da. **Os Cabelos Mágicos: Identidade e consumo de Mulheres Afrodescendentes no instituto de beleza natural**. 2013. 142f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais: Cultura, Desigualdades e Desenvolvimento) - Mestre em Ciências Sociais: Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Cachoeira, 2013.

DIWAN, P, S. **O espetáculo feio: práticas discursivas e redes de poder no eugenismo de Renato Kehl (1917-1937)**. 2003. 191f. Dissertação (Mestrado em História Social) – Mestre em História Social: Universidade Católica de São Paulo, 2003.

DOMINGUES, P, J. Negros de almas brancas? A ideologia do Branqueamento no Interior da Comunidade Negra em São Paulo (1915-1930). **Estudos Afro-Asiáticos**, ano 24, n. 3, p. 563-599, 2002.

FIGUEIREDO, A. **"Cabelo, cabeleira, cabeluda e descabelada": Identidade, Consumo e Manipulação da Aparência entre os Negros Brasileiros**. Trabalho apresentado na XXVI Reunião Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais, Caxambu, 2002. Disponível em: < https://www.anpocs.com/index.php/papers-26-encontro/gt-23/gt17-14/4475-afigueiredo-cabelo/file >. Acesso em: 04 fev. 2020.

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

GOMES, N, L. **Sem perder a raiz**: corpo e cabelo como símbolos da identidade negra. 3ª ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2019.

GOMES, C, F. **Identidade negra e o consumo de cosméticos afro**. 2017. 176f. Dissertação (Mestrado em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social) – Mestre em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social: Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2017.

GOMES, L, L, P. **'Posso tocar no seu cabelo'? Entre o 'liso' e o 'crespo'**: transição capilar, uma (re) construção identitária. 2017. 161f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Mestre em Antropologia Social: Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017.

GUIMARÃES, A, S, A. Entrevista com Carlos Hasenbalg. **Revista de sociologia da USP**, v. 18, n. 2, p. 259-268, 2006. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ts/v18n2/a13v18n2.pdf >. Acesso em: 13 maio. 2020.

GUIMARÃES, A, S, A. Raça, cor, cor da pele e etnia. **Cadernos de Campo**, São Paulo, n. 20, p. 1-360, 2011.

HOOKS, B. Alisando o nosso cabelo. **Revista Gazeta de Cuba** – Unión de escritores y artista de Cuba. Tradução Lia Maria dos Santos, 2005.

HALL, S. Identidade Cultural e diáspora. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, n. 24, p. 68-75, 1996.

MIZRAHI, M. Cabelos ambíguos: beleza, poder de compra e "raça" no Brasil urbano. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 30, n. 89, 2015.

OLIVEIRA, K, C; PIMENTA, S, M, de, O. O racismo nos anúncios de emprego do século xx. **Ling. (dis) curso,** v.16, n.3, 2016.

PAIM, A dos S. **Pele negra sem máscaras brancas:** o julgamento da boa aparência em seleção de pessoal. 2016. Tese (doutorado em Psicologia Social e do Trabalho) – Doutor em Psicologia: Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2016.

PIRES, K, T de. "**Crespa ou alisada": os diferentes significados da manipulação do cabelo afro entre mulheres negras da cidade de Santa Maria-RS.** 2015. 175. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Mestre em Ciências Sociais: Universidade Federal de Santa Maria, 2015.

SANTOS, M, dos. **Vozes e Silêncio do Cotidiano Escolar:** as relações raciais entre alunos negros e não-negros. MÜLLER, M, L, R; COSTA, C, S da (Orgs.). Cuiabá: EdUFMT, 2007.

SANZONE, L. Os objetos da identidade negra: consumo, mercantilização, globalização e a criação de culturas negras no Brasil. Tradução Sérgio Benevides. **Mana [online],** v. 6, n. 1, p. 87-119, 2000.

SALATA, A, R. Quem é Classe Média no Brasil? Um Estudo sobre Identidades de Classe. **Dados Revista de Ciências Sociais**, v. 58, n. 1, p. 111-149, 2015. Disponível em: < https://www.redalyc.org/pdf/218/21838347004.pdf >. Acesso em 13 maio. 2020.

SCALON, C; SALATA, A. Uma nova classe média no Brasil da última década? O debate a partir da perspectiva sociológica. **Sociedade e Estado,** v. 27, n. 2, p. 387- 407, 2012.

SCHWARCZ, L, M. Previsões são sempre traiçoeiras: João Baptista de Lacerda e seu Brasil branco. **História, Ciências, Saúde**, v.18, n.1, p.225-242, 2011.

SPC (Serviço de Proteção ao Consumidor). Brasil. **Sete em cada dez brasileiros acreditam que gastos com beleza são uma necessidade e não um luxo, aponta pesquisa.** 2016. Disponível em: < https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas/pesquisa/1666 >. Acesso em: 10 maio. 2020.

SEYFERTH, G. A invenção da raça e o poder discricionário dos estereótipos. **Anuário Antropológico/93**, v. 93, p. 175-203, 1995.

SOUSA, G, R de. et al. O resgate da identidade negra por meio do cabelo afro. **69ª Reunião Anual da SBPC** - 16 a 22 de julho de 2017 - UFMG - Belo Horizonte/MG. Disponível em: <http://www.sbpcnet.org.br/livro/69ra/resumos/resumos/2739_1a82200e78325e-1c3a8f3da9 46e7a5a89.pdf>. Acesso em: 24 maio. 2020.

Recebido em 24/04/2021
Aprovado em 02/08/2021